



PENYULUHAN UMKM DENGAN METODE DIVERSIFIKASI PADA PRODUK MAKANAN OLAHAN DENGAN PENAMBAHAN VARIAN RASA BARU DAN DESAIN PRODUK DI DESA TANJUNG SARI KECAMATAN PABUARAN KABUPATEN SERANG

Ita Rosita Wahyiah^{1*}, Luis Fiska Rahayu², Eli Apud Saepudin³, Mohamad Ikrom Arasid⁴, Suherman Arifin⁵, Tubagus Bagas Adya Wijaya Kusuma⁶, Jesika Anastasya Simarmata⁷

^{1,2,3,4,5,6,7} universitas Bina Bangsa

e-mail: ita.rosita.wahyiah@binabangsa.ac.id^{1*}, luis.fiska.rahayu@binabangsa.ac.id²,

eli.apud.saepudin@binabangsa.ac.id³, Mohamad.Ikrom.Arasid@binabangsa.ac.id⁴,

Suherman.Arifin@binabangsa.ac.id⁵, bagasadyaa@gmail.com⁶, anastasyajessica64@gmail.com⁷

Abstract

Product development is an activity carried out by companies or business people to perfect their products, one of the aims of product development is to increase sales volume. Through the PKM program, it is carried out by providing direct counseling and assistance to MSME actors in Tanjungsari Village, District. Pabuaran. The method used is implementation through material delivery seminars, discussions, practice with direct product processing and adding new innovations to processed emping melinjo food products as well as product packaging by adding product designs to processed emping melinjo food products, direct assistance, monitoring and evaluation. The results obtained were that the PKM ran smoothly and was participated enthusiastically by all craftsmen. After the craftsmen have attended training, the products have attractive designs and packaging, have an understanding of the manufacture and use of e-commerce, the products are widely known and liked by consumers and turnover has increased significantly.

Keywords: *Diversification, UMKM, Volume sales.*

Abstrak

Pengembangan produk merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan atau pelaku bisnis dalam menyempurnakan produknya, salah satu tujuan dilakukannya pengembangan produk yaitu untuk meningkatkan volume penjualan. Melalui program PKM yang dilakukan yaitu dengan memberikan penyuluhan dan pendampingan langsung kepada para pelaku UMKM di Desa Tanjungsari Kec. Pabuaran. Metode yang digunakan yaitu pelaksanaan melalui seminar penyampaian materi, diskusi, praktek dengan pengolahan produk secara langsung dan penambahan inovasi baru pada produk makanan olahan emping melinjo serta sampai kepada pengemasan produk dengan menambahkan desain produk pada produk makanan olahan emping melinjo, pendampingan langsung, monitoring dan evaluasi. Hasil yang diperoleh yaitu PKM berjalan dengan lancar dan diikuti oleh seluruh pengrajin dengan antusias. Para pengrajin setelah mengikuti pelatihan maka produk memiliki desain dan kemasan yang menarik, memiliki pemahaman terkait pembuatan dan penggunaan e commerce, produk banyak dikenal dan disukai konsumen serta omset meningkat secara signifikan.

Kata kunci: *Diversifikasi, UMKM, Volume Penjualan.*

PENDAHULUAN

Ketatnya persaingan akan memposisikan pelaku bisnis untuk selalu mengembangkan produknya dan merebut *market share*. Untuk menghadapi situasi tersebut, pelaku bisnis harus mampu memberikan nilai lebih dari produk yang dimilikinya baik dari segi kualitas maupun kuantitas. Pada saat ini pengembangan produk menjadi strategi yang tepat dalam menghadapi persaingan.

Pengembangan produk merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan atau pelaku bisnis dalam menyempurnakan produknya agar dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen

yang selalu berubah-ubah setiap waktu. Salah satu yang dapat dilakukan oleh perusahaan atau pelaku bisnis dapat melakukan Pengembangan produk dengan menggunakan strategi diversifikasi.

Pengembangan produk biasanya direncanakan untuk membangun bisnis baru dan mendapatkan tujuan seperti peluang perkembangan baru dan pemasaran yang stabil. Semakin beranekaragamnya produk dapat menjadi penilaian pembeli dalam mengambil pertimbangan untuk membeli produk tersebut. Perusahaan atau pelaku bisnis berusaha memuaskan keinginan pembeli melalui diversifikasi produk yakni pembuatan produk baru agar tidak tergantung dengan satu model produk saja.

