

Pengembangan UMKM dengan Inovasi Pengemasan dan Kemitraan di Desa Tamansari, Bogor

(Development of MSMEs through Packaging Innovation and Partnerships in Tamansari Village, Bogor)

**Syahrul Wirahadi^{1*}, Khairina Sari², Hanif Fadila Ramadhani³, Reni Jesika⁴,
Teresa Maria Judith Trianadewi Nugroho⁵, Muhammad Luthfi Al Gifari⁶,
Yasmin Azimah Wafa⁶, Muhammad Ismail⁷, Naila Nur Alifa⁸, Lindawati Kartika⁹**

¹ Sekolah Bisnis, IPB University, Kampus IPB Gunung Gede, Kota Bogor, Jawa Barat, Indonesia 16143.

² Departemen Matematika, Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam, IPB University, Kampus IPB Dramaga, Bogor, Jawa barat, Indonesia 16680.

³ Departemen Ilmu Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Manajemen IPB University, Kampus IPB Dramaga, Bogor, Jawa barat, Indonesia 16680.

⁴ Departemen Agronomi dan Hortikultura, Fakultas Pertanian, IPB University, Kampus IPB Dramaga, Bogor, Jawa barat, Indonesia 16680.

⁵ Departemen Ilmu dan Teknologi Pangan, Fakultas Teknologi Pertanian, IPB University, Kampus IPB Dramaga, Bogor, Jawa barat, Indonesia 16680.

⁶ Departemen Statistika dan Sains Data, Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam, IPB University, Kampus IPB Dramaga, Bogor, Jawa barat, Indonesia 16680.

⁷ Departemen Kimia, Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam, IPB University, Kampus IPB Dramaga, Bogor, Jawa barat, Indonesia 16680.

⁸ Departemen Fisika, Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam IPB University, Kampus IPB Dramaga, Bogor, Jawa barat, Indonesia 16680.

⁹ Departemen Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Manajemen, IPB University, Kampus IPB Dramaga, Bogor, Jawa barat, Indonesia 16680.

*Penulis Korespondensi: wirahadisahrul@apps.ipb.ac.id

Diterima Agustus 2024/Disetujui Desember 2024

ABSTRAK

Desa Tamansari, Kabupaten Bogor, memiliki komoditas unggulan berupa daun pohpohan yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan oleh unit Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menjadi produk olahan keripik melalui inovasi pengemasan dan strategi kemitraan. UMKM "CLB Raos," yang telah memproduksi keripik pohpohan sejak tahun 1998, menghadapi kendala utama dalam pemasaran akibat kemasan yang kurang menarik dan terbatasnya jaringan kemitraan, sehingga usaha ini sempat terhenti. Kegiatan pendampingan ini bertujuan untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha keripik pohpohan melalui perencanaan strategi, pendekatan sosial, implementasi, dan evaluasi. Intervensi utama dalam pendampingan ini meliputi perbaikan kemasan dari plastik bening sederhana menjadi kemasan aluminium foil full-print, rebranding produk menjadi "KEPOTA," serta pendaftaran Nomor Induk Berusaha (NIB) dan Sertifikat Halal. Kemitraan dengan kafe "Sobat Tani IPB" dan ekstrakurikuler kewirausahaan di SMA N 1 Tamansari juga dibangun untuk memperluas jangkauan pasar. Hasilnya, terdapat peningkatan signifikan dalam daya tarik dan daya saing produk di pasar. Tantangan utama yang dihadapi oleh usaha mikro ini adalah terbatasnya mobilisasi pelaku UMKM, yang menyulitkan distribusi produk secara mandiri. Oleh karena itu, inovasi pengemasan dan kemitraan strategis sangat penting dalam pengembangan UMKM, terutama untuk memperluas jangkauan pasar.

