

Pelatihan Penyusunan Strategi Pengembangan Produk dan Metode Pengemasan pada UMKM Wanita Maju Bersama

A. Hermina Julyaningsih*¹, Ibnu Mansyur Hamdani², Thitin Binalopa³

¹Ilmu dan Teknologi Pertanian/Universitas Hasanuddin,

²Teknik Perawatan Mesin /Akademi Komunitas Industri Manufaktur Bantaeng,

³Teknik Mesin Otomotif /Akademi Teknologi Industri Dewantara Palopo

*e-mail: aherminajulyaningsih@unhas.ac.id¹, ibnumansyur@akom-bantaeng.ac.id²,
thitinatidewantara14@gmail.com³

Abstrak

Kegiatan pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan UMKM Wanita Maju Bersama dalam menyusun strategi pengembangan produk dan metode pengemasan yang inovatif. Dengan pendekatan SWOT, pelatihan mencakup perencanaan pengembangan produk hasil laut dan penerapan teknik pengemasan yang dapat meningkatkan daya tarik serta daya saing produk di pasar. Hasil pelatihan menunjukkan peningkatan pemahaman peserta dalam merancang strategi pengembangan yang efektif, termasuk optimalisasi operasional, diferensiasi produk, dan pengelolaan sumber daya untuk mengatasi berbagai tantangan usaha. Kegiatan ini menjadi langkah penting dalam mendukung keberlanjutan dan pertumbuhan UMKM di bidang kuliner berbasis hasil perikanan.

Kata Kunci: Pelatihan, Strategi Pengembangan Produk, UMKM, Analisis SWOT.

Abstract

This training aimed to enhance the capabilities of Wanita Maju Bersama MSMEs in developing innovative product development strategies and packaging methods. Through a SWOT-based approach, the training covered the planning of marine product development and the implementation of packaging techniques to improve product appeal and competitiveness in the market. The training results revealed participants' improved understanding of effective development strategies, including operational optimization, product differentiation, and resource management to address various business challenges. This activity serves as a pivotal step to support the sustainability and growth of culinary-based fisheries MSMEs.

Keywords: Training, Product Development Strategy, MSMEs, SWOT Analysis

1. PENDAHULUAN

Industri kuliner merupakan salah satu industri yang paling banyak digeluti oleh berbagai pengusaha atau UMKM. Kebutuhan primer masyarakat akan makanan membuka peluang bagi industri ini akan selalu hidup dan diminati oleh semua kalangan. Globalisasi melalui bantuan sosial media mendukung diversifitas produk olahan makanan yang digemari oleh masyarakat (Ayudya Wardani and Nurfaizah 2022). Kini, bukan hanya makanan tradisional atau khas daerah saja yang disukai masyarakat, melainkan makanan khas daerah bahkan negara lain juga memiliki peluang pasar yang besar di Indonesia. Hal ini merupakan kesempatan dan peluang besar bagi semua orang untuk membuka usaha kuliner sehingga pertumbuhan industri makanan dari skala kecil hingga besar semakin meluas di Indonesia (Anggraeni 2019).

Luasnya kesempatan mengembangkan usaha di bidang industri kuliner membuat daya saing antar usaha semakin kuat. Usaha kuliner yang tidak dibarengi dengan strategi pengembangan produk yang baik membuat banyak usaha kuliner tidak bertahan lama di pasaran. Banyak usaha kecil dan menengah hanya mengikuti “tren” masyarakat yang bersifat sementara sehingga produk mereka tidak laku dan tidak disukai lagi ketika tren tersebut telah berakhir (Juniarty et al. 2024). Hal ini dikeranakan, masih banyak usaha kuliner belum menerapkan strategi pengembangan produk yang baik sehingga usaha mereka bisa tetap bertahan di industri kuliner. Strategi ini juga lah yang diperlukan UMKM untuk meyakinkan investor bahwa usaha kuliner mereka akan tetap bertahan dan mendapatkan keuntungan yang besar baik bagi UMKM tersebut ataupun bagi investornya (Hamid and Susilo 2015).

UMKM Wanita Maju Bersama adalah dua UMKM yang mendapatkan pembinaan dari PT. Pertamina Patra Niaga Integrated Terminal Makassar bekerja sama dengan Yayasan Lestari Mulia dalam program Pesisir Sejahtera Gusung (Tahap II). UMKM ini merupakan industri kecil dalam bidang pengolahan produk hasil perikanan laut yang masih belum terlalu berkembang karena keterbatasan wawasan dan sumber daya untuk memulai produksi pada skala industri. PT. Pertamina Patra Niaga Integrated Terminal Makassar bekerja sama dengan Yayasan Lestari Mulia yang mengidentifikasi masalah tersebut kemudian melakukan kegiatan berupa “Pelatihan Startegi Pengembangan Produk dan Metode Packaging bagi UMKM Wanita Maju Bersama” agar UMKM ini memiliki konsep produksi yang matang. Konsep dan strategi pengembangan produk yang matang ini dapat memastikan bantuan sumber daya yang akan difasilitasi oleh PT. Pertamina Patra Niaga Integrated Terminal Makassar bekerja sama dengan Yayasan Lestari Mulia dapat dimaksimalkan dengan baik serta tepat sasaran (Juniarty et al. 2024).

