



---

## Sosialisasi Inovasi Dan Strategi Pemasaran Produk Industri Kecil Di Era New Normal

Ino Angga Putra <sup>1)</sup>, Mar'atul Fahimah <sup>2)</sup>, Khotibul Umam <sup>3)</sup>, Kismarotul Jannah <sup>4)</sup>  
<sup>1,2,3,4)</sup> Universitas KH. A. Wahab Hasbullah, Jombang, Jawa Timur, Indonesia

inoanggaputra@unwaha.ac.id

**ABSTRAK:** Tujuan kegiatan pengabdian ini antara lain: a) meningkatkan strategi pemasaran produk-produk industri kecil yang ada di desa Brangkal, b) meningkatkan inovasi produk supaya diminati oleh konsumen, c) membantu meningkatkan kemampuan pelaku usaha/industri dalam inovasi dan strategi pemasaran, dan d) membantu dalam tata cara mengurus izin usaha dan pelabelan produk. Metode yang digunakan pada kegiatan ini adalah menggunakan metode pelatihan melalui bentuk sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan secara intensif sampai dapat melakukan pembuatan produk inovasi. Kegiatan ini diikuti sebanyak 20 peserta dari pelaku usaha dengan bertempat di Balai Desa Brangkal Kecamatan Bandarkedungmulyo Kabupaten Jombang pada tanggal 27-30 Oktober 2020. Hasil pengabdian menunjukkan bahwa penilaian keterampilan pelaku usaha sebesar 70% peserta pelatihan memiliki keterampilan yang baik ketika pembuatan produk inovasi dan 30% peserta pelatihan dalam kategori dengan keterampilan yang cukup baik dalam pembuatan produk inovasi. Kegiatan ini sangat penting dilaksanakan agar dapat membantu program pemerintah dalam pengentasan kemiskinan dan penanggulangan pengangguran di Indonesia.

**Kata kunci :** Industri Kecil, Inovasi, Pemasaran Produk, Strategi

**ABSTRACT:** *The objectives of this service include: a) improving the marketing strategy for small industrial products in the village of Brangkal, b) increasing product innovation so that consumers are interested, c) helping to improve the ability of business / industry actors in innovation and marketing strategies, and d) assist in the procedures for dealing with business licenses and product labeling. The method used in this activity is to use training methods through the form of socialization, training, and intensive mentoring until they can make innovative products. This activity was attended by 20 participants from business actors who took place at the Brangkal Village Hall, Bandarkedungmulyo District, Jombang Regency on 27-30 October 2020. The results of the dedication showed that the assessment of the skills of business actors by 70% of training participants had good skills when making innovative products and 30% of training participants are in a category with fairly good skills in making innovation products. This activity is very important to carry out in order to assist government programs in poverty alleviation and overcoming unemployment in Indonesia.*

**Keywords:** *Small Industry, Innovation, Product Marketing, Strategy*

### PENDAHULUAN

Kebijakan pemberdayaan UKM dalam secara umum diarahkan untuk mendukung upaya-upaya penanggulangan kemiskinan dan kesenjangan, penciptaan kesempatan kerja dan peningkatan ekspor, serta revitalisasi pertanian dan perdesaan, yang menjadi prioritas pembangunan nasional. Dalam kerangka itu, pengembangan usaha kecil dan menengah (UKM) di Desa Brangkal Kecamatan Bandarkedungmulyo diarahkan agar memberikan kontribusi yang signifikan terhadap penciptaan kesempatan kerja, peningkatan ekspor dan peningkatan daya saing. Sementara itu pengembangan

usaha skala mikro diarahkan untuk memberikan kontribusi dalam peningkatan pendapatan masyarakat berpendapatan rendah, khususnya di sektor pertanian dan perdesaan. Usaha kecil / mikro merupakan bentuk sarana atau wadah kemandirian dari pengusahaan kecil untuk terjun mengelola usahanya. Sektor usaha kecil/mikro memiliki peran penting dalam rangka mengikis kemiskinan yang selaras dengan *Millenium Development Goals* (MDGs) (Liana, 2008; Permana, 2017).

