

## UPAYA PENINGKATAN OMSET SALE ROLL NAZARIO SEBAGAI PRODUK UNGGULAN DAERAH CIKALONGKULON KABUPATEN CIANJUR

Halimah<sup>1)</sup>, Erwan Setiawan<sup>2)</sup>, Asep Saepulah<sup>1)</sup>, Jaenudin Darwati<sup>2)</sup>, Aisah<sup>1)</sup>

<sup>1)</sup>Program Studi Pendidikan Bahasa Inggris, FKIP, Universitas Suryakencana, Cianjur, Jawa Barat, Indonesia

<sup>2)</sup>Program Studi Pendidikan Matematika, FKIP, Universitas Suryakencana, Cianjur, Jawa Barat, Indonesia

Corresponding author : Halimah  
E-mail : halimahhalimah@gmail.com

Diterima 30 Mei 2023, Direvisi 23 Juli 2023, Disetujui 24 Juli 2023

### ABSTRAK

*Sale Roll Nazario* merupakan salah satu produk unggulan kecamatan Cikalongkulon karena memiliki keunikan tersendiri. Meskipun sudah 10 tahun produksi, produk *Sale Roll Nazario* belum mampu menembus pasar nasional. Kondisi tersebut disebabkan oleh 1) belum terpenuhinya persyaratan edar nasional, 2) kemasan yang tidak menarik, 3) proses pembuatan sale masih bergantung pada cuaca, 4) baru membuat 1 varian, 5) sistem pemasaran yang masih konvensional. PKM ini dilaksanakan dengan tujuan untuk mengedukasi salah satu pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang berdomisili di Cikalongkulon Kabupaten Cianjur Provinsi Jawa Barat melalui kegiatan penyuluhan menggunakan prosedur: 1) identifikasi masalah, 2) perencanaan program, 3) implementasi program, dan monitoring program. Hasil pengabdian menunjukkan bahwa masyarakat telah diedukasi tentang 1) pemenuhan persyaratan edar nasional. Di antaranya cara memiliki PIRT, memiliki sertifikat Halal, dan informasi kadaluarsa, 2) cara membuat kemasan yang menarik, 3) membuat berbagai varian, 5) mengubah sistem pemasaran konvensional menjadi digital.

**Kata Kunci:** omset; peningkatan; penyuluhan; UMKM;

### ABSTRACT

*Sale Roll Nazario* is one of the superior products of the Cikalongkulon sub-district because it has its own uniqueness. Even though it has been in production for 10 years, the *Sale Roll Nazario* product has not been able to penetrate the national market. This condition was caused by 1) the national distribution requirements had not been met, 2) the packaging was unattractive, 3) the sales process was still dependent on the weather, 4) only 1 variant had been made, 5) the marketing system was still conventional. This PKM was carried out with the aim of educating one of the Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) domiciled in Cikalongkulon, Cianjur Regency, West Java Province through counseling activities using the following procedures: 1) problem identification, 2) program planning, 3) program implementation, and program monitoring. The results of the service show that the community has been educated about 1) fulfilling national distribution requirements. Among them are how to have a PIRT, have a Halal certificate, and expire information, 2) how to make attractive packaging, 3) make various variants, 5) change the conventional marketing system to digital

**Key words:** education; increasing; turnover; MSME

### PENDAHULUAN

Kabupaten Cianjur merupakan salah satu daerah di Jawa Barat yang memiliki potensi sektor pertanian sangat bagus baik potensi komoditas tanaman pangan, hortikultura, dan buah-buahan yaitu sekitar 52,00 %. Sektor lainnya adalah perdagangan yaitu sekitar 23,00 %. Sektor pertanian merupakan penyumbang terbesar terhadap PDRB Kabupaten Cianjur yaitu sekitar 42,80 % disusul sektor perdagangan sekitar 24,62%. Pada komoditas tanaman

pangan, Kecamatan Cianjur, salah satu kecamatan di kabupaten Cianjur terkenal sebagai sentra produksi padi Pandanwangi (Nurjaya & Maulida, 2018). Sedangkan daerah penghasil komoditas buah-buahan terdapat di kecamatan Cikalongkulon (Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (*DPMPSTP*), yaitu komoditas buah pisang.

Pisang adalah salah satu potensi keanekaragaman hayati (Mukhooyaroh & Hakim, 2020) dan merupakan tanaman

herbal yang menyediakan kalori yang cukup tinggi serta kaya akan karbohidrat, vitamin C, mineral seperti kalium, magnesium, besi, fosfor dan kalsium (Suryani et al., 2018). Tanaman buah pisang banyak dibudidayakan oleh masyarakat Cikalong khususnya masyarakat Desa Mekarjaya pada area seluas 10.000 ha. Jadi secara sumber daya alam (SDA), desa Mekarjaya memiliki ketersediaan SDA yang berlimpah. Oleh karena itu, seharusnya dengan ketersediaan SDA yang berlimpah ini dapat mendongkrak kesejahteraan masyarakat. Akan tetapi karena keterbatasan pengetahuan, kreatifitas serta sifat umur simpan yang pendek menyebabkan sebagian besar hasil panen pisang ini dijual ke luar daerah dalam bentuk bahan mentah (*raw material*). Dan baru sebagian kecil saja masyarakat desa Mekarjaya yang mengolah buah pisang menjadi berbagai varian seperti keripik pisang dan sale pisang.

