

DIVERSIFIKASI PRODUK UMKM KERUPUK KEMPLANG DI DESA LEMBAK UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING PRODUK

Desi Rovita¹⁾, Leriza Desitama Anggraini¹⁾, Try Wulandari¹⁾, Endah Dewi Purnamasari¹⁾

¹⁾Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Indo Global Mandiri, Sumatera Selatan, Indonesia

Corresponding author : Desi Rovita
E-mail : deasirovita12@gmail.com

Diterima 02 Agustus 2023, Direvisi 09 Agustus 2023, Disetujui 09 Agustus 2023

ASBTRAK

UMKM Krisna berdiri dari tahun 2012 yang beralamatkan di Desa Lembak kabupaten Muara Enim. Pada UMKM Krisna produk yang dimiliki hanya kerupuk saja, hal ini menyebabkan para konsumen tidak memiliki banyak pilihan ketika mau membeli produk di UMKM Krisna. Pengembangan produk UMKM dapat dilakukan dengan diversifikasi produk yaitu membuat beraneka ragam produk selain dari produk asal yaitu kerupuk, misalnya kemplang besar goreng, kemplang unyil, kemplang rasa pedas. Diversifikasi produk dapat dilakukan dengan cara, merubah bentuk atau menambah bentuk, perbaikan kemasan dan peninjauan harga kemasan setelah dilakukannya diversifikasi. Tujuan dari Pengaduan kepada Masyarakat yaitu untuk mengembangkan produk UMKM Krisna dan meningkatkan daya saing produk dengan cara diversifikasi produk. Metode pelaksanaan yang digunakan yaitu observasi secara langsung dan wawancara dengan pemilik UMKM Krisna, kemudian dilakukan pengabdian kepada masyarakat. Hasil dari Pengaduan Kepada Masyarakat dalam penelitian ini, produk UMKM Krisna menjadi lebih banyak varian.

Kata Kunci: berinovasi; daya saing; diversifikasi; produk UMKM.

ABSTRACT

Krisna MSME was established in 2012 which is addressed in Lembak Village, Muara Enim regency. In Krisna MSMEs, the products owned are only crackers, this causes consumers not to have many choices when they want to buy products at Krisna MSMEs. The development of MSME products can be done by diversifying products, namely making a variety of products other than the original product, namely crackers, for example fried large kemplang, unyil kemplang, spicy flavored kemplang. Product diversification can be done by, changing the shape or adding shape, improving packaging and reviewing packaging prices after diversification. The purpose of Community Service is to develop Krisna MSME products and increase product competitiveness by diversifying products. The implementation method used is direct observation and interviews with MSME owner Krisna, then community service is carried out. As a result of Community Service in this study, Krisna MSME products became more variants.

Keyword: innovating; competitiveness; diversification; MSME products

PENDAHULUAN

UMKM merupakan singkatan dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. UMKM berarti usaha yang dilakukan secara perorangan, kelompok, maupun usaha kecil dan rumah tangga (Populix, 2022). Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah atau yang dikenal dengan UMKM merupakan salah satu diantara banyaknya penggerak dalam perekonomian suatu bangsa. Dengan demikian, UMKM sangat penting bagi perekonomian Indonesia karena mereka dianggap sebagai penggerak utama aktivitas ekonomi. (Leriza Desitama Anggraini et al., 2022).

Tertuang dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 pembahasan tentang UMKM dengan definisi

jenis usahanya seperti Usaha Mikro adalah usaha produktif yang dimiliki orang tunggal dan/ atau badan usaha perorangan yang memenuhi syarat usaha mikro yang diatur dalam UU tersebut. Pengertian lainnya bahwa usaha mikro adalah usaha produksi yang dimiliki oleh orang perseorangan dan/atau rumah tangga usaha perorangan yang memenuhi persyaratan usaha mikro yang telah ditetapkan oleh undang-undang.

Adapun Usaha Kecil merupakan usaha ekonomi produktif mandiri dilakukan perseorangan ataupun organisasi usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau afiliasi dari perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau juga secara instan atau tidak instan. Selain itu menjadi bagian dari perusahaan menengah

maupun besar yang memenuhi kriteria perusahaan kecil sebagaimana dipersyaratkan oleh undang-undang.

