

Sosialisasi Tahapan Pengembangan Produk Untuk Meningkatkan Kualitas Produk Dan Daya Saing Produk UMKM Di Desa Keboncau, Kec. Teluk Naga,Kab. Tangerang

Budi Aprina¹, Ajit²

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

Jl. Surya Kencana No. 1 Pamulang – Indonesia, 15417

e-mail: 1_dosen00917@unpam.ac.id, 2_dosen02973@unpam.ac.id

Abstrak/Abstract

UMKM adalah penggerak ekonomi pedesaan. Desa Keboncau di wilayah Kecamatan Teluk Naga Kabupaten Tangerang Banten merupakan salah satu desa di Indonesia yang memiliki banyak penggiat UMKM. Para Penggiat UMKM membutuhkan arahan terkait dengan pembuatan produk agar yang memiliki nilai jual lebih. Untuk itu Tim PKM dari Program Studi Teknik Industri Universitas Pamulang melakukan penyuluhan mengadakan penyuluhan terkait dengan Tiga Konsep Produk. Yang mana diharapkan para peserta bisa merencanakan dan membuat produk yang mempunyai nilai jual lebih. Dari hasil itu peserta yang memberikan tanggapan, ada sekitar 81% menjawab sangat setuju, 19% menjawab setuju bahwa materi yang disampaikan sudah dipahami dengan baik oleh peserta pengabdian kepada Masyarakat. Kemudian untuk instrument kuesioner kedua yaitu kesesuaian materi penyuluhan dengan kebutuhan peserta, ada sekitar 86% peserta menjawab sangat setuju dan 14% setuju bahwa penyuluhan yang diberikan sesuai dengan kebutuhan peserta PKM. Pada instrument kuesioner ketiga yaitu perlu tidaknya diadakan pelatihan yang berkelanjutan, hasilnya ada sekitar 100% sangat setuju.

Kata kunci: UMKM, Pengembangan Produk, Rumah Tangga

1. PENDAHULUAN

Desa Keboncau adalah sebuah desa yang berada di wilayah Kecamatan Teluk Naga Kabupaten Tangerang. Luas wilayahnya mencapai 117 H dengan 18574 jiwa yang terdiri dari 9.544 jiwa laki-laki, 9.210 perempuan. 40% wilayahnya adalah persawahan. Desa Keboncau saat ini dipimpin Bapak Ahmad Nur, S.H.. Keadaan sosial budaya masyarakat Desa Keboncau Kecamatan Teluknaga Kab. Tangerang, sesuai dengan keadaan dan kondisinya adalah sebagai masyarakat pedesaan yang masih mempertahankan adat istiadat yang hidup dan berkembang dalam kehidupan masyarakat setempat yang tidak bertentangan dengan kaidah agama, dibidang gotong royong, kebersamaan dan kekeluargaan. Sedangkan kehidupan beragama masyarakat Desa Keboncau 98 % menganut agama Islam. Perekonomian Masyarakat Desa Keboncau rata-rata menengah kebawah, dengan mata pencaharian adalah sebagai Wiraswasta, buruh pabrik, petani dengan penghasilan rata-rata 1.500.000,-/bulan.

Untuk meningkatkan nilai tambah dari produk UMKM yang akan dibuat maka diperlukan sosialisasi terkait dengan tahapan-tahapan proses pengembangan produk yang benar. Hal ini diperlukan agar para penggerak UMKM di Desa Keboncau bisa meningkatkan pengetahuan terkait dengan bagaimana cara yang baik dalam menghasilkan produk yang baik.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah saat ini menjadi primadona dimasa pandemik covid 19. UMKM adalah salah satu cara yang sangat baik dalam mencegah kemiskinan. UMKM memiliki kontribusi yang besar dalam penyerapan tenaga kerja, yaitu menyerap lebih dari 99,45% tenaga kerja dan sumbangan terhadap PDB sekitar 30% (Suci, Y. R. 2017). Upaya untuk memajukan dan mengembangkan sektor UMKM akan dapat menyerap lebih banyak lagi tenaga kerja yang ada dan tentu saja akan dapat meningkatkan kesejahteraan para pekerja yang terlibat di dalamnya sehingga dapat mengurangi angka pengangguran. Dan pada akhirnya akan dapat digunakan untuk pengentasan kemiskinan. UMKM sebagai bagian dari perekonomian juga harus lebih meningkatkan daya saing dengan melakukan inovasi. Keunggulan bersaing berbasis inovasi dan kreativitas harus lebih diutamakan karena mempunyai daya tahan dan jangka waktu lebih panjang.