*Sale Roll Nazario* merupakan salah satu produk unggulan kecamatan Cikalongkulon karena memiliki keunikan tersendiri. Produk ini diolah oleh Ibu Yuningsih, pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang merupakan salah satu anggota Keluarga Penerima Manfaat (KPM) Program Keluarga Harapan (PKH) yang berdomisili di Kp. Cikendit Rt. 01/03 Desa Mekarjaya Cikalongkulon Kabupaten Cianjur Provinsi Jawa Barat yang menjadi mitra dalam kegiatan pengabdian ini. Usaha ini telah ibu Yuningsih tekuni sejak 10 (sepuluh) tahun yang lalu.

Pada dasarnya, *Sale Roll Nazario* merupakan *home industry* yang padat karya. Hal ini dapat dilihat dari proses produksi yang diawali dari pengupasan pisang, penjemuran pisang menjadi sale, penggulungan sale menggunakan kulit lumpia, pemotongan gulungan sale, penggorengan, dan pengemasan. Semua itu memerlukan tenaga manusia. Akan tetapi, dalam proses produksi *Sale Roll Nazario* belum melibatkan banyak anggota masyarakat. Ada tiga penyebab utama mengapa produksi *Sale Roll Nazario* belum melibatkan banyak anggota masyarakat; 1) volume produksi yang dihasilkan masih sedikit, 2) jangkauan pemasaran terhadap produk *Sale Roll Nazario* masih terbatas, dan 3) sistem pemasaran masih konvensional, yaitu dari mulut ke mulut saja.

Omset produksi *Sale Roll Nazario* yang sudah dihasilkan tersebut memiliki potensi untuk ditingkatkan jika pelaku usaha bisa memperluas jaringan pemasaran secara nasional. Namun pada kenyataanya,

meskipun sudah 10 tahun produksi, produk *Sale Roll Nazario* belum mampu menembus pasar nasional. Berdasarkan hasil survei dan wawancara yang dilakukan pada tahapan identifikasi masalah pengabdian ini, diperoleh data bahwa ada lima penyebab mengapa produk *Sale Roll Nazario* ini susah menembus pasar nasional, yaitu 1) belum terpenuhinya persyaratan edar nasional, diantaranya belum memiliki PIRT, belum memiliki sertifikat halal, dan belum terdapat informasi kadaluarsa, 2) kemasan yang tidak menarik, 3) proses pembuatan sale masih bergantung pada cuaca, 4) baru membuat satu varian, 5) sistem pemasaran yang masih konvensional.

Banyak penelitian yang membuktikan bahwa masyarakat melalui Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peranan yang penting dan strategis membantu pemerintah dalam laju pertumbuhan ekonomi nasional (Sarfiyah, Atmaja, & Verawati, 2019; Nisa, Husein, & Perdana, 2022).

Perkembangan pesat dari UMKM membuat persaingan juga turut meningkat. Selain pesaing dari dalam negeri adanya pasar bebas membuat UMKM harus bersaing dengan banyaknya produk impor yang masuk. Pesaing asing yang menjanjikan harga yang murah dan produk yang tidak kalah berkualitas membuat UMKM dalam negeri kehilangan pangsa pasarnya.

Peningkatan penjualan dan pangsa pasar harus terus ditingkatkan oleh UMKM untuk menjaga usahanya berkembang. Hal ini menjadi kendala bagi UMKM yang masih sangat terbatas dari segi pengetahuan dan kemampuan manajerial, terutama dari segi pemasaran (Imsiyah & Kartini, 2022). Oleh karena itu perlu kiranya dilakukan upaya memberikan solusi atas permasalahan yang dihadapi oleh produsen makanan seperti Ibu Yuningsih dalam mengembangkan usaha produksi *Sale Roll Nazario*.

Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk memberikan solusi alternatif kepada masyarakat khususnya pelaku UMKM sebagai upaya peningkatan omset produk industri yang ditekuni dengan penyuluhan. Penyuluhan yang diberikan berupa pemaparan pentingnya peningkatan kualitas produk layak jual dan bagaimana strategi pemasaran yang tepat. Salah satunya adalah pemasaran *online*. Hal ini didukung oleh pernyataan peneliti yang menyatakan bahwa peningkatan penjualan dan pangsa pasar harus terus ditingkatkan

oleh UMKM untuk menjaga usahanya berkembang (Imsiyah & Kartini, 2022). Pemasaran yang baik adalah pemasaran yang tidak hanya meningkatkan konsumen dari segi jumlah saja tetapi bagaimana cara suatu bisnis dapat mempertahankan konsumennya dari waktu ke waktu. Salah satu keuntungan yang didapatkan dari perkembangan teknologi adalah dengan adanya pemasaran *online*. Pemasaran *online* ini terutama sangat membantu UMKM dalam hal jangkauan pemasaran. Dengan adanya pemasaran *online* diharapkan penjualan tidak hanya terbatas di satu wilayah saja tapi bisa merambah seluruh Indonesia bahkan dunia (Rochmah & Yahya, 2020). Selain menciptakan jaringan pemasaran yang cepat dan luas, jual beli secara *online* juga mampu memangkas biaya promosi 80% (Maftuhah & Rafsanjani, 2019).

