Prodimas
Prosiding Pengabdian Masyarakat
Volume 1, 2021

PENGEMBANGAN UMKM MARNING JAGUNG MULYA JAYA MELALUI INOVASI PRODUK DAN PEMASARAN

Imelda Afriana[1], Niswatul Hidayati[2].
Institut Agama Islam Negeri Ponorogo
Email: imeldaafriana9431@gmail.com, niswah.sasmito@gmail.com

ABSTRAK

Marning jagung Mulya Jaya merupakan salah satu aset desa Babadan di bidang ekonomi. Marning jagung adalah hasil produk UMKM berupa cemilan yang ada di jalan Sidomulyo, desa Babadan, kecamatan Babadan, kabupaten Ponorogo. Produk yang dihasilkan yaitu marning jagung rasa original dan pemasaran yang dilakukan secara offline. Marning jagung Mulya Jaya memiliki rasa yang gurih dan memiliki potensi untuk dikembangkan. Seiring berjalannya waktu dan perkembangan teknologi, banyak produk baru termasuk cemilan yang lebih kreatif dan dapat diperoleh dengan sangat mudah yaitu memesan melalui media sosial. Dengan demikian, perlu adanya inovasi terhadap produk dan pemasaran marning jagung Mulya Jaya. Kegiatan inovasi produk dan pemasaran sebagai salah satu upaya untuk mengenalkan dan meningkatkan minat masyarakat terutama pengguna media sosial terhadap produk marning jagung Mulya Jaya. Kegiatan penelitian ini menggunakan metode Asset Based Community Development (ABCD). Hasil dari inovasi produk dan pemasaran yaitu peminat produk marning jagung Mulya Jaya semakin meningkat dan menambah pengetahuan serta pemahaman pemilik UMKM mengenai pemasaran melalui media sosial. Inovasi produk dan pemasaran dapat berperan dalam pengembangan usaha marning jagung Mulya Jaya.

Kata kunci: *Pengembangan, UMKM, Inovasi, Produk, Pemasaran.*

ABSTRACT

Mulya Jaya's corn marning is one of the assets of Babadan village in the economic field. Mulya Jaya's corn marning is the result of UMKM products in the form of snacks on Sidomulyo street, Babadan village, Babadan sub-district, Ponorogo district. The products produced are original flavored corn marning and offline marketing. Mulya Jaya's corn marning has a savory taste and has the potential to be developed. Over time and technological developments, many new products including snacks are more creative and can be obtained very easily, namely ordering through social media. Thus, it is necessary to innovate on products and marketing of Mulya Jaya's corn marning. Product innovation and marketing activities as an effort to introduce and increase public interest, especially social media users, for Mulya Jaya's corn marning products. This research activity uses the Asset Based Community Development (ABCD) method. The results of product and marketing innovations, namely Mulya Jaya's marning corn product enthusiasts are increasing and increasing the knowledge and understanding of UMKM owners regarding marketing through social media. Product and marketing innovation can play a role in the development of Mulya Jaya's corn marning business.

Keywords: *Development, UMKM, Innovation, Product, Marketing.*

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) adalah usaha perdagangan yang dikelola perorangan ataupun badan usaha dan sesuai dengan kriteria usaha. Kriteria UMKM terdiri dari usaha mikro, usaha kecil dan usaha menengah. UMKM merupakan suatu kegiatan usaha yang dapat memperluas lapangan kerja, mendorong pertumbuhan ekonomi, dapat berperan dalam proses peningkatan pendapatan masyarakat dan mewujudkan stabilitas nasional.[1] Sampai saat ini, UMKM di Indonesia sudah mulai berkembang diberbagai bidang usaha, salah satunya yaitu usaha dibidang pangan. Marning jagung adalah cemilan khas dari Indonesia yang menggunakan bahan utama jagung. Tanaman jagung merupakan salah satu tanaman pangan yang menghasilkan karbohidrat.

UMKM marning jagung Mulya Jaya merupakan salah satu aset yang dimiliki desa Babadan di bidang ekonomi yang beralamat di jalan Sidomulyo, desa Babadan, kecamatan Babadan, kabupaten Ponorogo, provinsi Jawa Timur. UMKM marning jagung Mulya Jaya didirikan oleh bapak Giman sejak tahun 1986. Bapak Giman awalnya merupakan seorang pekerja di industri marning jagung, setelah beberapa tahun kemudian beliau membuka usaha marning jagung sendiri. Bapak Giman menjalankan UMKM marning jagung Mulya Jaya bersama istrinya yaitu ibu Sringatun. Bapak Giman memilih usaha marning jagung karena mayoritas lingkungan sekitar melakukan usaha marning jagung, modal yang diperlukan terjangkau, bahan dan alat yang mudah didapat serta proses produksi yang mudah. Bapak Giman membeli jagung dari petani di sekitar desa Babadan. Pada awal pendirian usaha, ibu Sringatun memasarkan marning jagung di pasar Songgolangit dengan naik angkutan umum. Produk yang dijual yaitu kemasan seberat 1 ons seharga Rp2.000.