Diversifikasi Produk merupakan strategi untuk meningkatkan bisnis atau usaha dengan melalui upaya menciptakan produk baru, seperti memperbaiki tipe, warna, model, ukuran, jenis, penambahan varian rasa, desain produk, dll. Dengan tujuan untuk meningkatkan penjualan. Produk yang sudah terdiversifikasi akan berdampak pada peningkatan volume penjualan. Selain itu strategi diversifikasi juga dilakukan dalam rangka memperkuat kemampuan bersaing dengan kompetitor serta dalam rangka memperkecil resiko kerugian karena apabila pelaku bisnis atau perusahaan hanya melakukan bisnis pada sektor tunggal maka resiko kerugian atau produk yang kurang peminat cukup besar.

Melalui penganekaragaman produk, yaitu menciptakan produk baru atau menambah varian rasa pada suatu produk akan menarik minat konsumen, sehingga dapat memicu tingkat penjualan yang stabil atau bahkan mengalami kenaikan. Sehingga pendapatan suatu perusahaan akan bertambah. Berangkat dari hal itu, TIM pengabdian masyarakat UNIBA yang diketuai oleh Ita Rosita Wahyiah., M.Si dengan anggota terdiri dari mahasiswa dari berbagai latar ilmu dan pendidikan yang dimiliki, menemukan fenomena di Desa Tanjung sari bahwa mayoritas para pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang tergabung kedalam kelompok ibu-ibu PKK dibawah koordinasi ibu Kepala Desa Tanjung Sari yang merupakan pelaku usaha home industry makanan olahan, emping melinjo yang masih belum mendapatkan sentuhan desain produk, varian rasa atau penambahan produk baru pada makanan olahannya. Mayoritas pelaku UMKM tersebut memproduksi olahan makanannya dengan dikemas secara sederhana tanpa menggunakan desain atau merek dagang, bahkan varian rasa hanya tersedia varian rasa original atau gurih.

Mengingat bahwa UMKM dengan jenis home industry merupakan usaha skala kecil yang banyak menjadi pilihan masyarakat untuk menambah pemasukan, sehingga UMKM menjadi peluang usaha yang menarik dan menjanjikan keuntungan yang lumayan besar jika para pelaku UMKM serius dalam mengelolanya.

Adapun Keuntungan dalam menjalankan home industry yang dilakukan oleh masyarakat meski skala kecil, dengan produksi yang kecil, modal kecil dan tenaga kerja sedikit namun UMKM mampu menciptakan lapangan pekerjaan, hal ini dapat mengatasi angka pengangguran yang saat ini bukan hanya menjadi permasalahan di perkotaan tetapi sudah menjadi masalah di wilayah pedesaan yang harus lebih di perhatikan. Home industry atau usaha rumahan merupakan bisnis manufaktur berskala kecil dan terdesentralisasi yang sering kali beroperasi dirumah dan bukan pada tempat yang dibangun khusus

untuk kegiatan industri. Suatu usaha dapat dikatakan sebagai Industri rumahan ditentukan oleh jumlah investasi atau modal usaha yang diperlukan untuk memulai usaha, serta jumlah orang yang dipekerjakan dalam usahanya.

Berdasarkan peraturan Undang-Undang No.20 Tahun 2008 Pasal 1 Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.

UMKM merupakan peluang usaha yang perlu di tekuni dengan serius untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal, bukan hanya dijadikan sampingan tetapi harus di tekuni dengan berbagai metode dalam menjalankan usaha skala kecil salah satunya melalui metode diversifikasi yang kami tidak temukan di seluruh pelaku usaha kecil di Desa Tanjung Sari. Makanan olahan emping melinjo merupakan makanan khas dan ciri dari Desa Tanjung sari yang memiliki ke khas an desa dalam segi perkebunan dan pertanian maka sangat penting masyarakat desa memiliki kemampuan untuk mengolah hasil perkebunannya agar memiliki nilai jual yang tinggi dengan diolah langsung dan dipasarkan langsung oleh masyarakat desa Tanjung Sari. Sehingga harapannya perekonomian Desa Tanjung Sari akan semakin baik dan maju dan masyarakat akan lebih sejahtera.

Banyak nya para ahli yang melakukan penelitian dan penyuluhan dan pendampingan para pelaku UMKM emping melinjo dan mampu mengembangkan UMKM dan omset penjualan meningkat dengan dilakukan strategi diversifikasi pada produk makanan olahannya. Seperti jurnal pengabdian masyarakat yang di susun oleh Tim PKM yang diketuai Encep Saefullah et all dengan judul Inovasi Dan Pengembangan Umkm Emping Melinjo Pada Masa Pandemi Covid-19 Dengan Optimalisasi Media Pemasaran Dan Alat Produksi (jurnal darmawangsa, Vol 2, No 2 (2021) dalam tulisannya menyatakan bahwa “Emping Melinjo adalah makanan yang berbahan dasar dari tangkil. Emping melinjo memiliki potensi usaha yang menjanjikan, minimal untuk membantu perekonomian masyarakat”.