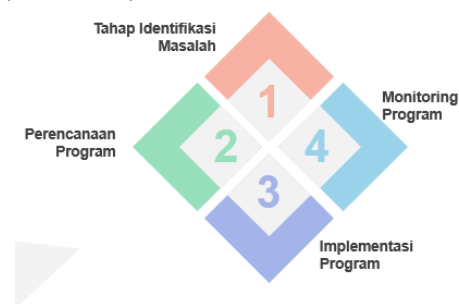
Penjualan produk dengan menggunakan media sosial harus mampu menarik pembeli dengan memberikan informasi-informasi terkait dengan produk-produk yang ditawarkan kepada masyarakat (Augustina & Widayati, 2019; Fitriah et al., 2022). Selain itu, penjual produk pangan yang dijual secara *online* harus memenuhi persyaratan pelabelan pangan yang berlaku untuk memastikan keamanan dan mutunya (Kurniawan & Astuti, 2018), sehingga setiap pengelola UMKM harus mampu menciptakan produk yang unik namun juga harus mampu memiliki kemampuan dalam hal memasarkan produk, serta harus didukung dengan strategi pemasaran yang sesuai dan tepat sehingga bisnis UMKM dapat berkembang dengan baik dan meningkat. Sertifikat Produksi Pangan-Industri Rumah Tangga (SPP-IRT) adalah jaminan tertulis yang diberikan oleh pemerintah kota (bupati atau wali kota) terhadap pangan industri IRT disuatu wilayah. SPP-IRT juga merupakan izin yang dibutuhkan oleh pengusaha UKM/UMKM untuk dapat menjual produknya secara legal (Komalasari et al., 2021). PIRT merupakan izin produksi pangan yang dihasilkan oleh usaha skala industri rumah tangga (Kurniawan & Astuti, 2018).

## METODA

Metode yang digunakan pada pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat (PKM) ini adalah pelatihan dan dilakukan kepada salah seorang pelaku UMKM yaitu Ibu Yuningsih yang memproduksi sale pisang. Ibu Yuningsih

adalah salah satu anggota Keluarga Penerima Manfaat (KPM) Program Keluarga Harapan (PKH) yang berdomisili di Kp. Cikendit Rt. 01/03 Desa Mekarjaya Cikalongkulon Kabupaten Cianjur Provinsi Jawa Barat.

Pengabdian dilaksanakan selama dua bulan yaitu pada bulan Januari 2022 sampai dengan February 2022 (Tabel 1) dengan prosedur pelaksanaan pengabdian dilakukan dengan mengadaptasi langkah-langkah pengabdian yang dilakukan oleh Halimah et al. (2022) dari yang terdiri dari empat langkah, yaitu 1) identifikasi masalah, 2) perencanaan program, 3) implementasi program, dan 4) monitoring program (Gambar 1).



**Gambar 1.** Prosedur Pelaksanaan Pengabdian  
(Sumber: Data Pribadi)

Tahap *pertama* dalam pengabdian ini adalah identifikasi masalah. Aktivitas yang dilakukan pada tahap identifikasi masalah adalah: a) pemilihan tempat pengabdian dan penentuan partisipan; b) melakukan assessmen awal; c) persiapan dan penyusunan program; d) menentukan indikator keberhasilan program; dan e) sosialisai program ke lapangan. Tahap *kedua* adalah perencanaan program. Pada tahap ini dilakukan untuk membuat rencana pelaksanaan kegiatan pendampingan. Tahap *ketiga* adalah implementasi program. Tahap implementasi merupakan tahap pelaksanaan pelatihan sesuai dengan rencana yang telah dibuat. Terdapat tiga aktivitas pada tahap ini yaitu 1) pembukaan, 2) presentasi, dan 3) diskusi. Tahap *keempat* yaitu monitoring program. Kegiatan dalam tahap monitoring adalah melakukan pendampingan pembuatan *branding, labeling, packaging, dan digital marketing*. Pada kegiatan PKM ini hanya akan mendeskripsikan hasil kegiatan pada tiga tahap pertama. Selanjutnya, kegiatan pada tahap monitoring akan dilaporkan

secara terpisah. Ini dilakukan karena waktu yang diperlukan untuk penyelesaian monitoring cukup lama.

Data pengabdian ini dikumpulkan melalui survei lokasi, wawancara, dan observasi. Selanjutnya data yang diperoleh dideskripsikan secara kualitatif. Jadwal pelaksanaan PKM ini disajikan pada Tabel 1 berikut.

**Tabel 1** Tahapan dan Waktu Pelaksanaan Pelatihan

No	Tahapan Pengabdian	Waktu Pelaksanaan
1	Identifikasi masalah	Minggu ke-4, 25 Januari 2022
2	Perencanaan program	Minggu ke-1, 4 Februari 2022
3	Implementasi program	Minggu ke-2-3, 11-18 Februari 2022
4	Monitoring program	Maret 2023- (Desember 2023)

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Identifikasi Masalah

Tahap *pertama* dalam pengabdian ini adalah identifikasi masalah. Aktivitas yang dilakukan pada tahap ini adalah: *Pertama*, pemilihan tempat pengabdian dan penentuan partisipan. Berdasarkan hasil kegiatan survei lokasi dilakukan bahwa pengabdian ini telah dilaksanakan di Kp. Cikendit Rt. 01/03 Desa Mekarjaya Cikalongkulon Kabupaten. Cikalongkulon dipilih berdasarkan pertimbangan bahwa daerah tersebut merupakan salah satu daerah penghasil pisang terbesar di Cianjur. Sasaran pengabdian yang ditentukan adalah Ibu Yuningsih dengan alasan bahwa ibu Yuningsih merupakan salah satu pelaku UMKM yang memproduksi sale pisang yang memiliki ciri khas dan unik.