Kata kunci: inovasi, kemitraan, pengemasan, UMKM

ABSTRACT

Tamansari Village in Bogor Regency boasts a key commodity in pohpohan leaves, which has significant potential to be developed by Micro, Small, and Medium Enterprises (UMKM) into processed products such as chips through packaging innovation and partnership strategies. The UMKM "CLB Raos," which has been producing pohpohan chips since 1998, faces key challenges in marketing due to unappealing packaging and a limited partnership network, causing the business to temporarily halt. This mentoring program aims to enhance the competitiveness and sustainability of pohpohan chips through strategic planning, social approaches, implementation, and evaluation. The main interventions in this program include improving packaging from simple clear plastic to full-print aluminum foil, rebranding the product to "KEPOTA," and registering the business with a Business Identification Number (NIB) and Halal Certification. Partnerships with the "Sobat Tani IPB" cafe and the entrepreneurship extracurricular program at SMA N 1 Tamansari were also established to broaden the market reach. The results show a significant increase in the product's appeal and competitiveness in the market. The main challenge faced by this micro-enterprise is the limited mobility of the UMKM actors, which hinders independent product distribution. Therefore, packaging innovation and strategic partnerships are crucial for UMKM development, especially in expanding market reach.

Keywords: innovation, MSME, packaging, partnership

PENDAHULUAN

UMKM adalah unit usaha yang diidentifikasi berdasarkan jumlah aset atau pendapatan tahunan tertentu, sesuai dengan kriteria yang ditetapkan oleh pemerintah (Kementerian Koperasi dan UKM Indonesia). UMKM ini dikelola dan dimiliki oleh satu atau lebih warga negara Indonesia. Berdasarkan Peraturan Menteri Koperasi dan UKM No. 17/Per/M.KUKM/XII/2015, usaha mikro memiliki aset maksimal Rp 500 juta, usaha kecil maksimal Rp 10 miliar, dan usaha menengah maksimal Rp 50 miliar.

Desa Tamansari, yang terletak di Kecamatan Tamansari, Kabupaten Bogor, Jawa Barat memiliki potensi besar dalam pengembangan UMKM terutama di sektor produk makanan ringan. Makanan ringan merupakan makanan pendamping atau disebut camilan, yang disukai oleh berbagai kalangan dan bisa dinikmati kapan saja serta memiliki potensi besar sebagai peluang bisnis yang menguntungkan (Eka *et al.* 2023). Salah satu produk unggulan desa ini adalah olahan keripik pohpohan yang memanfaatkan daun pohpohan sebagai bahan utama. Daun pohpohan merupakan komoditas pertanian unggulan di desa ini, dikenal dengan rasa dan aroma khas yang unik. Produk ini diolah menjadi keripik yang memiliki cita rasa unik dan potensial untuk dikembangkan lebih lanjut.

UMKM yang memproduksi "Keripik Pohpohan Tamansari" telah berdiri sejak tahun 1998 dengan nama merek "CLB Raos." Meskipun produk ini memiliki potensi pasar yang menjanjikan, usaha ini menghadapi berbagai tantangan yang menghambat pertumbuhan dan akhirnya berhenti beroperasi pada awal tahun 2000-an. Permasalahan utama yang dihadapi adalah kurangnya pengetahuan dan keterampilan dalam hal pemasaran, khususnya inovasi pengemasan serta keterbatasan jaringan kemitraan yang dapat mendukung pengembangan usaha. Pengemasan yang kurang menarik dan tidak sesuai dengan standar pasar modern menjadi salah satu kendala utama, disertai dengan keterbatasan akses terhadap jaringan pemasok dan distributor yang lebih luas.

Kemasan pangan mengacu pada bahan yang digunakan untuk menampung dan/atau membungkus makanan, baik yang bersentuhan langsung dengan makanan maupun tidak. Fungsi utama kemasan dalam industri pangan adalah melindungi produk dari

kontaminasi eksternal, menjaga keamanan pangan, mempertahankan kualitas, dan memperpanjang masa simpan produk. Kemasan harus mampu melindungi makanan dari berbagai pengaruh lingkungan seperti cahaya, oksigen, kelembaban, mikroorganisme, serangga, debu, emisi gas, tekanan, dan faktor lainnya (Istana UMKM, 2024). Kemasan produk memiliki pengaruh signifikan di mata konsumen. Melalui kemasan, konsumen menerima informasi tentang isi produk, baik dari tulisan yang tercantum maupun dari desain kemasan itu sendiri. Penampilan kemasan ini memberikan kesan atau citra tertentu kepada konsumen, yang pada akhirnya memengaruhi keputusan mereka untuk membeli atau tidak membeli produk tersebut (Apriyanti, 2018). Dengan demikian, kemasan memiliki pengaruh yang cukup besar dalam pengambilan keputusan yang dilakukan oleh konsumen.

