

PENGEMBANGAN DAN INOVASI PRODUK UMKM BERBASIS BAHAN LOKAL DI GLINGSERAN WRINGIN BONDOWOSO

Miftahus Salam¹, Moh. Irmawan Jauhari², Siti Aisyatul Arifah³

^{1,3}IAI At-Taqwa Bondowoso, ²UIT Lirboyo Kediri

¹miftahus01@gmail.com, ²irmawanj@gmail.com, ³aisyatularifah70@gmail.com

Article History:

Received: 26-12-2024

Revised: 27-12-2024

Accepted: 30-12-2024

Keywords: *Development,
Innovation, UMKM.*

Abstract:

This community service activity aims to strengthen and innovate UMKM in Glingseran Village, Bondowoso. The method used is ABCD with a focus on developing assets in the Glingseran community. The results of the community service stated that the development and innovation carried out by the team in community service activities in Glingseran Village, Bondowoso were able to encourage residents to review the need for fish baskets whether they would always depend on apus bamboo or try other materials that were easier and cheaper. Given that the availability of bamboo in Glingseran Village is running low and bamboo trees are needed to maintain areas with high soil water content. Innovation in sweet corn drink products can be done and made. However, the team and the community need to mature the concept so that the drinks sold have good competitiveness in terms of price and packaging according to current needs.

PENDAHULUAN

Perguruan tinggi memiliki andil besar dalam mendorong mahasiswa berjiwa penuh pengabdian serta memiliki sikap tanggung jawab yang besar terhadap masa depan bangsa dan negara. Kiprah perguruan tinggi dan mahasiswa bagi usaha pembangunan nasional dan daerah perlu ditingkatkan sesuai dengan kebutuhan masa kini dan mendatang. Perguruan tinggi dituntut untuk lebih berorientasi dan menyerasikan kurikulumnya terhadap kebutuhan pembangunan, sehingga dapat menghasilkan sarjana yang dapat menghayati dan mengatasi problema pembangunan dan kemasyarakatan serta berfungsi sebagai penerus pembangunan.

Mahasiswa sebagai salah satu bagian dari sivitas akademik perguruan tinggi memainkan peran penting dalam mewujudkan tridarma. Melalui pengabdian yang terprogram dan terencana dengan baik mendorong mahasiswa adaptif di masyarakat dalam menerapkan keilmuannya sekaligus menjadi agen perubahan sosial yang baik. Pengabdian yang mengarah pada perubahan sosial yang lebih baik dewasa ini memiliki banyak pendekatan dan metode yang digunakan. Apapun metode dan pendekatannyamahasiswa bersama masyarakat aktif sebagai subjek dalam arus perubahan.

Desa Glingseran Kecamatan Wringin Kabupaten Bondowoso terkenal dengan pertaniannya khususnya komoditi tembakau (obs.2024). Desa Glingseran terdiri dari empat dusun yaitu Banyuputih, Ambulu, Taman Sari, dan Jatisari. Total jumlah penduduk sebanyak 2146 jiwa dengan 860 Kepala Keluarga dimana mayoritas bermata pencaharian sebagai petani (obs.2024). Glingseran berada di dataran tinggi dengan ketinggian sekitar 400 m mdpl dan luas wilayah 2.539.106 Ha (dok.2019).

Tim selama masa awal pengabdian fokus pada beberapa kegiatan antara lain, keagamaan, pendidikan, mapun kegiatan lain yang ada di Glingseran. Seperti bidang keagamaan antara lain; pembiasaan sholat berjama'ah, tadarus dan tahsin qiro'ah, pembiasaan sholat dhuha, pelaksanaan PHBI, sholatat dibaiyah serta ratib, dan ziarah makam. Untuk pendidikan seperti berpartisipasi dalam tata kelola maupun membantu proses pembelajaran

baik di lembaga formal maupun diniyah, melaksanakan bimbel, mengadakan pojok baca dan kreatif, sosialisasi anti bullying dan mental health di lembaga pendidikan formal. untuk kegiatan sosial lingkungan melakukan kegiatan bersih-bersih lingkungan dalam bentuk kerja bakti, pengadaan papan nama, dan juga penanaman pohon. Untuk bidang kesehatan berpartisipasi dalam posyandu dan sosialisasi hipertensi (dok.2024).

Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang untuk selanjutnya disingkat sebagai UMKM memegang peranan penting dalam perputaran ekonomi arus bawah. Kemandirian ekonomi yang ditampilkan oleh UMKM cukup menarik sebagai bentuk resistensi dan eksistensi. Dimana hal ini sesuai dengan UUD 1945 pasal 33 ayat 4, UMKM merupakan bagian dari perekonomian nasional yang berwawasan kemandirian dan memiliki potensi besar untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. UMKM memiliki peran yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi negara. UMKM adalah kegiatan atau usaha bisnis yang dijalankan oleh individu, rumah tangga, maupun badan usaha kecil. Pemerintah sendiri telah menetapkan pengertian UMKM dan kriterianya, beserta contoh UMKM. Arti UMKM tersebut tertuang dalam UU Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. UMKM artinya sebagai bisnis yang dijalankan individu, rumah tangga, atau badan usaha ukuran kecil. Perkembangan UMKM di Indonesia terus saja meningkat dari segi kualitasnya, hal ini dikarenakan dukungan kuat dari pemerintah dalam pengembangan yang dilakukan kepada para pegiat usaha UMKM, yang mana hal tersebut sangat penting dalam mengantisipasi kondisi perekonomian ke depan serta menjaga dan memperkuat struktur perekonomian nasional.

Kriteria UMKM menurut UU Nomor 20 Tahun 2008 digolongkan berdasarkan jumlah aset dan omset yang dimiliki oleh sebuah usaha.

No.	Usaha	Kriteria	
		Asset	Omzet
1.	Usaha Mikro	Maks. 50 Juta	Maks. 300 Juta
2.	Usaha Kecil	>50 Juta - 500 Juta	>300 Juta -2,5 Juta
3.	Usaha Menengah	>500 Juta -10 Miliar	>2,5 Juta - 50 Juta

Sumber : Kementrian Koerasi dan Usaha Kecil dan Menengah, 2012

Kriteria Usaha Kecil dan Menengah berdasarkan perkembangan undang-undang tersebut, dari sudut pandang perkembangannya Rahmana (2008) mengelompokkan UMKM dalam beberapa kriteria, yaitu:

1. *Livelihood Activities*, merupakan usaha Kecil Menengah yang digunakan sebagai kesempatan kerja untuk mencari nafkah, yang lebih umum dikenal sebagai sektor informal. Contohnya adalah pedagang kaki lima.
2. *Micro Enterprise*, merupakan Usaha Kecil Menengah yang memiliki sifat pengrajin tetapi belum memiliki sifat kewirausahaan.
3. *Small Dynamic Enterprise*, merupakan Usaha Kecil Menengah yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan mampu menerima pekerjaan subkontrak dan ekspor. (Sudaryanto & Wijayanti, 2014

Tim melihat bahwa Desa Glingseran memiliki potensi UMKM yang besar dimana terdapat beberapa jenis usaha yang bisa dikembangkan dan memiliki bahan dasar yang tersedia di desa itu sendiri. Artinya potensi UMKM berbasis bahan dasar yang tidak terlalu jauh dengan masyarakat memudahkan proses produksinya. UMKM yang ada di Glingseran berpotensi besar dalam penyerapan tenaga kerja informal dan pemerataan pendapatan masyarakat. Tidak mengherankan kemudian muncul berbagai kebijakan dan program yang mendukung penguatan UMKM. Dimana kebijakan dan program yang ada bertujuan untuk melindungi dan mengembangkan UMKM melalui penciptaan iklim usaha yang kondusif.