*Sale Roll Nazario* ini unik karena memiliki karakteristik yang berbeda dengan produk sale pada umumnya. Produk ini merupakan inovasi dari produk sale pisang konvensional. Inovasi yang diberikan adalah produk sale dibungkus menggunakan kulit lumpia kemudian dipotong kecil-kecil sehingga sangat praktis untuk dinikmati (Gambar 2).



**Gambar 2.** Produk *Sale Roll Nazario*

*Kedua*, melakukan asesmen awal. Tujuan dari asesmen ini adalah untuk mengetahui kendala-kendala yang dihadapi mitra terkait dengan produktifitas *Sale Roll Nazario* sehingga memicu urgensi dilaksanakannya PKM ini. Hasil asesmen awal yang dilakukan dengan cara survei lokasi, wawancara dengan mitra, dan observasi produk ditemukan bahwa pada dasarnya *Sale Roll Nazario* ini merupakan salah satu produk unggulan di daerah Cikalongkulon. Namun, usaha tersebut tidak dapat berkembang secara optimal dikarenakan beberapa kendala, diantaranya adalah 1) cara pengolahan produk masih tradisional, yaitu dalam pengupasan dan pemotongan pisang masih menggunakan pisau manual, belum menggunakan mesin perajang dan proses penggorengan masih menggunakan alat-alat sederhana dan menggunakan bahan bakar kayu (Gambar 3). Hal ini memengaruhi volume produksi. 2) produk *Sale Roll Nazario* belum mampu menembus pasar nasional. Ini disebabkan oleh tampilan kemasan yang masih sederhana, yaitu menggunakan plastik polos dan informasi yang tertera dalam belum lengkap (Gambar 4). 3) jangkauan pemasaran produk *Sale Roll Nazario* masih terbatas dari mulut ke mulut sehingga keberadaan produk *Sale Roll Nazario* tersebut belum dikenal oleh masyarakat secara luas.



**Gambar 3.** Proses Produksi masih Tradisional



**Gambar 4.** Kemasan Produk masih Sederhana

### Perencanaan Program

Setelah melakukan identifikasi masalah dan asesmen awal, dilanjutkan merancang dan menyusun kegiatan yang dilakukan dalam PKM (Tabel 2).

**Tabel 2.** Rencana Kegiatan Pengabdian

No	Kegiatan	Waktu Pelaksanaan
1	Edukasi pentingnya pengembangan produk	Minggu ke-2, 11 February 2022
2	Edukasi cara perbaikan kemasan	
3	Edukasi prosedur pengajuan label kemasan	Minggu ke-3, 18 Februari 2022
4	Edukasi inovasi varian produk	
5	Edukasi <i>digital marketing</i>	

Berdasarkan rangkuman kegiatan PKM dari Tabel 2 dinarasikan bahwa

kegiatan PKM direncanakan akan dilakukan selama dua minggu yaitu pada tanggal 11 dan 18 Februari 2022. Kegiatan yang dilakukan berupa penyuluhan. Penyuluhan pertama tentang pentingnya pengembangan produk, cara perbaikan kemasan, sedangkan penyuluhan kedua tentang prosedur pengajuan label kemasan dan inovasi varia produk, dan cara melakukan *digital marketing*.

Indikator keberhasilan pada kegiatan ini adalah mitra sasaran mendapatkan informasi tentang pentingnya pengembangan produk, cara perbaikan kemasan, prosedur pengajuan label kemasan, inovasi varia produk, dan cara melakukan *digital marketing*.

### Implementasi Program

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan selama pelaksanaan PKM, program yang telah dirancang diimplementasikan dalam dua pertemuan (Tabel 2). Setiap pertemuan dilakukan dalam tiga tahapan, yaitu a) pembukaan, b) presentasi, dan c) diskusi.

Tahap pembukaan diisi dengan penyampaian tujuan PKM, waktu yang digunakan, dan target capaian KM. Sebagaimana yang telah dipaparkan sebelumnya bahwa tujuan PKM ini adalah untuk memberikan solusi alternatif kepada masyarakat khususnya pelaku UMKM sebagai upaya peningkatan omset produk yang ditekuni dengan melakukan penyuluhan.

Tahap presentasi merupakan tahap pemaparan materi pelatihan. Materi pelatihan diberikan dalam dua kali pertemuan; pertemuan pertama dilakukan pada tanggal 11 Februari 2022 dan pertemuan kedua dilakukan pada tanggal 18 Februari 2022. Selengkapnya kegiatan presentasi dideskripsikan sebagai berikut.