Kegiatan penyuluhan yang direncanakan ini akan berfokus pada konsep perancangan produk yang bisa meningkatkan nilai tambah produk UMKM di Desa Ranca Kalapa. Fokus kegiatan ini adalah untuk memberikan pemahaman kepada para pelaku UMKM tentang pentingnya inovasi dalam perancangan produk dan bagaimana hal tersebut dapat berkontribusi pada peningkatan nilai tambah dan daya saing produk mereka di pasar. Penyuluhan ini juga akan melibatkan pembelajaran tentang tren pasar terkini dan bagaimana UMKM bisa memanfaatkannya untuk mengembangkan produk yang lebih menarik dan fungsional.

2. METODE PENGABDIAN

Metode pelaksanaan kegiatan yang akan dilakukan untuk mengatasi permasalahan adalah sebagai berikut:

1. Survei

Tahap pertama adalah survei dan studi analisis situasi Desa Keboncau, Kecamatan Teluk Naga Kabupaten Tangerang. Kegiatan ini meliputi pendataan jumlah warga desa, mendata jenis kegiatan harian, mendata aktifitas yang sering dilakukan. Pada tahap ini dilakukan oleh Tim Pengabdian PKM untuk membantu analisis kegiatan ini. Dan untuk memecahkan permasalahan atau memberikan solusi tentang peningkatan kualitas produk dan strategi pemasaran.

2. Koordinasi dengan pihak-pihak yang terkait

Koordinasi dengan mitra yaitu Desa Desa Keboncau, Kecamatan Teluk Naga Kabupaten Tangerang. Pada kegiatan ini tim pengabdian dan mitra membahas tentang kegiatan yang akan dilaksanakan, tempat dan waktu pelaksanaan penyuluhan dan pelatihan. Pada pertemuan ini ada beberapa hal yang disepakati, yaitu kegiatan sosialisasi kegiatan, waktu dan tempat pelaksanaan penyuluhan, serta waktu dan tempat pelaksanaan pelatihan dan sosialisasi terhadap tiga konsep produk

3. Persiapan penyuluhan dan pelatihan

Persiapan kegiatan ini berupa penentuan bahan produk, pembuatan materi penyuluhan dan pelatihan. Materi penyuluhan berisi materi mengenai pengertian tiga konsep produk beserta contoh-contoh yang mengarah kepada industry wisata khususnya bumi perkemahan dan juga umkm yang ada diwilayah Desa Keboncau, Kecamatan Teluk Naga Kabupaten Tangerang.

4. Penyuluhan

Tahap kedua adalah penyuluhan, materi penyuluhan adalah tiga konsep produk dimana diharapkan selain terbuka pikiran serta tumbuh minat dan motivasi dalam diri mereka untuk berwirausaha. Disamping itu juga diberikan materi tentang prinsip dasar pembuatan bertujuan agar mitra dapat lebih mengembangkan industry wisata dan umkm menjadi bertambah varian dan inovasi lainnya. Penyuluhan ini disampaikan dalam bentuk ceramah dan Tanya jawab kepada peserta.

5. Pelatihan dan pendampingan

Tahap ketiga adalah pelatihan dan pendampingan strategi pemasaran produk. Pada tahap ini akan dijelaskan tentang peningkatan kualitas dan strategi pemasaran produk. Proses pembuatan produk hand soap didemonstrasikan di Desa Keboncau, Kecamatan Teluk Naga Kabupaten Tangerang. Peserta akan melakukan praktik langsung cara pembuatan produk ini. Pada tahap ini juga akan dijelaskan kegunaan masing-masing bahan yang digunakan sehingga Desa Keboncau, Kecamatan Teluk Naga Kabupaten Tangerang ini dapat mengetahui dan memahami fungsinya.