Usaha Menengah mempunyai pengertian yaitu usaha ekonomi produktif mandiri dilakukan oleh perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang usaha yang dimiliki, dikuasai, baik secara langsung maupun tidak langsung dari usaha kecil atau perusahaan yang besar dimana jumlah asset bersih atau penjualan tahunannya diharuskan oleh hukum.

Perusahaan besar merupakan perusahaan dalam efisien secara ekonomis dijalankan oleh badan usaha dengan asset bersih maupun penjualan hasil tahunannya lebih tinggi dari perusahaan menengah, termasuk juga perusahaan publik ataupun swasta di negara tersebut, perusahaan patungan dan perusahaan asing dalam melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia (Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun, 2008).

UMKM sangat berperan penting dari perekonomian nasional yang mandiri juga memiliki potensi besar untuk meningkatkan kesejahteraan penduduk. Adapun Bisnis Kecil dan Menengah mempunyai arti sesuatu yang penting dalam pertumbuhan ekonomi negara. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah, maka jumlah UMKM pada saat ini sebanyak 64,19 juta UMKM berkontribusi PDB sebesar 61,97% atau senilai Rp 8.573,89 triliun (Populix, 2022).

UMKM selalu berkontribusi terhadap perekonomian yang ada di Indonesia meliputi kemampuan menyerap 97% dari total tenaga kerja yang ada, mampu mengumpulkan hingga 60,4% dari total investasi (Populix, 2022). Meratanya pertumbuhan UMKM saat ini di kota-kota besar maupun kota-kota yang kecil di Indonesia, dikarenakan kemajuan teknologi. Oleh karena itu, para pelaku bisnis dalam memulai bisnis dan mengembangkannya selalu melibatkan bantuan teknologi. Hadirnya Teknologi bagi pembangunan ini berdampak pada perkembangan daerah yang sebelumnya penopang ekonomi bagi masyarakat tidak ada, sekarang sudah menjadi daerah mandiri.

Kemampuan Masyarakat UMKM yang dimiliki sebagai modal untuk meningkatkan lapangan kerja, selain itu untuk mengoptimalkan perekonomian lokal, dan berpeluang besar untuk maju dan berkembang dalam perekonomian global. Namun, perlu dicermati bahwa UMKM menghadapi banyak permasalahan seperti: kesulitan dalam mendapatkan modal, bersaing dengan perusahaan besar, dan juga kekurangan informasi untuk perubahan.

Untuk Wilayah yang berkembang UMKM memainkan peran penting bagaimana kesejahteraan telah dicapai di sebagian besar wilayah tersebut. Bisnis kecil dan menengah (UMKM) menjadi salah pilihan industri untuk tetap berjalan meskipun saat krisis ekonomi di Indonesia. Kemampuan perusahaan besar runtuh, maka UMKM lah yang dianggap sebagai pusat ekonomi, solusi untuk meningkatkan ekonomi nasional secara menyeluruh, bahkan ekonomi keluarga secara khusus

Pemanfaatan besar masyarakat UMKM dapat dilakukan dengan melakukan pemberdayaan masyarakat sebagai upaya untuk meningkatkan daya, atau masyarakat dengan mendorong dan memotivasi, juga membangkitkan kesadaran potensi ekonominya untuk mengadakan usaha mengembangkannya.

Program pemberdayaan masyarakat yang memungkinkan bagi masyarakat untuk bertahan dan berkembang akan ada peningkatan dan swada masyarakat yang sesuai dengan potensi dan masing-masing budaya. Peningkatan martabat pada lapisan masyarakat yang kondisinya tidak mampu melepaskan diri dari kemiskinan atau keterbelakangan, dikenal dengan pemberdayaan masyarakat (Julisa Aprilia et al., 2023).

UMKM mengawali untuk membantu perekonomian lokal dan nasional dalam memberikan kesempatan lapangan kerja maupun meningkatkan penghasilan. Level yang lebih tinggi, UMKM membantu masyarakat menjadi lebih mandiri serta meningkatkan kesejahteraan secara mandiri. Pada tahap ini UMKM salah satu cara bagi masyarakat mampu mengidentifikasi dan memanfaatkan potensi ekonomi mandiri misalnya dalam industri lokal seperti perikanan (Julisa Aprilia et al., 2023).

Kerupuk Kempelang merupakan makanan ringan tradisional dari Palembang yang umumnya terbuat dari ikan gabus namun bisa digantikan dengan ikan lainnya yang diolah dengan tepung kanji dan bahan pelengkap lainnya, setelah itu dilakukan proses penggorengan. Kerupuk dan kemplang sudah merupakan bagian dari menu konsumsi masyarakat Indonesia, karena kerupuk dan kemplang dapat dijadikan sebagai cemilan atau untuk pelengkap ketika makan nasi.

