

PENGEMBANGAN DAN INOVASI PRODUK KERUPUK PETULO UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING USAHA MIKRO

Widi Ardianto^{1*}, Aditya Noer Hefdi Purnomo², Bagas Widiyanto³, Kamil Fikri⁴,
Hafidhah Riska Maulidya⁵, Yuni Novita Sari⁶, Ayu Azhari⁷, Alifian Rizzalul Ahmad⁸,
Nur Aini Mayasiana⁹

^{1,2,3,4,5,6,7,8}Program Studi Ilmu Administrasi Niaga

⁹Program Studi Ilmu Administrasi Negara

Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Pembangunan

*¹Email: widiardianto28@gmail.com

ABSTRAK

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini ditujukan kepada usaha mikro kerupuk petulo milik ibu er di Dusun Darungan Desa Cangkring Kecamatan Jenggawah Kabupaten Jember. Usaha ini didirikan sejak tahun 2003 yang pada artinya sudah berjalan sekitar 20 tahun. Namun tidak ada label usaha dan kemasan produk hanya menggunakan kantong kresek. Pelaksanaan kegiatan dimulai bulan Oktober sampai dengan Desember 2023 di usaha mikro kerupuk petulo milik ibu istri atau lebih dikenal dengan Ibu Er. Kegiatan ini melibatkan 6 mahasiswa dari Program Studi Ilmu Administrasi Niaga. Metode kegiatan yang dilaksanakan yaitu pengembangan dan inovasi kemasan produk kerupuk petulo, pemberian lebel usaha. Tujuan kegiatan adalah guna meningkatkan daya saing usaha mikro kerupuk petulo milik Ibu Er. Hasil usaha ini adalah Ibu Er sudah mengetahui tentang pengembangan dan inovasi produk.

Kata Kunci: Pengembangan Produk, Inovasi Produk, Daya Saing, Usaha Mikro, Kerupuk Petulo

I. ANALISIS SITUASI

Kerupuk merupakan sebuah makanan yang berjenis makanan ringan yang biasanya terbuat dari adonan tepung tapioka yang dicampur dengan bahan perasa lainnya seperti udang dan lain sebagainya. Kerupuk terdapat beberapa macam varian seperti: kerupuk petulo, kerupuk udang dan lain sebagainya. Namun yang akan dibahas pada artikel ini yaitu terkait kerupuk petulo, karena kerupuk petulo sendiri merupakan makanan ringan yang sebagai pendamping nasi maupun hidangan ataupun sajian pada beberapa acara, baik acara pertemuan kecil-kecilan seperti kumpul keluarga, bahkan acara besar seperti pengajian, nikahan dan lain sebagainya.

Kerupuk merupakan makanan ringan yang sering dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia ternyata memiliki manfaat bagi kesehatan. Manfaat kerupuk diantaranya menyehatkan gigi, menjaga kesehatan tulang, meningkatkan energi, membantu meredakan rasa pedas di mulut, menurunkan berat badan, meningkatkan massa otot, dan mengatasi maag (Doktersehat, 2019). Kerupuk petulo sendiri merupakan kerupuk tradisional yang proses pembuatannya pun

menggunakan alat tradisional, namun meskipun tradisional, kerupuk ini tidak kalah dengan kerupuk lainnya mulai dari segi rasa yang enak serta harganya yang sangat ramah dikantong. Peluang usaha kerupuk terbilang sangat bagus dan menjanjikan bagi pelaku bisnis, dan prospek usaha ini dapat dikatakan sangat cemerlang. Dalam memulai usaha ini sangat gampang dan mudah untuk dijalankan oleh pelaku usaha mulai dari kebutuhan modal yang kecil. Dikatakan mudah dalam menjalankan usaha ini karena usaha kerupuk petulo ini bisa dilakukan dalam skala rumahan yang tidak membutuhkan modal yang besar.

Dengan kelebihan dari kerupuk petulo ini menjadi peluang bisnis yang menjanjikan bagi pelaku bisnis, dimana bisnis kerupuk petulo ini dapat menguntungkan ini cocok untuk dijalankan oleh semua orang selain modal yang kecil, mulai dari bahan baku dan peralatan yang sangat mudah ditemukan, proses dalam pembuatan yang sangat mudah. Selain itu bisnis ini juga tidak pernah sepi pembeli karena sasaran produk ini kepada semua orang.

