

## INOVASI PRODUK SELANG UNTUK MENINGKATKAN EKONOMI UMKM DESA GUNUNG MALANG

**Azizah Mursyidah<sup>1\*</sup>, Umi Kulsum<sup>2</sup>, Siti Fatimah Tuzahro<sup>3</sup>**

<sup>1 2 3</sup>Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam

Sahid Bogor

Email: azizahmursyidah@gmail.com\*

### ABSTRAK

Kegiatan PKM ini mengkaji potensi SDA di Desa Gunung Malang Kab. Bogor dan upaya pengembangannya. Desa ini memiliki beragam SDA, termasuk tanah, air, dan hasil tani, serta lokasinya yang berada di garis khattulistiwa mendukung pertumbuhan hutan hujan tropis. Pendekatan inovasi di Desa Gunung Malang adalah pengembangan SELANG (Selai Buah Pala Gunung Malang) sebagai produk inovatif. SELANG dipilih berdasarkan penjangkaran ide dan pertimbangan ketersediaan bahan baku buah pala yang melimpah. Pembuatan SELANG melibatkan proses pembuatan, *branding*, *packaging* dengan pemasaran bisnis digital. Inovasi ini diarahkan untuk meningkatkan penghasilan masyarakat desa. Metode pelaksanaan kegiatan PKM berupa pendekatan untuk orang dewasa secara partisipatif melalui ceramah, pelatihan serta pendampingan dalam pendirian serta pengelolaannya, dan mengajak partisipan untuk kreatif dan inovatif dalam menghasilkan produk. Hasil dari kegiatan PKM menunjukkan kesamaan gagasan dalam masyarakat desa untuk menciptakan oleh-oleh khas Gunung Malang yang fokus pada produk SELANG. Sehingga, inovasi produk SELANG membantu masyarakat UMKM Desa Gunung Malang dalam meningkatkan kesejahteraannya, melalui pembuatan dan pengemasan produk, serta digital marketing. Hal ini terlihat adanya peningkatan pendapatan mitra sehingga masyarakat UMKM mandiri dan sejahtera.

**Kata Kunci:** *Inovasi produk, SELANG, UMKM*

### ABSTRACT

*This community service activity examines the potential of natural resources in Gunung Malang Village, Bogor Regency and its development efforts. This village has a variety of natural resources, including land, water and agricultural products, and its location on the equator supports the growth of tropical rainforests. The innovation approach in Gunung Malang Village is the development of SELANG (Selai Buah Pala Gunung Malang/Gunung Malang Nutmeg Jam) as an innovative product. SELANG was chosen based on a network of ideas and consideration of the abundant availability of nutmeg raw materials. Making SELANG involves the process of manufacturing, branding, packaging with digital business marketing. This innovation is directed at increasing the income of village communities. The method for implementing community service activities were a participatory approach for adults through lectures, training and assistance in its establishment and management, and inviting participants to be creative and innovative in producing products. The results of the activities showed the similarity of ideas in the village community to create souvenirs typical of Mount Malang which focus on SELANG products. Thus, SELANG product innovation helps the MSME community of Gunung Malang Village to improve their welfare, through product*

*manufacturing and packaging, as well as digital marketing. This can be seen by an increase in partner income so that the MSME community is independent and prosperous.*

**Key Words:** *MSMEs, SELANG, product innovation*

## PENDAHULUAN

Sumber Daya Alam merupakan sesuatu yang dapat dimanfaatkan untuk berbagai kepentingan dan memenuhi kebutuhan manusia agar hidup makmur. Sumber Daya Alam ada dimana-mana, termasuk tanah, air, udara, dan lainnya. Indonesia adalah negara dengan SDA yang kaya dan beragam yang dari letak garis khattulistiwa menjadikan beriklim tropis dan mempengaruhi luasan hutan hujan tropis yang tersebar diberbagai wilayah. Selain itu, Indonesia mempunyai gunung berapi dan berdampak positif terhadap kesuburan tanah, serta terjebak dua lautan menambah keanekaragaman sumber daya hayati yang tersedia. Kekayaan SDA yang tersedia mempercepat pembangunan diiringi pertumbuhan penduduk berdampak pada peningkatan kebutuhan sumber daya masyarakat yang semakin meningkat (Badri, R.E., dkk., 2022).

