

Penerapan Nilai Tambah Produk Berdasarkan Level Pohon Industri Untuk Peningkatan Pendapatan Di Masa Pandemi Di Desa Pasir Ampo Kecamatan Kresek

Budi Aprina¹, Anthon Rudy², Edi Supriyadi^{3*}

^{1,2,3}Program Studi Teknik Industri, Universitas Pamulang

Jl. Surya Kencana No.1, Pamulang, Tangerang Selatan

¹dosen00917@unpam.ac.id, ²dosen00919@unpam.ac.id, ³dosen00905@unpam.ac.id,

Abstrak

Kualitas produk merupakan salah satu unsur yang dijadikan pertimbangan oleh konsumen dalam memutuskan dan melakukan pembelian. Kualitas produk yang baik tidak selalu dikaitkan dengan harga produk yang tinggi. Kualitas produk berkaitan dengan kualitas desain. Desain produk merupakan variabel yang sangat penting dalam manajemen perbaikan kualitas. Inovasi merupakan suatu mekanisme perusahaan untuk beradaptasi dengan lingkungan yang dinamis. Oleh sebab itu dituntut untuk mampu menciptakan pemikiran-pemikiran baru, gagasan-gagasan baru dengan menawarkan produk yang inovatif serta peningkatan kualitas produk yang dapat memuaskan pelanggan. Nilai tambah yang diperoleh pada kegiatan usaha pengolahan hasil produk terkait dengan faktor teknis dan faktor non teknis. Secara teknis, tingkat teknologi, jumlah bahan baku serta jumlah tenaga kerja yang digunakan dapat mempengaruhi besarnya nilai tambah. Unsur non teknis yang juga dapat berpengaruh terhadap besarnya nilai tambah adalah biaya input dan harga output (harga produk). Adapun tujuan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah untuk menumbuhkan jiwa wirausaha skala home industry untuk meningkatkan ekonomi masyarakat di Desa Pasir Ampo Kp. Jeruk Purut RT. 009 RW. 004 Kecamatan Kresek. Analisis pohon merupakan suatu langkah pemecahan masalah dengan mencari sebab dari suatu akibat. Lebih lanjut, Modul Pola kerja Terpadu menguraikan pohon masalah sebagai suatu teknik yang dapat mengidentifikasi semua masalah dalam suatu keadaan tertentu dan memperagakan informasi ini sebagai rangkaian hubungan sebab akibat.

Kata kunci: Kualitas Produk, Inovasi, Nilai Tambah, Tree Diagram

1. PENDAHULUAN

Perusahaan merupakan organisasi produksi yang melayani kebutuhan masyarakat selaku konsumen. Produsen berusaha mengkombinasi faktor produksi untuk menghasilkan suatu produk yang dapat dikonsumsi *customer*. Pada saat ini, mengkonsumsi bermacam-macam produk menjadi bagian gaya hidup masyarakat terutama di kota besar. Terlihat dari tingginya penggunaan produk pakaian, makanan, minuman, kosmetika dan otomotif (Permana, 2013).

Setiap perusahaan selalu berusaha memberikan kepuasan kepada pelanggannya, karena sama artinya dengan mempertahankan atau meningkatkan usaha dari perusahaan. Dengan memberi kepuasan pelanggan maka pelanggan menjadi loyal bahkan mengajak orang lain untuk menggunakan produk/jasa yang digunakannya. Pada realitanya pelanggan memang tidak selalu terpuaskan dengan apa yang telah dilakukan perusahaan, tetapi paling tidak perusahaan telah berusaha untuk melakukan yang terbaik guna memberi kepuasan kepada pelanggannya (Permana, 2013).

Kepuasan pelanggan ditentukan dari persepsi pelanggan atas kinerja produk atau jasa dalam memenuhi harapannya. Kepuasan pelanggan akan tercapai apabila pelanggan menggunakan produk/jasa, hal yang dibutuhkan pelanggan terpenuhi bahkan melebihi harapan. Adapun lima hal utama yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan, yaitu: kualitas produk, pelayanan, harga, emosional, dan kemudahan mendapatkan produk atau jasa (Permana, 2013).

