



## PENINGKATAN KUALITAS PRODUK UMKM MITRA KADIN SURAKARTA

Miftachul Ma'arif<sup>1\*</sup>, Adnan Effendi<sup>2</sup>, Reza Rahardian<sup>3</sup>, Yong Dirgiatmo<sup>4</sup>, Hidajat Hendarsjah<sup>5</sup>

<sup>1,2,3,4,5</sup>Universitas Sebelas Maret Surakarta  
miftachul.maarif@staff.uns.ac.id\*

### **Article History:**

Received: 02-11-2023

Revised: 07-11-2023

Accepted: 08-11-2023

**Keywords:** Product Development; UMKM Mitra Kadin

**Abstract:** Indonesia mendapatkan sokongan besar PDB dari UMKM baik skala Mikro, Kecil dan Menengah. Namun sayangnya hal tersebut belum sejalan dengan perkembangan UMKM yang cenderung masih bersifat Tradisional dalam pengelolaannya. Hal tersebut senada dengan pelaku UMKM Mitra Kadin Surakarta yang memiliki kecenderungan minim dalam proses pengembangan produk. Pengembangan produk menjadi salah satu alternatif yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kinerja. Dengan adanya Pengembangan Produk, diharapkan segmen pasar UMKM dapat diperluas untuk mendapatkan potensi pendapatan yang semakin tinggi. Pengabdian ini bertujuan untuk memberikan pendampingan kepada UMKM Mitra Kadin dalam proses pengembangan Produk yang lebih kompleks. dengan menggunakan metode Plan, Do, Check, Analysis, diharapkan Produk-produk UMKM semakin berkembang dan mampu menciptakan value added sebagai keunggulan bersaing dalam dunia bisnis.

© 2022 SWARNA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat

## PENDAHULUAN

Kadin Surakarta merupakan Organisasi yang mewadahi para pelaku usaha UMKM di area Surakarta sekaligus mitra strategis Pemerintah dalam mendorong pergerakan dunia usaha. Sehingga KADIN memiliki tanggung jawab untuk mendorong perbaikan iklim investasi khususnya di wilayah Surakarta. UMKM Mitra Kadin terdiri dari berbagai macam bidang diantaranya makanan, *fashion*, jasa pendidikan, Produk kreatif, kecantikan, Even Organizer dsb. Menurut Data KemenkopUKM, jumlah UMKM yang ada di kota Surakarta sekitar 17.964 atau sekitar 12,96% dari jumlah UMKM yang ada di Jawa Tengah. Hal ini menunjukkan bahwa potensi UMKM di Surakarta cukup besar, untuk maksimalisasi jumlah UMKM tersebut, perlu upaya peningkatan kualitas dan daya saing UMKM baik dari hulu sampai ke hilir agar lebih komprehensif.

Namun sayangnya potensi tersebut belum sejalan dengan kualitas UMKM yang memiliki kecenderungan berorientasi secara tradisional. Hal ini dapat ditunjukkan dari pengelolaan usaha UMKM yang cenderung manual. Banyak diantara pelaku UMKM yang belum memanfaatkan kecanggihan teknologi dalam usahanya seperti pada aspek produksi beberapa diantaranya menggunakan alat-alat manual, pada aspek pemasaran, banyak UMKM yang hanya mengandalkan jaringan yang sudah dimiliki tanpa adanya upaya pemasaran tambahan. Dari aspek produk, beberapa produk UMKM masih minim dalam hal *packaging* dimana hal tersebut tentunya dapat menambah nilai produk UMKM tersebut.

Pada aspek keuangan, banyak diantara para pelaku UMKM yang masih belum memahami pengelolaan keuangan dasar yang baik. Hal ini ditunjukkan beberapa pelaku UMKM yang masih menggabungkan modal usaha dengan keuangan pribadi. Tentunya hal ini bukan tanpa alasan, para pelaku UMKM memiliki kecenderungan minim pada literasi keuangan. Para pelaku UMKM merasa hal tersebut merupakan hal yang wajar, pada akhirnya uang tersebut adalah kepemilikan pelaku UMKM. Namun perilaku seperti ini tentu akan menjadikan bias dalam informasi khususnya pada keuangan. Bias informasi tersebut nantinya akan memengaruhi proses pengambilan keputusan dalam usaha. Informasi yang tidak valid akan berdampak pada keputusan bisnis yang tidak sesuai dengan harapan. Termasuk diantaranya tentang peningkatan kualitas produk dalam upaya meningkatkan kinerja dan pendapatan UMKM.