Pelatihan yang diberikan pada tanggal 11 Februari 2022 berupa pemaparan tentang pentingnya pengembangan produk dan cara perbaikan kemasan. Materi disampaikan oleh Bapak Erwan Setiawan, M.Pd. Dalam pemaparannya, Setiawan menyampaikan bahwa *Sale Roll Nazario* sebagai produk unggulan desa Cikalongkulon telah berkontribusi dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat Cikalongkulon. Oleh karena itu pendampingan dan pembinaan secara intensif dan berkesinambungan perlu dilakukan demi keberlanjutan dan perkembangan *Sale Roll Nazario* sehingga semakin banyak

masyarakat yang terbantu secara ekonomi khususnya Kecamatan Cilakongkulon dan Jawa Barat pada umumnya. Hal ini didukung oleh temuan penelitian yang membuktikan bahwa melalui kegiatan UMKM sebuah desa dapat dikembangkan dengan cara pemberdayaan masyarakat dengan mengkolaborasi sumber daya alam dan sumber daya manusia. Pemberdayaan masyarakat sosial melalui pendekatan pengembangan UMKM melalui kelompok masyarakat akan berdampak positif terhadap perkembangan desa (Saputra et al., 2021). Selanjutnya, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu bentuk usaha yang mampu memberikan kontribusi positif terhadap pertumbuhan perekonomian di Indonesia (Siregar & Agustin, 2018) dan memiliki pengaruh yang sangat besar bagi terwujudnya kemakmuran Negara (Hukom, 2020).

Selanjutnya, Erwan memaparkan bahwa *Sale Roll Nazario* merupakan produk makanan yang memiliki peluang bisnis yang baik karena makanan merupakan kebutuhan primer manusia. Hal ini didukung oleh pernyataan peneliti bahwa salah satu segmen usaha UMKM adalah bisnis makanan sebagai kebutuhan primer manusia yang mengalami perkembangan pesat sehingga menjadi peluang usaha yang baik (Amelia et al., 2021). Makanan merupakan kebutuhan pokok manusia yang berasal dari sumberdaya alam dan sebagian besar juga diproduksi oleh industri rumah tangga yang telah diolah menjadi berbagai jenis makanan (Kurniawan & Astuti, 2018).

Berkenaan dengan perbaikan kemasan, Setiawan menyampaikan bahwa untuk dapat bersaing dengan produk lain dan menembus pangsapasar, *Sale Roll Nazario* harus memiliki beberapa persyaratan layak edar nasional seperti kepemilikan legalitas usaha, pencantuman IRT, sertifikat halal, dan keterangan *expired date* (tanggal kadaluarsa), membuat desain fisik kemasan yang lebih menarik dan mempunyai ciri unik sehingga menjadi icon produk *sale* dari Cikalongkulon.

Legalitasnya berupa sertifikat produksi pangan yaitu perizinan bagi industri pangan yang produksinya berskala rumahan, jaminan tertulis yang diberikan oleh Bupati/Walikota-melalui Dinas Kesehatan yang telah memenuhi persyaratan dan standar keamanan yang telah ditetapkan. Bahwa para produsen yang telah mempunyai izin edar tersebut

produknya dapat secara bebas untuk diedarkan. Hal ini sesuai dengan (Kurniaji, 2023), yang menyatakan bahwa para pelaku usaha skala rumah tangga harus memiliki perizinan pangan agar produk pangan yang dihasilkan dapat beredar di negara Indonesia dan kepercayaan masyarakat meningkat. Sementara itu, PIRT merupakan nomor izin yang harus dicantumkan pada kemasan produk olahan makanan yang diedarkan di masyarakat. Izin PIRT hanya diberikan kepada produk pangan olahan dengan tingkat resiko yang rendah (Musaid et al., 2019). Selanjutnya, Wanto & Samsuri (2020) mendefinisikan sertifikasi halal adalah suatu proses untuk memperoleh sertifikat halal melalui beberapa tahap untuk membuktikan bahwa bahan, proses produksi dan Sistem Jaminan Halal (SJH) memenuhi standar LPPOM MUI. Sertifikasi produk halal merupakan serangkaian proses yang harus dilalui pelaku usaha baik perseorangan ataupun badan usaha berbentuk badan hukum atau bukan badan hukum untuk mendapatkan sertifikat halal. Sertifikat halal diperoleh melalui beberapa tahapan pemeriksaan untuk membuktikan bahwa bahan baku, proses produksi, dan sistem jaminan halal produk pada suatu perusahaan sudah sesuai dengan standar yang ditetapkan LPPOM MUI (LPPOM MUI, 2008).

Berdasarkan hasil observasi ditemkna bahwa saat ini, kemasan *Sale Roll Nazario* masih menggunakan plastik bening dengan logo atau label nama yang ditempel pada kemasan (Gambar 4). Tentu saja dengan design kemasan ini, menurunkan minat dari konsumen karena produk terkesan kurang higienis dan tidak kekinian. Selain itu, penggunaan plastik bening menghilangkan "daya kejut" produk karena konsumen dapat melihat langsung bentuk produk dan dapat langsung menyimpulkan rasa produk tanpa harus mencoba terlebih dahulu. Hal ini tentu saja sangat merugikan karena produk *Sale Roll Nazario* berbeda dengan produk *Sale* konvensional, dimana pada produk *Sale Roll Nazario* rasa manis atau legit yang dihasilkan dapat diimbangi oleh rasa gurih dari kulit lumpianya sehingga rasa produk lebih enak dan tidak membosankan. Solusi yang kami tawarkan adalah dengan mengganti kemasan dengan kemasan standing pouch. Selain itu, kemasan akan kami design full color dan dilengkapi dengan PIRT, label halal, expired date, dan nutrition fact. Dengan kemasan yang menarik, maka produk akan lebih

mudah diterima oleh masyarakat dan mudah untuk dipasarkan baik secara offline maupun *online* (Nazhif & Nugraha, 2023).