6. Prosedur kegiatan

Kegiatan pengabdian ini meliputi:

- a. Koordinasi dengan mitra, terkait dengan penyusunan jadwal kegiatan;
- b. Persiapan penyuluhan dan pelatihan;
- c. Penyuluhan tentang tahapan proses perencanaan dan perancangan produk untuk mengembangkan produk maupun jasa;
- d. Penyuluhan tentang kegunaan tahapan proses perencanaan dan perancangan produk;
- e. Penyuluhan tentang bagaimana membuat tahapan proses perencanaan dan perancangan

- produk ;
- f. Pembinaan pasca kegiatan.
7. Partisipasi Mitra
- Partisipasi mitra dalam pelaksanaan kegiatan ini adalah partisipasi aktif, dari mulai perencanaan kegiatan, penyusunan jadwal penyuluhan dan pelatihan. Partisipasi mitra akan dievaluasi. Evaluasi akan dilaksanakan selama dan setelah pelaksanaan kegiatan penyuluhan dan pelatihan. Selama pelaksanaan kegiatan dilakukan evaluasi dengan metode pengamatan langsung oleh Tim Pengabdian. Sedangkan setelah pelaksanaan kegiatan dilakukan evaluasi dengan metode pengamatan terhadap hasil kegiatan dan metode angket. Kriteria evaluasi meliputi kasadaran dan antusiasme peserta penyuluhan dan pelatihan dalam mengikuti kegiatan serta tingkat kepuasan peserta terhadap materi yang disampaikan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Lokasi Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat

Kebon Cau berasal dari kata Kebon (Kebun), dan Cau (Pisang), hal ini terjadi disaat Lr. Untung sekaligus lurah pertama mengungkap adanya tumurunnya Keboncau di sebuah hamparan perkebunan pisang melalui sebuah sejarah di Desa Keboncau. Hal ini didasari selaku Lr. Untung untuk meraih kemulyan dengan menggiring Ayub dari Teluknaga. Desa Keboncau yang pada mulanya merupakan daerah pertanian yang menginduk ke Sunda. Kemudian sekitar tahun 1980 an karena begitu luasnya Desa Keboncau lalu dimekar menjadi 2 (dua) desa yaitu Desa Babakan Asem dan Desa Keboncau (Desa Babakan Asem adalah pemekaran dari Desa Keboncau). Desa Keboncau merupakan desa yang secara religius beraneka ragam, secara ekonomi didominasi sektor Pertanian.

Secara geografis Desa Kebon Cau terletak di sepanjang jalan raya

1. Sebelah Utara : Babakan asem
2. Sebelah Timur : Belimbing
3. Sebelah Selatan : Rawa Burung
4. Sebelah Barat : Teluknaga

Sedangkan luous wilayah mencapai 217 H

1. Tanah sawah : 80 Ha
2. Tanah bukan sawah : 86,3 Ha

Jumlah penduduk pada akhir tahun 2021 sebanyak 18.754 jiwa terdiri dari 9.544 jiwa laki-laki, 9.210 perempuan. Keadaan sosial budaya masyarakat Desa Kebon Cau Kecamatan Teluknaga Kab. Tangerang, sesuai dengan keadaan dan kondisinya adalah sebagai masyarakat pedesaan yang masih mempertahankan adat istiadat yang hidup dan berkembang dalam kehidupan masyarakat setempat yang tidak bertentangan dengan kaidah agama, dibidang gotong royong, kebersamaan dan kekeluargaan.

Sedangkan kehidupan beragama masyarakat Desa Keboncau 98 % menganut agama Islam. Perekonomian Masyarakat Desa Kebon Cau rata-rata menengah kebawah, dengan mata pencaharian adalah sebagai Wiraswasta, buruh pabrik, petani dengan penghasilan rata-rata Rp. 1.500.000//bulan.

Visi Desa Kebon Cau adalah “Terwujudnya pembangunan diseluruh aspek kehidupan menuju masyarakat Desa Keboncau yang sehat, cerdas dan sejahtera berdasarkan Tri Hita Karana”.