Kinerja nyata yang dihadapi oleh sebagian besar usaha terutama mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Desa Brangkal yang paling menonjol adalah rendahnya tingkat produktivitas, rendahnya nilai tambah, rendahnya kualitas produk dan juga strategi pemasaran produk yang telah diproduksi. Walau diakui pula bahwa UMKM menjadi lapangan kerja bagi sebagian besar pekerja di Indonesia terutama di Desa Brangkal, tetapi kontribusi dalam output nasional di katagorikan rendah. Hal ini dikarenakan UMKM, khususnya usaha mikro dan sektor pertanian (yang banyak menyerap tenaga kerja), mempunyai produktivitas yang sangat rendah. Bila upah dijadikan produktivitas, upah rata-rata di usaha mikro dan kecil umumnya berada dibawah upah minimum. Kondisi ini merefleksikan produktivitas sektor mikro dan kecil yang rendah bila di bandingkan dengan usaha yang lebih besar. Namun, UMKM dapat menyerap tenaga kerja dalam skala yang besar mengingat jumlah penduduk Indonesia yang besar sehingga dapat mengatasi kemiskinan dengan adanya pengurangan tingkat pengangguran (Anggraeni dkk., 2013; Devi dkk., 2020).

Di antara berbagai faktor penyebabnya, rendahnya tingkat penguasaan teknologi dan kemampuan wirausaha di kalangan UMKM menjadi issue yang mengemuka saat ini. Pengembangan UMKM secara parsial selama ini tidak banyak memberikan hasil yang maksimal terhadap peningkatan kinerja UMKM, perkembangan ekonomi secara lebih luas mengakibatkan tingkat daya saing Desa Brangkal tertinggal dibandingkan dengan desa dan kota-kota lain yang ada di Indonesia. Karena itu kebijakan bagi UMKM bukan karena ukurannya yang kecil, tapi karena produktivitasnya yang rendah. Peningkatan produktivitas pada UMKM, akan berdampak luas pada perbaikan kesejahteraan rakyat karena UMKM adalah tempat dimana banyak orang menggantungkan sumber kehidupannya. Salah satu alternatif dalam meningkatkan produktivitas UMKM adalah dengan melakukan modernisasi sistem usaha dan perangkat kebijakannya yang sistemik sehingga akan memberikan dampak yang lebih luas lagi dalam meningkatkan daya saing daerah.

Berdasarkan penjabaran diatas, kegiatan pengabdian pada masyarakat pada skema KKN-PPM akan dilaksanakan pelatihan secara intensif dalam inovasi dan strategi pemasaran produk di era new normal. Kegiatan ini mendukung kualitas produk, inovasi produk, strategi pemasaran dan mendukung program pemerintah khususnya wilayah Desa Brangkal Kecamatan Bandar Kedung Mulyo Kabupaten Jombang.

Berdasarkan permasalahan-permasalahan yang dihadapi oleh mitra, maka kegiatan pengabdian pada masyarakat pada skema KKN-PPM melalui sosialisasi dengan tema inovasi dan strategi pemasaran produk industry kecil memiliki tujuan sebagai berikut.

1. Meningkatkan strategi pemasaran produk-produk industri kecil yang ada di desa Brangkal.
2. Meningkatkan inovasi produk supaya diminati oleh konsumen.

3. Membantu meningkatkan kemampuan pelaku usaha/industri dalam inovasi dan strategi pemasaran.
4. Membantu dalam tata cara mengurus izin usaha dan pelabelan produk.

### **PERMASALAHAN**

Produktivitas UMKM di Desa Brangkal yang cenderung belum optimal berkembang dan maju dibanding dengan desa-desa lainnya. Hal ini yang mendasari perlu adanya pihak yang mendukung kualitas produk, inovasi produk, strategi pemasaran dan mendukung program pemerintah khususnya wilayah Desa Brangkal Kecamatan Bandar Kedung Mulyo Kabupaten Jombang.