Untuk bertahan, berkembang dan bersaing, maka perusahaan harus mampu menjaga kepuasan konsumennya. Berbagai cara untuk menjaga kepuasan konsumen, salah satunya adalah

dengan selalu meningkatkan kualitas produk yang dijual, dan selalu memperhatikan dan sebisa mungkin tidak menaikkan harga produk yang dijual (Ifur & Budhi, 2009).

Harga adalah nilai yang menjadi persyaratan bagi pertukaran dalam transaksi pembelian. Harga juga diartikan dengan sesuatu yang dikeluarkan pembeli untuk sebuah produk. Harga merupakan unsur bauran pemasaran yang memberikan pendapatan organisasi. Harga juga dapat diartikan sebagai jumlah (satuan moneter) dan atau non moneter yang mengandung utilitas atau kegunaan untuk mendapatkan sebuah produk (Ifur & Budhi, 2009).

Promosi penjualan merupakan insentif jangka pendek untuk mendorong pembelian atau penjualan produk. Promosi bertujuan menarik konsumen agar mencoba produk baru, memancing konsumen meninggalkan produk pesaing, atau membuat konsumen meninggalkan produk yang sudah ada, atau menahan pada konsumen yang loyal (Sutrisno & Haryani, 2017).

Kualitas adalah totalitas fitur dan karakteristik produk, yang tergantung pada kemampuan dalam memuaskan keinginan konsumen (Sigit & Soliha, 2017). Kualitas produk adalah kemampuan produk dalam fungsi, durabilitas, reliabilitas, ketepatan, pengoperasian dan reparasi produk (Sutrisno & Haryani, 2017).

Kualitas produk merupakan salah satu unsur yang menjadi pertimbangan oleh konsumen dalam memutuskan dan melakukan pembelian (Permana, 2013). Kualitas produk yang baik tidak selalu dikaitkan dengan harga produk yang tinggi. Kualitas produk berkaitan dengan kualitas desain. Desain produk merupakan variabel yang sangat penting dalam manajemen perbaikan kualitas.

Desain produk harus sesuai permintaan dan harapan konsumen serta lebih baik dari pesaing, sehingga dapat meningkatkan kualitas produk. Untuk memperbaiki desain produk, perusahaan harus mempunyai pengalaman proses produksi dan pemasaran untuk meningkatkan kemampuan desain produk, permintaan pelanggan dan biaya produksi menjadi pertimbangan dalam proses desain produk. Kualitas desain produk bukan hanya menjadi tanggung jawab departemen desain, tetapi juga departemen lain yang terlibat (Permana, 2013).

Desain perancangan (*engineering design*) dalam produk industri telah lama diakui dalam pemasaran ditambah dengan desain penampilan produk yaitu suatu tipe desain yang mempunyai nilai penting dalam pemasaran. Desain produk dapat meningkatkan pemasaran produk dalam berbagai hal, misalnya mempermudah pemasaran produk, meningkatkan nilai kualitas, keawetan produk dan menambah tampilan produk. Seringkali desain yang efektif juga bisa membantu penghematan dalam biaya pembuatan produk (Permana, 2013).

Inovasi merupakan suatu mekanisme perusahaan untuk beradaptasi dengan lingkungan yang dinamis. Oleh sebab itu dituntut untuk mampu menciptakan pemikiran-pemikiran baru, gagasan-gagasan baru dengan menawarkan produk yang inovatif serta peningkatan kualitas produk yang dapat memuaskan pelanggan (Permana, 2013). Inovasi produk sangat intensif sejalan dengan keunggulan teknologi yang menyebabkan produk semakin padat teknologi dan daur hidup produk akan semakin pendek. Pengembangan produk dengan cara inovasi akan menciptakan produk yang berkualitas (Permana, 2013).

Minat daya beli konsumen adalah perilaku konsumen yang mempunyai keinginan dalam membeli atau menentukan produk, berdasarkan pengalaman konsumen menggunakan dan mengkonsumsi atau menginginkan produk tersebut. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli berhubungan dengan perasaan dan emosi, bila seseorang merasa senang serta puas dalam pembelian barang atau jasa maka hal itu akan memperkuat minat membeli, ketidakpuasan biasanya menghilangkan minat membeli (Sutrisno & Haryani, 2017).