Maka kami TIM pengabdian masyarakat UNIBA merasa tertarik untuk melakukan pendampingan dan penyuluhan lebih lanjut kepada para pelaku UMKM di Desa Tanjung Sari agar dapat lebih maju dan berkembang khususnya dalam hal omset penjualan. Dengan melakukan seminar pemberian materi terkait metode diversifikasi pada produk makanan olahan dengan penambahan varian rasa baru dan desain produk yang lebih menarik minat konsumen di Desa Tanjung Sari, dengan ilmu yang kami miliki, dibantu oleh para anggota TIM pengabdian masyarakat UNIBA yang mayoritas anak generasi Z dengan kemampuan tekhnologi yang mumpuni maka kami melakukan penyuluhan yang dilaksanakan di lokasi sentra UMKM makanan olahan emping melinjo yang tergabung kedalam kelompok PKK bernama ema-ema oce.

Adapun kegiatan dilakukan pada bulan Juli-Agustus 2023 dengan rincian kegiatan dimulai dari peninjauan awal sebagai strategi menemukan problematika, sosialisasi, kegiatan seminar dengan pemberian materi dan diskusi, pelatihan secara langsung dengan melakukan produksi dan penambahan inovasi baru pada produk makanan olahan Emping Melinjo dan pemberian desain pada kemasan produk agar menarik minat konsumen.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan melalui seminar penyampaian materi, diskusi, praktek dengan pengolahan produk secara langsung dan penambahan inovasi baru pada produk makanan olahan emping melinjo serta sampai kepada pengemasan produk dengan menambahkan desain produk pada produk makanan olahan emping melinjo, pendampingan langsung, monitoring dan evaluasi.

Adapun waktu dilaksanakan mulai dari peninjauan awal dari juli 2023 sampai pelaksanaan seminar pada Agustus 2023 dan praktek produksi sampai kepada pengemasan secara langsung. Sedangkan monitoring dan evaluasi dilakukan dengan menggunakan teknologi seperti aplikasi whatsapp dan instagram yang dibuatkan langsung oleh TIM pengabdian Masyarakat UNIBA untuk memudahkan komunikasi dan sebagai sarana penjualan untuk memudahkan penjual dan pembeli bertransaksi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengembangan produk biasanya direncanakan untuk membangun bisnis baru dan mendapatkan tujuan seperti peluang perkembangan baru dan pemasaran yang stabil. Semakin beranekaragamnya produk dapat menjadi penilaian pembeli dalam mengambil pertimbangan untuk membeli produk tersebut. Perusahaan atau pelaku bisnis berusaha memuaskan keinginan pembeli melalui diversifikasi produk yakni pembuatan produk baru agar tidak tergantung dengan satu model produk saja.

Pengembangan produk dalam suatu perusahaan dapat dilakukan dengan berbagai tahap. Tahap-tahap yang biasanya diikuti dalam pengembangan produk menurut Philip Kotler (2018 : 219-227) adalah sebagai berikut :

1. Pengumpulan gagasan, pengembangan produk dimulai dengan penelitian terhadap berbagai gagasan produk baru.
2. Penyaringan, tujuan pengumpulan gagasan ialah untuk menciptakan sejumlah besar gagasan.
3. Pengembangan dan pengujian konsep,
4. Pengembangan strategi pemasaran,
5. Analisis usaha, bila manajemen telah menentukan konsep produk dan strategi pemasaran, perusahaan bisa mengevaluasi daya tarik usulan usaha tersebut.
6. Pengembangan produk, bila konsep produk lolos dari uji analisis usaha, konsep itu lalu menuju riset dan pengembangan dan atau rekayasa untuk dikembangkan menjadi produk fisik.

7. Pengujian pasar, pengujian pasar ialah keadaan dimana produk dan program pemasaran diperkenalkan kepada kalangan konsumen yang lebih otentik untuk mengetahui bagaimana konsumen dan penyalur, mengelola, memakai dan membeli ulang produk itu dan seberapa luas pasarnya
8. Komersialisasi, uji coba pasar memberi informasi cukup kepada manajemen untuk membuat keputusan akhir tentang pelepasan produk baru. dalam melepaskan suatu produk perusahaan harus memutuskan kapan, dimana pada siapa dan bagaimana.