## **METODE PELAKSANAAN**

Metode pelaksanaan program dilaksanakan untuk memecahkan masalah yang dihadapi mitra yaitu pengembangan produk, akan dilakukan dalam beberapa tahap:

Tahap pertama pengenalan yaitu untuk memberikan pemahaman kepada mitra melalui sosialisasi oleh tim pengabdian mengenai pentingnya sebuah produk dan bagaimana mengembangkan produk yang sudah dimiliki sehingga memiliki value yang lebih tinggi dari pada kompetitor. Tahap ini diterapkan dalam kegiatan:

1. Melakukan pengamatan mengenai proses bisnis yang berjalan terutama produk yang telah dihasilkan.
2. Memahami struktur dan pola organisasi.
3. Mengidentifikasi dan memilih produk yang akan dikembangkan sesuai kebutuhan pasar.

Tahap kedua perencanaan dan pengembangan yaitu melakukan analisis produk yang telah dihasilkan terutama dari sisi produksinya (fitur, kualitas, dsb) yang dilakukan oleh mahasiswa selaku pendamping UMKM dan Kadin selaku Mitra UMKM. Tahap ketiga implementasi, yaitu tahap menerapkan produk yang telah dikembangkan, yang dimulai dari pengenalan produk di pasar yang dilakukan oleh Mitra UMKM maupun Mahasiswa Pendamping UMKM. Tahap kelima adalah evaluation, yaitu tahap menerapkan sistem evaluasi mengenai respon pasar (konsumen) terhadap produk yang akan dilakukan oleh Kadin Surakarta melalui penilaian hasil pengembangan produk UMKM.

### **Waktu dan Tempat Pengabdian**

Pengabdian ini dilakukan pada UMKM Mitra Kadin yang ada di Soloraya, dimana lokasi pengabdian berkisar 10 KM dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNS dengan jarak tempuh kurang lebih 19 menit. Pengabdian ini menggunakan dana non APBN UNS Skema Pengabdian Hibah Grup Riset dengan berfokus pada peningkatan kualitas UMKM Melalui pengembangan keahlian dalam menciptakan produk dan turunannya. Kegiatan ini dilakukan selama kurun waktu satu tahun terhitung dari 17 Maret 2023 hingga Desember 2023.

### **Target Pengabdian**

Pengabdian ini menargetkan Pengembangan Produk UMKM agar mampu berkompetisi dan bersaing dengan produk-produk baik pada skala lokal, nasional maupun internasional. Sehingga diharapkan produk UMKM Mitra Kadin Surakarta mampu mengikuti dan berkembang serta dapat melakukan perbaikan secara terus menerus mengikuti perkembangan zaman saat ini.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan Pengabdian Riset Grup Operasi dan Strategik dilakukan pada UMKM Mitra KADIN Surakarta. Sampai saat ini RG MOS telah mengupayakan melakukan pendampingan dengan melibatkan pada mahasiswa pada program studi S-1 Manajemen dimana masing-masing Mitra UMKM didampingi oleh 2 Mahasiswa. Berikut daftar Mahasiswa yang terlibat dalam kegiatan pengabdian RG MOS.

Nama	NIM
Diatmiko Darajad	F0220035
Lazuardi Izzahidan Agnadhafin	F0220078
Aji Pancar Jati	F0220007
Rizal Daffa Diatama	F0220118
Rahmat Fikri	F0220112
Naufal Rayhan Savero	F0220102
Fatwa Yus Digantara	F0220053
Rafael Deus Abhirama Moektijono	F0220110
Sandi Muhammad Izra	F0220124
Hafidh Rizky Ramadhan	F0220064
Muhammad Ezzat Alfauzi	F0220085
Marcella Zhafirah	F0220082

**Gambar 1.** Daftar Nama Mahasiswa Pendamping

Mahasiswa berikut setidaknya mendampingi UMKM Mitra Kadin dengan asumsi setiap UMKM didampingi oleh 2 Mahasiswa Prodi S-1 Manajemen untuk membantu mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh UMKM. Berikut daftar pendampingan UMKM Mitra Kadin Surakarta.

