

PELATIHAN DESAIN PRODUK UNTUK PELAKU UMKM KOMUNITAS GENPRO CHAPTER METRO

Ita Prihantika¹, Yuyun Fitriani^{2*}, Intan Destrilia³

¹Jurusan Ilmu Administrasi Negara Universitas Lampung

^{2,3}Jurusan Ilmu Administrasi NEGARA, STISIPOL Dharma Wacana

*Jl. Kenanga No.3, Mulyojati, Kec. Metro Barat, Kota Metro, Lampung 34121

*Email Korespondensi: yuyunfitriani01.yf@gmail.com

Abstrak

Desain produk adalah suatu hal yang penting dalam melakukan promosi produk yang akan dipasarkan ke masyarakat luas terutama dimasa pandemi saat ini banyak sekali pelaku usaha UMKM Kota Metro mengalami penurunan omset yang cukup drastis. Di masa pandemi ini juga pelaku UMKM Kota Metro harus melakukan perubahan-perubahan pada desain produk yang akan dipasarkan, hal ini dilakukan untuk menarik mata masyarakat untuk melakukan pembelian produk yang akan di pasarkan karena dengan desain produk yang menarik maka munculah rasa penasaran untuk membeli produk tersebut. Tujuan kegiatan ini untuk meningkatkan kemampuan desain produk pelaku UMKM dalam komunitas Genpro Chapter Metro dalam memanfaatkan peluang bisnis di masa pandemi. Sasaran kegiatan ini pelaku UMKM dalam komunitas Genpro Chapter Metro. Kegiatan dilakukan dalam bentuk pelatihan dan sosialisasi tentang desain produk. Keberhasilan kegiatan ini di evaluasi dengan melihat perkembangan masyarakat saat dilakukan sosialisasi dan pelatihan apakah ada perkembangan secara signifikan atau tidak. Secara kualitatif dapat dilihat dari hasil sosialisasi dan pelatihan menunjukkan masyarakat adanya peningkatan pengetahuan hal tersebut dilihat dari proses praktek membuat desain produk secara langsung setelah selesainya proses sosialisasi dan pelatihan.

Kata Kunci: Desain produ; pemasaran; Genpro;

1. Pendahuluan

Peranan Usaha Kecil Menengah dalam mengembangkan perekonomian nasional ditunjukkan dengan ditetapkannya Undang-Undang RI nomor 20 tahun 2008 tentang usaha kecil dan selanjutnya diikuti dengan peraturan pemerintah RI nomor 32 tahun 1998 tentang pembinaan dan pengembangan usaha kecil. Inti dari peraturan tersebut adalah adanya pengakuan dan upaya untuk memberdayakan usaha kecil. Menurut Departemen koprasi (2008) secara umum peran UKM dalam perekonomian nasional: pertama, sebagai pemeran utama dalam ekonomi. Kedua, penyedia lapangan pekerjaan terbesar. Ketiga, pemain penting dalam pengembangan perekonomian lokal dan pemberdayaan masyarakat. keempat, pencipta pasar baru dan sumber informasi. Kelima, kontribusinya terhadap neraca pembayaran (Nuari, 2017). Hal ini sebagaimana yang terungkap dalam peraturan pemerintah tersebut: "bahwa usaha kecil merupakan bagian integral dari perekonomian nasional yang mempunyai kedudukan, potensi, dan peranan yang penting

dan strategis dalam mewujudkan pembangunan ekonomi nasional yang kokoh, usaha kecil perlu diberdayakan agar dapat menjadi usaha yang tangguh dan mandiri serta dapat berkembang dan menjadi usaha menengah.

Menurut data dari Dinas Koperasi, UMK, Usaha Menengah dan Perindustrian Kota Metro tahun 2018 jumlah usaha di Kota Metro mencapai 8.133 (delapan ribu seratus tiga puluh tiga ribu). Dengan Rincian Usaha Mikro berjumlah 7.086 dan Usaha Kecil berjumlah 956 sedangkan usaha menengah berjumlah 91 Pelaku Usaha (<https://data.metrokota.go.id>). Jumlah tersebut tergolong sangat banyak sehingga apabila UMKM dapat berkembang dengan baik maka pendapatan daerah yang bersumber dari pajak usaha juga akan meningkat. Namun dalam perkembangannya jumlah usaha yang mencapai delapan ribu lebih tidak sebanding dengan jumlah usaha yang telah masuk dalam kategori menengah yakni hanya sejumlah 91 pelaku usaha.