### **METODE PELAKSANAAN**

Metode pendekatan untuk pelaksanaan kegiatan pengabdian pada masyarakat pada skema KKN-PPM ini meliputi metode diskusi, dan pelatihan. Metode diskusi dilaksanakan pada kegiatan sarasehan inovasi dan strategi produk. Metode yang digunakan pada kegiatan ini adalah menggunakan metode pelatihan melalui bentuk sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan secara intensif sampai dapat melakukan pembuatan produk inovasi. Kegiatan Sosialisasi Inovasi dan Strategi Pemasaran Produk di Era New Normal di wilayah desa Brangkal Kabupaten Jombang. Kegiatan ini dilaksanakan di lembaga Pemerintahan Desa Brangkal Kabupaten Jombang dengan jumlah sekitar 20 orang. Pada kegiatan ini menggunakan narasumber dan instruktur dari Mahasiswa sekaligus peserta KKN-PPM Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas KH. A. Wahab Hasbullah yang memiliki berpengalaman dalam inovasi produk dan strategi pemasaran. Pelaksanaan kegiatan ini pada tanggal 27-30 Oktober 2020.

### **PELAKSANAAN**

Awal program kegiatan pengabdian pada masyarakat pada skema KKN-PPM ini dilaksanakan dengan melakukan koordinasi awal melalui ijin pelaksanaan KKN-PPM yang dilakukan dengan Kepala Desa Brangkal Kecamatan Bandarkedungmulyo Kabupaten Jombang beserta aparatur desa. Hasil koordinasi dengan pihak mitra mengijinkan melakukan kegiatan KKN-PPM sesuai dengan jadwal yang sudah ditentukan. Setelah perijinan selesai, selanjutnya dilakukan koordinasi lanjutan dengan para pelaku usaha/industri kecil terkait dengan inovasi dan strategi pemasaran. Hal ini dilakukan dengan observasi dan wawancara langsung kepada pelaku usaha Desa Brangkal Kecamatan Bandar Kedung Mulyo Kabupaten Jombang.

Sosialisasi pembelajaran inovasi dan strategi pemasaran produk mendukung pelaku usaha mengetahui inovasi dan strategi pemasaran yang bisa menarik konsumen melalui kegiatan sarasehan (Gambar 1). Sosialisasi ini dilaksanakan untuk memberikan wawasan/pengetahuan dan informasi tambahan kepada pelaku-pelaku usaha/industri kecil. Kegiatan ini diikuti sebanyak 20 peserta dari pelaku usaha dengan bertempat di Balai Desa Brangkal Kecamatan Bandarkedungmulyo Kabupaten Jombang pada tanggal 27 Oktober 2020. Narasumber dalam kegiatan ini adalah salah satu Dosen di Fakultas Ekonomi Universitas KH. A. Wahab Hasbullah yang memiliki kualifikasi dibidang peningkatan UMKM serta pelaku usaha UMKM di wilayah Jombang.



**Gambar 1.** Sarasehan bersama pelaku usaha

Kegiatan selanjutnya adanya kegiatan diskusi dan Tanya jawab dengan peserta sarasehan (Gambar 2). Hasil dari kegiatan tersebut menunjukkan bahwa beberapa pelaku usaha guru sarasehan mengalami kebingungan ketika memanfaatkan sumber daya alam yang ada dan permintaan konsumen. Salah satu contoh pemanfaatan sayuran (kangkung) dan rempah-rempah. Selain itu, beberapa guru mengalami kesulitan dalam kegiatan praktik langsung di lapangan yaitu kegiatan praktik pembuatan stik kangkung dan olahan minuman dari rempah-rempah. Kegiatan sarasehan ini juga dilaksanakan wawancara dan observasi sebelum dan setelah kegiatan sarasehan. Hasil wawancara dan observasi tersebut menunjukkan bahwa peserta pelatihan mengalami peningkatan pemahaman materi meliputi inivasi produk, strategi pemasaran di era new norma dan pemanfaatan sumber daya alam yang ada.



**Gambar 2.** Koordinasi dan perencanaan tindak lanjut kegiatan UMKM

Pelatihan ekonomi kreatif merupakan tahapan selanjutnya setelah kegiatan sarasehan UMKM tentang inovasi dan strategi pemasaran produk industri kecil di era new normal tanggal 27 Oktober 2020 (Gambar 3). Kegiatan ini mencakup:

1. Mempersiapkan peralatan dan bahan pelatihan pembuatan stik kangkung dan minuman sehat.
2. Membagi/mengelompokkan pelaku usaha.
3. Praktik pembuatan produk menggunakan alat dan bahan yang sudah disediakan.

