

Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Kecamatan Nanggalo Dalam Pengembangan Produk

Yefri Reswita*¹, Akmal*², Amrullah*³

^{1,2,3}Universitas Baiturrahmah

^{1,2,3}Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Baiturrahmah

*e-mail: yefrireswita@fekon.unbrah.ac.id¹, akmal@fekon.unbrah.ac.id², amrullah@fekon.unbrah.ac.id³

Abstract

Along with the increase in the community's economy, making consumption higher. This affects the demand for snacks in densely populated areas. In order to capture these opportunities, community economic empowerment must be carried out by training in making snacks that can improve people's lives. Training on making snacks such as crackers, processed chicken and meat products that are easy to implement. Along with that, training on product development was also provided. After being given it is hoped that the community can build it themselves carefully so that the possibility of failure is low because it is based on management science.

Keywords: *product development, economic empowerment*

Abstrak

Seiring dengan meningkatnya perekonomian masyarakat, membuat tingkat konsumsi semakin tinggi. Hal ini berpengaruh pada tingginya permintaan pada makanan ringan di daerah- daerah padat penduduk. Agar dapat menangkap peluang tersebut maka pemberdayaan ekonomi masyarakat harus dilakukan dengan pelatihan pembuatan makanan ringan yang dapat meningkatkan taraf hidup masyarakat. Diberikan pelatihan mengenai pengembangan produk karena tingginya jumlah pelaku usaha pada Kecamatan Nanggalo. Setelah pengabdian diberikan diharapkan masyarakat dapat membangun usahanya sendiri dengan matang sehingga kemungkinan untuk gagal menjadi rendah karena telah berdasarkan kaidah ilmu manajemen.

Kata kunci: *pengembangan produk, pemberdayaan ekonomi*

1. PENDAHULUAN

Menurut Permendagri RI Nomor 7 Tahun 2007 tentang Kader Pemberdayaan Masyarakat, Pemberdayaan Masyarakat adalah suatu strategi yang digunakan dalam pembangunan masyarakat sebagai upaya untuk mewujudkan kemampuan dan kemandirian dalam kehidupan bermasyarakat, berbangsa dan bernegara (Pasal 1, ayat (8)). Inti pengertian pemberdayaan masyarakat merupakan strategi untuk mewujudkan kemampuan dan kemandirian masyarakat. Menurut Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 66 Tahun 2007 Tentang Perencanaan Pembangunan Desa, Pasal 5 ayat (2) pemberdayaan adalah upaya untuk mewujudkan kemampuan dan kemandirian masyarakat dalam kehidupan bermasyarakat, berbangsa dan bernegara. Sehingga dalam pengertian pemberdayaan itu sendiri terdiri dari 4 bagian yaitu upaya atau proses pembangunan yang berkesinambungan, yang berarti dilaksanakan secara terorganisir, dan bertahap dimulai dari tahap permulaan hingga tahap kegiatan tindak lanjut dan evaluasi (*follow-up activity and evaluation*). Upaya atau proses memperbaiki (*to improve*) kondisi ekonomi, sosial, dan kebudayaan masyarakat untuk mencapai kualitas hidup yang lebih baik. upaya atau proses menggali dan memanfaatkan potensi-potensi yang dimiliki masyarakat untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan mereka, sehingga prinsip *to help the community to help themselves* dapat menjadi kenyataan. Upaya atau proses memandirikan masyarakat, dengan cara menggalang partisipasi aktif dalam masyarakat berupa bentuk aksi bersama (*group action*) di dalam memecahkan masalah dan memenuhi kebutuhan-kebutuhannya.

Agar dapat mencapai tujuan pemberdayaan ekonomi masyarakat maka diberikanlah pengenalan mengenai pengembangan produk, dimana masyarakat nanggalo yang telah memiliki usaha dapat mengikuti pengabdian ini. Diharapkan dengan mengikuti pengabdian ini

maka dapat meningkatkan pemberdayaan ekonomi masyarakat Kecamatan Nanggalo. Tjiptono (2008), menyatakan bahwa pengembangan produk merupakan sebuah strategi untuk produk baru, seperti produk yang disempurnakan, produk orisinal, produk modifikasi, dan juga brand baru yang dikembangkan dengan cara riset dan juga pengembangan. Dan lebih lanjut Armstrong dan Kotler (2008), pengembangan produk merupakan strategi untuk menumbuhkan perusahaan dengan cara menawarkan modifikasi produk atau produk baru ke target pasar yang sudah ditentukan. Pengembangan produk tersebut dilakukan terhadap produk fisik dan memastikan bahwa ide produk yang sudah ada dapat diubah menjadi sebuah produk baru yang lebih efektif. Berdasarkan hal ini dapat disimpulkan bahwa dengan adanya pelatihan pengembangan produk dapat meningkatkan pemberdayaan ekonomi masyarakat Kecamatan Nanggalo.