Persaingan usaha pada saat ini dihadapkan pada persaingan yang sangat ketat sehingga

perusahaan dituntut agar selalu melakukan inovasi agar konsumen baru ataupun pelanggan yang telah dimiliki tetap menggunakan barang atau jasa dari perusahaan tersebut. Konsumen mempunyai peran yang krusial dalam eksistensi suatu badan usaha. Karena hampir setiap kegiatan perusahaan dilakukan untuk memposisikan agar produk dapat diterima konsumen. Keanekaragaman keinginan dan kebutuhan konsumen memaksa produsen agar melakukan pengamatan terhadap apa yang menjadi keinginan konsumen. Hal ini dibutuhkan perusahaan agar dapat memenuhi dan memuaskan konsumen dengan produk yang ditawarkan. Sejumlah produk yang sama bisa saja memiliki desain yang berbeda-beda. Misalnya produk sabun mandi dari sejumlah perusahaan akan memiliki desain berbeda-beda. Desain yang menarik tentu dapat mempengaruhi tingkat keinginan konsumen untuk membeli produk tersebut.

Masalah desain dari suatu produk telah menjadi salah satu faktor yang perlu mendapatkan perhatian serius dari manajemen khususnya tim pengembangan produk baru, karena sasaran konsumen yang dituju tidak sedikit yang mulai mempersoalkan masalah desain suatu produk yang mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen (Padmantlyo & Purnomo, 2013). Kotler mengatakan “desain merupakan totalitas keistimewaan yang mempengaruhi penampilan dan fungsi suatu produk dari segi kebutuhan konsumen” (Kotler:2005) dalam Made Laksmi Saraswati (Peningkatan desain produk dapat pula membuka dan meningkatkan peluang usaha. Peluang usaha merupakan kesempatan berupa ide bisnis potensial yang didapatkan saat ingin memulai membangun usaha atau mengembangkan usaha (Saraswati, 2013).

Desain produk yang menarik serta kemampuan promosi yang baik dapat meningkatkan daya beli konsumen dan membuka peluang usaha lebih besar, misalnya mengembangkan jenis usaha yang sama di daerah atau negara lain. Namun secara umum pelaku UMKM Kota Metro khususnya yang tergabung dalam kelompok Genpro Chapter Metro belum memiliki kemampuan untuk mendesain media promosi produk yang baik. Sehingga pengabdian ini akan memfokuskan pada peningkatan kemampuan desain produk kelompok Genpro Chapter Metro.

Metode Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Darmawacana Kota Metro pada tanggal 8 November 2020 dengan khalayak sasaran kegiatan ini adalah Aparat pelaku UMKM atau Chapter Genpro Metro. Secara spesifik, 17 peserta yang hadir pada saat pelaksanaan kegiatan terdiri dari Kader Chapter Genpro Metro. Kegiatan pengabdian ini direncanakan dilakukan melalui tiga tahapan sebagai berikut ini:

- a) Analisis Situasi telah dilakukan melalui penelusuran penelitian dan kajian dengan tema yang berkaitan. Selain bersumber dari studi pustaka, analisis situasi ini juga diperoleh dari hasil studi lapangan pendahuluan (pra riset) yang telah dilakukan oleh tim pengabdian.
- b) Intervensi Objek direncanakan akan dilakukan melalui tiga kegiatan, yaitu:
 - Pelatihan/sosialisasi dengan tema desain produk dan pemasaran produk.
 - Peran desain produk dalam peningkatan penjualan produk.
- c) Evaluasi dan Refleksi. Evaluasi dilakukan dalam bentuk pemberian pre dan post test sebagai metode pengukuran kuantitatif terhadap perubahan kognisi/perilaku sebelum dan setelah pelaksanaan kegiatan. Sedangkan refleksi dilakukan diakhir kegiatan dengan tujuan memperkuat komitmen dan kesadaran tentang pentingnya desain produk dan pemasaran produk dalam peningkatan kapasitas pelaku UMKM Kota Metro dalam meningkatkan peluang bisnis dimasa pandemi.

Metode evaluasi dilakukan dengan *evaluasi kuantitatif* melalui pre test dan post test. Rancangan tersebut digunakan untuk mengukur perubahan pengetahuan dan kemampuan konsep seluruh tahapan kegiatan. Evaluasi kedua dilakukan melalui *refleksi atau evaluasi kualitatif* dilakukan melalui diskusi/ tanya jawab dengan pemantauan selama proses pemaparan materi dan praktek yang disajikan berlangsung antara penyaji materi dengan peserta pelatihan, khususnya yang terkait dengan desain produk dan pemasaran usaha.

Hasil Dan Pembahasan

Kegiatan pengabdian ini diawali dengan pemberian materi tentang desain produk oleh pemateri. Materi Pertama disampaikan oleh Ita Prihantika, S.IP., M.A., tentang pentingnya

desain yang menarik bagi pemasaran produk yang dijual oleh peserta.



Gambar 1. Penyampaian Materi oleh pemateri
Sumber: Hasil Pengabdian, 2020

Peserta yang terdiri dari ibu-ibu dan bapak-bapak mampu menyerap materi dengan baik. Peserta tertip dan aktif dalam memberikan pertanyaan desain produk.