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penting untuk melakukan kegiatan pengabdian berupa Pelatihan Penyusunan Strategi Pengembangan Produk dan Metode Pengemasan pada UMKM Wanita Maju Bersama. Kegiatan pengabdian ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman dan strategi yang tepat bagi pengembangan produk UMKM ini.

2. METODE PENGABDIAN

Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan dengan melakukan pelatihan mengenai strategi pengembangan produk pangan dan metode pengemasan yang baik bagi produk pangan tersebut. Objek pengabdian ini adalah 20 orang anggota UMKM Wanita Maju Bersama. Pengabdian dilakukan dengan memberikan pemaparan materi mengenai strategi pengembangan dan metode pengemasan produk dan kemudian bersama-sama membantu penyusunan strategi pengembangan produk UMKM Wanita Maju Bersama menggunakan metode SWOT (Mashuri and Nurjannah 2020).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

UMKM Wanita Maju bersama adalah UMKM yang bergerak di bidang usaha kuliner di bawah binaan PT. Pertamina Patra Niaga Integrated Terminal Makassar. PT. Pertamina Patra Niaga Integrated Terminal Makassar ini akan memfasilitasi UMKM dalam mengembangkan

usaha di bidang pengolahan hasil perikanan laut utamanya dalam bentuk bantuan dana dan alat produksi. Namun, untuk memastikan fasilitas ini dapat dimaksimalkan dengan baik, maka UMKM tersebut harus memiliki konsep matang mengenai strategi pengembangan produk yang akan mereka jual. Oleh karena itu, diperlukan pelatihan penyusunan strategi pengembangan produk dan metode pengemasan yang baik agar peserta dapat menyusun strategi yang tepat bagi UMKM mereka.



Gambar 1. Pembukaan kegiatan pelatihan

Pada pelaksanaan pengabdian, pengusul pengabdian membawakan materi mengenai “Strategi Pengembangan Produk dan Metode Packaging” kepada UMKM Wanita Maju Bersama. Pemberian materi ini bertujuan untuk membuka wawasan peserta bahwa strategi pengembangan produk sangat penting untuk menjaga eksistensi usaha agar tidak kalah bersaing dengan kompetitor. Pelaksana pengabdian juga menjelaskan mengenai pentingnya pengemasan produk dalam mendongkrak *image* produk dan daya jualnya. Selain itu, pelaksana pengabdian juga menjelaskan hal – hal penting dan tahapan mendesain apa saja yang perlu diperhatikan dalam mendesain kemasan produk usaha mereka nantinya.



Gambar 2. Pemaparan materi

Setelah pemberian materi mengenai “Strategi Pengembangan Produk dan Metode Packaging”, pengusul pengabdian menjelaskan metode penyusunan strategi pengembangan

produk dengan analisis SWOT kepada peserta. Pengusul pengabdian juga memandu peserta dalam menyusun strategi pengembangan produk mereka hingga dihasilkan strategi yang akan mereka terapkan pada pengembangan produk mereka nantinya.



Gambar 3. Pendampingan penyusunan strategi dengan analisis SWOT

Hasil pendampingan analisis SWOT yang dilakukan oleh UMKM Wanita Maju Bersama menghasilkan analisis SWOT sebagai berikut:

UMKM Wanita Maju Bersama dengan produk keripik stick ikan

a. Kekuatan

- Ikan segar yang dapat diperoleh dengan mudah
- Memiliki konsep kemasan yang cantik
- Cemilan yang disukai banyak kalangan

b. Kelemahan

- Alat produksi belum lengkap
- Belum ada label kemasan yang resmi
- Belum ada PIRT/Halal

c. Peluang

- Produk mudah dipasarkan
- Produk mudah mendapatkan bantuan
- Harga jual yang ekonomis

d. Ancaman

- Persaingan antar usaha sejenis
- Harga kemasan yang cukup mahal
- Kemungkinan keterbatasan ikan akibat faktor cuaca

Strategi Pengembangan Produk yang dihasilkan adalah sebagai berikut:

a. Strategi Pengembangan Produk (SO): Memaksimalkan kekuatan untuk menangkap peluang

- Memanfaatkan bahan baku ikan segar yang melimpah untuk membuat stik ikan berkualitas tinggi dengan nilai tambah, seperti produk berbumbu rempah khas atau tambahan varian rasa yang unik.
- Menonjolkan keindahan konsep kemasan untuk menarik perhatian pasar lebih

luas dengan promosi aktif di media sosial dan marketplace online.