Dari uraian diatas dapat dipahami bahwa, berbagai tahap diatas hendaklah dilalui dengan tertib dalam hal kaitannya pengembangan produk. Tahap-tahap diatas menjadi penting karenanya dapat menjadi acuan, pedoman. Agar langkah-langkah perusahaan lebih terkonsep secara matang sehingga pengembangan produk dapat memberikan hasil yang maksimal.

Adapun tahapan yang dilakukan dari pengabdian ini dilakukan dengan beberapa tahap yaitu : pertama tim PKM melakukan penjajagan awal yang dilakukan dengan cara berkunjung, bersosialisasi kepada para pengrajin di Desa Tanjungsari, tim PKM mencoba mengungkap permasalahan yang di alami oleh para pelaku UMKM di Tanjungsari, setelah didapatkan hasil yang akan di angkat sebagai tema PKM, tim PKM mengumpulkan ide dan gagasan untuk mengatasi permasalahan tersebut dengan memberikan arahan dan penjelasan terkait cara mengatasi permasalahan yang di hadapi oleh pelaku UMKM yaitu dengan dilakukan penambahan varian rasa dan kesamaan produk yang menarik. Karena hasil penjajagan awal yang dilakukan pada bulan juli 2023 ditemukan permasalahan bahwa kurangnya daya jual atau rendahnya omset pendapatan pengrajin khususnya emping melinjo. Produk emping melinjo Tanjungsari kalah saing jika dibandingkan dengan produk makanan olahan serupa dari daerah lain. Bahkan produksi makanan olahan dilakukan hanya pada saat ada pesanan saja, jika tidak ada pesanan pengrajin emping melinjo tidak ada pemasukan dan sepi orderan. Untuk tahap kedua tim PKM melakukan pelatihan dan seminar yang dilakukan di Kantor Desa Tanjung Sari pada bulan agustus 2023, kegiatan seminar ini merupakan sarana transformasi ilmu pengetahuan pematery yang merupakan ketua TIM PKM secara langsung dengan di dampingi oleh pendamping dari beberapa ahli atau pakar sesuai bidang pendidikannya. Tahap ketiga dilakukan praktik secara langsung dengan membuat varian rasa baru pada produk makanan olahan. Tahap 4 dilakukan pemasaran produk melalui media seperti instagram dan website yang di buat langsung oleh tim PKM. Sedangkan tahap akhir tim PKM melakukan evaluasi dan monitoring melalui media whatsapp sebagai sarana memudahkan untuk mengetahui sejauh mana program diversifikasi dengan penambahan varian rasa baru pada produk makanan olahan konsisten dilakukan oleh para pengrajin.

Pengembangan produk dengan penambahan varian rasa dilakukan sudah melalui tahap-tahap tersebut, pertama dilakukan dengan mengumpulkan ide dan gagasan yang berawal dari ide tersebut adalah saran dari Tim PKM yang di setuju oleh pemilik Usaha Kecil menengah ema ema oce Desa Tanjungsari, setelah pemilik mengikuti seminar dan pelatihan yang di laksanakan oleh Tim PKM, para

pelaku UMKM yang tergabung kedalam time ma ema oce merasa sangat yakin dan perlu untuk dilakukan pengembangan produk pada makanan olahannya khususnya makanan olahan emping melinjo yang memang menjadi produk unggulan dan primadona dari komunitas pengrajin ema-ema oce. kemudian dengan dibantu oleh tim pengabdian kami dan para pengrajin emping melinjo di desa tanjungsari melakukan observasi dan pengecekan minat konsumen terkait produk baru, kemudian dilakukan promosi dan dibuatlah produk baru tersebut. Untuk menambah varian rasa, bentuk dan kemasan yang berbeda hal tersebut dilakukan secara bertahap selama 2 bulan yaitu di bulan juli dan agustus. Karena dalam menciptakan varian rasa atau produk baru pada Emping Melinjo membutuhkan proses yang tidak sebentar. Banyaknya hambatan yang dialami salah satunya karena para pengrajin yang kurang memiliki pengetahuan tentang cara menambahkan rasa, warna, bentuk dan kemasan kedalam makanan hasil olahannya. Selain itu banyaknya permintaan pasar atau konsumen dari beberapa daerah yang menginginkan emping melinjo dengan berbagai rasa seperti makanan olahan khas dari Kabupaten Pandeglang yang memang sudah lebih dulu menggunakan strategi diversifikasi ini pada produk makanan olahan emping melinjo.