Artikel ini fokus pada penguatan dan pemberdayaan UMKM Desa Glingseran dengan memanfaatkan bahan lokal yang mudah didapatkan di lokasi pengabdian

METODE

Metode dalam kegiatan pengabdian ini adalah ABCD atau *Asset Based Community Development* yang mengutamakan pemanfaatan aset dan potensi yang ada di masyarakat. Aset bermakna luas seperti modal material, potensi intelektual, potensi kultural, potensi budaya, sistem, yang ada di masyarakat dan digunakan untuk pijakan perubahan sosial.

Wijayanti (2011) menerangkan bila ABCD dapat dijelaskan dengan definisi operasional *Problem Based Approach*, *Need Based Approach*, *Right Based Approach*, *Asset Based Approach*. *Problem Based Approach* merupakan potensi yang dimiliki oleh masyarakat berupa masalah. *Need Based Approach* menggunakan kebutuhan seseorang atau masyarakat untuk memancing seseorang dalam melakukan perubahan dalam dirinya. *Right Based Approach* merupakan kriteria pengembangan masyarakat dengan menggunakan kekayaan. Dan *Asset Based Approach*, merupakan cara yang digunakan dengan menggunakan potensi dasar yang dimiliki oleh masyarakat seperti kecerdasan, kepedulian, partisipasi, gotong royong, dll.

Lima tahap ABCD menurut Dureau (2013) antara lain: *Discovery* (Menemukan) yakni menemukan kembali kesuksesan dilakukan lewat proses percakapan atau wawancara dan harus menjadi penemuan personal tentang apa yang menjadi kontribusi individu yang memberi hidup pada sebuah kegiatan atau usaha. *Dream* (Impian) adalah cara kreatif dan secara kolektif melihat masa depan yang mungkin terwujud, apa yang sangat dihargai dikaitkan dengan apa yang paling diinginkan. *Design* (Merancang) mengajak mitra terlibat dalam proses belajar tentang aset yang dimiliki agar bisa dimanfaatkan dalam cara yang konstruktif, inklusif, dan kolaboratif. *Define* menentukan tujuan dari proses pencarian atau deskripsi mengenai perubahan yang diinginkan. *Destiny* berusaha melakukan apa yang sudah disepakati.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Desa Glingseran memiliki beberapa UMKM yang ada dan tersebar di beberapa wilayah. Tim fokus pada pengembangan dan inovasi UMKM yang berbasis dasar lokal sehingga tidak menyulitkan pegiat UMKM dalam memperoleh bahan dasarnya. Tiga UMKM yang menjadi bidikan dari kegiatan pengabdian ini adalah, penguatan UMKM pembuatan besek ikan, dan inovasi minuman berbasis jagung.

Usaha pertama yaitu pembuatan besek terdapat paling banyak di dusun Krajan desa Glingseran. Dalam hal ini tim fokus di rumah Bu Kholik. Jadi tim KKN mendapatkan kesempatan untuk belajar membuat besek ikan. Menurut Ibu Kholik, dahulu Glingseran masih memiliki banyak pohon bambu sehingga masyarakat tidak kebingungan untuk mencari bahan mentah. Akan tetapi dewasa ini justru beli dari luar desa mengingat sudah jarang masyarakat yang punya rumpun bambu (w.01.2024). Bambu yang digunakan untuk membuat besek ikan yaitu biasanya selain membeli dari orang-orang yang memiliki pohon bambu juga mendatangkan dari luar. Bambu yang dipilih dan digunakan dalam pembuatan besek adalah jenis bambu apus karena tidak mudah pecah saat dibelah. Setiap batang bambu dapat menghasilkan sekitar 14 ikat yang satu ikatnya berisi 100 biji besek (w.02.2024) Harga yang dijual oleh Bu Kholik yaitu 15rb. Biasanya pengepul mengambil besek ditempat Bu Kholik dengan waktu yang tidak ditentukan. Harga ini menurut Bu Kholik sudah cukup sebagai tambahan untuk kebutuhan sehari-hari (w.01.2024).

Usaha kedua yaitu inovasi minuman berbasis jagung manis dipilih tim mengingat Glingseran banyak petani jagung manis. Industri kecil ini memiliki potensi pasar yang menjanjikan mengingat ketersediaan barang baku yang sangat mudah di Glingseran. Hanya saja yang perlu diperhatikan adalah kemampuan warga masyarakat untuk membuat dan memasarkannya. Karena itulah tim melakukan pelatihan pembuatan dan strategi marketing

dalam menggagas inovasi produk ini.