Pada tahun 2012, UMKM marning Jagung Mulya Jaya mulai dijalankan oleh bapak Purnomo selaku anak dari bapak Giman. Usaha ini dilakukan secara turun-temurun. Marning jagung mulai dipasarkan dengan kemasan yang lebih besar yaitu seberat 1/2 kg seharga Rp10.000. Pada bulan April 2012, bapak Purnomo mulai mendaftarkan usaha marning jagung Mulya Jaya untuk mendapatkan sertifikat Produksi Pangan Industri Rumah Tangga (P-IRT). Bapak Purnomo juga membuat logo dan beberapa label untuk produk marning jagung Mulya Jaya. Logo utama marning jagung Mulya Jaya yaitu huruf “MJ”. Pada tanggal 17 Juni 2013, P-IRT yang ditandatangani oleh Kepala Dinas Kesehatan Kabupaten Ponorogo telah diterima oleh bapak Purnomo selaku pemilik usaha. Pada tahun 2015, bapak Purnomo selaku pemilik UMKM marning jagung Mulya Jaya ditunjuk oleh Dinas Tenaga Kerja

[1] Aris Ariyanto, dkk, *Strategi Pemasaran UMKM di Masa Pandemi* (Sumatra Barat: Insan Cendekia Mandiri, 2021), 3-4.

(DISNAKER) Ponorogo untuk mewakili Ponorogo mengikuti pelatihan kewirausahaan di Balai Latihan Kerja (BLK) Malang bersama empat orang wirausaha lainnya. Pada tahun 2016, marning jagung Mulya Jaya mengikuti pelatihan wirausaha dan kegiatan bazar di balaidesa Babadan.

UMKM marning jagung Mulya Jaya sudah berdiri sejak lama dan telah mengikuti beberapa pelatihan usaha, produk marning jagung Mulya Jaya memiliki rasa yang gurih dan tidak diragukan lagi sehingga memiliki potensi untuk dikembangkan, namun usaha ini belum dikenal masyarakat secara luas. Hal ini dikarenakan produk dan pemasaran yang masih sederhana. Produk yang dihasilkan yaitu marning jagung rasa original dan tidak semua produk yang diedarkan memakai label, sehingga konsumen tidak mengetahui asal produk tersebut. Pemasarannya dilakukan secara offline yaitu pembeli yang langsung ke tempat produksi dan ada dua orang (sales) yang bekerja sama dengan pemilik UMKM marning jagung Mulya Jaya. Selain itu, banyak produk cemilan baru yang bermunculan dengan berbagai inovasi yang akan menambah daya saing untuk produk marning jagung Mulya Jaya.[2]

UMKM marning jagung Mulya Jaya memerlukan inovasi untuk mengembangkan usahanya. Inovasi adalah penemuan atau ide baru yang berbeda dari yang sudah ada sebelumnya.[3] Inovasi memerlukan pencarian kesempatan baru, artinya mengadakan perbaikan, menciptakan atau mengombinasikan unsur-unsur produksi yang ada dengan cara baru dan lebih baik.[4] Inovasi dapat dilakukan terhadap produk dan pemasarannya. Inovasi produk merupakan upaya untuk menumbuhkan dan meningkatkan minat masyarakat terhadap produk marning jagung. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah menyebar diberbagai bidang kehidupan termasuk dunia bisnis (ekonomi). Pemasaran secara online merupakan suatu inovasi untuk meningkatkan daya beli masyarakat. Program inovasi dan pengembangan UMKM dibutuhkan untuk keberlangsungan usaha sekaligus dalam rangka pengembangan usaha, terutama berkaitan dengan pemanfaatan media digital yaitu bidang pemasaran.[5]

Kegiatan pengabdian di UMKM marning jagung Mulya Jaya bertujuan untuk mengembangkan usaha tersebut melalui pengembangan potensi yang dimiliki. Kegiatan yang dilakukan yaitu pelatihan dan pendampingan kepada pemilik usaha melalui inovasi produk dan pemasaran. Inovasi produk terdiri dari pelatihan dan pendampingan dalam menambah varian rasa marning jagung, penggunaan

[2] Purnomo, *Hasil Wawancara,* Ponorogo, 7 Juli 2021.

[3] Sukmadi, *Inovasi dan Kewirausahaan (Edisi Paradigma Baru Kewirausahaan)* (Bandung: Humaniora Utama Press, 2016), 29.

[4] Rusdiana, *Kewirausahaan Teori dan Praktik* (Bandung: Pustaka Setia, 2018), 63.