Selanjutnya pelatihan yang diberikan pada tanggal 18 Februari 2022 berupa pemaparan tentang prosedur pengajuan label kemasan, inovasi varia produk, dan cara melakukan *digital marketing*. Materi disampaikan oleh Bapak Asep Saepulloh, M.Pd. Dalam pemaparannya, Saepulloh menjelaskan bahwa dewasa ini perkembangan UMKM melaju dengan sangat pesat. Perkembangan pesat dari UMKM ini membuat persaingan juga turut meningkat. Selain pesaing dari dalam negeri adanya pasar bebas membuat UMKM harus bersaing dengan banyaknya produk impor yang masuk. Pesaing asing yang menjanjikan harga yang murah dan produk yang tidak kalah berkualitas membuat UMKM dalam negeri kehilangan pangsa pasarnya. Oleh sebab itu peningkatan penjualan dan pangsa pasar harus terus ditingkatkan oleh UMKM untuk menjaga usahanya berkembang. Beberapa hal yang dapat dilakukan oleh setiap pengelola UMKM untuk menjaga usahanya tetap berkembang adalah melakukan inovasi untuk menciptakan produk yang unik, memasarkan produk dengan strategi pemasaran yang sesuai dan tepat, dan memenuhi dan menjaga kualitas produk.

Pelabelan pada kemasan merupakan hal yang sangat penting dalam pemasaran. Pemasaran merupakan salah satu ujung tombak dalam menarik konsumen. Pemasaran yang baik adalah pemasaran yang tidak hanya meningkatkan konsumen dari segi jumlah saja tetapi bagaimana cara suatu bisnis dapat mempertahankan konsumennya dari waktu ke waktu. Salah satu keuntungan yang didapatkan dari perkembangan teknologi adalah dengan adanya pemasaran *online*. Pemasaran *online* ini terutama sangat membantu UMKM dalam hal jangkauan pemasaran. Dengan adanya pemasaran *online* diharapkan penjualan tidak hanya terbatas di satu wilayah saja tapi bisa merambah seluruh Indonesia bahkan dunia (Rochmah & Yahya, 2020). Selain menciptakan jaringan pemasaran yang cepat dan luas, jual beli secara *online* juga mampu memangkas biaya promosi 80% (Maftuhah & Rafsanjani, 2019).

Penjualan produk dengan menggunakan media sosial harus mampu menarik pembeli dengan memberikan informasi-informasi terkait dengan produk-produk yang ditawarkan kepada

masyarakat (Augustina & Widayati, 2019; Fitriah et al., 2022). Selain itu, penjual produk pangan yang dijual secara *online* harus memenuhi persyaratan pelabelan pangan yang berlaku untuk memastikan keamanan dan mutunya (Kurniawan & Astuti, 2018).

Pada pelatihan kedua ini, mitra diedukasi mengenai cara meningkatkan mutu dan sistem pemasaran. Sistem pemasaran merupakan bagian penting yang mempengaruhi penjualan produk. Saat ini, sistem pemasaran produk *Sale Roll Nazario* masih bersifat konvensional yaitu promosi dari mulut ke mulut. Sehingga jangkauan penjualannya hanya daerah sekitar produsen, akan tetapi juga dapat menjangkau wilayah di luar Kabupaten Cianjur.

Materi terakhir adalah berkenaan dengan penambahan varian baru pada produk *Sale Roll Nazario*. Seperti yang kita ketahui bahwa selera konsumen sangat bervariasi, ada yang suka makanan manis, asin, atau pedas. Oleh karena itu, Inovasi varian rasa akan kami kembangkan untuk dapat menarik konsumen lebih banyak. Saat ini, varian yang tersedia adalah varian original, dimana rasanya cenderung manis. Varian ini ditujukan untuk konsumen yang suka makanan manis. Untuk menggaet konsumen yang suka makanan asin dan pedas, maka kami akan menambah varian baru misalnya *Sale Roll* keju dan sare roll pedas. Tentu inovasi ini tidak akan langsung diproduksi dalam skala besar, tetapi masih dalam skala kecil untuk melihat respon dari konsumen.

### Monitoring Program

Monitoring program merupakan rencana tindak lanjut dari penyuluhan. Dalam PKM ini mitra tidak hanya diedukasi tentang cara peningkatan omset produk *Sale Roll Nazario*, akan tetapi juga akan dilakukan kegiatan pendampingan untuk mendapatkan label halal dan perijinan. Selain itu, mitra juga akan diberikan pendampingan dalam mendesain kemasan, melakukan *digital marketing*, dan pembuatan berbagai varian produk. Hasil kegiatan tindak lanjut akan dilaporkan pada bagian terpisah dari artikel ini, mengingat waktu yang diperlukan dalam perijinan cukup lama.