Nilai tambah yang didapat pada kegiatan usaha pengolahan hasil dari produk terkait dengan faktor teknis dan faktor non teknis (Rahman, 2015). Secara teknis, tingkat teknologi, jumlah bahan baku dan jumlah tenaga kerja yang digunakan dapat mempengaruhi besarnya nilai tambah (Hapsari et al., 2008). Unsur non teknis yang berpengaruh terhadap besarnya nilai tambah adalah biaya input dan harga output dalam hal ini adalah harga produk (Nurhayati, 2004).

Berdasarkan latar belakang di atas, tim pengusul pengabdian kepada masyarakat fokus pada memberikan pemaparan materi tentang penerapan nilai tambah produk untuk meningkatkan nilai tambah pada masyarakat Desa Pasir Ampo Kp. Jeruk Purut RT. 009 RW. 004 Kecamatan Kresek.

Adapun tujuan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah untuk menumbuhkan jiwa wirausaha skala *home industry* untuk meningkatkan ekonomi masyarakat di Desa Pasir Ampo Kp. Jeruk Purut RT. 009 RW. 004 Kecamatan Kresek.

2. METODE PENGABDIAN

Metode kegiatan dilakukan untuk mengatasi permasalahan dengan cara sebagai berikut (Supriyadi, Dewanti, Sofyan, et al., 2020):

a. Survey

Tahap pertama adalah survey dan studi analisis situasi masyarakat Desa Pasir Ampo Kp. Jeruk Purut Kecamatan Kresek. Kegiatan ini meliputi pendataan peserta pengabdian kepada masyarakat, jenis mata pencaharian, rata-rata pendapatan atau penghasilan per hari, aktifitas yang dilakukan. Pada tahap ini dilakukan analisis pendapatan rata-rata per hari untuk membantu analisis kegiatan ini. Selain itu diperlukan kepakaran bidang pengembangan produk untuk memecahkan permasalahan atau memberikan solusi tentang nilai tambah produk (Supriyadi, Dewanti, Shobur, et al., 2020).

b. Penyuluhan

Tahap kedua adalah penyuluhan, materi penyuluhan adalah pemaparan nilai tambah produk untuk meningkatkan pendapatan dimasa pandemi. Tujuan penyuluhan ini adalah memberikan ilmu dan wawasan baru kepada warga tentang wirausaha dan peluang usaha, sehingga terbuka pikiran serta tumbuh minat dan motivasi dalam diri mereka untuk berwirausaha. Disamping itu juga diberikan materi tentang prinsip dasar nilai tambah produk, bertujuan agar mitra mengetahui cara memanfaatkan nilai tambah produk. Penyuluhan ini disampaikan dalam bentuk ceramah dan Tanya jawab kepada peserta (Dewanti et al., 2021).

c. Pelatihan dan pendampingan

Tahap ketiga adalah pemaparan materi mengenai nilai tambah produk untuk meningkatkan pendapatan di masa pandemi. Pada tahap ini akan dijelaskan materi tentang produk dan bagaimana meningkatkan nilai tambah dari produk itu sendiri. Proses pemaparan materi di presentasikan kepada masyarakat Desa Pasir Ampo Kp. Jeruk Purut Kecamatan Kresek. Peserta melakukan praktik langsung pembuatan produk. Pada tahap ini juga akan dijelaskan cara-cara mengembangkan produk sehingga mempunyai nilai tambah sehingga meningkatkan pendapatan bagi masyarakat sekitar.

d. Prosedur kegiatan

Kegiatan pengabdian ini meliputi: 1) Koordinasi dengan mitra, terkait dengan penyusunan jadwal kegiatan; 2) Persiapan presentasi dan pemaparan materi; 3) Penyuluhan tentang nilai tambah produk dan peluang usaha industry kreatif; 4) Penyuluhan tentang kegunaan produk; 5) Penyuluhan tentang persaingan usaha; 6) Penyuluhan tentang prinsip dasar produk; 7) Pembinaan pasca kegiatan (Supriyadi, Dewanti, Sofyan, et al., 2020).