[5] Encep Saefullah, Arta Rusidarma Putra, Tabroni. (2021). "Inovasi dan Pengembangan UMKM Emping Melinjo pada Masa Pandemi Covid-19 dengan Optimalisasi Media Pemasaran dan Alat Produksi," Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, Vol. 2 No. 2, 292.

kemasan dan pembuatan label yang lebih menarik. Inovasi pemasaran terdiri dari pelatihan dan pendampingan pembuatan media sosial marning jagung Mulya Jaya yaitu akun Facebook, Instagram, Google Maps dan Shopee. Kegiatan pengabdian ini sebagai upaya untuk menumbuhkan dan meningkatkan minat masyarakat terhadap produk marning jagung Mulya Jaya serta meningkatkan pengetahuan dan pemahaman pemilik UMKM terkait pengelolaan usaha guna menjadikan pemilik usaha yang inovatif. Dengan demikian, tujuan utama kegiatan pengabdian yaitu untuk mengembangkan UMKM marning jagung Mulya Jaya melalui inovasi produk dan pemasaran.

METODE

Metode *Asset Based Community Development (ABCD)* yaitu sebuah pendekatan dalam pengembangan masyarakat yang hanya berfokus pada asset lingkungan yang dimiliki oleh masyarakat itu sendiri.[6] ABCD memberikan penjelasan bahwa semuanya mengarah kepada konteks pemahaman dan internalisasi aset, potensi, kekuatan dan pendayagunaan secara mandiri dan maksimal. Kegiatan pengabdian dilakukan di desa Babadan, kecamatan Babadan, kabupaten Ponorogo. Desa Babadan memiliki beberapa aset termasuk di bidang ekonomi, salah satunya yaitu UMKM marning Jagung Mulya Jaya milik bapak Purnomo. UMKM Mulya Jaya merupakan aset dan potensi yang dapat dikembangkan karena telah mempunyai sertifikat P-IRT, sudah memiliki logo utama dan produk yang memiliki rasa gurih. Upaya pengembangan UMKM harus dilaksanakan sejak dari awal menempatkan UMKM untuk mengetahui kekuatan yang dimiliki serta segenap potensi dan aset yang dipunyai yang potensial untuk dimanfaatkan.

Paradigma dan prinsip-prinsip pengembangan masyarakat berbasis aset (ABCD) menjadi acuan pokok dan karakteristik serta membedakan dari pendekatan lain. Poin penting dalam paradigma dan prinsip yang dimiliki oleh pendekatan ABCD yaitu bahwa semua mengarah kepada konteks pemahaman dan internalisasi aset, potensi, kekuatan dan pendayagunaan secara mandiri dan maksimal. Paradigma dan prinsip-prinsip pengembangan masyarakat berbasis aset (ABCD) terdiri dari setengah terisi lebih berarti, semua punya potensi, partisipasi, kemitraan, penyimpangan positif, berasal dari dalam masyarakat, mengarah pada sumber energi.

Dalam prinsip ABCD, kemampuan masyarakat untuk menemukenali aset, kekuatan dan potensi yang dipandang mampu menggerakkan dan memotivasi untuk melakukan perubahan. Metode

[6] Niswatul Hidayati. (2021). "Tanam Buah dalam Pot (TABULAMPOT) sebagai Penguatan Ekonomi dan Sosial Masyarakat Desa Caluk, Dusun Gupit, Kecamatan Slahung, Ponorogo," Indonesian Engagement Journal, Vol. 2 No. 1, 4.

atau teknik menemukenali dan memobilisasi aset yang bisa digunakan dalam pendekatan ABCD antara lain yaitu:

1. Penemuan apresiatif adalah suatu proses yang mendorong perubahan positif dengan fokus pada pengalaman puncak dan kesuksesan masa lalu. Metodologi ini menggunakan wawancara dan bertutur cerita yang memancing memori positif, serta analisis kolektif terhadap kesuksesan yang ada. Kemudian, analisis tersebut akan menjadi titik referensi untuk merancang perubahan di masa yang akan datang.
2. Pemetaan komunitas adalah pendekatan atau cara untuk memperluas akses ke pengetahuan lokal. Tujuan dari pemetaan yaitu untuk dapat memahami dan mengidentifikasi kekuatan yang sudah dimiliki.
3. Pemetaan aset individu, metode yang dapat digunakan untuk melakukan pemetaan individual aset antara lain kuisioner, interview dan focus group discussion. Salah satu manfaat pemetaan aset individu yaitu membantu masyarakat mengidentifikasi keterampilan dan bakat mereka sendiri.
4. Sirkulasi keuangan artinya perputaran ekonomi yang berupa kas, barang dan jasa merupakan hal yang tidak terpisahkan dari masyarakat dalam kehidupan sehari-hari. Seberapa jauh tingkat dinaminitas dalam pengembangan ekonomi lokal dapat dilihat dari seberapa banyak kekuatan ekonomi yang masuk dan keluar. Salah satu pendekatan yang digunakan dalam pendekatan ABCD yaitu melalui *Leaky Bucket*.
5. Skala prioritas adalah salah satu cara atau tindakan yang mudah untuk diambil dan dilakukan untuk menentukan manakah salah satu mimpi yang bisa direalisasikan dengan menggunakan potensi itu sendiri tanpa ada bantuan dari pihak luar.