Kemitraan berperan penting dalam pengembangan usaha, salah satunya dalam proses memperluas jangkauan pasar dan jaringan distribusi, memungkinkan produk atau layanan menjangkau lebih banyak konsumen. Tiga unsur utama dalam pengertian kemitraan, pertama unsur kerjasama antara usaha kecil dengan usaha menengah atau besar. Kedua, unsur kewajiban pengusaha menengah dan besar untuk melakukan pembinaan dan pengembangan usaha kecil. Dan ketiga, unsur yang menunjukkan bahwa kemitraan ini harus saling memperkuat, saling menguntungkan, dan memberikan manfaat yang paling diperlukan bagi semua pihak yang terlibat. Dengan demikian, membangun kemitraan yang saling mendukung merupakan langkah tepat dalam pengembangan usaha dan pencapaian tujuan bisnis yang lebih luas.

Pendampingan yang dilakukan bertujuan untuk memberikan masukan yang praktis dan implementatif bagi pelaku usaha, serta dapat langsung diterapkan untuk memperkuat daya saing dan keberlanjutan usaha. Tidak hanya berfokus pada aspek teknis produksi, pendampingan ini juga mendorong pada pembangunan jaringan yang dapat mendukung pertumbuhan usaha dalam jangka panjang.

METODE PENERAPAN INOVASI

Sasaran Inovasi

Sasaran inovasi dalam pengembangan UMKM olahan keripik pohpohan meliputi peningkatan daya saing produk melalui perbaikan desain dan kualitas kemasan, perluasan jangkauan pasar dengan kemitraan strategis, penguatan legalitas usaha melalui pengurusan NIB dan sertifikasi halal, pemberdayaan sumber daya lokal untuk menciptakan dampak ekonomi, serta efisiensi produksi dengan penggunaan teknologi modern.

Inovasi yang Digunakan

Inovasi yang digunakan dalam pengembangan UMKM olahan keripik pohpohan meliputi transformasi kemasan dari plastik bening sederhana menjadi kemasan aluminium foil full-print yang lebih menarik dan informatif, rebranding nama dagang menjadi "KEPOTA" untuk meningkatkan daya tarik dan kemudahan pengenalan produk, serta pengurusan legalitas usaha seperti Nomor Induk Berusaha (NIB) dan sertifikasi halal untuk meningkatkan kepercayaan konsumen. Selain itu, kemitraan strategis juga dikembangkan dengan Sobat Tani IPB dan program ekstrakurikuler entrepreneurship di SMA N 1 Tamansari sebagai agen pemasaran.

Metode penerapan inovasi

Metode pengabdian kepada masyarakat adalah suatu pola atau sistem tindakan yang harus diterapkan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat. Metode ini

dirancang untuk memastikan bahwa kegiatan pengabdian dilakukan secara sistematis dan efektif. Menurut Murdjito (2012), metode pengabdian kepada masyarakat adalah pola atau sistem tindakan yang harus dilakukan, atau urutan tahapan yang perlu diikuti dalam melaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat. Tahapan yang perlu diikuti meliputi: 1) Analisis situasi masyarakat; 2) Identifikasi masalah; 3) Menentukan tujuan kerja; 4) Rencana pemecahan masalah; 5) Pendekatan sosial; 6) Pelaksanaan kegiatan; dan 7) Evaluasi kegiatan dan hasil.

Tahapan yang dilakukan pada pelaksanaan pendampingan pada UMKM yang memproduksi olahan keripik pohpohan (menurut Murdjito 2012) adalah sebagai berikut