Adapun penambahan varian rasa pada Emping melinjo produksi ema-ema oce yaitu emping rasa balado, terasi, gurih, original, pedas manis, rasa udang, coklat dan varian rasa baru hasil saran dari Tim PKM yaitu dengan menambahkan varian rasa daun kelor pada emping melinjo agar lebih banyak nutrisi dan varian rasa baru pada produk makanan olahannya.



Gambar 1 Sosialisasi ke ema-ema oce sebagai sarana tukar pendapat dan gagasan



Gambar 2 Lokasi sentra ema-ema oce tampak depan

Setelah dilakukan penjajagan dan menemukan permasalahan pada UMKM ema ema oce di Desa Tanjungsari, Tim PKM sepakat untuk melakukan seminar dan pelatihan serta pengembangan produk melalui strategi diversifikasi pada produk dengan penambahan varian rasa baru pada produk makanan olahan dari ema-ema oce, dan menambahkan desain produk serta kemasan yang menarik pada produk makanan olahannya. Adapun hasil penjajagan awal yang dilakukan tim PKM menemukan makanan

olahan dari ema-ema oce Tanjungsari belum menggunakan kemasan produk yang menarik. Seperti dapat dilihat pada gambar dibawah ini



Gambar 3 Produk tanpa Desain Kemasan dan Menggunakan Produk masih Original



Gambar 4 Pengelolaan Emping Melinjo masih Cara Tradisional

Pelatihan dan seminar diikuti dengan antusias dan semangat dari para pengrajin emping melinjo, mereka mayoritas merupakan ibu-ibu muda yang masih sangat produktif dan semangat dalam belajar, semua kegiatan diikuti dari awal sampai akhir, bahkan sesi Tanya jawab dilakukan sangat antusias.



Gambar 5 Kegiatan Pelatihan dan Seminar terkait penambahan Varian rasa



Gambar 6 Penjelasan Desain produk untuk Meningkatkan Volume Penjualan

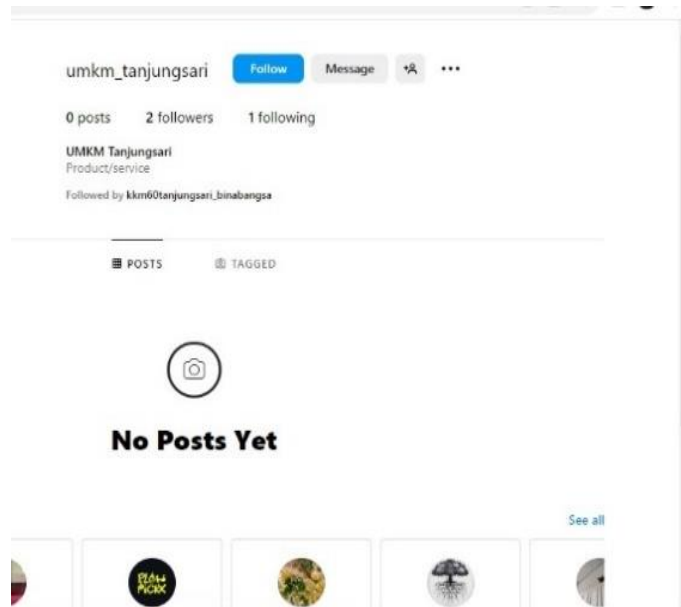
Banyaknya pengrajin UMKM emping melinjo yang hadir pada saat seminar dan pelatihan UMKM emping melinjo dilakukan di aula kantor Desa Tanjungsari pada bulan Agustus 2023. Terlihat dari jumlah yang hadir dan surat undangan yang dibagikan hampir 95% hadir semua, dari jumlah surat

undangan yang disebar sebanyak 25 pengrajin yang hadir terdapat 24 pengrajin emping melinjo di desa tanjungsari, yang berhalangan hadir hanya 1 orang karena ada kegiatan lain diluar Desa Tanjungsari.