Ada beberapa tahapan pelaksanaan pengabdian masyarakat dengan pendekatan *ABCD,* yaitu:

1. Tahap perkenalan (Inkulturasi). Tahapan perkenalan dilakukan melalui proses komunikasi dengan masyarakat. Tahapan ini bertujuan agar mitra memahami tujuan melakukan kegiatan pengabdian, membangun kepercayaaan dengan mitra. Informasi yang telah diperoleh pada tahap ini dapat digunakan untuk perencanaan kegiatan dan pengembangan asset yang ada.
2. Tahap mengungkapkan informasi (*Discovery*). Tahap ini dapat dilaksanakan setelah tahap perkenalan selesai. *Discovery* secara umum terdiri dari dua hal. Pertama, mengungkap (*discover*) sukses, artinya mengungkap keberhasilan apa saja yang sudah diraih di masa lampau. Kedua, menelaah sukses dan kekuatan, artinya mengungkap elemen dan sifat khusus yang muncul dari

telaah cerita yang disampaikan yang bisa dikembangkan untuk masa depan. Pada tahap ini, kegiatan yang dilakukan dapat berupa pemetaan aset.

3. Mengetahui asset dan mengidentifikasi peluang (*Design*). Design merupakan proses untuk merancang apa yang perlu dikembangkan dalam memanfaatkan potensi yang sudah ada. Dalam tahap ini, tujuan penggolongan dan mobilisasi asset yaitu untuk membentuk jalan menuju pencapaian visi atau gambaran masa depan. Hasil dari tahapan ini yaitu rencana kerja yang didasarkan pada apa yang bisa langsung dilakukan di awal berdasarkan asset yang dimiliki.
4. Mendukung keterlaksanaan program kerja (*Define*). Pada tahap ini, masyarakat yang sudah bisa menentukan bahwa suatu program inilah yang akan menjadi prioritas utama. Program tersebut akan dilaksanakan oleh orang-orang yang berkomitmen untuk melangkah mewujudkan mimpi.
5. Refleksi (*Reflection*). Pendekatan berbasis aset membutuhkan studi data dasar, monitoring perkembangan dan kinerja. Hasil monitoring dapat disertai dengan refleksi.[7]

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian

Kegiatan pengabdian terdiri dari tiga tahapan yaitu tahap assessment, tahap inti kegiatan dan tahap evaluasi pasca kegiatan. Tahap assessment merupakan tahap pertama yang dilakukan peneliti dalam kegiatan pengabdian. Peneliti melakukan tahap assessment pada hari Rabu, 7 Juli 2021. Pada tahap assessment, peneliti melakukan pengenalan dan observasi di tempat UMKM marning jagung Mulya Jaya yang beralamat di jalan Sidomulyo, desa Babadan, kecamatan Babadan, kabupaten Ponorogo dengan bapak Purnomo sebagai pemilik usaha. Setelah melakukan observasi dan mendapatkan informasi terkait UMKM marning jagung Mulya Jaya maka peneliti memutuskan skala prioritas yang merupakan aset utama dari UMKM tersebut. Marning jagung Mulya Jaya merupakan salah satu aset yang berpotensi untuk dapat dikembangkan. Produk tersebut telah lama dikenal meskipun belum luas, selain itu memiliki sertifikat P-IRT, rasa yang tidak diragukan lagi karena sudah gurih dan pas. Peneliti meminta izin melaksanakan kegiatan pengabdian di UMKM marning jagung Mulya Jaya. Peneliti juga menyampaikan program yang akan dilakukan yaitu inovasi terhadap produk dan pemasaran guna mengembangkan UMKM marning jagung Mulya Jaya. Tema kegiatan

[7] Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) IAIN Ponorogo. (2021). Pedoman Kuliah Pengabdian Masyarakat Daring Dari Rumah (KPM-DDR). Ponorogo: Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) IAIN Ponorogo, 22-82.

pengabdian yaitu “Pengembangan UMKM Marning Jagung Mulya Jaya melalui Inovasi Produk dan Pemasaran”.