Tujuan dari pengembangan produk menurut Keller dan Kotler (2008) Pertama, Untuk memenuhi kebutuhan yang baru dan memperkuat citra usaha yang dimiliki. Tujuan tersebut dicapai dengan cara menawarkan produk yang baru dibandingkan dengan produk sebelumnya. Kedua, untuk mempertahankan daya saing dengan produk yang sudah ada. Hal ini dilakukan dengan cara menawarkan produk yang bisa memberikan berbagai jenis kepuasan atau kegunaan baru. Alma (2005) menyatakan alasan dari melakukan pengembangan produk adalah untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Menambah omset atau meningkatkan penjualan. Untuk mendayagunakan sumber produksi. Memenangkan persaingan dengan produk yang sudah ada. Meningkatkan profit dengan cara menggunakan bahan yang sama. Mendayagunakan bahan-bahan yang masih tersisa. Mencegah konsumen merasa bosan. Untuk menyederhanakan kemasan produk. Materi pengembangan produk diberikan bagi pelaku usaha pada Kecamatan Nanggalo. Materi yang diberikan dalam bentuk power point. Diharapkan setelah dilakukan pengabdian dapat meningkatkan pengetahuan masyarakat dan meningkatkan perekonomian masyarakat.

2. METODE

Masyarakat pelaku usaha pada Kecamatan Nanggalo memiliki latar belakang pendidikan yang berbeda, selain itu juga memiliki tingkat penghasilan yang berbeda juga. Sebelum memulai pengabdian dilakukan survey lapangan mengenai jumlah pelaku usaha yang ada pada Kecamatan Nanggalo. Karena banyaknya pelaku usaha pada daerah ini, Maka diperlukan pelatihan mengenai cara pengembangan produk.

Pemberian materi diberikan dalam bentuk ceramah menggunakan power point. Dimana dilakukan selama 1 jam ceramah dan tanya jawab mengenai permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat mengenai usaha yang dimilikinya. Pada sesi ceramah diberikan materi mengenai strategi pengembangan produk yang terdiri dari

1. Meningkatkan produk yang sudah ada dengan cara menambah pembaruan dari produk sesuai dengan minat konsumen.
2. Meningkatkan nilai produk dengan cara meningkatkan kualitas produk, pemberian fitur premium dan juga dukungan pelanggan.
3. Menawarkan contoh atau sampel produk secara gratis agar masyarakat tertarik untuk membeli produk tersebut.
4. Spesialisasi dan penyesuaian dengan menargetkan golongan pelanggan tertentu.
5. Menawarkan paket yang dapat menarik perhatian pelanggan dengan menggunakan paket bundel, diskon, atau sampel gratis untuk memilih produk yang ditawarkan.
6. Lini produk baru adalah pengembangan produk baru di dalam lini produk yang masih relevan dengan lini produk yang sudah ada.
7. Mengubah gagasan atau ide dengan melakukan riset pasar dari pelanggan produk.

8. Target pasar baru dengan memperhatikan demografi dengan mengalihkan fokus dari pelanggan ke bisnis.

Materi mengenai jenis strategi pengembangan produk menurut Keller dan Kotler (2008) juga dijelaskan pada pengabdian masyarakat ini strategi seperti memperbaiki produk yang sudah ada sebelumnya. Memperluas lini produk dengan cara menambah item pada lini produk yang sudah ada, menambah produk yang sudah ada, meniru atau memodifikasi strategi kompetitor, menambah lini produk. Biasanya, perusahaan akan membutuhkan dana yang cukup besar dalam proses pembuatan produk baru yang tidak berkaitan dengan produk yang sudah ada. Strategi pengembangan produk dapat diterapkan pada usaha yang telah dimiliki oleh masyarakat dan akan berefek pada pendapatan usaha tersebut.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemberdayaan dapat dikatakan berhasil jika memenuhi beberapa kriteria Purbantara (2019) menyatakan bahwa terdapatnya beberapa hal sebagai berikut :