- Analisis situasi masyarakat, pada tahap ini, dilakukan pengumpulan data dan pemahaman tentang kondisi usaha keripik pohpohan di Desa Tamansari, termasuk situasi sosial, ekonomi, dan budaya masyarakat setempat. Analisis ini mencakup pemetaan potensi dan tantangan yang dihadapi oleh pelaku usaha mikro dalam produksi dan pemasaran keripik pohpohan. Tujuannya adalah untuk memahami latar belakang usaha, kebutuhan spesifik, dan kondisi pasar yang mempengaruhi keberhasilan UMKM.
- Identifikasi masalah, tahap ini fokus pada identifikasi masalah utama yang dihadapi oleh UMKM olahan keripik pohpohan. Masalah yang mungkin muncul termasuk keterbatasan dalam inovasi pengemasan, kesulitan dalam akses pasar, kurangnya pengetahuan tentang pemasaran, serta tantangan dalam pengelolaan produksi. Identifikasi masalah ini penting untuk mengembangkan solusi yang tepat dan efektif untuk meningkatkan kinerja usaha.
- Menentukan tujuan kerja, berdasarkan hasil identifikasi masalah, tujuan kerja ditetapkan untuk program pendampingan. Tujuan ini bisa meliputi peningkatan kualitas kemasan keripik pohpohan, pengembangan strategi pemasaran yang lebih efektif, atau peningkatan kapasitas produksi. Tujuan harus dirumuskan secara spesifik dan terukur untuk memastikan bahwa hasil yang diinginkan dapat dicapai dan dievaluasi secara objektif.
- Rencana pemecahan masalah, pada tahap ini, dirancang rencana strategis untuk mengatasi masalah yang diidentifikasi. Rencana ini dapat mencakup perbaikan desain kemasan, pelatihan untuk peningkatan keterampilan pemasaran, dan pengembangan jaringan distribusi. Selain itu, rencana juga mencakup alokasi sumber daya, metode pelaksanaan, dan jadwal kegiatan yang akan membantu UMKM dalam menerapkan solusi secara efektif.
- Pendekatan sosial, pendekatan sosial melibatkan cara berinteraksi dan berkomunikasi dengan pelaku usaha keripik pohpohan serta masyarakat setempat. Ini termasuk membangun hubungan yang baik dengan pelaku usaha, memahami kebutuhan dan aspirasi mereka, serta memastikan partisipasi aktif mereka dalam program pendampingan. Pendekatan yang baik akan meningkatkan keterlibatan dan dukungan masyarakat terhadap inisiatif yang diambil.
- Pelaksanaan kegiatan, tahap ini melibatkan implementasi dari rencana yang telah dibuat, seperti pelatihan pengemasan, penerapan desain kemasan baru, dan strategi pemasaran. Selama pelaksanaan, pemantauan dan evaluasi berkala dilakukan untuk memastikan bahwa kegiatan berjalan sesuai rencana dan memberikan hasil yang diharapkan. Penyesuaian dan perbaikan dilakukan berdasarkan umpan balik dan hasil monitoring.
- Evaluasi kegiatan dan hasil, setelah kegiatan pendampingan dilaksanakan, tahap evaluasi dilakukan untuk menilai efektivitas program. Evaluasi ini melibatkan penilaian terhadap pencapaian tujuan, seperti peningkatan kualitas kemasan dan

penjualan keripik pohpohan. Analisis hasil kegiatan dan umpan balik dari pelaku usaha membantu mengidentifikasi keberhasilan, tantangan, dan area yang perlu diperbaiki untuk kegiatan pengabdian di masa depan

Lokasi, Bahan, dan Alat kegiatan

Kegiatan pendampingan dilaksanakan di Kampung Calobak, Desa Tamansari, Kecamatan Tamansari, Kabupaten Bogor, Jawa Barat, pada bulan Juli hingga Agustus 2024, dengan mitra sasaran adalah pelaku usaha mikro olahan keripik daun pohpohan dengan nama dagang CLB Raos. Kegiatan ini merupakan bagian dari program Kuliah Kerja Nyata Tematik (KKN-T) yang dilaksanakan oleh mahasiswa Institut Pertanian Bogor (IPB).

Pengumpulan dan Analisis Data

Informasi dikumpulkan melalui observasi lapangan, wawancara, dan dokumentasi. Pengumpulan data dilakukan dengan mengunjungi langsung mitra UMKM, mengamati proses kerja di lapangan, serta mewawancarai pelaku usaha. Data yang diperoleh digunakan sebagai dasar untuk mengembangkan produk UMKM.