Sedangkan Misi Desa Kebon Cau adalah:

1. Peningkatan sarana dan prasarana pendidikan dan pelayanan kesehatan Masyarakat;
2. Pengembangan perekonomian masyarakat berbasis industri UMKM yang mengacu pada potensi wilayah agar daya beli dan kemakmuran masyarakat meningkat;
3. Meningkatkan kesejahteraan sosial masyarakat dengan menerapkan nilai-nilai agama dalam penyelenggaraan pemerintahan menuju masyarakat yang religious;
4. Peningkatan pembangunan infrastruktur jalan dan jembatan, serta sarana dan prasarana umum;
5. Peningkatan pelayanan bidang ketentraman dan ketertiban umum secara koordinatif dan cepat, sesuai dengan kewenangannya;

Peningkatan sumber daya Aparatur Kecamatan, Desa dan Kelurahan dalam pengelolaan pemerintahan dan pelayanan public.

3.2 Dokumentasi Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

Team Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) seperti **Gambar 1**.



Gambar 1 Pemaparan Materi Tentang Tiga Konsep Produk

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat **Gambar 2**.



Gambar 2 Penyerahan Piagam Penghargaan Pengabdian Kepada Masyarakat

3.3 Hasil Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

Evaluasi Pengabdian Kepada Masyarakat merupakan penilaian setelah rangkaian kegiatan dilakukan oleh pelaksana sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan. Salah satu proses evaluasi yang dilakukan team PKM adalah dengan menyebarkan kuesioner melalui google form untuk mengetahui tingkat pemahaman terkait materi PKM yang sudah disampaikan. Ada tiga instrument kuesioner yang disertakan dalam form survei, yaitu:

1. Materi yang disampaikan sudah dipahami dengan baik
2. Penyuluhan yang diberikan sesuai dengan kebutuhan kami
3. Perlu diadakan pelatihan yang berkesinambungan

Peserta PKM bisa menanggapi instrumen kuesioner tersebut dengan memilih menggunakan skala likert 1 s/d 5 (Tidak Setuju s/d Sangat Setuju). Berikut merupakan hasil evaluasi terkait pelaksanaan PKM yang sudah dilaksanakan

Tabel 4.1 Hasil kuesioner Tanggapan Peserta PKM

Instrumen kuesioner	Tidak Setuju	Kurang Setuju	Cukup Setuju	Setuju	Sangat Setuju
Materi yang disampaikan sudah dipahami dengan baik	0	0	0	7	30
Pelatihan yang diberikan sesuai dengan kebutuhan Masyarakat	0	0	0	5	32
Perlu diadakan pelatihan yang berkesinambungan	0	0	0	0	37

(Sumber: Hasil Pengolahan Data)

Dari data tanggapan peserta PKM pada table 4.1 di atas bisa disimpulkan bahwa dari keseluruhan peserta yang memberikan tanggapan, ada sekitar 81% menjawab sangat setuju, 19% menjawab setuju bahwa materi yang disampaikan sudah dipahami dengan baik oleh peserta pengabdian kepada Masyarakat. Data lengkapnya bisa dilihat pada pie diagram berikut ini:



(Sumber: Hasil Pengolahan Data)

Gambar 4.4 Diagram survei pemahaman peserta pengabdian

Kemudian untuk *instrument* kuesioner kedua yaitu kesesuaian materi penyuluhan dengan kebutuhan peserta, ada sekitar 86% peserta menjawab sangat setuju dan 14% setuju bahwa penyuluhan yang diberikan sesuai dengan kebutuhan peserta PKM. Data lengkapnya bisa dilihat pada pie diagram berikut ini:



(Sumber: Hasil Pengolahan Data)

Gambar 4.5 Diagram survei kesesuaian kebutuhan Penyuluhan

Pada instrument kuesioner ketiga yaitu perlu tidaknya diadakan pelatihan yang berkelanjutan, hasilnya ada sekitar, 100% sangat setuju. Data lengkapnya bisa dilihat pada pie diagram berikut ini:



(Sumber: Hasil Pengolahan Data)

Gambar 4.6 Diagram survei Pelatihan Berkesinambungan

4. KESIMPULAN

Kesimpulan dari pelaksanaan PKM dengan judul penyuluhan tiga konsep produk untuk perancangan wisata dan produk UMKM di Desa Keboncau, Kecamatan Teluk Naga Kabupaten Tangerang Banten adalah