Usaha mikro kerupuk petulo milik Ibu er merupakan salah satu produsen kerupuk petulo di Kabupaten

Jember, tepatnya di Dusun Darungan Desa Cangkring Kecamatan Jenggawah. Usaha ini didirikan sejak tahun 2003 dan merupakan usaha keluarga. Berdasarkan hasil dari observasi yang dilakukan oleh mahasiswa KKN STIA Pembangunan Jember 8 Oktober 2023 adalah tidak ada label usaha dan kemasan produk hanya menggunakan kantong kresek sehingga kurang menarik di pasaran.

Namun meskipun peluangnya sangat memungkinkan untuk usaha kerupuk petulo, akan tetapi masih banyak tantangan untuk memajukan usaha kerupuk petulo di Indonesia agar usaha ini bisa mendunia. Langkah-langkah yang bisa dilakukan untuk dapat meningkatkan daya saing produk kerupuk petulo ini agar bisa berdaya saing ke dalam perdagangan internasional antara lain pengembangan dan inovasi produk kerupuk petulo oleh produsen.

Pada desa Cangkring lebih tepatnya berada di dusun darungan terdapat usaha kerupuk petulo yang dimiliki oleh seorang perempuan yang bernama bu Istri namun lebih dikenal dengan sebutan Bu Er, usaha ini sudah berdiri sejak tahun 2003 yang pada artinya sudah berjalan sekitar 20 tahun.

Usaha kerupuk petulo ini hanya diproduksi menggunakan alat tradisional dan kemasan dari kerupuk ini hanya menggunakan kresek. Dan jika melihat dari kemasan ini bisa dibilang kurang menarik, Dengan demikian kami selaku mahasiswa KKN membantu dalam hal pembuatan kemasan plastik dan memberikan stiker pada kemasan plastik agar lebih menarik dan dapat menarik minat konsumen

Dan kami selaku mahasiswa KKN STIA Pembangunan Jember juga memberikan sosialisasi ke pemilik usaha kerupuk petulo tentang pemasaran melalui digital menggunakan facebook dan whatsapp bisnis dengan adanya sosialisasi ini diharapkan meningkatkan penjualan kerupuk petulo.

III. TINJAUAN PUSTAKA

Menurut Danang Sunyoto (2013) pengembangan produk (product development) adalah kegiatan- kegiatan pembuat barang dan perantara yang bermaksud melakukan penyesuaian barang-barang yang dibuat atau ditawarkan untuk dijual atas permintaan pembeli.

Definisi pengembangan produk menurut Assauri (2015) adalah kegiatan atau aktivitas yang dilakukan dalam menghadapi kemungkinan perubahan produk ke arah yang lebih baik, sehingga dapat memberikan daya guna maupun daya pemuas yang lebih besar.

Menurut Kotler (2000) ada tiga macam strategi yang digunakan dalam pengembangan produk:

a. Strategi peningkatan kualitas

Strategi ini bertujuan untuk meningkatkan kinerja fungsional produk, daya tahan, keandalan, kecepatan, rasa.

b. Strategi peningkatan keistimewaaan.

Strategi ini bertujuan untuk menambah keistimewaan baru (seperti ukuran, berat, bahan, kelengkapan tambahan, aksesoris) yang memperluas keanekaragaman, keamanan atau kenyamanan produk.

c. Strategi peningkatan gaya

Strategi ini bertujuan untuk meningkatkan daya tarik estetis suatu produk, seperti perusahaan memperkenalkan variasi warna, dan tekstur serta sering merubah gaya kemasan.

2. Inovasi Produk

Menurut Abdjul et al., (2018) Inovasi produk yaitu salah satu cara

untuk memberikan poin tambahan yang merupakan salah satu komponen kunci keberhasilan operasional bisnis, yang dapat memberikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan sehingga membutuhkan produk yang berkualitas.

3. Daya Saing

Menurut Wahyudi et al, (1996:3) daya saing merupakan inti dari keberhasilan atau kegagalan perusahaan.