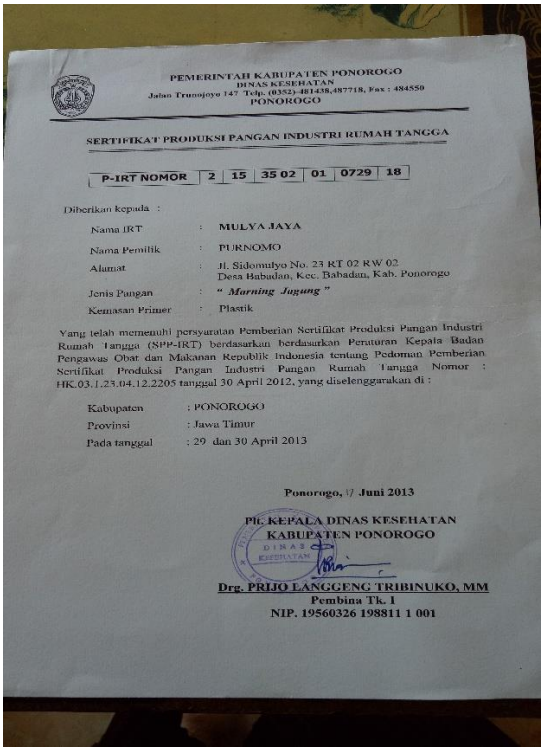
Alat dan bahan yang digunakan dalam proses produksi yaitu jagung, kapur sirih (gamping), minyak goreng, garam, kayu bakar, plastik, tomblok (keranjang anyaman dari bambu), jedi untuk merebus jagung (wajan besar terbuat dari semen), ember, sorong, widik (tempat menjemur jagung yang terbuat dari anyaman bambu), terpal, wajan untuk menggoreng jagung, timbangan, alat pres plastik (plastic sealer). Setiap produksi menghabiskan sekitar 50 kg jagung, 10 kg minyak goreng, 1 kg garam. Setiap produksi bisa menghasilkan sekitar 34 kg marning jagung, setelah menjadi produk maka beratnya akan berkurang karena telah melalui proses produksi. . Produksi marning jagung dilakukan setiap 2 atau 3 hari sekali. Namun, selama pandemi COVID 19 terkadang melakukan proses produksi setiap 4 hari sekali karena sistem yang digunakan yaitu sistem stok, sehingga menghabiskan stok yang awal. Sekali produksi membutuhkan waktu minimal 4 hari, apabila cuaca kemarau. Namun, apabila musim hujan membutuhkan 5-6 hari untuk sekali produksi. Proses produksi marning jagung Mulya Jaya yaitu:

1. Merebus jagung yang dicampur dengan kapur sirih (gamping) di jedi. Proses perebusan bertujuan untuk mempermudah pengelupasan kulit jagung. Perebusan dilakukan sampai jagung menjadi setengah matang yaitu selama kurang lebih 2 jam.
2. Jagung setengah matang tersebut diciduk dan dipindahkan ke tomblok. Jagung yang ada di tomblok kemudian diiles dan dicuci. Proses mengiles dan mencuci bertujuan untuk membersihkan kulit jagung.
3. Jagung yang sudah bersih kemudian direbus lagi dengan dicampur garam selama 6 jam sampai matang (jagung mekar). Pencampuran garam berfungsi untuk memberikan rasa gurih.
4. Jagung yang sudah matang (mekar) kemudian ditiriskan, lalu memindahkan hasil tirisan ke ember, membawa hasil tirisan (ember) tersebut ke halaman rumah dengan sorong untuk proses penjemuran di widik. Sekali produksi, memerlukan 26 widik. Penjemuran dilakukan selama dua kali. Pertama, dijemur di widik selama 2 hari apabila musim kemarau (tergantung cuaca). Kedua, dijemur di terpal di halaman rumah bagian bawah selama 1 hari apabila musim kemarau (tergantung cuaca). Apabila jagung sudah kering, kemudian dipilah untuk dipisahkan antara jagung yang sukses produksi dan gagal produksi. Gagal produksi artinya jagung berwarna hitam dan tidak layak untuk proses selanjutnya.
5. Setelah itu, didiamkan selama 1 hari untuk proses selanjutnya yaitu penggorengan.

6. Proses penggorengan dilakukan dua kali. Pertama, menggoreng di wajan pertama dengan minyak hangat. Kedua, menggoreng di wajan kedua dengan minyak panas.
7. Marning jagung yang sudah matang didiamkan selama kurang lebih 6 jam untuk tahap pengemasan.
8. Melakukan penimbangan dan pengemasan marning jagung Mulya Jaya. Pengemasan menggunakan plastik kemudian direkatkan dengan sealer.[8]

Gambar 1. Alat dan Bahan Inovasi Produk

[8] Ibid., Purnomo.