Hasil dari kegiatan pelatihan dan seminar penyuluhan umkm dengan metode diversifikasi pada produk makanan olahan dengan penambahan varian rasa baru dan desain produk di Desa Tanjung Sari Kecamatan Pabuaran Kabupaten Serang dapat memperoleh hasil : (1) pelatihan di ikuti oleh 24 pengrajin Emping Melinjo yang tergabung kedalam kelompok pengrajin ema ema oce dan kelompok pengrajin ceunah yang berlokasi di Kp Birai Desa Tanjungsari Kecamatan Pabuaran Kabupaten Serang. Adapun hasil kegiatan pelatihan diikuti dengan sangat semangat dan antusias dari para pengrajin Emping Melinjo, setelah mengikuti pelatihan dan seminar yang dilakukan oleh tim PKM UNIBA dengan tema penyuluhan UMKM dengan metode diversifikasi pada produk makanan olahan dengan penambahan varian rasa baru dan desain produk di Desa Tanjungsari Kecamatan Pabuaran Kabupaten Serang-Banten maka diperoleh hasil bahwa pengrajin emping melinjo sangat setuju dilakukan penambahan produk baru pada makanan olahannya dengan penambahan varian rasa pada produknya dan penambahan desain pada kemasan produk agar lebih menarik minat pembeli. Karena tujuan utama dilakukannya diversifikasi pada produk ini adalah untuk meningkatkan volume penjualan pada produk makanan olahan khususnya emping melinjo di Desa Tanjungsari. (2) dalam kegiatan pelatihan masyarakat sangat antusias belajar bagaimana menambahkan varian rasa baru pada produknya merupakan strategi yang sangat penting dan perlu segera dilakukan mengingat makanan olahan Emping Melinjo, banyak sekali pesaing dan hal ini akan berdampak pada penjualan dan rendahnya daya beli masyarakat. Namun jika pengrajin emping melinjo di Desa Tanjungsari melakukan inovasi pada produknya melalui penambahan produk dan desain produk yang menarik, diharapkan konsumen tidak akan berpaling kepada produk lainnya, dan bahkan bisa untuk menambah omset penjualan. (3) praktek secara langsung melalui penambahan produk dan desain, mengalami kesulitan karena pengrajin kesulitan dalam mencampur varian rasa yang enak dan disukai masyarakat. Menurut Tim PKM hal ini karena kurangnya pendidikan dan pengalaman yang dimiliki oleh mayoritas para pengrajin emping melinjo di Desa Tanjungsari.



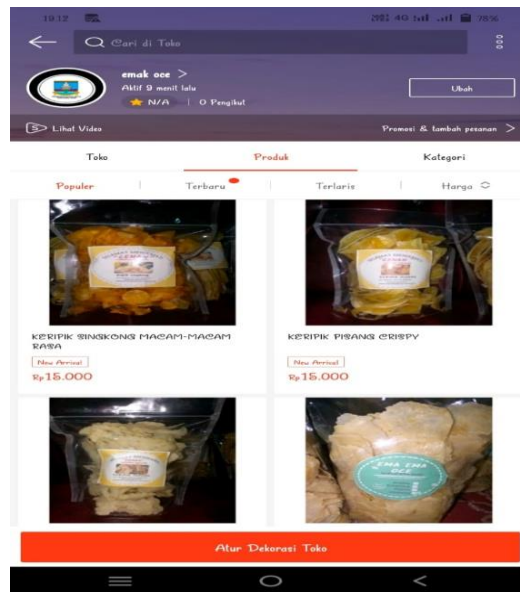
Gambar 7 Pelatihan Varian Rasa Produk Makanan Olahan



Gambar 8 Contoh Instagram yang dibuatkan untuk UMKM Tanjungsari

Dengan mengikuti pelatihan dan praktek secara langsung mengenai penambahan varian rasa dan kemasan produk pada makanan olahan, maka pengrajin memiliki wawasan dan pengetahuan tambahan terkait metode diversifikasi pada produk makanan olahannya melalui penambahan varian rasa baru. Pengrajin harus berani mengambil resiko dan berani berinovasi untuk memenuhi perkembangan jaman dan tuntutan keinginan konsumen. Selain itu dengan berinovasi kelompok pengrajin makanan olahan Desa Tanjungsari Kecamatan Pabuaran-Serang akan mampu bertahan dalam perkembangan jaman dan tuntutan persaingan pasar yang perlu di persiapkan.

Tim PKM merasa sangat puas dengan hasil yang di capai dalam pengabdian masyarakat kali ini, bahwa para pengrajin sangat antusias dan mereka memiliki keinginan yang besar untuk menambah wawasan dan pengetahuan juga mereka sangat setuju dan meminta tim PKM untuk memberikan pengetahuan terkait desain produk dan varian rasa. Maka hasil dari pelatihan pengrajin yang tergabung kedalam kelompok ema ema oce dan ceunah dengan dibantu tim PKM membuat desain kemasan produk yang menarik dan varian rasa baru. Adapun hasil desain dan varian rasa dapat dilihat pada gambar di bawah ini :