Daya saing menentukan ketepatan aktivitas perusahaan yang dapat mendukung kinerjanya, seperti inovasi atau pelaksanaan yang baik. ada beberapa keunggulan yang dapat digunakan oleh perusahaan yaitu:

- a) Harga
- b) Pangsa pasar
- c) Merek
- d) Kualitas produk
- e) Kepuasan konsumen
- f) Saluran distribusi

4. UMKM

Pada Undang-Undang No. 20 tahun 2008 mengatakan UMKM memiliki beberapa macam kriteria yang digunakan untuk mendefinisikan pengertian dan kriteria Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Pengertian-pengertian UMKM tersebut antara lain yaitu :

a) Usaha Mikro

Usaha Mikro merupakan usaha produktif milik orang perorangan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).

b) Usaha Kecil

Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang didirikan sendiri, yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan anak perusahaan atau tidak memiliki cabang perusahaan yang dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil. Usaha kecil memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp.300.000.000 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling

banyak Rp. 2.500.000.000 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

c) Usaha Menengah

Usaha Menengah yaitu usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 500.000.000 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 10.000.000.000 (sepuluh milyar rupiah), atau Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 2.500.000.000 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 50.000.000.000 (lima puluh milyar rupiah).

5. Hasil Empiris

Sebuah produk perlu adanya suatu kemasan, kemasan merupakan bagian luar yang digunakan untuk membungkus produk yang di jual (Yuliani dan Widyakanti, 2020) pengemasan produk dengan kemasan

tipis dan tidak ada label mengakibatkan produk tertinggal dan kurang mempunyai daya tarik, akan tetapi jika produk dikemas menjadi unik dan terus berinovasi maka produk mempunyai nilai tambah, lebih aman, dan daya tarik yang lebih bagus sehingga dapat menambah minat konsumen.

Menurut Elwisam dan Lestari (2019) Pengembangan usaha ini merupakan keadaan dimana usaha yang dijalankan dapat berkembang misalnya terjadi peningkatan penjualan, jumlah pelanggan yang meningkat, serta akhirnya dapat meningkatkan keuntungan usaha.

Menurut Zulkifli et al., (2021) Pentingnya memunculkan daya tarik pada kemasan suatu produk agar konsumen tertarik dan melakukan pembelian pada produk. Kualitas seperti rasa yang baik pada produk, jika didukung dengan kemasan yang menarik dan informatif merupakan suatu langkah agar dapat meningkatkan penjualan.

Solusi untuk mengatasi permasalahan UKM kerupuk pattola yang jangkauan pemasarannya kurang meluas yaitu dengan adanya pengembangan pada kegiatan pemasarannya. Inovasi yang dilakukan

dalam pemasaran kerupuk pattola tersebut berupa pemasaran melalui online maupun offline. Pemasaran online merupakan suatu proses penjualan dan pembelian produk melalui media online, Sari (2021).

IV. IDENTIFIKASI DAN PERUMUSAN MASALAH

Masalah utama yang ingin diperbaiki melalui kegiatan Pengembangan dan Inovasi Kemasan Produk Kerupuk Petulo Bu Er guna Meningkatkan Daya Saing Usaha Mikro yaitu:

1. Belum mengetahui tentang pentingnya pengembangan dan inovasi kemasan produk kerupuk petulo.
2. Belum melakukan pengembangan produk melalui kemasan sebelumnya hanya menggunakan kantong kresek sebagai kemasan, tidak ada label usaha.

V. TUJUAN KEGIATAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk:

1. Meningkatkan pengetahuan Ibu er mengenai pentingnya inovasi

produk kerupuk petulo guna meningkatkan daya saing.

2. Melakukan pengembangan produk kerupuk petulo milik Ibu Er dengan memberikan label usaha dan menambahkan variasi pengemasan produk baik dari segi bungkusnya maupun ukuran/harganya

VI. MANFAAT KEGIATAN

1. Pentingnya pengembangan dan inovasi produk menjadi perhatian utama bagi Ibu Er, pemilik usaha mikro kerupuk petulo. Ia menyadari bahwa meningkatkan daya saing usahanya memerlukan pemahaman mendalam akan kebutuhan pasar dan adaptasi terhadap perkembangan tren konsumen. Dengan mengevaluasi produk secara kontinu, Ibu Er berusaha memastikan bahwa usahanya tetap relevan dan mampu bersaing di pasar yang dinamis.
2. Dalam upaya untuk memperluas variasi pengemasan produk, Kerupuk Petulo milik Ibu Er telah mengalami transformasi yang

signifikan. Dari awalnya yang tidak memiliki label usaha, kini produknya telah diperkaya dengan label usaha yang mencerminkan identitas dan kualitas. Perubahan lainnya terlihat pada beralihnya pengemasan dari kresek menjadi plastik opp, menunjukkan komitmen terhadap peningkatan kualitas dan keamanan produk. Langkah ini tidak hanya menciptakan tampilan yang lebih profesional, tetapi juga mencerminkan respons positif terhadap perubahan preferensi konsumen.