PEMERINTAH KABUPATEN PONOROGO
DINAS KESEHATAN
Jalan Trunojoyo 147 Telp. (0352)-481438,487718, Fax : 484550
PONOROGO

SERTIFIKAT PRODUKSI PANGAN INDUSTRI RUMAH TANGGA

P-IRT NOMOR 2 15 35 02 01 0729 18

Diberikan kepada :

Nama IRT : MULYA JAYA
Nama Pemilik : PURNOMO
Alamat : Jl. Sidomulyo No. 23 RT 02 RW 02 Desa Babadan, Kec. Babadan, Kab. Ponorogo
Jenis Pangan : " *Marning Jagung* "
Kemasan Primer : Plastik

Yang telah memenuhi persyaratan Pemberian Sertifikat Produksi Pangan Industri Rumah Tangga (SPP-IRT) berdasarkan berdasarkan Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia tentang Pedoman Pemberian Sertifikat Produksi Pangan Industri Pangan Rumah Tangga Nomor : HK.03.1.23.04.12.2205 tanggal 30 April 2012, yang diselenggarakan di :

Kabupaten : PONOROGO
Provinsi : Jawa Timur
Pada tanggal : 29 dan 30 April 2013

Ponorogo, 17 Juni 2013

Plt. KEPALA DINAS KESEHATAN
KABUPATEN PONOROGO

Drg. PRIJO LANGGENG TRIBINUKO, MM
Pembina Tk. I
NIP. 19560326 198811 1 001

Gambar 2. Sertifikat Produksi Pangan Industri Rumah Tangga (P-IRT)

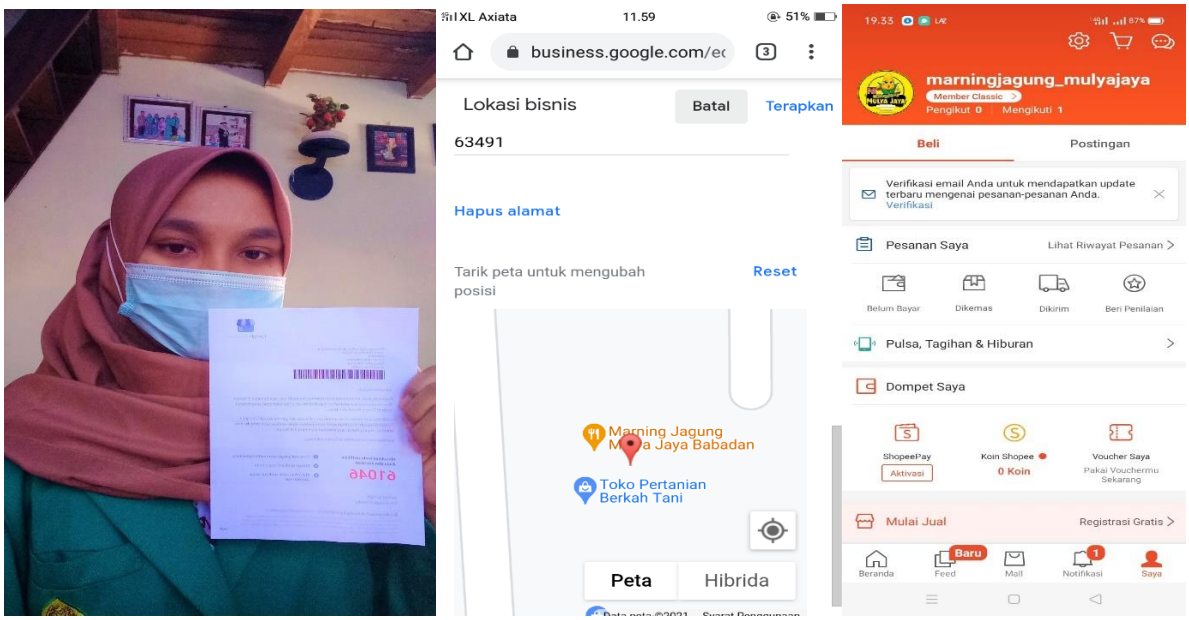
Adapun hasil inovasi pemasaran terhadap UMKM marning jagung Mulya Jaya yaitu pemasaran online dengan cara membuatkan akun media sosial diantaranya yaitu Gmail, Instagram, Facebook, Google Maps, Shopee sebagaimana gambar berikut:

XL Axiata
11.11
90%
Google
Tinjau info akun Anda
Anda dapat menggunakan alamat Gmail ini untuk login nanti
M
Mulya Jaya
MJmulyajaya0987@gmail.com

XL Axiata
20.22
89%
mj.mulyajaya
9
Postingan
32
Pengikut
105
Mengikuti
Marning Jagung Mulya Jaya
Edit Profil
Baru

Berikutnya

XL Axiata
20.20
89%
Facebook Gratis
Mulya Jaya
Mulya Jaya
52 Teman
Tambah ke Cerita
Edit Profil
Di mana Anda menempuh pendidikan SMA?
Profil bisa diubah sebanyak yang



Gambar 2. Akun media sosial marning jagung Mulya Jaya

Adapun hasil desain label marning jagung Mulya Jaya tetap mencantumkan logo asli dari usaha tersebut yaitu MJ. Desain label dibuat menggunakan aplikasi Corel Draw. Seperti gambar berikut:

Gambar 3. Inovasi label marning jagung Mulya Jaya

Gambar 4. Proses memfoto, mengedit, memposting foto.