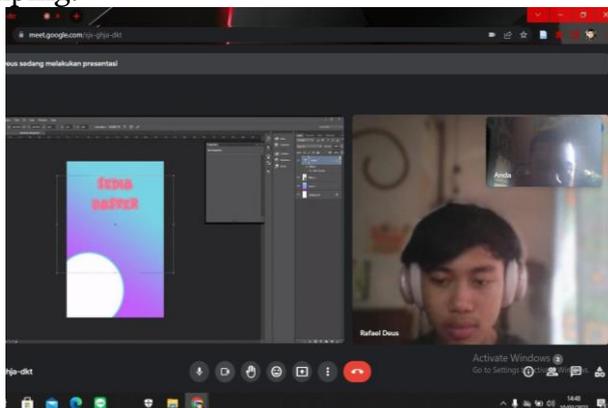
Nama	NIM	Nama Mitra
Diatmiko Darajad	F0220035	Sutrisni - Tresnoni Fashion
Lazuardi Izzahidan Agnadhafin	F0220078	Sutrisni - Tresnoni Fashion
Aji Pancar Jati	F0220007	Zulfa - Cotton Visa Batik
Rizal Daffa Diatama	F0220118	Zulfa - Cotton Visa Batik
Rahmat Fikri	F0220112	Niken dedes - Sedhah Corner
Naufal Rayhan Savero	F0220102	Niken dedes - Sedhah Corner
Fatwa Yus Digantara	F0220053	Malyana - Maharany Sekar Solo
Rafael Deus Abhirama Moektijono	F0220110	Malyana - Maharany Sekar Solo
Sandi Muhammad Izra	F0220124	Kharisma Ayu - D'Imperio
Hafidh Rizky Ramadhan	F0220064	Kharisma Ayu - D'Imperio
Muhammad Ezzat Alfauzi	F0220085	Fransisca Xaveria - Marnich
Marcella Zhafirah	F0220082	Fransisca Xaveria - Marnich

**Gambar 2.** Daftar UMKM Mitra KADIN

Pendampingan ini diikuti oleh 12 Mahasiswa untuk melakukan pendampingan terhadap 6 UMKM Mitra Kadin Surakarta. Beberapa permasalahan yang dihadapi oleh UMKM diantaranya berkaitan dengan penciptaan variasi produk, pengelolaan digital *marketing*, dan beberapa diantara lainnya berkaitan dengan bagaimana menjaga kualitas produk UMKM. Tahapan pendampingan Mitra UMKM meliputi empat tahapan utama yaitu

1. Pengenalan, yaitu untuk memberikan pemahaman kepada mitra melalui sosialisasi oleh tim pengabdian mengenai pentingnya sebuah produk dan bagaimana mengembangkan produk yang sudah dimiliki sehingga memiliki *value* yang lebih tinggi dari pada *competitor*. Pada tahapan ini, Tim pengabdian telah melakukan sosialisasi kepada mahasiswa pendamping terkait pentingnya produk dan upaya pengembangan suatu produk. Mahasiswa dibekali kemampuan untuk mengidentifikasi nilai (*value*) pada suatu produk. Dari hasil sosialisasi didapatkan pemahaman tentang nilai suatu produk

yang tidak hanya pada aspek keunggulan produk melainkan bagaimana nilai pada suatu produk tersebut mampu untuk menjadi solusi atas permasalahan ataupun kebutuhan yang diinginkan pasar terhadap suatu produk. Berikut dokumentasi sosialisasi pada mahasiswa pendamping.



**Gambar 3.** Sosialisasi *Value* Produk Pada Mahasiswa Pendamping

2. Pengembangan Produk, yaitu melakukan analisis produk yang telah dihasilkan terutama dari sisi produksinya (fitur, kualitas, dsb) yang dilakukan oleh mahasiswa selaku pendamping UMKM dan Kadin selaku Mitra UMKM. Pengembangan produk ini dilakukan oleh mahasiswa pendamping dengan beberapa aktivitas, diantaranya pengembangan produksi, pemasaran dan keuangan. Pengembangan ini dilakukan dengan Perbaikan tersebut meliputi me-rebranding ulang sosial media sehingga dapat menarik konsumen, untuk di e-commerce seperti Shopee melakukan pengeditan dalam beberapa produk yang sudah sold out maupun stok telah habis dan mengupload ulang beberapa produk terbaru. Tidak hanya itu para pendamping juga Melakukan pengambilan foto produk yang dipergunakan dalam pemasaran online. Foto produk tersebut akan digunakan untuk produk di sosial media maupun e-commerce. Foto produk yang menarik dapat membantu UMKM menarik perhatian calon pelanggan. Dengan menampilkan gambar produk yang menarik, menarik mata dan membangkitkan minat pembeli potensial untuk mengetahui lebih lanjut tentang produk tersebut.



**Gambar 4.** Pengembangan Produk UMKM Melalui Foto Produk

Hal lain yang diupayakan yaitu dengan membuat *company profile* untuk anggota UMKM yang belum memilikinya. Selain UMKM utama, beberapa UMKM juga meminta bantuan untuk membuat *company profile*, seperti dari *nyammi.snack* dan juga *Viva Collection* yang merupakan UMKM anggota kelompok 2 Solo Preneur. Membantu membuat *packaging* yang sesuai dengan konsep dari D'Imperio yaitu ramah lingkungan. *Packaging* yang dimaksud adalah kardus dan kertas sekali pakai yang kemudian diberi logo D'Imperio sebagai identitas dari *brand* produk. *Packaging* yang menarik menjadi nilai plus bagi konsumen karena akan membuat daya tarik untuk transaksi kedepannya.

