

PENGEMBANGAN KUALITAS PRODUK GULA GENDING MELALUI INOVASI KEMASAN, LOGO, DAN VARIAN RASA PADA UMKM DESA KEMBANG KERANG DAYA, LOMBOK TIMUR

Husnianti Aulia Putri*, Muhammad Aqshal, Faras Embun Dini, Didin Wahyudi, Dimas Aditya, Nasrun Juliyardi, Nurul Islammya, Nurul Wahdah, Sulhan Ariani, Wanda Dian Ramadani

Universitas Mataram, Indonesia

*Email: putri.a6789@gmail.com

Naskah diterima: 08-11-2023, disetujui: 19-11-2023, diterbitkan: 01-01-2024

DOI: <http://dx.doi.org/10.29303/jppm.v7i1.6059>

Abstrak - Usaha mikro atau usaha kecil dan menengah (UMKM) merupakan salah satu tulang punggung perekonomian Indonesia. Peran UMKM adalah memenuhi kebutuhan masyarakat akan produk-produk berkualitas unggul, membuka lapangan kerja baru dan meningkatkan pendapatan daerah. Salah satu usaha mikro yang paling menonjol di Desa Kembang Kerang Daya ialah dalam bidang pangan berupa produksi gula gending, namun pendistribusiannya dinilai kurang meluas. Tujuan dari pengabdian ini adalah mengembangkan produk gula gending dalam rangka mewujudkan UMKM naik kelas untuk meningkatkan hasil penjualan dan cakupan pendistribusian. Metode pelaksanaan yang dilakukan berupa observasi, diskusi, praktik, dan dokumentasi. Hasil yang diperoleh dari kegiatan ini ialah perubahan produk menjadi lebih unggul meliputi inovasi kemasan, logo, dan varian rasa guna menambah minat beli konsumen. Dari hasil kegiatan yang dilakukan, diharapkan dapat membuat UMKM Gula Gending Kembang Kerang Daya berkembang lebih pesat lagi sehingga dapat meningkatkan perekonomian desa.

Kata kunci: gula gending, distribusi, kemasan

LATAR BELAKANG

Desa Kembang Kerang Daya merupakan salah satu desa yang berada di Kecamatan Aikmel, Kabupaten Lombok Timur. Desa ini terletak pada koordinat 8°31'44.6" Bujur Timur dan 116°31'40.9" Lintang Selatan. Desa Kembang Kerang Daya terbagi menjadi 10 dusun dengan mata pencaharian terbanyak yaitu sebagai petani dan wirausahawan. Desa Kembang Kerang Daya merupakan salah satu desa yang cukup maju dalam bidang usaha, terutama dalam mengembangkan produk lokal masyarakatnya. Desa ini dapat dikatakan aktif dalam kegiatan usaha mikro atau usaha kecil dan menengah (UMKM).

Usaha mikro atau usaha kecil dan menengah (UMKM) adalah unit usaha produksi mandiri yang dijalankan oleh perorangan atau badan usaha di bidang perekonomian. UMKM merupakan salah satu tulang punggung perekonomian Indonesia yang patut mendapat

perhatian karena mampu menyerap tenaga kerja dan mengurangi pengangguran di tengah persaingan kerja di sektor formal. Peran UMKM adalah memenuhi kebutuhan masyarakat akan produk-produk berkualitas unggul, membuka lapangan kerja baru dan meningkatkan pendapatan daerah. Pemberdayaan UMKM merupakan pilihan strategis untuk meningkatkan pendapatan kelompok berpenghasilan rendah dan mengurangi kesenjangan pendapatan dan kemiskinan dengan meningkatkan kapasitas kewirausahaan dan keterampilan manajemen usaha (Irawan & Affan, 2020).

Salah satu usaha mikro yang paling menonjol di Desa Kembang Kerang Daya ialah dalam bidang pangan berupa produksi gula gending. Gula gending merupakan jajanan yang terbuat dari bahan dasar gula dan tepung dan dibentuk sedemikian rupa hingga menjadi serabut-serabut berwarna-warni. Keahlian

membuat gula gending diwariskan secara turun temurun, tidak sembarangan orang bisa membuatnya, salah sedikit saja maka hasilnya akan rusak. Bagi masyarakat desa, gula gending tak hanya sekedar jajanan namun juga sebagai tradisi budaya lokal yang tentunya harus dilestarikan. Pelestarian jajanan lokal ini tak dapat lepas dari pemasaran yang meluas dan dapat menjangkau lebih banyak konsumen, untuk mewujudkan hal ini diperlukan adanya pengembangan produk berupa perubahan kemasan tradisional menjadi lebih modern sehingga pendistribusiannya pun lebih luas (Attaturahmaniah, 2022).