1. Kebebasan mobilitas dimana kemampuan individu untuk pergi ke luar rumah atau wilayah tempat tinggalnya, seperti ke pasar, fasilitas medis, bioskop, rumah ibadah, ke rumah tangga.
2. Kemampuan membeli komoditas kecil: kemampuan individu untuk membeli barang-barang kebutuhan keluarga sehari-hari (beras, minyak goreng, bumbu); kebutuhan dirinya (minyak rambut, shampo, rokok, bedak). Individu dianggap mampu melakukan kegiatan ini terutama jika ia dapat membuat keputusan sendiri tanpa meminta izin orang lain termasuk pasangannya, terlebih jika ia dapat membeli barang-barang dengan menggunakan uangnya sendiri.
3. Kemampuan membeli komoditas besar: kemampuan individu untuk membeli barang-barang sekunder atau tersier, seperti lemari pakaian, TV, radio, koran, majalah, pakaian keluarga. Seperti halnya indikator di atas, point tinggi diberikan terhadap individu yang dapat membuat keputusan sendiri tanpa meminta izin dari orang lain, terlebih jika ia dapat membeli dengan uangnya sendiri.
4. Terlibat dalam membuat keputusan-keputusan rumah tangga: mampu membuat keputusan secara sendiri maupun bersama (suami/istri) mengenai keputusan keluarga, misalnya mengenai renovasi rumah, pembelian kambing untuk ternak, memperoleh kredit usaha.
5. Kebebasan relatif dari dominasi keluarga: responden ditanya mengenai apakah dalam satu tahun terakhir ada seseorang (suami, istri, anak, mertua) yang mengambil uang, tanah, perhiasan dari dia tanpa ijinnya, yang melarang mempunyai anak, atau melarang bekerja di luar rumah.

Pemberdayaan ekonomi seharusnya telah memiliki 5 kebebasan di atas. Untuk mencapai kelima hal tersebut maka dibuatlah strategi dan aktifitas pengembangan produk. Terdapat beberapa cara yang dapat dilakukan dalam menciptakan daya saing produk. Terdapat 6 macam produk yang dapat dilakukan pengembangan yaitu produk baru bagi dunia, lini produk baru, penyempurnaan produk yang sudah ada, repositioning, dan pengurangan biaya. Pada tahapan pengabdian peserta diberi pemahaman mengenai poin yang dijelaskan di atas dan diharapkan para peserta dapat menerapkan hal tersebut dan meningkatkan pemberdayaan ekonomi pada masyarakat Kecamatan Nanggalo secara keseluruhan.

4. KESIMPULAN

Pengabdian masyarakat ini dilakukan dengan tujuan agar masyarakat mampu untuk dapat mandiri dan memahami pengembangan produk yang dimiliki oleh peserata pelaku

bisnis pada Kecamatan Nanggalo. Pengembangan produk perlu dilakukan dalam rangka meningkatkan jumlah pelanggan dan mengatasi kejenuhan yang dihadapi oleh pelanggan terhadap produk yang dimiliki. Selain itu pengembangan produk ini juga dapat meningkatkan pendapatan pelaku usaha. Hal ini disebabkan dengan sesuainya produk dengan keinginan pelanggan dan juga peningkatan kualitas dari produk dan pengurangan harga dengan bentuk diskon juga akan memberikan efek positif pada laba usaha tersebut.

Pengabdian ini ingin memberikan pengetahuan pada peserta bahwa pengembangan masyarakat harus dilaksanakan secara maksimal agar mampu tetap bersaing dengan produk yang ada di pasaran. Setelah pengabdian ini dilaksanakan maka besar harapan tim agar tingkat perekonomian Kecamatan Nanggalo meningkat, bertambahnya jumlah lapangan kerja sehingga pemberdayaan ekonomi yang efektif dan efisien dapat terjadi pada kecamatan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Arif Purbantara (2019) Pemberdayaan Masyarakat Desa. Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal dan Transmigrasi Republik Indonesia
- Alma, Buchari (2005). Manajemen Pemasaran dan Manajemen Pemasaran Jasa. Penerbit Alfabeta, Edisi 2.
- Kotler, Philip (2003). Manajemen Pemasaran (Edisi 11). Jilid 1 dan Jilid 2. PT Indeks.
- Permendagri RI Nomor 7 Tahun 2007
- Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 66 Tahun 2007 Tentang Perencanaan Pembangunan Desa, Pasal 5 ayat (2)