Kebutuhan manusia yang semakin beragam dan meningkatnya jumlah penduduk menjadikan kebutuhan juga meningkat (Sari, 2023). Kebutuhan pokok hidup, serta perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi menjadikan peluang bisnis tertentu bagi seseorang yang peka terhadap perubahan dan transformasi produk pertanian ramah lingkungan dengan adanya industri, baik industri pertanian pangan maupun industri pengolahan, sehingga memenuhi kebutuhan lainnya (Lavarino, D., Yustanti, W., 2016). Perkembangan berbagai industri, seperti sektor pertanian dan pertambangan, serta kelautan berpeluang dalam pembangunan perekonomian Indonesia (Muryanti, 2020).

Desa Gunung Malang adalah desa yang berada di Kec. Tenjolaya Kab. Bogor, ada sejak tahun 1936 dan dikepalai oleh Mandor Emong (PJS) dan saat ini di bawah kepemimpinan Iding Sumardi. Luas wilayah desa ini 733.830 Ha, dengan jumlah 3 dusun, 46 RT, dan 13 RW. Pada tanggal 8 Juli 2011 dalam Perda. Kab. Bogor No. 11 tahun 2011 terjadi pemekaran Desa Gunung Malang dan Gunung Mulya sehingga luas wilayah desa ini menjadi 345.295 Ha, terdiri atas 25 RT, 7 RW, dan 3 dusun. Desa Gunung Malang terletak antara 6,39° - 14,7° lintang selatan dan 106,42° - 42,29° bujur

timur, dengan ketinggian 83 M dari permukaan laut dan luas 345.295 Ha. Desa Gunung Malang memiliki batas sebelah utara Desa Gunung Mulya, sebelah selatan Taman Nasional, setelah timur Kec. Taman Sari, dan sebelah barat Desa Tapos I.

Lembaga-lembaga yang ada di Desa Gunung Malang, meliputi BPD, LPM, MUD, PKK dan Kader PKK, Linmas, Karang Taruna, BUMDES, Posyandu, Polindes, ARWT, Bumdes, Kelompok Tani, Gapoktan, LSM, dan DKM. Desa Gunung Malang, masyarakatnya berkerja dibidang yang berbeda-beda tetapi mayoritas masyarakatnya menjadi petani, buruh tani, pengrajin bambu, peternak, pedagang keliling, dan lainnya.

Desa Gunung Malang merupakan salah satu desa yang berpotensi wisata cukup terkenal. Selain itu, Desa Gunung Malang berpotensi hasil tani yang luas. Kemampuan dasar masyarakat desa yang dinaungi oleh Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) serta ketersediaan bahan dasar yaitu Buah Pala menjadi peluang pengembangan yang terbuka lebar. Hal ini dikarenakan pemanfaatan daging buah pala yang tidak dikonsumsi, dan mayoritas masyarakat desa memanfaatkan biji buah palanya saja untuk dijadikan rempah-rempah, sehingga peluang pengembangan produk inovasi ini berkembang pesat.

Tujuan inovasi olahan Selai Pala Gunung Malang (SELANG) adalah untuk membuka peluang usaha baru dan menambah pendapatan masyarakat desa guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa Gunung Malang. Persaingan industri saat ini menjadi tantangan besar bagi pemilik UMKM di Indonesia, sehingga para pemilik usaha harus memikirkan cara agar produknya lebih menarik dan berbeda dari kompetitor. Maka, perlu adanya inovasi sebagai nilai tambah dan ciri khas tersendiri bagi pelaku UMKM dan produk memiliki daya saing. Salah satu langkah inovatif yang dapat dilakukan melalui inovasi produk/kemasan. Solusi ini berkaitan dengan permasalahan mitra, dimana tim pelaksana PKM memberikan solusi yaitu pembuatan produk, desain kemasan, dan pelatihan digital marketing sehingga menghemat waktu dan efisien.