1. Materi dapat dipahami dengan baik oleh peserta pengabdian. Penyuluhan yang diberikan juga sesuai dengan kebutuhan masyarakat Desa Keboncau saat ini. Kemudian perlu dilakukan pembinaan berkesinambungan untuk memastikan bahwa penyuluhan yang telah diberikan dapat dimanfaatkan dan diterapkan dengan baik oleh masyarakat Desa Keboncau. Sehingga perlu dilakukan kegiatan-kegiatan pengabdian lainnya untuk meningkatkan pemahaman masyarakat tentang rancangan tahapan pembuatan produk yang baik dengan.
2. Masukan dari penyuluhan ini memberikan informasi dan pemahaman baru bagi peserta pengabdian, Dan tanggapannya sangat bagus, dan bisa diterapkan pada proses pembuatan produk UMKM.

5. SARAN

Saran terkait dengan pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat ini adalah,

1. Diperlukan kegiatan pengabdian berikutnya untuk memanfaatkan potensi desa sehingga menjadi salah satu destinasi wisata yang diminati oleh Masyarakat sekitar khususnya dan umumnya untuk masyarakat Indonesia.
2. Perlunya pelaksanaan pengabdian yang berkelanjutan, sehingga membuat pemahaman dan pelaksanaan menjadi semakin baik.
3. Materi yang disampaikan bisa langsung mengena kepada kebutuhan para peserta PKM.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Universitas Pamulang, LPPM Universitas Pamulang, Masyarakat Desa Kebon Cau, Kecamatan Teluknaga, Kabupaten Tangerang, Provinsi Banten yang telah memberi dukungan terhadap keberhasilan pengabdian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Aysa, I. R. (2020). Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif di Era Digital. *Jurnal At-Tamwil: Kajian Ekonomi Syariah*, 2(2), 121–138. <https://doi.org/10.33367/at.v2i2.1337>
- Fenny Krisna Marpaung, Markus Willy Arnold S, & Asyifa Sofira, S. A. (2021). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Indomie Pada Pt. Alamjaya Wirasentosa Kabanjahe. *Jurnal Manajemen*, 7(1), ISSN. <http://ejournal.lmiiimedan.net>
- Harsokoesoemo. (2004). Perancangan dan Pengembangan Produk Perancangan. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952.
- Hilmi, R. Z., Hurriyati, R., & Lisnawati. (2018). No *主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析Title*. 3(2), 91–102.
- Mahdi, M. I., & Nanda, A. P. (2022). Sosialisasi Peningkatan Hasil Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Menggunakan Marketplace Di Pekon Sukoharjo 1. *Jurnal PkM Pemberdayaan Masyarakat*, 3(4), 126–131. <https://doi.org/10.56327/jurnalpkm.v3i4.53>
- Maulana, Y., Ahmad, W., Budi, F., Wahyu, A. T., Shobur, M., Dahniar, T., & Candra, A. (2022). *Universitas Pamulang SI Teknik Industri Desain sampul* (Issue 1). www.unpam.ac.id
- Putri, M. S., Ratnaningsih, R., Bangsa, U. M., Jakarta, U. S., Tinggi, S., Ekonomi, I., Kreatif, I., & Produk, P. (2024). *Edukasi menumbuhkan ide kreatif pengembangan produk umk masyarakat desa cikolelet kabupaten serang*. 2(2), 353–360.
- Sukoco, H., & Aldila Krisnareanti. (2024). Penggunaan Media Sosial Sebagai Adaptasi Strategi Pemasaran Umkm Saat Pandemi Covid-19: Tinjauan Literatur. *Jurnal Manajemen, Akuntansi, Ekonomi*, 3(1), 32–40. <https://doi.org/10.59066/jmae.v3i1.665>
- Waruwu, M. (2024). Metode Penelitian dan Pengembangan (R&D): Konsep, Jenis, Tahapan dan Kelebihan. *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*, 9(2), 1220–1230. <https://doi.org/10.29303/jipp.v9i2.2141>