

Pelatihan Komunikasi dalam Meningkatkan Kualitas Produk yang Dihasilkan oleh UMKM

Leila Mona Ganiem¹, Muhammad Sabir², Muntasir³, Anshar Daud⁴, Agustina Rantesalu⁵

¹Universitas Mercu Buana

²Sekolah Tinggi Pariwisata Tamalatea

³Universitas Nusa Cendana

⁴Intitut Teknologi dan Bisnis Nobel Indonesia

⁵Intitut Teknologi dan Bisnis Nobel Indonesia

leila.mona@mercubuana.ac.id sabirali711025@gmail.com muntasir@staf.undana.ac.id anshar@stienobel-indonesia.ac.id tina08wi@gmail.com

Info Artikel :

Diterima :

25-12-2023

Disetujui :

07-01-2024

Dipublikasikan :

30-01-2024

ABSTRAK

Kontribusi sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia meningkat dari 57,84% menjadi 60,34% dalam lima tahun terakhir. Pemberdayaan UMKM menjadi krusial dalam memajukan perekonomian dan menyerap tenaga kerja. Salah satu upaya pemberdayaan adalah melalui pelatihan desain kemasan produk, mengatasi kendala daya saing produk UMKM di Ternate. Desain kemasan yang menarik diharapkan dapat meningkatkan daya tarik, kompetitivitas, dan citra produk, sejalan dengan visi Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi, dan UMKM untuk meningkatkan daya saing produk UMKM secara nasional dan internasional. Pelatihan melibatkan metode ceramah, praktik, dan pendampingan, diikuti oleh 30 kepala sekolah sebagai peserta pelatihan masyarakat, dengan fokus pengembangan supervisi kepala sekolah.

Kata Kunci: Pelatihan, Komunikasi, Produk, UMKM

ABSTRACT

The contribution of the Micro, Small and Medium Enterprises (MSME) sector to Indonesia's Gross Domestic Product (GDP) increased from 57.84% to 60.34% in the last five years. Empowering MSMEs is crucial in advancing the economy and absorbing the workforce. One of the empowerment efforts is through product packaging design training, overcoming obstacles to the competitiveness of MSME products in Ternate. It is hoped that attractive packaging designs can increase the attractiveness, competitiveness and image of products, in line with the vision of the Department of Industry, Trade, Cooperatives and MSMEs to increase the competitiveness of MSME products nationally and internationally. The training involved lecture, practice and mentoring methods, attended by 30 school principals as community training participants, with a focus on developing principal supervision.

Keywords: Training, Communication, Products, MSMEs



©2022 Penulis. Diterbitkan oleh Sabajaya Publisher. Ini adalah artikel akses terbuka di bawah lisensi Creative Commons Attribution NonCommercial 4.0 International License. (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>)

PENDAHULUAN

Sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang signifikan dalam kemajuan ekonomi Indonesia. Kontribusi UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) meningkat dari 57,84 persen menjadi 60,34 persen selama lima tahun terakhir, mencerminkan pertumbuhan yang positif. Selain itu, sektor UMKM juga berperan dalam penyerapan tenaga kerja, dengan pertumbuhan penyerapan tenaga kerja dari 96,99 persen menjadi 97,22 persen dalam periode yang sama. Dengan demikian, pemberdayaan UMKM menjadi sangat penting dalam memajukan perekonomian rakyat.

Salah satu langkah pemberdayaan yang diusulkan adalah melalui pelatihan desain kemasan produk. Hal ini dilatarbelakangi oleh kendala yang dihadapi produk UMKM Indonesia, terutama dalam

persaingan dengan produk luar negeri. Kemasan produk lokal dinilai kurang menarik dan dianggap tidak higienis, sehingga mempengaruhi daya saingnya di pasar. Dalam konteks ini, pelatihan desain kemasan diharapkan dapat meningkatkan daya tarik produk UMKM, menjadikannya lebih kompetitif di pasar lokal maupun global.

Kemasan produk dianggap sebagai aspek penting dalam pemasaran karena memiliki peran ganda sebagai peningkat nilai jual dan citra produk. Desain kemasan yang menarik dapat memberikan pesan positif kepada konsumen, memikat mata, dan menciptakan nilai tambah pada produk. Oleh karena itu, desain kemasan dianggap sebagai "the silent sales-man/girl" yang mampu berkomunikasi dengan konsumen melalui pesona produk.

Dalam menghadapi era globalisasi, kemasan bukan hanya sebagai wadah fisik, tetapi juga sebagai elemen yang mencerminkan nilai dan citra suatu produk. Oleh karena itu, melalui pelatihan desain kemasan, diharapkan UMKM di Ternate, Kabupaten Kampar dapat meningkatkan daya saingnya, menciptakan nilai tambah produk, dan memperbaiki citra produk dalam benak konsumen. Upaya ini sejalan dengan harapan Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi, dan UMKM untuk meningkatkan daya saing produk UMKM, baik di tingkat nasional maupun internasional.