Warga Glingseran hanya mengenal jagung untuk dijual atau dibuat lauk, untuk pengembangan sampai minuman memang belum terpikirkan (w.03.2024). Ide membuat minuman berbahan baku jagung manis cukup menarik karena ketersediaan jagung di Glingseran bisa ada setiap tahun. Mengingat kawasan ini dataran tinggi dan tanahnya cocok untuk palawija (w.04.2024). Pembuatan produk berbasis jagung manis memang menarik namun diperlukan pengujian apakah produk ini disukai masyarakat atau tidak. Mengingat jika tidak mampu bertahan lama maka masyarakat hanya bisa membuat tanpa mampu menjulanya (w.05.2024). Tim kemudian merasa perlu mengajak masyarakat untuk mengadakan inovasi produk berbasis jagung manis untuk meningkatkan pendapatan mereka serta eksperimentasi dengan menggunakan bahan yang tersedia disekitar masyarakat.

Proses uji coba dan pelatihan pembuatan minuman jagung manis tidak ditemukan kendala mengingat bahan bakunya tersedia. Hanya saja memang untuk alat produksi beserta packing perlu untuk membeli mengingat kemasan minuman juga menentukan daya tarik pembeli. Tim memandang perlu juga melakukan sosialisasi teknik marketing baik manual maupun online untuk semakin mengenalkan produk minuman jagung manis kepada masyarakat. perlu tekik marketing yang baik untuk memasarkan produk ini karena produk yang dibuat merupakan inovasi baru dan belum pernah di jual belikan sebelumnya di desa Glingseran.

Penguatan dan inovasi produk yang coba dilakukan oleh tim di desa Glingseran melihat beberapa produk yang sudah beredar di pasar. Hal ini dilakukan karena usaha pembuatan besek ikan di Glingseran mulai kesulitan mendapatkan bahan baku yang tersedia dengan cepat. Banyaknya rumpun bambu apus yang telah ditebang serta masa tunggu satu tahun untuk siap dipanen lagi tentu merupakan pertimbangan mengapa perlu dilakukan pemahaman dan juga alih fungsi bahan dalam membuat besek ikan berbasis bambu apus. Pada usaha minuman berbasis jagung manis tingkat kesulitan terdapat pada upaya inovatif dan kreatif masyarakat mengingat mereka masih memahami jagung manis hanya diorientasikan untuk dijual langsung maupun dijadikan lauk.

Tim setelah melakukan analisis dan pengamatan yang mendalam mencoba mengajak masyarakat melakukan pengembangan bahan baku untuk besek ikan agar tidak semata menggunakan bambu apus. Selain itu melakukan inovasi produk untuk menghadirkan tawasan dan varian dari jagung manis agar tidak dijual ketika panen saja namun mampu memiliki nilai lebih dalam bentuk minuman. Inovasi yang dilakukan tim mendorong masyarakat memiliki produk baru dari hasil jagung manis. Dimana dengan demikian diharapkan muncul kreatifitas masyarakat baik dalam mencari dan mengolah jagung manis ataupun bahan lain yang mendukung tersedianya minuman ini seperti industri cup untuk wadah minuman.

Mengingat dalam kemasan minuman bisa dikembangkan lebih lanjut menjadi minuman dengan desain yang menarik seperti model *U-lock* sehingga tutup bisa dibuka dan ditutup kembali oleh konsumen. Bisa juga memasukkan unsur kreatifitas dengan cara memberikan tag merk dari produk juga kata-kata motivasi agar pembeli merasakan sesuatu yang beda dari minuman jagung yang dibelinya. Inovasi yang diterapkan disatu sisi mampu berhasil menghadirkan produk olahan jagung yang baru. Dengan demikian terdapat variasi makanan maupun minuman dari jagung manis. Akan tetapi memang diperlukan perhitungan yang cermat mengenai harga jualnya mengingat terdapat biaya produksi yang meningkat karena terdapat mesin press untuk mengemasnya.