Pengemasan (*packaging*) secara sederhana dapat juga diartikan sebagai suatu cara untuk menyampaikan produk kepada konsumen dalam keadaan terbaik. Dalam era globalisasi saat ini, kemasan memegang peranan yang penting karena akan selalu dikaitkan dengan produk yang dikemas dan merupakan nilai jual serta citra dari produk tersebut. Peran kemasan dalam suatu produk ialah (1) Sebagai wadah yang memungkinkan didistribusikannya suatu produk atau barang dari satu tempat ketempat yang lain atau dari produsen ke konsumen. (2) Melindungi produk yang dikemas dari pengaruh cuaca, benturan, tumpukan, dan lain-lain. 3) Memberikan informasi, *brand image* dan sebagai media promosi dengan pertimbangan mudah dilihat, dipahami serta diingat. Sehingga kebutuhan kemasan dalam memberi informasi menjadi bagian yang paling penting. Adanya kemasan yang standar pada UMKM dapat meningkatkan pemasaran dan penjualan pada konsumen (Widiati, 2019). Oleh karena itu, perlunya diadakan inovasi kemasan dalam rangka meningkatkan pemasaran produk, mengangkat citra dan nilai tambah pada produk, dan memperpanjang masa simpan produk sehingga dapat mewujudkan UMKM naik kelas untuk meningkatkan hasil penjualan.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan yang dilakukan oleh kelompok kuliah kerja nyata (KKN) Desa Kembang Kerang Daya terbagi menjadi beberapa tahap. Tahap pertama berupa analisis situasi terkait permasalahan produksi di Desa Kembang Kerang daya. Dalam tahap ini dilakukan wawancara bersama penjual gula gending dan beberapa tokoh masyarakat. Tahap kedua yaitu berdiskusi bersama kelompok sadar wisata (POKDARWIS) Desa Kembang Kerang Daya guna menentukan bentuk kemasan yang tepat. Topik diskusi berupa pemilihan kemasan yang bersifat inovatif dan efektif, ditentukan pula kemasan dan logo gula gending yang diharapkan berisi informasi terkait produk. Tahap ketiga yaitu pembuatan kemasan dan logo untuk gula gending, serta penambahan varian rasa dalam proses produksi gula gending. Pendistribusian gula gending juga dilakukan menggunakan media sosial guna mencakup lebih banyak konsumen. Kegiatan ini dilaksanakan kurang lebih tiga minggu disertai dokumentasi hasil pengembangan produk gula gending.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengembangan produk merupakan sebuah strategi untuk mencapai tujuan penjualan agar dapat memenangkan persaingan pasar. Sangat penting bagi sebuah bisnis untuk dapat melakukan strategi pemasaran yang baik, terutama pada bisnis UMKM. Setiap UMKM dalam mempertahankan dan meningkatkan penjualan perlu mengadakan suatu inovasi atau perubahan produk kearah yang lebih baik lagi karena produk yang dihasilkan oleh perusahaan selalu bergerak ke arah dinamis untuk memuaskan kebutuhan konsumen. Berikut rincian inovasi yang telah dilakukan.

1. Kemasan Gula Gending

Inovasi kemasan gula gending ini direalisasikan dengan berdiskusi bersama

POKDARWIS Desa Kembang Kerang Daya terlebih dahulu guna menemukan bentuk kemasan yang tepat. Pemilihan kemasan perlu disesuaikan dengan produk yang adakan dibuat. Selain digunakan untuk membungkus suatu produk, kemasan juga berfungsi sebagai pemikat hati konsumen terhadap produk (Apriyanti, 2018). Kemasan yang digunakan oleh produk gula gending pada awalnya hanya menggunakan kertas sederhana yang menyebabkan produk selalu terpapar udara. Kegiatan pengabdian ini telah merekomendasikan untuk mengganti kemasannya dengan menggunakan *zip lock* agar dapat mengikuti tren dan dapat menarik hati konsumen. Dengan kemasan yang menarik diharapkan produk UMKM ini dapat bersaing di pasaran. Kemasan *zip lock* dipilih karena bentuknya yang simpel dan menarik. Selain itu, kemasan dalam bentuk *zip lock* juga dinilai sangat efektif dan efisien untuk dijadikan kemasan gula gending. Selain itu, kemasan *zip lock* juga dapat menahan udara, air, dan benda lainnya yang bisa merusak produk. Hal tersebut akan membuat gula gending bertahan lebih lama, produk pun akan lebih mudah untuk dibawa bepergian.



Gambar 1. Kemasan gula gending menggunakan *zip lock*

Perencanaan kemasan haruslah seefektif dan efisien mungkin. Pada kemasan gula gending yang dibuat, ditempelkan beberapa hal meliputi nama produk, logo UMKM, komposisi, pilihan

varian rasa, berat bersih, dan kontak pemesanan. Hal ini dilakukan untuk mempermudah konsumen dalam memperoleh informasi terkait produk yang tersedia.