METODE PELAKSANAAN

Metode yang digunakan adalah metode ceramah oleh pemateri, praktik oleh pemateri dan peserta, pendampingan peserta saat membuat model supervisi. Peserta yang mengikuti kegiatan pelatihan masyarakat ini adalah 30 orang kepala sekolah. Detail kegiatan pelatihan ini sebagai berikut:

1. Pertemuan awal
2. Pertemuan awal dilaksanakan oleh tim pelaksana pelatihan dan kepala sekolah untuk membicarakan rencana kegiatan,
3. Menyiapkan kebutuhan yang akan digunakan selama kegiatan berlangsung,
4. Selanjutnya adalah pelaksanaan kegiatan
5. Keberlanjutan program: kegiatan pengabdian ini adalah akan tetap dilaksanakan kegiatan yang sama demi peningkatan kualitas supervisi kepala sekolah dapat terus meningkatkan jumlah anggota

HASIL DAN PEMBAHASAN

Industri rumahan atau UMKM di Kota Ternate, bermula dari inisiatif para pelaku usaha untuk meningkatkan pendapatan keluarga. Saat ini, pemasaran produk mereka terbatas pada penjualan keliling di sekitar desa atau kepada tetangga. Khususnya untuk kedai makanan, konsumen yang menikmati produk mereka terutama berasal dari masyarakat setempat atau orang yang kebetulan berkunjung ke ternate. Dari segi pemasaran, belum banyak memanfaatkan teknologi untuk promosi dan masih melibatkan metode tradisional atau offline.

Hasil wawancara dengan pemilik UMKM menunjukkan bahwa selama ini kualitas produk bukan menjadi prioritas utama. Mereka kurang memperhatikan kebersihan produk, baik selama proses produksi maupun setelahnya. Hal ini disebabkan oleh kurangnya pemahaman akan pentingnya kualitas produk dalam meningkatkan penjualan dan keuntungan. Sebagai akibatnya, masih banyak produk yang diproses tanpa memperhatikan aspek kebersihan, dan beberapa produk menggunakan bahan kimia berlebihan seperti MSG (Monosodium Glutamat) dan zat kimia lainnya seperti Borax.

Bauran pemasaran saat ini mencakup beberapa permasalahan, antara lain kebersihan produk yang kurang, variasi produk yang beragam, tampilan kemasan yang masih kurang menarik dan menggunakan bahan yang tidak sesuai untuk makanan, serta terbatasnya tempat pemasaran hanya pada konsumen di sekitar desa. Promosi yang dilakukan saat ini lebih bersifat langsung kepada pedagang tanpa memanfaatkan potensi media sosial.

Untuk mengatasi permasalahan tersebut, diusulkan beberapa solusi, antara lain meningkatkan kebersihan produk, memperhatikan aspek kesehatan dan kehygienisan dengan mengurangi penggunaan zat beracun, dan memperbaiki kemasan produk. Selain itu, diperlukan perhatian pada perlengkapan dan peralatan produksi, rantai pasok, dan merk produk. Untuk mendukung kualitas produk, disarankan juga membuat varian rasa dan meningkatkan tampilan kemasan dengan pembuatan logo yang lebih menarik.

Dalam hal pemasaran, perlu dilakukan promosi melalui media sosial seperti Whatsapp dan Instagram untuk mencapai pasar yang lebih luas. Media sosial dianggap efektif dan ekonomis dalam memasarkan produk. Pelatihan juga diperlukan untuk meningkatkan pemahaman pelaku usaha dalam proses produksi yang berkualitas. Dengan langkah-langkah tersebut, diharapkan UMKM di Ternate dapat meningkatkan kualitas produk dan daya saingnya di pasar.



Gambar 1 Pelaksanan UMKM
Sumber: Info Sumut

KESIMPULAN

Sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peran yang signifikan dalam kemajuan ekonomi Indonesia. Kontribusi UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) meningkat dari 57,84 persen menjadi 60,34 persen selama lima tahun terakhir, mencerminkan pertumbuhan yang positif. Seiring dengan itu, sektor UMKM juga memberikan kontribusi dalam penyerapan tenaga kerja, dengan pertumbuhan penyerapan tenaga kerja dari 96,99 persen menjadi 97,22 persen dalam periode yang sama. Oleh karena itu, pemberdayaan UMKM menjadi sangat penting dalam memajukan perekonomian rakyat.

Salah satu strategi pemberdayaan yang diusulkan adalah melalui pelatihan desain kemasan produk. Kendala yang dihadapi produk UMKM Indonesia, terutama dalam persaingan dengan produk luar negeri, melibatkan kemasan produk lokal yang dianggap kurang menarik dan dianggap tidak higienis. Oleh karena itu, melalui pelatihan desain kemasan diharapkan dapat meningkatkan daya tarik produk UMKM, membuatnya lebih kompetitif di pasar lokal maupun global.