### SIMPULAN DAN SARAN

*Sale Roll Nazario* memiliki karakteristik yang unik dan berbeda dengan *sale pisang* pada umumnya. *Sale Roll Nazario*

merupakan salah satu produk *home industry* yang menjadi unggulan Kecamatan Cikalongkulon yang diproduksi oleh Ibu Yuningsih merupakan inovasi dari produk sale pisang konvensional. Inovasi yang diberikan adalah produk sale dibungkus menggunakan kulit lumpia kemudian dipotong kecil-kecil sehingga sangat praktis untuk dinikmati. Rasa manis yang menggigit berkurang dengan adanya rasa gurih pada kulit lumpia tersebut. Inovasi yang dilakukan oleh ibu Yuningsih ini menjadikan *Sale Roll Nazario* sangat diminati oleh konsumen. Usaha yang telah ditekuni selama sekitar 10 tahun tersebut mampu menghasilkan omset sebesar 9 (Sembilan) juta rupiah per bulan.

*Sale Roll Nazario* merupakan *home industry* yang padat karya. Hal ini dapat dilihat dari proses produksi yang diawali dari pengupasan pisang, penjemuran pisang menjadi sale, penggulungan sale menggunakan kulit lumpia, pemotongan gulungan sale, penggorengan, dan pengemasan. Semua itu memerlukan tenaga manusia. Akan tetapi, dalam proses produksi *Sale Roll Nazario* belum melibatkan banyak anggota masyarakat. Ada tiga penyebab utama mengapa produksi *Sale Roll Nazario* belum melibatkan banyak anggota masyarakat; 1) volume produksi yang dihasilkan masih sedikit, 2) jangkauan pemasaran terhadap produk *Sale Roll Nazario* masih terbatas, dan 3) sistem pemasaran masih konvensional, yaitu dari mulut ke mulut saja.

Omset produksi *Sale Roll Nazario* tersebut memiliki potensi untuk ditingkatkan jika pelaku usaha bisa memperluas jaringan pemasaran secara nasional. Meskipun sudah 10 tahun produksi, produk *Sale Roll Nazario* belum mampu menembus pemasaran nasional. Berdasarkan hasil survey dan wawancara, ada lima penyebab mengapa produk *Sale Roll Nazario* ini susah menembus pasar nasional, yaitu 1) belum terpenuhinya persyaratan edar nasional. Diantaranya belum memiliki PIRT, belum memiliki sertifikat Halal, dan belum terdapat informasi kadaluarsa, 2) kemasan yang tidak menarik, 3) proses pembuatan sale masih bergantung pada cuaca, 4) baru membuat 1 varian, 5) sistem pemasaran yang masih konvensional.

Berdasarkan analisis terhadap urgensi dan skala prioritas, peningkatan mutu produk *Sale Roll Nazario* menjadi prioritas utama yang akan dilakukan dalam kegiatan pengabdian ini. Solusi diberikan dengan cara: 1) mengedukasi cara pembuatan syarat-syarat pemasaran

nasional seperti pembuatan IRT, sertifikat halal, dan keterangan *expired date* (tanggal kadaluarsa), 2) mengedukasi cara membuat desain fisik kemasan yang lebih menarik dan mempunyai ciri unik sehingga menjadi icon produk sale dari Cikalongkulon, 3) mengedukasi cara meningkatkan mutu dan sistem pemasaran, dan 4) mengedukasi cara menambah varian baru misalnya *Sale Roll* pedas, sare roll keju, dan.

Berdasarkan pada hasil dan kesimpulan pengabdian, saran yang diberikan adalah produk *Sale Roll Nazario* ini layak dan perlu untuk dilestarikan dan dikembangkan sebagai warisan kekayaan produk unggulan daerah Cikalongkulon. Oleh karena itu perlu kiranya dilakukan upaya-upaya memberikan solusi atas permasalahan yang dihadapi oleh Ibu Yuningsih dalam mengembangkan usaha produksi *Sale Roll Nazario*.

Kelengkapan informasi suatu produk merupakan syarat wajib untuk suatu produk dapat dipasarkan secara lebih luas (nasional). Hal ini terkait dengan jaminan keamanan produk untuk dapat dikonsumsi oleh konsumen. Beberapa syarat yang perlu dipenuhi adalah PIRT, label halal, komposisi produk, nutrition fact, dan *expired date*.

#### DAFTAR RUJUKAN

- Amelia, S. P. M., Hayati, S. R., & Sutrisno. (2021). Pendampingan UMKM Al-Maidah Catering Jogja: Sertifikasi Halal dan Pengelolaan Keuangan. *Transformatif: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 143–160. [Jurnal tanpa DOI]
- Augustina, F., & Widayati. (2019). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Promosi Makanan Ringan Kripik Singkong di Kabupaten Sampang. *Jurnal Dialektika*, 4(2). [Jurnal tanpa DOI]
- Fitriah, L. D., Nabila, A. A., Tambunan, B., Putra, C. G., Putri, F., Rahmawati, I., Firmansyah, M. W., Mahmuda, N., Fitriani, S. N., Suganda, Y. T., & Tranggono, D. (2022). *Optimalisasi Pemasaran melalui Media Sosial Pada Umkm Se- Kecamatan Bulak dalam Era Disrupsi*. 6(September), 1074–1081. [Jurnal dengan DOI]
- Halimah, Suryani, Y., & Saepuloh, A. (2022). Poor Families Empowerment through Provision of Stimulant Funds: A Team Based Project of Pejuang Muda in Sukabumi Regency. *INTERACTION: Journal Pendidikan*