Inovasi yang dilakukan tim selain bertujuan untuk meningkatkan daya jual dan jumlah olahan makanan dan minuman berbasis jagung manis, juga menyasar konsumen dengan gaya hidup yang dewasa ini senang dengan minuman kemasan. Mengingat minuman

jagung manis ini tanpa gula, maka diharapkan selain mengikuti perkembangan pasar juga menyajikan minuman sehat bagi generasi muda.

Inovasi produk menurut Marquis (2003) adalah kemampuan memberi nilai lebih pada produk yang sudah ada dengan tujuan menghasilkan produk yang sesuai dengan harapan pasar. Inovasi adalah bagaimana sebuah perusahaan atau seseorang menghasilkan keuntungan dari kreativitas. Di bidang bisnis, dengan melakukan inovasi, perubahan dapat menghadapi bukan saja pesaing, tetapi juga tantangan. Ketika kreativitas berada pada kultur organisasi yang benar, hasilnya adalah inovasi (Higgins, 2015). Kotler (2007) menjelaskan bahwa inovasi produk adalah kumpulan dari proses proses yang saling mempengaruhi satu dengan yang lainnya. Menurut Nasution (2005) inovasi produk dikategorikan menjadi produk baru bagi dunia, lini produk baru, tambahan pada lini produk baru yang telah ada, perbaikan dan revisi produk yang ada, penentuan kembali dan pengurangan biaya.

Inovasi produk bisa juga pengembangan produk baru dari produk yang lama dengan peningkatan kualitas. Menurut Amir, (2018), inovasi produk adalah setiap kegiatan yang tidak bisa dihasilkan hanya dengan satu kali percobaan, melainkan suatu proses yang panjang dan kumulatif. Meliputi banyak proses pengambilan keputusan, mulai dari penemuan gagasan hingga ke implementasinya di pasar. Devi (2018) berpendapat mengenai inovasi produk sering dikaitkan dengan teknologi, karena dengan adanya teknologi memudahkan perusahaan untuk mengembangkan ide yang akan membantu mencapai tujuan perusahaan. Inovasi produk dipandang sangat penting apalagi dalam pengembangan produk baru karena dapat membantu perusahaan pada keuntungan dibidang ekonomi dan menghasilkan teknologi baru. Lopian (2016) menyatakan persaingan yang semakin kuat dan konsumen yang semakin cerdas dan peka dalam memilih produk, menuntut perusahaan agar lebih inovatif dalam menghasilkan produk.

Rogers (1983) mengemukakan lima karakteristik inovasi yang dapat mempengaruhi keputusan terhadap pengadopsian suatu inovasi meliputi: keunggulan relatif, kompatibilitas, kerumitan, kemampuan diuji cobakan, kemampuan diamati. Keunggulan relatif adalah derajat dimana suatu inovasi dianggap lebih baik atau unggul dari yang pernah ada sebelumnya. Hal ini dapat diukur dari beberapa segi, seperti segi ekonomi, prestige sosial, kenyamanan, kepuasan dan lain-lain. Semakin besar keunggulan relatif dirasakan oleh pengadopsi, semakin cepat inovasi tersebut dapat diadopsi. Kompatibilitas adalah derajat dimana inovasi tersebut dianggap konsisten dengan nilai-nilai yang berlaku, pengalaman masa lalu dan kebutuhan pengadopsi.