Kegiatan ini dilaksanakan selama 1 kali tatap muka. Kegiatan ini membantu pelaku-pelaku usaha/industri kecil dalam merancang inovasi produk yang akan diproduksi dan bagaimana strategi pemasaran produk. Selain itu, kegiatan ini dapat meningkatkan keterampilan pelaku usaha dalam memanfaatkan sumber daya ala yang ada di desa Brangkal. Hal ini ditunjukkan dengan keaktifan dan keefektifan pelaku usaha dalam mengikuti teori dan praktek pembuatan selama kegiatan berjalan.



**Gambar 3.** Pelatihan ekonomi kreatif dan tindak lanjut

Kegiatan pelatihan ini juga dilakukan wawancara kepada peserta pelatihan dan melakukan penilaian terkait keterampilan pelaku usaha dalam pelatihan pembuatan produk inovasi yang memanfaatkan sumber daya alam. Hasil wawancara kegiatan pelatihan menunjukkan bahwa peserta pelatihan menilai kegiatan pelatihan ini sangat bermanfaat dan menyenangkan. Selain itu, kegiatan pelatihan ini memberikan pengalaman langsung kepada pelaku usaha/industri kecil dalam pemanfaatan sumber daya alam untuk pembuatan produk inovasi dan tata cara pelabelan yang menarik untuk konsumen. Tabel 1 menunjukkan hasil penilaian keterampilan pelaku usaha menunjukkan bahwa 70% peserta pelatihan memiliki keterampilan yang baik ketika pembuatan produk inovasi. Sebanyak 30% peserta pelatihan dalam kategori dengan keterampilan yang cukup baik.

Pendampingan dan pelatihan atas pelatihan ekonomi kreatif dalam tindak lanjut sarasehan inovasi dan strategi pemasaran produk industri kecil di era new normal adalah kegiatan terakhir dari pelaksanaan program ini pada tanggal 30 Oktober 2020. Kegiatan

ini bertujuan untuk melihat keaktifan, keterampilan dan kemampuan pelaku usaha/industri dalam merancang dan membuat inovasi produk dari sumber daya alam yang ada di desa Brangkal. Kegiatan ini dilakukan dengan mendampingi pelaku usaha dalam merancang dan membuat produk inovasi produk dan pelabelan produk yang akan di pasarkan kekonsumen.

Usaha kecil/mikro memiliki keunggulan di beberapa bidang dengan memanfaatkan sumber daya alam dan padat karya antara lain: pertanian tanaman pangan, perkebunan, peternakan, perikanan, perdagangan dan restoran. Kegiatan pengembangan dan peningkatan pada sektor usaha kecil diharapkan dan diyakini dapat memperkuat fondasi struktur perekonomian nasional (Liana, 2008). Selain itu, industri kecil dapat berperan dalam penyediaan produk substitusi impor dan meningkatkan produk ekspor (Ridwan dkk., 2014). Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) menjadi sektor ekonomi yang telah terbukti bertahan dari goncangan krisis sehingga ekonomi terus berjalan. Hal ini menjadi dasar dalam peningkatan UMKM diperlukan jiwa kewirausahaan masyarakat pada pengusaha-pengusaha baru agar dapat menciptakan kegiatan usaha dan membuka lapangan pekerjaan (Permana, 2017).

## **HASIL DAN LUARAN**

Hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian menunjukkan bahwa melalui sosialisasi dan pelatihan dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta. Hal ini sesuai dengan hasil pengabdian (Putra, Ma'arif, dkk., 2019; Putra, Prihatiningtyas, dkk., 2019). hasil pelaksanaan pengabdian di Desa Brangkal ditunjukkan pada Tabel 1.