3. Implementasi, yaitu tahap menerapkan produk yang telah dikembangkan, yang dimulai dari pengenalan produk di pasar yang dilakukan oleh Mitra UMKM maupun Mahasiswa Pendamping UMKM. Upaya ini dilakukan di beberapa lokasi diantaranya Gatsu (Gatot Subroto), Event Mangkunegaran, Mandiri Tower, Hotel Loji, Penjualan di Intagram Ads, Hotel Tresnoni, dan sebagainya. Berikut dokumentasi penjualan yang dilakukan di beberapa lokasi yang berbeda terkait produk yang telah di upgrade baik dari aspek tampilan, kualitas pengemasan, dan beberapa aktivitas bisnis lainnya.



**Gambar 5.** Pemasaran Produk UMKM di Berbagai Tempat

4. Evaluasi, tahap menerapkan sistem evaluasi mengenai respon pasar (konsumen) terhadap produk yang dilakukan oleh Kadin Surakarta melalui penilaian hasil pengembangan produk UMKM. Proses evaluasi ini dilakukan oleh tim pengabdian dengan melakukan penilaian terhadap berbagai upaya yang telah dilakukan oleh Mahasiswa pendamping dengan melibatkan respon pemilik serta KADIN Surakarta yang diagendakan dalam konsep seminar luaran untuk melihat bagaimana perubahan dan dampak yang terjadi dengan adanya upaya pengembangan produk tersebut. Hasil Pengamatan menyatakan hamper semua UMKM yang didampingi telah menghasilkan beberapa dokumen bisnis seperti Dokumen Market Mapping UMKM, Dokumen Company Profile, Dokumen pendukung Promosi Usaha seperti Brosur, peremajaan konten produk pada media social, dan sebagainya. Disamping itu ada beberapa UMKM yang berhasil mengembangkan Motif Batik berbasis Lagu jawa anak-anak. Dokumen ini sangat penting bagi para pelaku UMKM yang akan meningkatkan kinerja usahanya.

## KESIMPULAN DAN SARAN

UMKM Mitra Kadin sebagai salah satu pendongkrak PDB Nasional tentu perlu melakukan berbagai macam akselerasi mulai dari penciptaan produk, proses maupun upaya pengenalan produk kepada masyarakat agar mampu bersaing di kancah internasional dengan tetap mengedepankan *Continues Imprevement* sebagai salah satu strategi untuk memenangkan persaingan global dan diterima oleh konsumen secara luas.

Tercatat hampir semua UMKM yang didampingi berhasil mengembangkan Dokumen Pendukung Bisnis untuk dapat dijadikan sebagai salah satu keunggulan kompetitif dalam persaingan bisnis. Harapannya UMKM menjadikan pendampingan ini sebagai prototype untuk pengembangan produk dimasa mendatang.

### UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada KADIN Surakarta beserta MITRA yang telah berpartisipasi dalam menyukseskan kegiatan pengabdian pada Grup Riset Operasi dan Strategik FEB UNS.

### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Adityo Wahyu, Surakarta Disebut Punya Potensi Ekonomi UMKM yang Tinggi, Ini Pesan Deputi Mikro KemenKopUKM, yang diakses pada link <https://umkm.kompas.com/read/2022/09/27/070000583/surakarta-disebut-punya-potensi-ekonomi-umkm-yang-tinggi-ini-pesan-deputi-mikro?page=all>
- [2] Adzwin, & Anggadwita, G. (2016). Analisis Pengembangan Produk Baru Berbasis Teknologi Pada Rintisan Usaha Wallts (Start-Up). e-proceeding of management Vol. 3 No.3 , 2735
- [3] Agustina, F., & Kamalia, N. L. (2012). Perumusan Strategi Pengembangan Produk Kurma Salak Berdasarkan Analisis Product Life Cycle (PLC) dan SWOT Pada Kelompok Tani Ambudi Makmur II Bangkalan. Jurnal Inovasi dan Kewirausahaan vol. 1 No. 2 , 105-112.
- [4] Ulrich dan Epingers, 2001. Perancangan dan Pengembangan Produk, Diterjemahkan Nora Azmi dan Iveline Ane Marie, Salemba Teknik, Jakarta.
- [5] Albert Wijaya, pentingnya pengembangan produk perusahaan, manajemen dan usahawan Indonesia (Jakarta: universitas Indonesia 1995).
- [6] <https://glints.com/id>
- [7] <https://kemenkopukm.go.id/>