e. Partisipasi Mitra

Partisipasi mitra dalam pelaksanaan kegiatan ini adalah partisipasi aktif, dari mulai perencanaan kegiatan, penyusunan jadwal pemaparan materi. Partisipasi mitra akan dievaluasi. Evaluasi akan dilaksanakan selama dan setelah pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Selama pelaksanaan kegiatan, dilakukan evaluasi metode pengamatan langsung oleh Tim. Sedangkan setelah pelaksanaan dilakukan evaluasi dengan pengamatan terhadap hasil kegiatan. Kriteria evaluasi meliputi kesadaran dan antusiasme peserta dalam mengikuti kegiatan serta tingkat kemahiran peserta dalam mempraktekkan sendiri yang telah diajarkan (Supriyadi, Dewanti, Shobur, et al., 2020).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Hasil

Kegiatan pengabdian ini dilakukan di Desa Pasir Ampo Kp. Jeruk Purut Kecamatan Kresek. Kegiatan dilakukan sebagai berikut:

- 1) Koordinasi dengan pihak-pihak yang terkait
Koordinasi dengan mitra yaitu Lurah Desa Pasir Ampo. Tim pengabdian dan mitra membahas tentang pelaksanaan kegiatan, tempat dan waktu pelaksanaan. Pada pertemuan ini ada beberapa hal yang disepakati, yaitu kegiatan sosialisasi kegiatan, waktu dan tempat pelaksanaan penyuluhan, serta waktu dan tempat pelaksanaan pemaparan materi.
- 2) Persiapan penyuluhan dan pelatihan
Persiapan kegiatan ini berupa materi presentasi. Modul penyuluhan berisi materi dasar tentang produk serta prinsip dasar pembuatan produk dan pemasaran produk (Hapsari et al., 2008).
- 3) Pelaksanaan Penyuluhan.
Penyuluhan diadakan di Desa Pasir Ampo Kp. Jeruk Purut RT. 009 RW. 004 Kecamatan Kresek, dilaksanakan hari Jum'at s.d Minggu, 05 Nov 2021 s.d 07 Nov 2021. Materi yang disampaikan adalah pemaparan nilai tambah produk untuk peningkatan pendapatan dimasa pandemi.



Gambar 1. Pemaparan materi

- 4) Pelaksanaan Pelatihan
Pelatihan dalam bentuk ceramah yang dilanjutkan dengan tanya jawab. Praktek cara proses pembuatan produk. Masyarakat dibagi dalam beberapa kelompok, kemudian dengan dibimbing Tim pengabdian mempraktekkan sendiri pembuatan produk tersebut. Pelatihan dilaksanakan sampai peserta dapat mempraktikkan sendiri (Dewanti et al., 2021).



Gambar 2. Partisipasi peserta pelatihan



Gambar 3. Serah terima piagam

b. Pembahasan

1) Pengertian Analisis Pohon Masalah

Banyak istilah yang digunakan sebagai pengertian analisis pohon masalah. Miller (2004) Dalam (Hindri, 2019) menggunakan istilah *issues trees*. Lebih lanjut, Miller menyatakan *issues trees* merupakan pendekatan yang membantu merinci suatu masalah ke dalam komponen-komponen penyebab utama dalam rangka menciptakan rencana kerja proyek. Silverman (1994) Dalam (Hindri, 2019) menggunakan istilah *tree diagram* dan menyatakan diagram sistematis atau diagram pohon dirancang untuk mengurutkan hubungan sebab-akibat. Modul Pola Kerja Terpadu (2008) dalam (Hindri, 2019) menggunakan istilah pohon masalah yang merupakan bagian dari analisis pohon. Analisis pohon merupakan suatu langkah pemecahan masalah dengan mencari sebab dari suatu akibat. Lebih lanjut, Modul Pola kerja Terpadu menguraikan pohon masalah sebagai suatu teknik yang dapat mengidentifikasi semua masalah dalam suatu keadaan tertentu dan memperagakan informasi ini sebagai rangkaian hubungan sebab akibat. Berdasarkan beberapa pengertian di atas, terdapat beberapa poin penting mengenai pengertian analisis pohon masalah:

- a) Analisis pohon masalah adalah suatu alat atau teknik atau pendekatan yang dapat mengidentifikasi dan menganalisis masalah;
- b) Analisis pohon masalah menggambarkan rangkaian hubungan sebab akibat dari beberapa hal yang saling terkait;
- c) Alat atau teknik analisis pohon masalah umumnya biasa digunakan pada tahap perencanaan.