***Rundown* Kegiatan Inovasi Produk dan Pemasaran Marning Jagung Mulya Jaya**

Hari, Tanggal	Kegiatan	Penanggung Jawab
Senin, 12 Juli 2021	Melakukan inovasi pemasaran UMKM marning jagung Mulya Jaya yaitu pemasaran online dengan cara membuatkan akun media sosial diantaranya yaitu Gmail, Instagram, Facebook, Google Maps, Shopee.	Peneliti
Rabu, 14 Juli 2021	Melakukan sosialisasi inovasi produk kepada pemilik UMKM yaitu kemasan dan varian rasa	Peneliti

	marning jagung Mulya Jaya.	
Kamis, 15 Juli 2021	- Membuat inovasi desain label marning jagung Mulya Jaya dengan tetap mencantumkan logo asli dari usaha tersebut yaitu MJ. - Mengkonsultasikan label kepada pemilik UMKM. - Mencetak label.	Peneliti
Sabtu, 17 Juli 2021	- Memfoto produk marning jagung Mulya Jaya. - Mengedit dan memposting foto di Instagram dan Facebook marning jagung Mulya Jaya.	Peneliti
Senin, 19 Juli 2021	- Melakukan sosialisasi inovasi produk dan pemasaran marning jagung Mulya Jaya. - Melakukan pelatihan dan pendampingan kepada bapak Purnomo terkait inovasi produk dan pemasaran marning jagung Mulya Jaya.	Peneliti
Minggu, 8 Agustus 2021	- Melakukan pemesanan banner daftar harga marning jagung Mulya Jaya. - Pencetakan banner marning jagung Mulya Jaya.	Peneliti

Tabel 1: *Rundown* Kegiatan Inovasi Produk dan Pemasaran Marning Jagung Mulya Jaya

Hasil Kegiatan

Kegiatan pengabdian di UMKM marning jagung Mulya Jaya mulai dilakukan sejak pengenalan dan observasi serta mendapatkan izin dari pemilik UMKM yaitu bapak Purnomo. Peneliti mengenali dan mengembangkan aset yang ada. Usaha yang sudah lama berdiri dan bersertifikat P-IRT serta rasa produk yang sudah tidak diragukan lagi merupakan suatu aset yang memiliki potensi untuk dikembangkan. Salah satu cara mengembangkan UMKM marning jagung Mulya Jaya yaitu dengan melakukan inovasi terhadap produk dan pemasaran. Inovasi produk meliputi varian rasa, kemasan dan

label. Sedangkan inovasi pemasaran yaitu pemasaran secara online. Selain melakukan inovasi produk dan pemasaran, peneliti juga melakukan sosialisasi dan pembuatan banner daftar harga marning jagung Mulya Jaya yang bertujuan untuk menginformasikan pembeli tentang daftar harga marning jagung Mulya Jaya.

Hasil dari inovasi terhadap produk yaitu:

1. Varian rasa

   Marning jagung Mulya Jaya merupakan produk yang sangat gurih dan renyah, namun sampai saat UMKM marning jagung Mulya Jaya hanya memiliki satu rasa yaitu original. Peneliti melakukan sebuah inovasi melalui sosialisasi dan pelatihan serta pendampingan produk marning jagung Mulya Jaya. Varian rasa baru untuk produk marning jagung Mulya Jaya yaitu rasa pedas manis. Varian rasa pedas manis menggunakan bubuk instan yang sudah jadi. Sehingga, mudah diperoleh.

2. Kemasan

   Produk marning jagung Mulya Jaya memiliki 2 ukuran kemasan plastik bening (Plastik PP) yaitu:

   1. Produk marning jagung seberat 1 ons menggunakan plastik berukuran 13 cm x 20 cm, tebal 0.5 micron.
   2. Produk marning jagung seberat ½ kg menggunakan plastik berukuran 18 cm x 40 cm.

   Peneliti melakukan inovasi kemasan yaitu dengan menggunakan kemasan standing pouch ukuran 10 cm x 17.6 cm tebal 100 micron dan mampu memuat 50 gram marning jagung. Kemasan standing pouch merupakan salah satu kemasan yang dapat berdiri dan memiliki model yang vertikal. Ada beberapa alasan menggunakan kemasan standing pouch yaitu kemasan yang menarik, kemasan yang praktis dibawa kemana-mana dan kemasan yang tebal sehingga cukup kuat untuk melindungi produk marning jagung,

3. Label

   Label pangan adalah keterangan mengenai pangan yang berbentuk tulisan, gambar ataupun kombinasi keduanya. Label merupakan informasi tercetak yang terletak pada kemasan, baik dimasukkan dalam kemasan, ditempelkan ataupun bagian kemasan pangan. Tujuan labelisasi yaitu untuk mencegah penipuan, untuk membantu konsumen memaksimalkan pilihan mereka terhadap produk untuk kesejahteraan mereka, dan sebagai informasi untuk membantu

konsumen mengidentifikasi produk makanan yang paling sesuai dengan pilihan mereka.[9] Dalam melakukan inovasi label, peneliti tetap menggunakan logo utama marning jagung Mulya Jaya yaitu MJ.