Gambar 9 Produk-produk hasil pelatihan

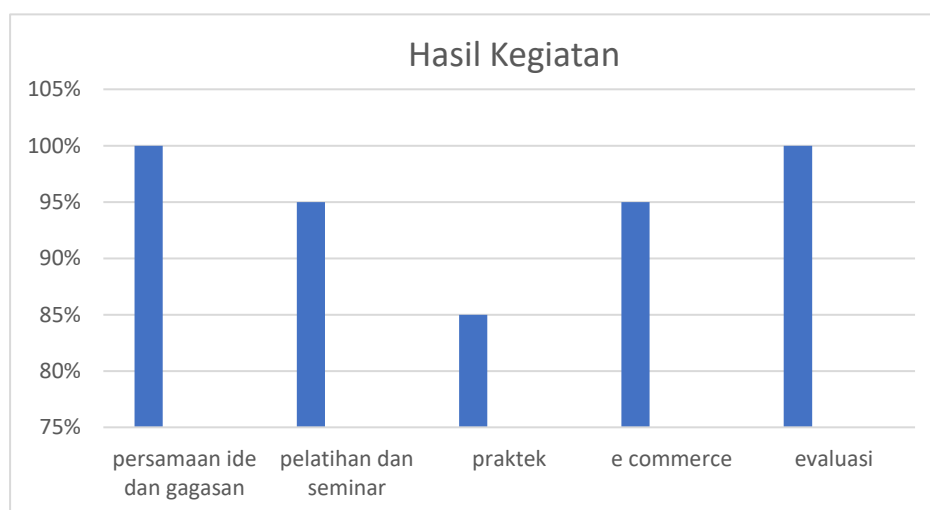
Setelah kegiatan pelatihan dilaksanakan dan praktek penambahan varian rasa dan desain produk yang menarik sudah dilaksanakan, maka tim membantu melakukan pemasaran dengan membuat instagram khusus untuk UMKM ema ema oce dan membuat website untuk UMKM ema ema oce agar memudahkan pengrajin dalam pemasaran produknya. Selanjutnya tahap evaluasi, evaluasi kegiatan dilakukan sebagai monitoring yang dilakukan pada minggu kedua dst, monitoring dilakukan melalui whatsapp dengan menghubungi ketua pengelola pengrajin makanan olahan yang tergabung kedalam kelompok ema ema oce dan ceunah di Desa Tanjungsari.

Adapun hasil kegiatan yang dilakukan dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

No	Nama Kegiatan	Hasil	Keterangan
1	Penjajagan awal, penemuan permasalahan dari UMKM dan menyamakan persepsi, gagasan dan ide	100%	Ditemukan hasil penjajagan awal bahwa adanya permasalahan UMKM yaitu volume penjualan menurun. Tim PKM memberikan ide dan Pengrajin makanan olahan di Desa Tanjungsari sangat antusias dengan gagasan dan ide yang diberikan dari Tim PKM
2	Pelatihan dan seminar	95%	Tingkat partisipasi masyarakat sangat bagus, terlihat dari peserta yang hadir sesuai dengan jumlah surat undangan yang diberikan.
3	Pendampingan teknis atau Praktek membuat Varian rasa baru dan penambahan desain produk	85%	Pada saat praktek varian rasa, mengalami kesulitan untuk menemukan rasa yang pas dan enak, namun dengan ketekunan dan keseriusan para pengrajin makanan olahan

			di desa tanjungsari, akhirnya dapat menciptakan berbagai varian rasa yang enak
4	E commerce dan pemasaran produk	95%	Masyarakat sangat antusias, hanya terdapat 1 orang yang tidak hadir karena ada kegiatan lain di luar Desa.
5	Evaluasi dan Monitoring	100%	Melalui pemanfaatan e commerce, Tim PKM membantu UMKM membuat instagram dan website untuk memudahkan penjualan berbasis online. Dilakukan melalui Whatsup.

Untuk memudahkan dalam melihat hasil kegiatan pelatihan dan seminar yang dilakukan, tingkat keberhasilan kegiatan tersebut Tim PKM membuat Grafik yang dapat dilihat dari grafik dibawah ini :



Melihat tabel diatas, bahwa pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan Tim PKM terhadap mitra UMKM pengrajin makanan olahan yang tergabung kedalam kelompok ema ema oce di Desa Tanjungsari Kab Serang, terlihat bahwa hasil PKM dapat dinyatakan sangat berhasil dengan melihat hasil PKM pada tabel diatas. Para pelaku UMKM pengrajin makanan olahan yang tergabung kepada kelompok ema-ema oce setelah dilakukan pendampingan oleh tim PKM maka terdapat kemajuan dengan adanya produk hasil varian rasa dan terdapat produk yang memiliki desain yang cukup menarik. Selain itu dalam pemasaran, Tim PKM juga membantu mengarahkan para pengrajin UMKM makanan olahan untuk memanfaatkan e commerce seperti dengan di ajarkan membuat dan menggunakan instagram sebagai media marketing berjualan hasil olahan pengrajin. Hal ini sangat memudahkan pelaku UMKM dalam pemasaran produk. Sehingga akan berdampak pada omset penjualan yang semakin naik dan signifikan.