2) Manfaat Analisa Pohon Masalah

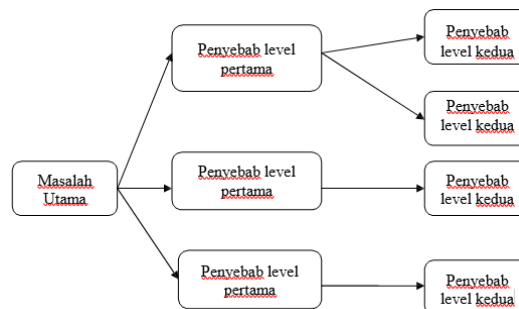
Sebagai suatu instrumen atau teknik dalam mengidentifikasi dan menganalisis masalah, analisis pohon masalah mempunyai bermacam-macam kegunaan. Alat analisis ini membantu untuk mengilustrasikan korelasi antara masalah, penyebab masalah, dan akibat dari masalah dalam suatu hirarki faktor-faktor yang berhubungan. Analisis ini digunakan untuk menghubungkan berbagai isu atau faktor yang berkontribusi pada masalah organisasi dan membantu untuk mengidentifikasi akar penyebab dari masalah organisasi tersebut.

Duffy, dkk. (2012) dalam (Hindri, 2019) menyatakan *tree diagram* merupakan suatu alat generik yang dapat diadaptasikan untuk berbagai maksud yang luas diantaranya:

- a) Mengembangkan langkah-langkah logis agar mencapai hasil yang spesifik;
- b) Melakukan analisis *five whys* dalam mengeksplorasi penyebab;
- c) Mengkomunikasikan untuk mendorong keterlibatan dalam pengembangan hasil yang didukung bersama;
- d) Menggali pada level yang lebih rinci suatu alur proses;
- e) Menggambarkan secara grafik suatu perkembangan hirarkis, seperti silsilah atau skema klasifikasi.

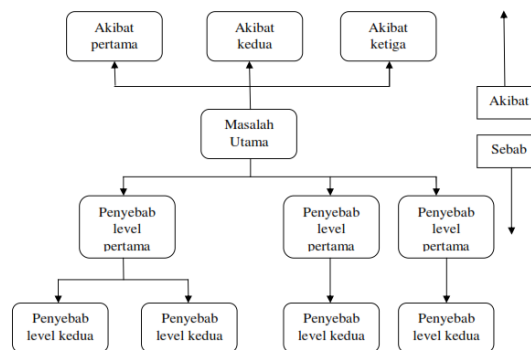
Berdasarkan uraian di atas, beberapa manfaat dari penggunaan analisis pohon masalah adalah:

- a) Membantu kelompok/tim kerja organisasi untuk merumuskan persoalan utama atau masalah prioritas organisasi;
 - b) Membantu kelompok/tim kerja organisasi menganalisis secara rinci dalam mengeksplorasi penyebab munculnya persoalan dengan menggunakan metode *five whys*. Metode *five whys* adalah suatu metode menggali penyebab persoalan dengan cara bertanya “mengapa” sampai lima level atau tingkat;
 - c) Membantu kelompok/tim kerja organisasi menganalisis pengaruh persoalan utama terhadap kinerja/hasil/dampak bagi organisasi atau stakeholder lainnya;
 - d) Membantu kelompok/tim kerja organisasi mengilustrasikan hubungan antara masalah utama, penyebab masalah, dan dampak dari masalah utama dalam suatu gambar atau grafik;
 - e) Membantu kelompok/tim kerja organisasi mencari solusi atas persoalan utama yang ada.
- 3) Langkah-langkah dalam penyusunan pohon masalah
 Terdapat dua model dalam membuat pohon masalah. Model pertama, pohon masalah dibuat dengan menempatkan masalah utama pada sebelah kiri dari gambar. Lalu, penyebab munculnya persoalan tersebut ditempatkan pada sebelah kanannya (arah alur proses dari kiri ke kanan). Format penyusunan pohon masalah Model Pertama ini dapat digambarkan pada Gambar 1 berikut ini:



Gambar 4. Pohon Masalah Model Pertama

Model kedua, pohon masalah dibuat dengan cara menempatkan masalah utama pada titik sentral atau di tengah gambar. Lalu, penyebab munculnya persoalan tersebut ditempatkan di bagian bawahnya (alur ke bawah) dan akibat dari masalah utama ditempatkan di bagian atasnya (alur ke atas). Format penyusunan pohon masalah Model Kedua ini dapat digambarkan pada Gambar 2 berikut ini:



Gambar 5. Pohon Masalah Model Kedua

4. SIMPULAN

Nilai tambah yang diperoleh pada kegiatan usaha pengolahan hasil produk terkait dengan faktor teknis dan faktor non teknis. Secara teknis, tingkat teknologi, jumlah bahan baku dan

jumlah tenaga kerja yang digunakan dapat mempengaruhi besarnya nilai tambah. Unsur non teknis yang juga berpengaruh terhadap besarnya nilai tambah yaitu biaya input dan harga output (harga produk). Sehingga kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat menumbuhkan jiwa wirausaha skala *home industry* untuk meningkatkan ekonomi masyarakat di Desa Pasir Ampo Kp. Jeruk Purut RT. 009 RW. 004 Kecamatan Kresek.

5. SARAN

Saran dari pengabdian kepada masyarakat ini harapannya kegiatan ini berkesinambungan bukan hanya sebagai pengetahuan saja tetapi dapat diterapkan dalam peningkatan kualitas produk.

UCAPAN TERIMAKASIH

Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini bisa diselesaikan berkat bantuan rekan-rekan dosen dan mahasiswa teknik industri Universitas Pamulang dan peran serta dari masyarakat Desa Pasir Ampo Kp. Jeruk Purut RT. 009 RW. 004 Kecamatan Kresek.

DAFTAR PUSTAKA

- Dewanti, N., Supriyadi, E., Sofyan, S., Sunarsi, D., Andika, B., & Yani, A. (2021). *PENYULUHAN DAN PELATIHAN KETERAMPILAN SABLON PIGMENT PASTA MANUAL DI KARANG TARUNA 03 DESA CISAUK. 1.*
- Hapsari, H., Djuwendah, E., & Karyani, T. (2008). Peningkatan Nilai Tambah dan Strategi Pengembangan Usaha Pengolahan Salak Manonjaya. *Agrikultura*, 19(3), 208–215. <https://doi.org/10.24198/agrikultura.v19i3.1005>
- Hindri, A. (2019). Memahami Analisis Pohon Masalah. *Balai Diklat Kepemimpinan, Pusdiklat Pengembangan SDM < BPPK*, 1–9.
- Ifur, A., & Budhi, S. (2009). PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN Budhi Satrio Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 4(12), 15 of 15.
- Nurhayati, P. (2004). Nilai Tambah Produk Olahan Perikanan pada Industri Perikanan Tradisional di DKI Jakarta. *Buletin Ekonomi Perikanan*, V(2), 17–23.
- Permana, M. V. (2013). 2756-6044-2-Pb. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 4(2), 115–131.
- Rahman, S. (2015). Analisis Nilai Tambah Agroindustri Chips Jagung. *Jurnal Aplikasi Teknologi Pangan*, 4(3), 108–111. <https://doi.org/10.17728/jatp.v4i3.136>
- Rudy, A., Aprina, B., & Supriyadi, E. (2021). Peningkatan Kualitas Produk Qi Lambung Dengan Perencanaan & Perancangan Produk UMKM Yayasan Miftahul Salamah Indonesia Ciawi Bogor. 1/1, 17-22.
- Sigit, K. N., & Soliha, E. (2017). Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 21(1), 157–168. <https://doi.org/10.26905/jkdp.v21i1.1236>
- Supriyadi, E., Dewanti, R. N., Shobur, M., & Handayani, E. T. (2020). *Penyuluhan Dan Pelatihan Pembuatan Detergen Cair Pakaian di Sawangan Depok.*
- Supriyadi, E., Dewanti, R. N., Sofyan, S., & Kurniasih, N. (2020). *Penyuluhan Dan Dan Pelatihan Pembuatan Sabun Cuci Piring Di Perumahan Griya Serpong Asri Cisauk Kota Tangerang Selatan. 1*(September), 1–6.
- Sutrisno, N., & Haryani, A. D. (2017). Influence of Brand and Product Quality on Customer'S Buying Decision in South Cikarang Bekasi Regency. *Jurnal Lentera Bisnis*, 6(1), 85.