Gambar 2. sejumlah informasi yang tertera pada kemasan gula gending

2. Logo Gula Gending

Disamping adanya kemasan, keberadaan logo untuk sebuah produk juga dinilai sangat penting. Logo merupakan identitas suatu perusahaan yang diaplikasikan oleh sebuah pelaku usaha sebagai bentuk komunikasi visual. Pengembangan logo bagi UMKM akan berdampak pada nilai jual produk itu sendiri. Komponen-komponen ini membantu pembeli dalam memvisualisasikan, menggambarkan, dan membedakan barang yang ditawarkan. Kekuatan logo adalah pelanggan akan segera menghubungkannya dengan merek dan produk (Ainun, 2023).



Gambar 3. Desain logo pengembangan produk gula gending

Logo Gula Gending Desa Kembang Kerang Daya mencantumkan visualisasi yang sekiranya menggambarkan produk gula gending itu sendiri. Desain logo yang dibuat

merepresentasikan simbol gula gending, dipilih gambar nenek-nenek karena gula gending itu sendiri memiliki nama lain rambut nenek. Kemudian dibawah simbol terdapat gambar warna -warni produk gula gending yang menandakan bahwa produk tersebut tidak monoton dan memiliki berbagai varian rasa. Selain itu, pada bagian atas tertulis kata “Kembang Kerang Daya” yang berarti produk tersebut merupakan produk khas dari Desa Kembang Kerang Daya.

3. Penambahan variasi rasa gula gending

Variasi produk adalah strategi perusahaan dengan meningkatkan keanekaragaman produk yang bertujuan agar konsumen mendapatkan produk yang diinginkan dan dibutuhkannya. Adanya variasi produk menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan terhadap minat beli ulang konsumen (Lestari & Novitaningtyas, 2021). Dengan demikian, pebisnis makanan dan minuman perlu terus berinovasi untuk meningkatkan variasi produk yang ditawarkan sehingga menarik minat konsumen untuk membelinya. Dalam pengabdian ini, dilakukan inovasi varian rasa gula gending. Jika umumnya gula gending yang dijual hanya memiliki rasa original, maka kini Gula Gending Desa Kembang Kerang daya memiliki varian rasa terbaru yaitu *strawberry* dan *cokelat*. Penambahan varian rasa gula gending diharapkan mampu menambah minat konsumen untuk membeli produk Gula Gending Desa Kembang Kerang Daya.



Gambar 4. Macam varian rasa Gula Gending Desa Kembang Kerang Daya

KESIMPULAN DAN SARAN

Potensi UMKM di Desa Kembang Kerang Daya harus didukung dengan pengembangan inovasi agar produk yang tercipta dapat menjangkau lebih banyak konsumen. Salah satu caranya yaitu dengan penggantian kemasan yang awal mulanya bersifat tradisional menjadi kemasan lebih modern berupa kemasan *zip lock* guna memudahkan proses pendistribusian yang lebih luas. Upaya lain yang digunakan dalam pengembangan produk ialah penambahan logo dan variasi rasa gula gending. Berbagai hal yang dilakukan untuk pengembangan produk diharapkan dapat membuat UMKM Gula Gending Kembang Kerang Daya berkembang lebih pesat lagi dan dapat meningkatkan perekonomian desa sehingga menciptakan kesejahteraan bagi masyarakat di desa tersebut.

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Mataram, serta terima kasih atas dukungan pemerintah Desa dan warga Desa Kembang Kerang Daya sehingga kegiatan KKN dapat berjalan dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Ainun, N. (2023). Pentingnya Peran Logo Dalam Membangun Branding Pada Umkm. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 6(1), 674-680.
- Apriyanti, M. E. (2018). Pentingnya Kemasan Terhadap Penjualan Produk Perusahaan. *Sosio e-kons*, 10 (1), 20-27.
- Atiaturrahmaniah, Lasmawan, I. W., dan Suastika, I. N. (2022). Usaha gula gending sebagai pelestarian budaya dan mata pencaharian masyarakat Kembang Kerang. *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)*, 7(4), 207-212.

- Irawan & Affan. (2020). Pendampingan Branding Dan Packaging Umkm Ikatan Pengusaha Aisyiyah Di Kota Malang. *Jurnal Pengabdian dan Peningkatan Mutu Masyarakat (Janayu)*. 1(1), 32–36.
- Lestari, B., dan Novitaningtyas, I. (2021). Pengaruh Variasi Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang Konsumen pada Coffeeville-Oishi Pan Magelang. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 2(3), 150-158.
- Widiati, A. (2019). Peranan Kemasan (Packaging) Dalam Meningkatkan Pemasaran Produk Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm) Di “Mas Pack” Terminal Kemasan Pontianak. *Jurnal Audit dan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura*, 8(2), 67-76.