KESIMPULAN

Pengembangan produk merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan atau pelaku bisnis dalam menyempurnakan produknya agar dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen yang selalu berubah-ubah setiap waktu. Selain itu pengembangan produk dilakukan untuk meningkatkan volume penjualan agar omset dapat bertambah. Salah satu cara yang dilakukan yaitu melalui penambahan varian rasa pada produk dan desain produk yang menarik. Adapun hasil dari PKM ini yaitu, produk UMKM tanjungsari setelah dilakukan PKM dengan penyuluhan dan pendampingan langsung maka produk sudah memiliki kemasan yang menarik dan penambahan varian rasa pada produk makanan olahannya. Melalui pemanfaatan *e commerce* omset penjualan produk juga mengalami peningkatan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Universitas Bina Bangsa yang memberikan fasilitas dan membantu Tim PKM untuk melakukan pengabdian ini, serta ucapan terimakasih kami ucapkan kepada Kepala Desa Tanjungsari beserta seluruh perangkat Desa Tanjungsari yang telah mengizinkan kami untuk melakukan pengabdian kepada masyarakat, terimakasih atas sambutan yang luar biasa dan fasilitas yang diberikan. Serta terimakasih kepada tokoh masyarakat dan ibu-ibu para pengrajin makanan olahan kelompok *ema-ema-oca* dan *ceunah* yang di ketuai oleh ibu *eroh* tanjungsari terimakasih banyak sudah berkenan untuk bergabung menuangkan ide dan gagasan kita bersama demi kemajuan UMKM di Desa Tanjungsari Kec Pabuaran Kab Serang-Banten.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma.Buchari.2013. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta. CV.
- Fandy Tjiptono, 2017, Strategi Pemasaran, Edisi 1, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- L. Hermawan., 2015. Strategi Diversifikasi Produk Pangan Olahan Tahu Khas Kediri,” Jurnal JIBEKA, (9) (2), pp. 26–32.
- Marsini, Wuri.,2010. Pengembangan diversifikasi produk pangan olahan lokal Bengkulu untuk menunjang ketahanan pangan berkelanjutan. Jurnal AGRITECH, Vol. 30, No. 4, NOVEMBER 2010.
- Raming, Presilya Ribka Dkk. 2021. Pengaruh strategi diversifikasi produk olahan kelapa terhadap volume penjualan di desa sonsilo. Jurnal MABP Volume 3 Nomor 2, Agustus 2021.
- S. W. Ani, M. T. Sundari, and E. Antriyandarti., 2013. Pengembangan Desa Wisata Rumah Dome Berbasis Agroindustri Pangan Lokal (Kajian Diversifikasi Ketela Pohon di Desa Wisata Rumah Dome Prambanan),” Jurnal Agriekonomika, (2) (1), pp. 117–122.
- Saefullah, Encep, et all. 2021. Inovasi Dan Pengembangan Umkm Emping Melinjo Pada Masa Pandemi Covid-19 Dengan Optimalisasi Media Pemasaran Dan Alat Produksi (jurnal darmawangsa, Vol 2, No 2)
- Hasanah, Wardatul.2015.Pengaruh Diversifikasi Produk Terhadap Volume Penjualan Pada Industri Tape Kabupaten Bondowoso. Skripsi,Universitas Jember.
- Kamidi,Showfan.2015.Pengaruh Diversifikasi Produk Terhadap Penjualan (Studi Kasus pada Perusahaan Konveksi
- Kotler, Philip dan Hermawan Kertajaya. 2018. Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital. New Jersey: John Wiley & Sons.

Ita Rosita Wahyiah, Luis Fiska Rahayu, Eli Apud Saepudi, Mohamad Ikrom Arasid, Suherman Arifin, Tubagus Bagas Adya
Wijaya Kusuma, Jesika Anastasya Simarmata
*Penyuluhan UMKM dengan Metode Diversifikasi pada Produk Makanan Olahan dengan Penambahan Varian Rasa Baru
dan Desain Produk di Desa Tanjung Sari Kecamatan Pabuaran Kabupaten Serang*
369

Undang-Undang No.20 Tahun 2008 tentang usaha mikro kecil dan menengah.