Pentingnya kemasan produk dalam pemasaran tercermin dalam perannya ganda sebagai peningkat nilai jual dan citra produk. Desain kemasan yang menarik dapat menyampaikan pesan positif kepada konsumen, menciptakan daya tarik visual, dan menambah nilai pada produk. Dalam konteks ini, desain kemasan dianggap sebagai "the silent sales-man/girl" yang mampu berkomunikasi dengan konsumen melalui daya tarik produk.

Dalam menghadapi era globalisasi, kemasan tidak hanya sebagai wadah fisik, melainkan juga sebagai elemen yang mencerminkan nilai dan citra suatu produk. Dengan pelatihan desain kemasan, diharapkan UMKM di Ternate, dapat meningkatkan daya saingnya, menciptakan nilai tambah pada produk, dan memperbaiki citra produk dalam benak konsumen. Langkah ini sejalan dengan harapan Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi, dan UMKM untuk meningkatkan daya saing produk UMKM, baik di tingkat nasional maupun internasional.

Dalam pelaksanaannya, metode yang digunakan mencakup ceramah, praktik oleh pemateri dan peserta, serta pendampingan peserta saat membuat model supervisi. Pelatihan diikuti oleh 30 kepala sekolah sebagai peserta dengan tahapan kegiatan melibatkan pertemuan awal, persiapan kebutuhan selama kegiatan, pelaksanaan kegiatan, dan keberlanjutan program. Tujuannya adalah agar pelatihan dapat terus meningkatkan jumlah anggota yang terlibat dalam pengembangan supervisi kepala sekolah.

DAFTAR PUSTAKA

- Alika, Rizky. 2020. Survei ILO: 70% *UMKM di Indonesia Setop Produksi Akibat Covid-19*. <https://katadata.co.id/ekarina/berita/5ed7c7e8cbb2a/surveiilo-70-umkm-di-indonesiasetop-produksi-akibat-covid19>. Diakses pada Kamis 13 Agustus 2020.
- Assauri, Sofjan 2008. *Manajemen Produksi dan Operasi (Edisi Revisi)*. Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, Depok-Jawa Barat.
- Aufar, Arizali. 2014. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Informasi Akuntansi Pada UMKM (Survei Pada Perusahaan Rekanan PT. PLN (Persero) di Kota Bandung)*.
- Hikmat, Harry. 2006. *Strategi Pemberdayaan Masyarakat*. Humaniora Utama, Jakarta.
- Khammash, M. 2008. *Electronic Worldof-Mounth: Antecedents of Readig Customer Review in On-line Opinion Platforms: A Quantitive Study From the UK Market*. ADIS International Conference.
- Kotler, Philip. 1985. *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, (Terjemahan). Jakarta: Salemba Empat, Printice Hall, Edisi Indonesia.
- Peraturan Daerah Kabupaten Cianjur Nomor 17 Tahun 2012 Tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Kabupaten Cianjur Tahun 2011 - 2031 Bagian Ketiga Paragraf 6 Kawasan Peruntukan Perindustrian Pasal 39
- Powers, T., Advincula, D., Austin M, Graiko S., & Snyder, J. 2012. *Digital and Social Media in The Purchase Decision Process*, Journal of Advertising Research.
- Putri, Arum S. 2019. *Peran UMKM dalam Perekonomian Indonesia*. <https://www.kompas.com/skola/read/2019/12/20/120000469/peran-umkm-dalamperekonomianindonesia?page=all>. Diakses pada Kamis 13 Agustus 2020.
- Sugiyono (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Suharto, Edi. 2004. *Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat: kajian Strategis Pembangunan Kesejahteraan Sosial & Pekerjaan Sosial*. Refika Aditama, Bandung.
- Sumodiningrat, Gunawan. 1999. *Pemberdayaan Masyarakat*. P.T. Gramedia Puataka Utama, Jakarta.

- Sutoni, A. 2018. *Determination Of Regional Main Products With Fuzzy Logic Approach In Re Regional Sula Island Of North Maluku Pro Province. Proceeding of International Conference on Digital Arts, Media and Technology (ICDAMT)*, Pha Yao University, Chiang Rai, Thailand.
- Sutoni, A. 2018. *Konsep Inovasi Keripik Gadung dalam Pemberdayaan Masyarakat di desa Kutawaringin, kecamatan Mande, kabupaten Cianjur*. Jurnal IKRA-ITH Abdimas, Vol. 1 No. 2. UPI YAI, Jakarta.
- Thiagarajan, S., Semmel, D. S & Semmel, M. I. 1974. *Instructional Development for Training Teachers of Expectional Children*. Minneapolis, Minnesota: Leadership Training Institute/Special Education, University of Minnesota.
- Wrihantolo, Randy R. dan Dwidjowijoto, Rianto Nugroho. 2007. *Manajemen Pemberdayaan : Sebuah Pengantar dan Panduan Untuk Pemberdayaan Masyarakat*. P.T. Elex Media Komputindo. Jakarta