### **METODE PELAKSANAAN**

Pelaksanaan kegiatan PKM ini diawali dengan survei lokasi mitra, dimana observasi awal dilakukan untuk melihat kondisi di lapangan dan potensi lingkungan, khususnya potensi pembuatan Selai Buah Pala di Desa Gunung Malang. Lalu, observasi lanjutan

dilakukan untuk melihat kesiapan peserta dan potensi pembuatan produk. Peserta pelatihan terdiri dari calon pengelola usaha produksi SELANG, berasal dari UMKM Citra Desa, kader PKK, dan KWT (Kelompok Wanita Tani), dengan jumlah peserta sebanyak 20 orang. Adapun pemateri dalam kegiatan ini yaitu tim pelaksana PKM sebagai pemateri yang memberikan ceramah, pelatihan, dan pendampingan dalam pembuatan dan pengelolaan produk SELANG dan LPPM IAI Sahid (Dr. Hana Lestari). Bahan yang digunakan untuk pembuatan Selai Pala Gunung Malang, yaitu kulit buah pala, gula pasir, garam, dan pewarna makanan. Sedangkan alat yang digunakan berupa mesin parut pala, pisau, baskom, wajan, kompor, kantong plastik, timbangan, dan toples kaca/beling. Kegiatan PKM dilaksanakan selama 3 bulan, mulai Juli-September 2023.

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Survei terhadap potensi hasil tani dan kemampuan dasar masyarakat desa, dilakukan melalui wawancara dengan Kepala Desa Gunung Malang, pihak BUMDES, dan petani buah pala. Hasil survei dan wawancara secara umum menunjukkan adanya kesamaan gagasan untuk menciptakan oleh-oleh kekinian khas Gunung Malang. Persiapan inovasi produk untuk pembuatan desain kemasan dimulai dengan menentukan konsep desain produk, kemasan, serta rekapitulasi harga yang akan dikeluarkan. Sama halnya dengan pengembangan varian produk, yaitu menentukan varian produk yang cocok dan diminati banyak orang. Lalu, menyiapkan media yang akan digunakan seperti aplikasi canva, photoshop, dan lainnya. Untuk pelatihan digital marketing dimulai dengan menentukan media yang digunakan, berupa *marketplace* yang akan dikembangkan yaitu *branding* produk dan pembuatan *content* marketing.



**Gambar 1. Wawancara dengan Pihak Desa Gunung Malang**



**Gambar 2. Wawancara dengan Pihak BUMDes Gunung Malang**



**Gambar 3. Wawancara dengan Petani Buah Pala**

Berdasarkan hasil penjaringan ide terhadap jenis oleh-oleh sebagai makanan pendamping roti atau isian kue yang memperlihatkan potensi lokal, maka tim pelaksana PKM menjadikan Selai Buah Pala Gunung Malang (SELANG) sebagai inovasi desa. Adapun alasan yang melatarbelakanginya, yaitu: 1) buah pala/daging buah pala sebagai bahan dasar pembuatan SELANG mudah didapatkan di Desa Gunung Malang, serta 2) kapasitas dan pengetahuan pembuatan SELANG sudah disosialisasikan kepada masyarakat desa, yaitu Ibu-ibu KWT, PKK, pihak BUMDes, dan masyarakat setempat.

#### **Pembuatan dan Implementasi SELANG (Selai Pala Gunung Malang)**

Pembuatan inovasi Desa Gunung Malang pertama kali dilakukan di tim PKM, yang mendapatkan buah Pala dari Petani Pala Desa Gunung Malang. Adapun cara pembuatan SELANG, sebagai berikut: 1) buah pala yang sudah diambil dicuci bersih, 2) lapisan luar buah pala dikupas untuk membersihkan kulitnya, lalu daging buah pala direndam dalam larutan garam semalam, 3) daging buah pala ditiriskan dan dihaluskan dengan mesin parut, 4) daging buah pala yang sudah dihaluskan dicampur gula pasir dengan perbandingan 1 kg bubur pala : 1 kg gula pasir, 4) bubur pala dididihkan menggunakan api besar dan setelah mendidih api dkecilkan agar bubur tetap mendidih, serta diaduk terus menerus selama bubur mendidih, dan 5) bubur pala siap menjadi selai pala.