VII. KERANGKA PEMECAHAN MASALAH

Berdasarkan observasi awal (06 Oktober 2023) dapat kami simpulkan bahwa produk kerupuk petulo milik Bu Er memerlukan bentuk kemasan yang baru. Karena produk kerupuk petulo milik Bu Er masih menggunakan kemasan kresek dan tidak mempunyai logo. Sehingga kami memutuskan untuk membuat inovasi kemasan dan membuat logo untuk produk kerupuk petulo milik Bu Er. Ada dua tahap yang

kami lakukan dalam melakukan inovasi terhadap kemasan produk kerupuk petulo Bu Er, yaitu:

1. Tahap sosialisasi pentingnya pengembangan dan inovasi produk guna meningkatkan daya saing yang dilakukan oleh mahasiswa di bawah bimbingan ketua pelaksana.
2. Tahap pengembangan produk kerupuk petulo melalui pembuatan label usaha, pengemasan kerupuk petulo menggunakan plastic OPP dan menambahkan variasi ukuran/harga produk kerupuk petulo yang dilakukan oleh mahasiswa dan ketua pelaksana

VIII. KHALAYAK SASARAN

Kerupuk petulo merupakan suatu olahan yang sangat tradisional dan langka. Umumnya produk ini disukai oleh pecinta kuliner yang menyukai makanan ringan yang didominasi oleh para perempuan. Dengan cita rasa yang gurih dan renyah kerupuk petulo dapat menarik perhatian mereka. Agar dapat lebih meningkatkan Daya Saing Usaha Mikro kami melakukan pengembangan pada salah satu UMKM di Desa

Cangkring. Adapun identitas mitra sebagai berikut:

1. Nama : Ibu Istri
 2. Jabatan : Pemilik
 3. Nama IRT/Kelompok : Kerupuk Petulo Bu Er
 4. Bidang : Kewirausahaan
 5. Alamat : Dusun Darungan, Desa Cangkring, Kecamatan Jenggawah
- Pemilihan mitra tersebut

berdasarkan analisis yang telah kami lakukan bahwa terdapat permasalahan dalam pengemasan/packing. Kerupuk Petulo Bu Er ini menggunakan kantong kresek untuk pengemasannya. Maka diperlukannya kemasan yang lebih rapi dan menarik. Untuk itu kami buat kemasan dari plastik beserta stiker yang lebih rapi dan menarik. Alasan kami membuat packing baru agar memudahkan dalam proses pengemasan sesuai dengan permintaan pembeli juga dapat lebih menarik minat konsumen dari dalam maupun luar daerah.

IX. METODE KEGIATAN

1. Observasi

Kegiatan observasi dilakukan untuk menganalisis situasi atau permasalahan yang ada pada mitra sebagai dasar menyusun program dan

kegiatan untuk menyelesaikan masalah. Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan pada tanggal 1 Oktober 2023 ditemukan fakta bahwa Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) kerupuk petulo milik Ibu Er menghadapi permasalahan yaitu belum melakukan pengembangan produk melalui kemasan, belum ada label pada kemasan produk kerupuk petulo, dan belum mengetahui tentang pentingnya inovasi kemasan dan label produk.

2. Permohonan Izin Kepada Mitra

Ketua pelaksana mengajukan surat permohonan kepada Ibu Er supaya bersedia menjadi mitra dalam kegiatan ini. Ibu Er bersedia untuk bekerja sama dalam kegiatan ini yang ditandai dengan penandatanganan surat pernyataan kesediaan kerjasama program pengabdian kepada masyarakat yang bermaterai pada tanggal 27 Oktober 2023.

3. Pelaksanaan

a. Sosialisasi Tentang Inovasi Kemasan Produk

Mahasiswa di bawah bimbingan ketua pelaksana memberikan sosialisasi kepada Ibu Er tentang pentingnya inovasi kemasan produk guna meningkatkan daya saing usaha mikro. Pada kegiatan ini, tim pelaksana

menyampaikan materi tentang inovasi kemasan produk yang meliputi pemberian nama usaha, pemberian label usaha, cara menentukan dan mendesain kemasan



Gambar 1. Sosialisasi tentang Inovasi Kemasan Produk

b. Inovasi Kemasan Produk Kerupuk Petulo

Pada kegiatan ini ketua pelaksana bersama mahasiswa melakukan branding dengan melalui pembuatan label usaha sehingga produk kerupuk petulo Ibu Er mudah dikenal oleh konsumen. Inovasi kemasan produk kerupuk petulo ini dilakukan dengan mengubah kemasan pada produk kerupuk petulo Ibu Er yang dimana sebelumnya hanya dikemas menggunakan kresek saja tanpa label, kini kemasannya dirubah dengan menggunakan plastik OPP yang diberi label agar produk kerupuk petulo Ibu Er tersebut terlihat lebih rapi dan menarik.