- b. Strategi Optimalisasi Operasional (WO): Mengatasi kelemahan untuk memanfaatkan peluang
 - Mengajukan proposal bantuan UMKM ke instansi pemerintah atau lembaga terkait guna memperoleh dukungan berupa alat produksi yang lebih lengkap.
 - Mengurus perizinan resmi (PIRT/Halal) untuk meningkatkan kepercayaan konsumen serta mempermudah pemasaran produk melalui toko modern atau platform digital.
- c. Strategi Diferensiasi (ST): Menggunakan kekuatan untuk menghadapi ancaman
 - Mengemas produk stik ikan secara menarik dengan bahan kemasan alternatif yang lebih terjangkau namun tetap menarik, seperti plastik ramah lingkungan atau kertas karton daur ulang.
 - Menciptakan branding produk yang kuat dengan fokus pada keunikan rasa dan konsep pemasaran berbasis cerita (storytelling), seperti "Rasa Segar dari Lautan Nusantara."
- d. Strategi Pengelolaan Sumber Daya (WT): Mengurangi kelemahan sekaligus memitigasi ancaman
 - Menjalin kerjasama dengan koperasi nelayan atau petani ikan lokal untuk menjaga stabilitas pasokan bahan baku saat menghadapi faktor cuaca.
 - Melakukan pelatihan internal untuk meningkatkan keterampilan produksi sehingga mampu memaksimalkan alat yang ada hingga bantuan alat tersedia.

4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dapat membantu meningkatkan pemahaman peserta dari UMKM Wanita Maju Bersama sehingga dapat menghasilkan strategi pengembangan produk dimana UMKM Wanita Maju Bersama akan mengembangkan produk kripik stick ikan. Strategi pengembangan produk yang akan diterapkan pada UMKM ini adalah sebagai berikut:

- a. Memanfaatkan bahan baku ikan segar yang melimpah untuk membuat stik ikan berkualitas tinggi dengan nilai tambah, seperti produk berbumbu rempah khas atau tambahan varian rasa yang unik.
- b. Menonjolkan keindahan konsep kemasan untuk menarik perhatian pasar lebih luas dengan promosi aktif di media sosial dan marketplace online.
- c. Mengajukan proposal bantuan UMKM ke instansi pemerintah atau lembaga terkait guna memperoleh dukungan berupa alat produksi yang lebih lengkap.
- d. Mengurus perizinan resmi (PIRT/Halal) untuk meningkatkan kepercayaan konsumen serta mempermudah pemasaran produk melalui toko modern atau platform digital.
- e. Mengemas produk stik ikan secara menarik dengan bahan kemasan alternatif yang lebih terjangkau namun tetap menarik, seperti plastik ramah lingkungan atau kertas karton daur ulang.

- f. Menciptakan branding produk yang kuat dengan fokus pada keunikan rasa dan konsep pemasaran berbasis cerita (storytelling), seperti "Rasa Segar dari Lautan Nusantara."
- g. Menjalin kerjasama dengan koperasi nelayan atau petani ikan lokal untuk menjaga stabilitas pasokan bahan baku saat menghadapi faktor cuaca.
- h. Melakukan pelatihan internal untuk meningkatkan keterampilan produksi sehingga mampu memaksimalkan alat yang ada hingga bantuan alat tersedia.

UCAPAN TERIMA KASIH

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga jurnal kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat diselesaikan dengan baik. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada PT. Pertamina Patra Niaga Integrated Terminal Makassar bekerja sama dengan Yayasan Lestari Mulia yang telah mengundang kami sebagai narasumber dalam kegiatan pelatihan inovasi produk bagi UMKM Wanita Maju Bersama.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Anggraeni, Citra Dwi. 2019. "Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm) Melalui Inovasi Produk." *Journal of Chemical Information and Modeling* 53(9): 1689–99.
- [2] Ayudya Wardani, Kirana, and Ida Nurfaizah. 2022. "Tren Makanan Sebagai Dampak Globalisasi Terhadap Pertukaran Budaya." *Prosiding Konferensi Ilmiah Pendidikan 3*: 2963–3222. <https://www.google.com/amp/s/docplayer.info/amp/72666219-Kualitatif-bogdan-dan-taylor->.
- [3] Hamid, Edy Suandi, and Y. Sri Susilo. 2015. "Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta*." *Jurnal Ekonomi Pembangunan: Kajian Masalah Ekonomi dan Pembangunan* 12(1): 45.
- [4] Juniarty, Mira, Nuraulia, Khairunnisa, and Ubai Dillah. 2024. "Strategi Pengembangan Produk Untuk Meningkatkan Pendapatan UMKM Lasehan La Bagus." *Jurnal Inovasi dan Tren* 2(1): 1–5. <https://www.journal.lembagakita.org/ljit/article/view/2107%0Ahttp://www.journal.lembagakita.org/index.php/ljit/article/download/2107/1521>.
- [5] Mashuri, Mashuri, and Dwi Nurjannah. 2020. "Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing." *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)* 1(1): 97–112.