Data yang telah terkumpul dianalisis menggunakan pendekatan SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi keberlanjutan dan potensi pengembangan UMKM. Konsep analisis SWOT diperkenalkan oleh Albert Humphrey pada tahun 1960-an melalui penelitian yang dilakukan di Stanford Research Institute. Analisis SWOT adalah alat yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (Strengths), kelemahan (Weaknesses), peluang (Opportunities), dan ancaman (Threats) yang dihadapi oleh suatu organisasi atau usaha dan memberikan gambaran yang jelas tentang faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi kinerja dan keberhasilan suatu entitas

HASIL DAN PEMBAHASAN

Program pendampingan UMKM olahan keripik pohpohan dimulai dengan tahap analisis situasi masyarakat dan identifikasi masalah. Proses ini mencakup survei dan observasi langsung di lokasi operasional pelaku usaha untuk memahami kondisi yang ada. Selain itu, wawancara juga dilakukan dengan berbagai pihak terkait, di antaranya guru SMA N 1 Tamansari, Kepala Desa, Ketua RW, Ketua RT, pelaku UMKM, masyarakat dan petani daun pohpohan di Desa Tamansari (Gambar 1). Pendekatan ini bertujuan untuk memperoleh pemahaman menyeluruh tentang situasi lokal, tantangan yang dihadapi, dan potensi yang dapat dimanfaatkan dalam pengembangan usaha keripik pohpohan.

Hasil identifikasi menunjukkan bahwa Daun Pohpohan merupakan komoditas unggulan pertanian di Desa Tamansari (Gambar 2), yang biasanya dimanfaatkan sebagai lalapan. Terdapat pelaku UMKM yang mengolah daun pohpohan menjadi keripik dengan nama dagang CLB RAOS, yang telah beroperasi sejak tahun 1998 di Desa Tamansari. Usaha ini mengalami kendala dan belum berjalan secara optimal hingga saat ini, terutama karena masalah pemasaran. Secara administrasi, UMKM keripik pohpohan belum memiliki NIB (Nomor Induk Berusaha) dan belum bersertifikat halal. Selain itu, kemasan produk saat ini terbilang kurang menarik, yaitu hanya menggunakan plastik putih bening



Gambar 1 a) Diskusi dengan guru SMA N 1 Tamansari; b) Diskusi dengan ketua RW dan para ketua RT; c) Diskusi dengan pelaku usaha keripik pohpohan “CLB Raos”; dan d) Diskusi dengan masyarakat dan petani daun pohpohan.



Gambar 2 Kebun daun pohpohan.

tanpa desain khusus. SMA N 1 Tamansari memiliki ekstrakurikuler entrepreneurship yang bertujuan untuk menumbuhkan dan mengembangkan jiwa kewirausahaan di kalangan siswa.

Menentukan tujuan kerja merupakan langkah krusial dalam merancang program pendampingan UMKM, yang melibatkan penetapan sasaran yang jelas dan terukur untuk mencapai hasil yang diinginkan. Dalam konteks ini, tujuan kerja difokuskan pada peningkatan daya saing dan efisiensi UMKM olahan keripik pohpohan dengan memperbaiki kemasan produk dan mengembangkan strategi pemasaran yang efektif. Tujuan spesifik meliputi mengubah nama dagang menjadi lebih kekinian dan mudah diingat, mendesain ulang kemasan untuk menarik minat konsumen dan meningkatkan

visibilitas produk, melakukan pendaftaran usaha untuk memperoleh NIB, mendaftarkan sertifikasi halal, serta memanfaatkan konsep kemitraan dengan ekstrakurikuler di SMA N 1 Tamansari untuk mengoptimalkan strategi pemasaran dan memperluas jangkauan pasar. Selain itu, program ini akan memanfaatkan dukungan dari Sobat Tani, sebuah kafe di bawah naungan IPB yang bertujuan untuk membantu pengembangan UMKM.

Pelaksanaan kegiatan pendampingan dimulai dengan sosialisasi mengenai pentingnya memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB), Sertifikat Halal, dan kemasan yang menarik dan modern. NIB berfungsi sebagai identitas resmi usaha yang mempermudah proses administrasi dan legalitas usaha. Sertifikat Halal penting untuk menjamin bahwa produk memenuhi standar kehalalan yang diakui, yang dapat meningkatkan kepercayaan konsumen Muslim. Kemasan yang bagus dan kekinian berfungsi untuk menarik perhatian konsumen, melindungi produk, dan menyampaikan informasi penting tentang produk dengan cara yang menarik.