**Gambar 4. Proses Pembuatan Selai Buah Pala (SELANG)**

Pelaksanaan pelatihan digital marketing terhadap pelaku UMKM SELANG fokus terhadap pengemasan konten produk untuk digital marketing, praktek menggunakan media *marketplace*, *shoppe*, *bukalapak*, dan *tokopedia*.



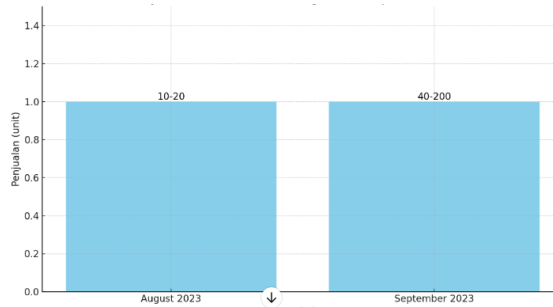
### Tahapan Evaluasi Inovasi Pengembangan Produk

Tim pelaksana kegiatan PKM melakukan inovasi kemasan dan pengembangan varian produk untuk membuka pola pikir pelaku UMKM bahwa *first impression matter*. Hal ini dikarenakan, konsumen melihat apa yang ingin dibeli dari luar terlebih dahulu, jika produk tersebut desain kemasannya menarik, rapi, dan bersih, akan meningkatkan penjualan produk dan meningkatkan harga jual. Adapun teknis pelaksanaan yang dilaksanakan sebagai berikut: 1) konsep desain kemasan dan pengembangan varian rasa serta pemilihan bahan baku, serta 2) proses pembuatan logo dan label produk.

Lalu, pelatihan digital marketing, dilakukan melalui: 1) media yang digunakan berupa *shoppe*, karena sebelumnya pelaku UMKM sudah memiliki apk *shoppe*, namun belum memaksimalkan fitur yang disediakan di *marketplace*, 2) pembuatan desain *feed shoppe* desain *feed marketplace* merupakan kunci keberhasilan *branding* melalui *marketplace*, baik untuk akun personal maupun bisnis, sehingga membuat *audiens* mengetahui kesan visual yang ingin ditampilkan, 3) pembuatan bioprofil, *linktree* dan *hastag*, dimana fungsi *linktree* untuk membantu membuat *landing page* dalam bentuk sederhana yang berisi tautan ke media sosial lain, akun WhatsApp, *e-commerce*, maupun ke *website*, sehingga integrasi antar akun secara otomatis terbangun. Selain itu, penggunaan *linktree* memudahkan calon konsumen mendapatkan informasi lengkap tentang suatu *brand*, bahkan langsung mengambil keputusan untuk melakukan pembelian. *Linktree* yang dibuat pada UMKM SELANG memuat akun WhatsApp, *shoppe*, dan Instagram.

Pelaksanaan kegiatan PKM ini menghasilkan inovasi produk, berupa pembaharuan kemasan dan pengembangan varian produk pada UMKM SELANG dengan respon

positif dari konsumen. Produk yang dijual terkesan premium dan *hiegenis*, sehingga pelaku UMKM dapat meningkatkan harga jual. Sedangkan, pengembangan varian produk SELANG juga memberikan respon positif, dimana konsumen menyukai varian baru pemren pala yang membuat konsumen tidak bosan, karena ada varian rasa baru, cocok untuk anak-anak dan dewasa. Lalu, pelatihan digital marketing pada UMKM SELANG dapat meningkatkan penjualan. Berikut hasil penjualan melalui *marketplace*:



**Grafik Penjualan Produk SELANG Bulan Agustus-September 2023**

Tim pelaksana kegiatan PKM telah melakukan pelatihan dan pendampingan kepada pelaku UMKM SELANG, guna memberikan inovasi dan pengembangan UMKM dari segi inovasi pembuatan produk, pengemasan, dan pemasaran. Sehingga, pelaku UMKM dapat mempertahankan *brand image productnya*. Selain itu, kegiatan pengembangan varian produk berdampak baik, dimana konsumen memiliki pilihan varian produk dan ukuran sehingga tidak merasa bosan. Sedangkan, kegiatan pelatihan pemanfaatan digital marketing bagi UMKM juga memberikan hasil yang sangat baik. Minimnya pengetahuan pelaku UMKM mengenai digital marketing dapat ditingkatkan setelah pendampingan dilakukan. Pelaku UMKM semakin memahami pentingnya inovasi produk, branding, pengemasan, dan digital marketing, sebagai sarana promosi dan komunikasi, serta mempraktikkan secara langsung melalui media sosial shoppe serta fitur chat WhatsApp. Adanya kegiatan PKM ini dapat memberikan kontribusi maksimal bagi pelaku usaha dengan serangkaian agenda kegiatan, serta pelaku usaha dapat meneruskan inovasi produk dan pendapatan mendapatkan hasil maksimal. Harapannya, kegiatan PKM yang dilakukan selama 3 bulan menyadarkan pelaku UMKM tentang pentingnya pengembangan usaha yang dijalankan.

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan hasil dan pembahasan dari pelaksanaan kegiatan PKM ini disimpulkan bahwa inovasi produk SELANG membantu masyarakat UMKM Desa Gunung Malang

dalam meningkatkan kesejahteraannya, melalui pembuatan dan pengemasan produk, serta digital marketing. Hal ini terlihat bahwa adanya peningkatan pendapatan mitra sehingga masyarakat UMKM dapat mandiri dan sejahtera. Selain itu, melalui kerjasama dengan BUMDES dan Lembaga Sertifikasi Halal IAI Sahid dan LPPM IAI Sahid, adanya dana bantuan dari desa dan bersertifikasi halal dari lembaga Halal Kemenag RI. Adapun saran yang dapat penulis sampaikan setelah pelaksanaan kegiatan ini hendaknya ada kegiatan PKM selanjutnya dalam bentuk menganalisa produk sebagai peluang inovasi produk terutama di kota besar.

### UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada mitra PKM, kades, camat, lurah, ibu PKK, KWT, dan jajarannya yang telah membantu dalam pelaksanaan kegiatan PKM ini.

### REFERENSI

- Azzahra., dkk. 2023. *Pengembangan UMKM Zema Moring melalui Inovasi Produk dan Pemasaran Online*. Almujtamae: Jurnal Pengabdian Masyarakat, Vol.3 No.1 Hlm.10-19.
- Badri, R. E., dkk. 2022. *Pengembangan Inovasi Kemasan Produk untuk Meningkatkan Daya Tarik UMKM Wedang Jahe di Desa Sidodadi Asri*. Pakmas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, Vol.2 No.2 Hlm.347-353.
- Lavarino, D., Yustanti, W. 2016. *Strategi Pengembangan UMKM Pedesaan menuju Entrepreneurs Village pada Pasar Global*. Revista Cenic: Ciencias Biológicas, Vol.152 No.3.
- Melinda, T., dkk. 2023. *Pendampingan Inovasi Produk dan Kemasan UMKM untuk Memenangkan Persaingan*. Jurnal Leverage, Engagement, Empowerment of Community, Vol.5 No.2 Hlm.119-128.
- Muryanti, M. 2020. *Menuju Kewirausahaan Sosial di Desa melalui Badan Usaha Milik Desa*. Society, Vol.8 No.1 Hlm.163-174.
- Sari, N. 2023. *Rekayasa Inovasi Pengembangan Pemasaran Produk UMKM Masyarakat Desa Sindang Sari*. Muhkal: Jurnal PKM, Vol.1 no.1 Hlm.14-18.
- Tobing, D.S.K., Aini, H. 2022. *Meningkatkan Manajemen Pemasaran, Brand Image dan Inovasi Produk pada UMKM "Opak Difah" Desa Leran Kec. Manyar Kab. Gresik*. Jurnal Pengabdian Masyarakat, Vol.1 No.1.
- Wijayanti, S.W., dkk. 2022. *Peningkatan Promosi Usaha Kopi BUMDes Jaya Laksana melalui Pemanfaatan Media Sosial*. Almujtamae, Vol.2 No.2 Hlm.119-125.