Sebagai contoh, jika suatu inovasi atau ide baru tertentu tidak sesuai dengan nilai dan norma yang berlaku, maka inovasi itu tidak dapat diadopsi dengan mudah sebagaimana halnya dengan inovasi yang sesuai. Kerumitan adalah derajat dimana inovasi dianggap sebagai suatu yang sulit untuk dipahami dan digunakan. Beberapa inovasi tertentu ada yang dengan mudah dapat dimengerti dan digunakan oleh pengadopsi dan ada pula yang sebaliknya. Semakin mudah dipahami dan dimengerti oleh pengadopsi, maka semakin cepat suatu inovasi dapat diadopsi. Kemampuan diujicobakan adalah derajat dimana suatu inovasi dapat diujicoba dalam batas tertentu. Suatu inovasi yang dapat diujicobakan dalam setting sesungguhnya, umumnya akan lebih cepat diadopsi. Keuntungan dari inovasi produk termasuk memberikan nilai tambah kepada pelanggan, meningkatkan penjualan, menciptakan keunggulan kompetitif, membuka peluang pasar baru, meningkatkan efisiensi, membangun reputasi perusahaan, dan memungkinkan adaptasi lebih baik terhadap perubahan dalam pasar dan preferensi pelanggan.

Keuntungan dalam melakukan inovasi adalah produk yang inovatif dapat membedakan perusahaan dari pesaingnya, memberikan keunggulan dalam pasar yang padat persaingan, inovasi produk dapat menghasilkan nilai tambah bagi pelanggan dengan

memenuhi kebutuhan dan keinginan *brand* dengan cara yang lebih baik atau bau, produk inovatif sering kali menarik perhatian konsumen baru dan dapat mendorong peningkatan dalam penjualan, dengan menciptakan produk yang belum ada sebelumnya, perusahaan dapat membuka peluang untuk memasuki pasar baru atau meraih segmen pasar

PENUTUP

Pengembangan dan inovasi yang dilakukan tim dalam kegiatan pengabdian di desa Glingseran Bondowoso mampu mendorong warga untuk mengkaji ulang kebutuhan besek ikan apakah akan selamanya bergantung pada bambu apus atau mencoba bahan lain yang lebih mudah dan murah. Mengingat ketersediaan bambu di desa Glingseran sudah menipis serta pohon bambu dibutuhkan untuk menjaga kawasan dengan kandungan air dalam tanah yang tinggi. Inovasi pada produk minuman jagung manis mampu dilakukan dan dibuat. Akan tetapi tim dan masyarakat memerlukan pematangan konsep agar minuman yang dijual memiliki daya saing yang bagus dalam segi harga dan kemasan sesuai tuntutan kebutuhan sekarang.

Rekomendasi berdasarkan kegiatan yang dilakukan tim adalah, perlunya semua pihak untuk saling bergandengan tangan mendorong pengembangan UMKM di masyarakat. Mengingat UMKM merupakan pondasi perekonomian di tingkat bawah. Apabila ekonomi arus bawah tidak dijaga dengan baik maka tentu akan berpengaruh pada tingkat di atasnya.

UCAPAN TERIMAKASIH

Tim sampaikan terimakasih dan apresiasi positif kepada beberapa pihak yaitu, Rektor IAI At-Taqwa atas dorongan dan motivasi selama melakukan pengabdian, LP2M dengan segala tim yang telah berjuang menyukseskan agenda, stakeholder dan masyarakat Glingseran Bondowoso, serta semua pihak yang tidak bisa disebut satu persatu.

DAFTAR PUSTAKA

- Dinnie, K. 2008. *Nation Branding—Concepts, Issues, Practice* (Oxford: Butterworth-Heinemann).
- _____. 2009. *Repositioning the Korea Brand to a Global Audience: Challenges, Pitfalls, and Current Strategy*. Academic paper series, vol 4 no. 9 . page 1.
- Dureau, Christopher. 2013. “Pembaru Dan Kekuatan Lokal Untuk Pembangunan.” *Australian Community Development and Civil Society Strengthening Scheme (ACCESS) Tahap II* 96.
- Sumarwan, Ujang. 2010. *Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran Analisa Perilaku Konsumen*. Surabaya: Ghalia
- Swastha, Basu. 1984. *Azaz-asaz Marketing*, Edisi Ketiga. Yogyakarta: Liberty
- Swastha, Basu. 2001. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: BPFE
- Wahyudi, Imam. 2012. <http://pengertian,definisi,arti> Inovasi menurut para ahli - blog info dan tutorial.htm (www.infodantutorial.blogspot.com), diakses pada 10 agustus 2023.