Gambar 2. Inovasi Kemasan Produk Kerupuk Petulo

c. Pendampingan

Mahasiswa melakukan kegiatan pendampingan terkait inovasi kemasan produk di kediaman Ibu Er. Ibu Er mencoba praktik sendiri cara mengemas produknya dengan menggunakan plastik OPP. Ibu Er sudah memahami cara mengemas produk kerupuk petulo yang diberikan oleh mahasiswa, kemudian mencoba mempraktikkan sendiri.

d. Monitoring dan Evaluasi

Mahasiswa menemui Ibu Er untuk melakukan monitoring dan evaluasi. Ibu Er sudah melakukan inovasi kemasan pada produk kerupuk petulo sehingga dapat meningkatkan daya saing produk kerupuk petulonya.

X. EVALUASI KEGIATAN

Kegiatan pengembangan dan inovasi produk kerupuk petulo guna meningkatkan daya saing usaha mikro yang dilakukan oleh ketua pelaksana dan mahasiswa STIA Pembangunan Jember tahun 2023 dapat menghasilkan capaian dengan indikator sebagai berikut :

Tabel 1. Indikator Capaian Mitra

No	Indikator Capaian	Sebelum	Sesudah
1	Penget ahuan tentang pengembang an dan inovas i produk	a. Belum mengetahui tentang pengembangan produk. b. Belum mengetahui tentang inovasi produk	a. Sudah mengetahui tentang pengemba ngan produk b. Sudah mengetahui tentang inovasi produk
2	Pengembangan produk kerupuk petulo	a. Dikemas dengan plastik b. Hanya memiliki satu varian harga	a. Dikemas dengan plastic OPP b. Memiliki dua varian harga yaitu Rp 12.500/ 1/2 kg dan Rp

DAFTAR PUSTAKA

- Abdjul, dkk. (2018). Analisis Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan
- Assauri, S. (2015). Manajemen Pemasaran Dasar Konsep dan Strategi. Jakarta: Rajawali.
- Doktersehat, R. (2019). 7 Manfaat Kerupuk yang Jarang Diketahui (Disertai Kandungan Gizi Kerupuk). 30 September 2022.
- Elwisam, E., & Lestari, R. (2019). PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN, INOVASI PRODUK KREATIF DAN ORIENTASI PASAR UNTUK MENINGKATKAN KINERJA PEMASARAN UMKM. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(2), 277-286.
- Kotler, Philip (2000). Prinsip – Prinsip Pemasaran Manajemen, Jakarta : Prenhalindo.
- Pembelian Mobil Nissan Grand Livina pada PT.Wahana Wirawan Manado. *Jurnal EMBA*, Vol.6 No.4, Hal. 3553– 3562.
- Sari, L. N. (2017). Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Reaksi Investor. *Artikel Ilmiah STIE PERBANAS SURABAYA*.
- Sunyoto, Danang. 2013. Perilaku Konsumen. Yogyakarta: Center of Academic Publishing Service (APS).
- Usaha Mikro Kecil Menengah “UMKM”, diakses pada tanggal 30 September dari <http://www.depkop.go.id>
- Wahyudi, Agustinus Sri. 1996. Manajemen Strategik Pengantar Berpikir Strategik: Formulasi, Implementasi dan Pengendalian. Jilid I. Jakarta: Binarupa Aksara
- Yuliani, R. & Widyakanti. (2020). Peningkatan penjualan melalui inovasi kemasan dan label pada UMKM. *Jurnal Keuangan Umum dan Akuntansi Terapan*, 2(2), 71-74.
- Zulkifli, N., Nurmayanti, N., & Ferdiansyah, H. (2021). Efektivitas Media Pembelajaran Daring di masa Pandemi Covid-19. *Edumaspul: Jurnal Pendidikan*, 5(1), 71–77. <https://doi.org/10.33487/edumaspul.v5i1.1123>