Gambar 2. Peserta pengabdian yang sedang menyimak materi
Sumber: Hasil Pengabdian, 2020

Setelah sesi materi selesai, peserta diajak melakukan praktik desain produk. Peserta berasal dari berbagai macam latar belakang usaha yakni *wedding organizer*, kuliner, dan obat herbal. Berikut salah satu contoh hasil kreativitas peserta pengabdian dalam membuat desain produk.



Gambar 3. Gambar sebelum di desain produk
Sumber: Hasil Pengabdian, 2020



Gambar 4. Gambar setelah di desain produk
Sumber: Hasil Pengabdian, 2020

Peserta lain yang memiliki jenis usaha olahan kue juga membuat desain produk yang lebih menarik dari desain yang telah ia buat sebelumnya.



Gambar 5. Gambar sebelum di desain produk
Sumber: Hasil Pengabdian, 2020



Gambar 6. Gambar setelah di desain produk
Sumber: Hasil Pengabdian, 2020

Kegiatan pengabdian melibatkan peserta sebanyak 17 orang. Keseluruhan peserta mengisi pertanyaan yang telah disediakan dalam form *pre test* dan *post test*. Secara keseluruhan hasil *pre test* dan *post test* adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Pre test dan post test

No	Nama	Bidang Usaha	Pre Test	Post Test	Perubahan
1.	Alif	Wedding Organizer	50	70	20
2.	Herman	Kuliner	50	75	25
3.	Agus Irawan	Kuliner	50	90	40
4.	Semiyati H	Kuliner	60	75	15
5.	Pandu Eka Saputra	Kuliner	65	90	20
6.	Suwarso	Obat Herbal	50	65	15
7.	Isa Ansori	Kuliner	40	80	40
8.	Dwi Wijanarti	Kuliner	50	80	30
9.	Eka Sulastri	Obat Herbal	50	80	30
10.	Susi Dewi	Kuliner	50	80	30
11.	Lisdawati	Kuliner	40	70	30
12.	Amelia Nofiyanti	Kuliner	50	75	25
13.	Dwi Yunila	Kuliner	50	80	30
14.	Nana Narikhie	Kuliner	50	80	30
15.	Dwi Mulyanti	Kuliner	62	80	18
16.	Dwi wijanarti	Kuliner	63	75	12
17.	Sumaryanto	Kuliner	70	75	25
	Rata-rata		52,94	77,64	25,58

Sumber: Hasil Pengabdian, 2020

Secara kuantitatif nilai rata-rata peserta sebelum dilaksanakan kegiatan adalah 52,5 dan mengalami kenaikan menjadi 7,64 setelah dilaksanakan kegiatan pelatihan. Kenaikan rata-rata sebesar 25,58 poin. Baik nilai *pre test* maupun *post test* tertinggi adalah 90 dan terendah adalah 40.

Berdasarkan hasil tersebut diatas maka dapat disimpulkan bahwa kegiatan pengabdian ini mampu memberikan dampak positif secara kognitif terhadap pengetahuan tentang desain produk usaha. Sedangkan dari sisi afektif peserta menghasilkan komitmen untuk mendukung upaya peningkatan pendapatan udaha masa pandemic melalui upaya peningkatan kemampuan desain produk dan promosi usaha. Meskipun komitmen ini bersifat informal dan belum terbentuk MOU.

Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil adalah tingkat partisipasi kelompok Genpro Chapter Metro untuk mengikuti kegiatan pengabdian ini

cukup tinggi. Peserta pengabdian juga mampu menyerap materi yang telah diberikan oleh narasumber. Hal tersebut dapat dilihat berdasarkan kenaikan rata-rata nilai peserta sebesar 25,58 poin setelah dilakukan *post test*.

Ucapan Terimakasih

Tim penulis mengucapkan terimakasih kepada pelaku UMKM teruta pada komunitas Genpro Chapter Metro atas sambutan positif penyelenggaraan kegiatan pengabdian ini. Terimakasih kepada P3M Dharmawacana Metro atas pendanaan kegiatan pengabdian pada tanggal 8 november 2020.

Daftar Pustaka

- Nuari, A. R. (2017). *Pentingnya Usaha Kecil Menengah (Ukm) Untuk Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia*. <https://doi.org/10.31227/osf.io/q5sa2>
- Padmanty, S., & Purnomo, E. (2013). PENGARUH DESAIN PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP VOLUME PENJUALAN PADA INDUSTRI BATIK (Studi Pada Industri Batik di Kabupaten Sragen). *BENEFIT Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 17(2), 162–168.
- Saraswati, M. L. (2013). *Pengaruh Desain Produk , Kualitas Produk , Dan Harga Terhadap*. 024, 1–10.
- <https://data.metrokota.go.id/chart/data-usaha-mikro-kecil-dan-menengah-umkm-se-kota-metro> Diakses pada 08 Desember 2020 Pukul 13.04 WIB.