Pendampingan dilanjutkan dengan pendaftaran NIB dilakukan dengan menggunakan nama pelaku UMKM, "Keripik Pohpohan Tamansari," serta nama dagang baru, "KEPOTA," yang merupakan hasil kesepakatan antara pendamping dan pelaku UMKM (Gambar 3). Nama dagang ini diubah untuk memberikan citra yang lebih modern dan menarik. Setelah itu, olahan keripik pohpohan didaftarkan untuk memperoleh Sertifikat Halal, dengan dukungan langsung dari PPH (Pendamping Produk Halal). Sertifikat Halal ini penting untuk memberikan jaminan kepada konsumen mengenai kehalalan produk dan mematuhi regulasi yang berlaku. Dukungan PPH memastikan bahwa proses sertifikasi berjalan lancar dan sesuai dengan standar yang ditetapkan.

Pendampingan berlanjut dengan modifikasi kemasan produk. Perubahan dilakukan dari kemasan plastik bening menjadi kemasan berbahan aluminium foil full-print (Gambar 4). Kemasan baru ini dirancang untuk memberikan perlindungan lebih baik terhadap produk dan meningkatkan daya tarik visualnya. Selain itu, kemasan yang baru mencakup informasi lengkap seperti komposisi produk, logo produk yang diperbarui, logo halal, berat bersih, tanggal kedaluwarsa, lokasi produksi, dan kontak. Informasi mengenai daun pohpohan juga disertakan untuk memberikan edukasi kepada konsumen tentang keunggulan bahan baku. Modifikasi ini bertujuan untuk meningkatkan citra produk, memperpanjang umur simpan, dan mempermudah konsumen dalam mendapatkan informasi penting mengenai produk.



Gambar 3 Sosialisasi dan pendaftaran NIB dan sertifikat halal.

Proses pendampingan selanjutnya berfokus pada tahap pemasaran produk. Pemasaran adalah serangkaian aktivitas yang bertujuan untuk memperkenalkan dan menjual produk kepada konsumen dengan cara yang paling efektif. Produk Kepota masih belum dikenal luas, sehingga pengusungan konsep kemitraan berkelanjutan menjadi opsi strategis untuk meningkatkan jangkauan pasar. Dalam proses ini, pelaku UMKM perlu melalui beberapa tahapan untuk mendapatkan mitra tetap, yaitu: konsolidasi awal, pemberian umpan balik, uji coba penjualan, dan akhirnya menjalin kemitraan tetap.

Kepota berhasil menjalin kemitraan dengan Sobat Tani, sebuah kafe di bawah naungan IPB yang mendukung pengembangan UMKM, serta dengan ekstrakurikuler Entrepreneurship di SMA N 1 Tamansari sebagai mitra penjualan pertama. Kerja sama ini diharapkan tidak hanya meningkatkan penjualan produk tetapi juga memperkuat jaringan pemasaran melalui kolaborasi yang berkelanjutan. Harapannya, jumlah mitra Keripik Pohpohan Tamansari dapat terus bertambah seiring dengan peningkatan pengetahuan dan keterampilan dalam menerapkan konsep kemitraan dalam proses bisnis. Namun, salah satu hambatan yang dihadapi adalah keterbatasan mobilisasi dari pelaku UMKM Keripik Pohpohan yang tidak dapat mengendarai kendaraan bermotor, sehingga menyulitkan distribusi produk secara mandiri. Berdasarkan hasil pendampingan yang telah dilakukan, diperoleh data SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) seperti pada Tabel 1.



Gambar 4 a) Kemasan lama keripik pohpohan dan b) Transformasi kemasan baru keripik pohpohan.

Tabel 1 data SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) pelaku UMKM Keripik Pohpohan

Aspek	Keterangan
Strengths	<ul style="list-style-type: none"> • Bahan baku berkualitas dari daun pohpohan, komoditas unggulan Desa Tamansari. • Kemasan baru yang menarik dan modern. • Nama dagang "KEPOTA" yang mudah diingat. • Kemitraan dengan Sobat Tani IPB dan ekstrakurikuler entrepreneurship SMA N 1 Tamansari untuk memperluas pemasaran. • Telah memiliki NIB (Nomor Induk Berusaha)
Weaknesses	Keterbatasan mobilisasi pelaku UMKM, menyulitkan distribusi produk secara mandiri.
Opportunities	<ul style="list-style-type: none"> • Kemitraan dengan Sobat Tani IPB dan SMA N 1 Tamansari membuka peluang pasar yang lebih luas.
Threats	<ul style="list-style-type: none"> • Berpotensi menjadi oleh-oleh khas daerah Bogor • Persaingan dari produk serupa, baik dari UMKM lain maupun produk luar daerah. • Fluktuasi harga bahan baku dan tantangan logistik dalam distribusi produk