**Tabel 1** Hasil Penilaian Keterampilan Pelaku Usaha

| No  | Uraian  | Skor Rata-rata |
|---|---|----------------|
| 1   | Kemampuan memahami langkah-langkah pembuatan produk | 3.4            |
| 2   | Kemampuan pembuatan produk                          | 3.2            |
| 3   | Kemampuan mendemonstrasikan produk                  | 3.7            |
| 4   | Kemampuan pemahaman pelabelan produk                | 3.6            |
| Keterangan:<br>70% Peserta pelatihan memiliki keterampilan yang Baik<br>30% Peserta pelatihan memiliki keterampilan yang Cukup Baik |   |                |

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil kegiatan pengabdian pada masyarakat ini, dapat disimpulkan antara lain: a) memberikan tambahan wawasan dan pengetahuan serta keterampilan dalam pembuatan inovasi produk dimana lebih mengedepankan sumber daya alam yang ada di desa Brangkal, b) menumbuhkan gairah pelaku usaha dalam melakukan inovasi produk dan strategi pemasaran produk yang di inginkan oleh konsumen, c) membantu pelaku usaha dalam pelabelan produk yang baik dan menarik minat konsumen, dan d) membantu pelaku usaha dalam tata cara pembuatan surat izin usaha perdagangan guna dikenal oleh konsumen.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini memang sudah dilaksanakan sampai dengan tahap pelatihan ekonomi kreatif. Perlu diperhatikan bahwa kegiatan ini tidak berhenti hanya pada saat kegiatan KKN-PPM dilaksanakan. Namun, kegiatan ini

dapat diimplementasikan dan dilaksanakan dengan lembaga-lembaga yang lain. Hal yang perlu dilakukan adalah agar keterampilan dan kreatifan pelaku usaha dalam mengelola sumber daya alam secara inovasi di era new normal.

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang selalu memberikan rahmat dan hidayah kepada kami sehingga kegiatan pengabdian pada masyarakat selesai tepat waktu. Terima kasih tim peneliti sampaikan kepada pihak Lembaga Penelitian dan Pengabdian pada Masyarakat Universitas KH. A. Wahab Hasbullah yang sudah mendukung dan membantu pelaksanaan kegiatan pengabdian ini. Terima kasih disampaikan kepada keluarga dari tim peneliti yang selalu mendukung secara moral. Disampaikan juga terima kasih kepada seluruh pihak yang membantu dan mendukung pelaksanaan kegiatan ini.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, F. D., Hardjanto, I., & Hayat, A. 2013. Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Umk) Melalui Fasilitasi Pihak Eksternal Dan Potensi Internal. *Jurnal Administrasi Publik (JAP)*, 1(6) : 1286–1295.
- Devi, C., Rusma, M., Mikro, U., & Lambalek, A. 2020. Sosialisasi Digital Marketing pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). *Jurnal Pengabdian Masyarakat: Dharma Bakti Teuku Umar*, 2(1): 63–73.
- Liana, L. 2008. Pembinaan Dan Pengembangan Usaha Kecil Sebagai Sarana Memperkokoh Struktur Perekonomian Nasional. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE)*, 15(2): 98–106.
- Permana, S. H. 2017. Strategi Peningkatan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Umk) Di Indonesia. *Aspirasi*, 8(1): 93–103.
- Putra, I. A., Ma'arif, I. B., & Prihatiningtyas, S. 2019. Pelatihan Pembuatan Media Belajar Sains Berbasis Ramah Lingkungan Bagi Guru SD/MI di Wilayah Jombang. *Prosiding Seminar Nasional Multidisiplin (SNAMI) Universitas KH. A. Wahab Hasbullah*, 2: 352–356.
- Putra, I. A., Prihatiningtyas, S., & Ma'arif, I. B. 2019. Sosialisasi Media Belajar Sains Berbasis Ramah Lingkungan Bagi Guru SD/MI Di Wilayah Jombang. *Jurnal Pengabdian pada Masyarakat (JPPM)*, 7(2): 12–16.
- Ridwan, M., Hartutiningsih, & Hatuwe, M. 2014. Pembinaan Industri Kecil dan Menengah Pada Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi dan UMKM Kota Bontang. *Jurnal Administrative Reform*, 2: 187–199.