Hasil dari inovasi pemasaran yaitu marning jagung Mulya Jaya sudah memiliki akun bisnis dan pemasaran, sehingga memudahkan pembeli dalam memesan produk. Akun yang dimilik oleh marning jagung Mulya Jaya yaitu:

1. Gmail: mj.mulyajaya0987@gmail.com
2. Instagram: mj.mulyajaya
3. Facebook: Mulya Jaya
4. Google Maps: Marning Jagung Mulya Jaya Babadan
5. Shopee: marningjagung_mulyajaya

Hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian secara garis besar dapat dilihat dari beberapa hal, yaitu:

1. Minat masyarakat terhadap produk marning jagung Mulya Jaya meningkat. Setelah adanya inovasi produk dan pemasaran, minat masyarakat terhadap produk marning jagung Mulya Jaya mulai tumbuh dan meningkat terutama untuk produk marning jagung rasa pedas manis.
2. Jumlah penjualan marning jagung Mulya Jaya meningkat. Selama masa kegiatan pengabdian masyarakat, sudah ada sekitar 50 pcs marning jagung Mulya Jaya hasil inovasi yang terjual.

Faktor Pendukung dan Penghambat Kegiatan

Selama proses pelaksanaan pengabdian terdapat beberapa hal pendukung maupun penghambat kegiatan. Diantaranya yaitu: a.) Selama pelaksanaan pengabdian jarang mengalami musim hujan sehingga proses produksi dapat berjalan secara terus-menerus. b) Kemasan *standing pouch* dan bubuk varian rasa pedas manis sudah banyak dijual di toko-toko, sehingga memudahkan dan memperlancar proses inovasi produk. c) Pemahaman dan minat masyarakat terhadap sosial media sangat tinggi sehingga memudahkan dalam penyaluran informasi diberbagai bidang termasuk pemasaran bisnis. Adapun faktor penghambatnya yaitu bahwa pemilik UMKM marning jagung Mulya Jaya juga bekerja sebagai perangkat desa, sehingga terkadang sulit dalam mengatur waktu untuk mengikuti proses produksi.

[9] Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Jakarta: Kencana, 2013), 115.

KESIMPULAN

Marning jagung Mulya Jaya merupakan salah satu UMKM dengan produk cemilan di jalan Sidomulyo, desa Babadan, kecamatan Babadan, kabupaten Ponorogo yang berdiri sejak tahun 1986. Usaha ini dijalankan secara turun-temurun, saat ini marning jagung Mulya Jaya dikelola oleh bapak Purnomo. Kegiatan pengabdian yang dilakukan peneliti di UMKM marning jagung Mulya Jaya yaitu melakukan inovasi produk dan pemasaran. Inovasi produk dilakukan terhadap varian rasa, kemasan, label. Sedangkan inovasi pemasaran dilakukan dengan pembuatan akun media sosial seperti Gmail, Facebook, Instagram, Shopee. Kegiatan pengabdian bertujuan untuk mengembangkan UMKM marning jagung Mulya Jaya.

DAFTAR PUSTAKA

Ariyanto, Aris. Dkk. (2021). Strategi Pemasaran UMKM di Masa Pandemi. Sumatra Barat: Insan Cendekia Mandiri.

Hidayati, Niswatul. (2021). "Tanam Buah dalam Pot (TABULAMPOT) sebagai Penguatan Ekonomi dan Sosial Masyarakat Desa Caluk, Dusun Gupit, Kecamatan Slahung, Ponorogo," Indonesian Engagement Journal, Vol. 2 No. 1, 4.

Kaihatu, Thomas S. (2014). Manajemen Pengemasan. Yogyakarta: CV Andi Offset.

Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) IAIN Ponorogo. (2021). Pedoman Kuliah Pengabdian Masyarakat Daring Dari Rumah (KPM-DDR). Ponorogo: Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) IAIN Ponorogo.

Purnomo. Hasil Wawancara, Ponorogo, 7 Juli 2021.

Rusdiana. (2018). Kewirausahaan Teori dan Praktik. Bandung: Pustaka Setia.

Saefullah, Encep. Putra, Arta Rusidarma. Tabroni. (2021). "Inovasi dan Pengembangan UMKM Emping Melinjo pada Masa Pandemi Covid-19 dengan Optimalisasi Media Pemasaran dan Alat Produksi," Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, Vol. 2 No. 2, 292.

Sukmadi. (2016). Inovasi dan Kewirausahaan (Edisi Paradigma Baru Kewirausahaan). Bandung: Humaniora Utama Press.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2012 Tentang Pangan.

Zulham. (2013). Hukum Perlindungan Konsumen. Jakarta: Kencana.