SIMPULAN

Program pendampingan UMKM olahan keripik pohpohan di Desa Tamansari merupakan upaya terpadu untuk mengembangkan potensi lokal dan meningkatkan daya saing produk melalui beberapa langkah strategis. Kegiatan ini diawali dengan analisis situasi masyarakat dan identifikasi masalah, yang dilakukan melalui survei, observasi, dan wawancara dengan berbagai pihak terkait. Hasil identifikasi menunjukkan bahwa daun pohpohan, yang biasa digunakan sebagai lalapan, memiliki potensi besar sebagai bahan dasar produk olahan. Salah satu pelaku UMKM setempat, dengan nama dagang CLB RAOS, telah berusaha memproduksi keripik pohpohan sejak tahun 1998 namun mengalami kendala, terutama dalam pemasaran. Di sisi lain, SMA N 1 Tamansari memiliki ekstrakurikuler entrepreneurship yang berpotensi menjadi mitra dalam pengembangan UMKM ini.

Untuk menjawab tantangan tersebut, tujuan kerja difokuskan pada peningkatan kualitas produk dan strategi pemasaran. Salah satu langkah utama adalah memperbaiki kemasan produk dari plastik bening sederhana menjadi kemasan aluminium foil full-print yang lebih menarik dan informatif. Nama dagang diubah menjadi "KEPOTA" untuk memberikan kesan yang lebih modern dan mudah diingat. Selain itu, upaya dilakukan untuk memperoleh Nomor Induk Berusaha (NIB) dan Sertifikat Halal guna memenuhi standar legalitas dan meningkatkan kepercayaan konsumen. Program ini juga melibatkan kemitraan dengan Sobot Tani, kafe di bawah naungan IPB yang bertujuan mendukung pengembangan UMKM, serta dengan ekstrakurikuler Entrepreneurship di SMA N 1 Tamansari. Kemitraan ini diharapkan tidak hanya meningkatkan penjualan produk tetapi juga memperkuat jaringan pemasaran. Meskipun demikian, tantangan berupa keterbatasan mobilisasi pelaku UMKM, yang tidak dapat mengendarai kendaraan bermotor, menjadi kendala yang perlu diatasi untuk memastikan distribusi produk yang lebih luas dan efektif. Maka, pelaku UMKM direkomendasikan untuk dapat mencari pihak ketiga untuk dapat dijadikan distributor tetap dan melakukan penambahan biaya distribusi dalam perhitungan harga pokok produksi.

DAFTAR PUSTAKA

- Apriyanti ME. 2018. Pentingnya kemasan terhadap penjualan produk perusahaan. *Sosio e-kons*, 10(1): 20–27. <https://doi.org/10.30998/sosioekons.v10i1.2223>
- Humphrey, A. (2005) *SWOT Analysis for Management Consulting*. SRI Alumni Newsletter. SRI International, United States.
- Istana UMKM. (n.d.). *Kemasan*. Diakses dari: <https://istanaumkm.pom.go.id/regulasi/pangan/kemasan>
- Murdjito, G. (2012). *Metode Pengabdian Masyarakat*. Disampaikan pada Pelatihan Metodologi Pengabdian kepada Masyarakat. <https://www.slideshare.net/FitriRiyanto/metoda-pengabdian-pada-masyarakat-pak-gatot1>
- Per/M.KUKM/IX/2006. <http://jdih.kemenkopukm.go.id/arsip/lembaran-negara/lembaran-negara-tahun-2006-nomor-1321-1329/>
- Subanar R. *Manajemen Usaha Kecil*, Edisi Pertama Cetaka Keempat. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta. 2001.

- Yulianingsih I, Damayanti A, Zaitun Z, Najiyah A, Hidayat DP. 2020. Pengembangan Potensi Hasil Kebun Menjadi Inovasi Produk Makanan Ringan sebagai Upaya Peningkatan Perekonomian Masyarakat. In *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat LPPM UMJ* (Vol. 1, No. 1).
- Vinatra S. 2023. Peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam Kesejahteraan Perekonomian Negara dan Masyarakat. *Jurnal Akuntan Publik*. 1(3): 01–08. <https://doi.org/10.59246/muqaddimah.v1i4.430>