- Bahasa, 9(1), 178–186. [Jurnal tanpa DOI]
- Hukom, A. (2020). Pendampingan dalam Memasarkan Produk Hasil Usaha UKM melalui Penggunaan Media Sosial di Kabupaten Gunung Mas Kalimantan Tengah. *ENGAGEMENT, Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 04(01), 51–59. [Jurnal tanpa DOI].
- Imsiyah, N., & Kartini, T. (2022). Membangun Jiwa Wirausaha Santri Ponpes Al-Falah Puger melalui Pendampingan Produk Variasi Olahan Ikan serta Strategi E-Commerce Marketing. *SELAPARANG. Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 6(2), 609–613. [Jurnal dengan DOI]
- Komalasari, E., Widiawati, D., & Puteri, N. E. (2021). Pendampingan Pengurusan P-IRT UMKM Pangan di Desa Cikidang, Sukabumi. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Universitas Al Azhar Indonesia*, 03(3), 1.[Jurnal tanpa DOI]
- Kurniaji, K. (2023). Prosedur Proses Sertifikasi P-IRT (Pangan-Industri Rumah Tangga) pada UMKM Pasca-Pandemi Covid 19. *Jurnal Multidisiplin West Science*, 2(03), 200–214. <https://doi.org/10.58812/jmws.v2i03.266>. [Jurnal tanpa DOI]
- Kurniawan, D. A., & Astuti, R. Y. (2018). Pendampingan Pengurusan Izin PIRT Sebagai Langkah Awal Pengembangan dan Perluasan Pasar Bagi Produk Lokal IKM Ponorogo. *KHADIMUL UMMAH Journal of Social Dedication*, 1(2).[Jurnal tanpa DOI]
- Maftuhah, R., & Rafsanjani, H. (2019). Pelatihan Strategi Pemasaran Melalui Media Online Pada Produk Usaha Rumahan Krupuk Bawang dan Kripik Sukun. *Aksiologi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 227–235.[Jurnal tanpa DOI]
- Mukhoyyaroh, N. I. M., & Hakim, L. (2020). Etnobotani Memanfaatkan Pisang Lokal (*musa spp.*) di Desa Srigonco, Kecamatan Bantur, Kabupaten Malang. *BIOTROPIKA Journal of Tropical Biology*, 8(1), 43–53. [Jurnal tanpa DOI]
- Musaid, S. A., Hariyanti, D., Asrida, W., & Hariyati, T. R. (2019). Pengurusan Izin Pangan Indutri Rumah Tangga (PIRT) Produk Sagu Tumbu Pada Kelompok Usaha Sagu Tumbu Di Desa Liang Kecamatan Salahutu Kabupaten Maluku Tengah. *JAMAK (Manajemen & Akuntansi*, 02(01), 67–80.[Jurnal dengan DOI]
- Nazhif, M. N., & Nugraha, I. (2023). Branding UMKM untuk Meningkatkan Penjualan Produk Ecoprint Andin Collection Muhammad. *SELAPARANG. Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 7, 261–267.[Jurnal dengan DOI]
- Nisa, F. L., Husein, M. A., & Perdana, P. (2022). Pemanfaatan Ipteks Bagi Masyarakat: Estock Inventory Manager pada Produsen Kerupuk Kampung Kerupuk Dusun Tambak Bulak Kabupaten Sidoarjo. *SELAPARANG. Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 6, 1631–1637.[Jurnal dengan DOI]
- Nurjaya, & Maulida, N. (2018). Tingkat Kesukaan Konsumen Pada Atribut Beras Pandanwangi Murni Cianjur. *Agroscience Vol*, 8(1).[Jurnal dengan DOI]
- Rochmah, B. E., & Yahya, I. (2020). Tantangan, Kendala, dan Kesiapan Pemasaran Online Umkm di Desa Nglebak, Kecamatan Tawangmangu, Kabupaten Karanganyar. *Filantropi: Jurnal Manajemen Zakat Dan Wakaf*, 1(1), 20–31.[Jurnal tanpa DOI]
- Saputra, E., Inayati, N. I., & Hartikasari, A. I. (2021). Pengembangan UMKM berbasis Inovasi Produk. *Sangkabina*, 1(2), 72–77.[Jurnal dengan DOI]
- Sarfiah, S. N., Atmaja, H. E., & Verawati, D. M. (2019). Jurnal REP ( Riset Ekonomi Pembangunan ). *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, 4(1), 137–146.[Jurnal dengan DOI]
- Siregar, R., & Agustin, D. (2018). Penyuluhan Strategi Pemasaran Usaha Kecil Menengah ( UKM ) Pemuda Melalui Sosial Media Dalam Persiapan Menghadap Masyarakat Ekonomi ASEAN. *Jurnal Pelayanan Dan Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 33–44. [Jurnal dengan DOI]
- Suryani, L., Zaini, M. A., & Yasa, I. W. S. (2018). Pengaruh Konsentrasi Natrium Metabisulfit Dan Metode Pengeringan Terhadap Kadar Vitamin C Dan Organoleptik Sale Pisang. *Pro Food (Jurnal Ilmu Dan Teknologi Pangan)*, 2(1).[Jurnal tanpa DOI]
- Warto, & Samsuri. (2020). Sertifikasi Halal dan Implikasinya Bagi Bisnis Produk Halal di Indonesia. *Al Maal : Journal of Islamic Economics and Banking*, 2(1), 98–112.[Jurnal dengan DOI]