Kerupuk atau kemplang dapat dibuat dengan langkah berikut tahap pertama yaitu dalam sebuah wadah, kocok telur dan gula pasir sampai setengah mengembang menggunakan mixer atau pengaduk adonan biasa, lalu masukkan ikan, bawang putih,

garam, penyedap rasa dan soda kue. Aduk hingga rata menggunakan spatula, kemudian masukkan sedikit demi sedikit tepung tapioka sambil diaduk hingga kalis, setelahnya taburi talenan atau meja dapur dengan tepung tapioka. Ambil adonan lalu gulung membentuk silinder panjang dengan diameter 2,5 cm ulangi kembali adonan hingga habis, kukus adonan hingga matang, kemudian tiriskan, lalu potong tebal 1 cm (Noviyanti et al., 2022).

Kerupuk atau kemplang dari berbagai daerah di Indonesia umumnya memiliki keunikan khas yang dilihat dari pemakaian bahan pokok berbentuk ikan yang akhirnya mendapatkan rasa serta aroma khas. Kerupuk ikan merupakan kerupuk yang bahannya terdiri dari adukan tepung tapioka serta ikan. Kerupuk ikan memiliki beberapa mutu tergantung pada komposisi banyaknya ikan yang terkandung dalam kerupuk. Semakin banyak jumlah ikan yang terkomposisi dalam kerupuk atau kemplang, maka akan menjadi lebih bagus kualitasnya. (Qonita et al., 2022)

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) selalu menarik untuk diteliti. UMKM harus mampu bersaing dan menciptakan produk yang diterima oleh konsumen di Indonesia untuk mempertahankan kehadirannya dalam persaingan global (M. Wulandari et al., 2021). Selain itu, UMKM termasuk usaha kecil dan menengah (UMKM), yang sangat berperan dalam meningkatkan lapangan kerja dan mengurangi kemiskinan (Widiya et al., 2022). Di Sumatera Selatan, khususnya di Palembang banyak sekali Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang sedang berkembang misalnya dibidang makanan, minuman, kerajinan dan masih banyak lagi. Jumlah UMKM yang meningkat setiap tahun menunjukkan tingkat persaingan yang tinggi dalam industri tersebut. Pelaku bisnis diharapkan terus meningkatkan upaya mereka untuk bersaing dan bertahan dalam persaingan yang tinggi ini (T. Wulandari et al., 2022).

Desa Lembak Kecamatan Lembak kabupaten Muara Enim Provinsi Sumatera Selatan memiliki potensi memperoleh pendapatan melalui UMKM. Secara geografis Desa Lembak Kecamatan Lembak Kabupaten Muara Enim memiliki Luas Wilayah 6.500 Ha, dengan Batas-batas wilayah meliputi Sebelah Utara Desa Tapus, Sebelah Barat Desa Kemang, Sebelah Selatan Desa Karang Endah, Sebelah Timur Prabumulih Dan memiliki Jumlah Penduduk sebesar 4.921 Jiwa yang terdiri dari 2.351 penduduk Laki-Laki dan 2.570 Penduduk Perempuan. Selain itu Desa Lembak

memiliki Kepala Keluarga yang berjumlah 1.528 KK (Widiya et al., 2022).

Pada Desa Lembak kecamatan Muara Enim banyak terdapat UMKM yang digeluti oleh masyarakat setempat, misalnya UMKM kemplang, kerupuk, Keripik ubi dan masih banyak lagi. Salah satu UMKM di Desa Lembak yaitu UMKM Krisna. UMKM Krisna dimulai dari tahun 2012 yang dimiliki oleh Ibu Susi, beralamatkan pada Desa lembak, kampung 1 No. 78 seberang konter Yonda Cell, kecamatan Lembak Kabupaten Muara Enim. Pada UMKM Krisna ini hanya terdapat produk kerupuk saja yang dikemas dalam kantong plastik dan diikat dengan tali.

Berdasarkan situasi yang telah diamati oleh penulis pada UMKM Krisna, permasalahan yang dihadapi yaitu kurang beranekaragamnya produk yang dimiliki, sehingga membuat calon pembeli tidak memiliki banyak pilihan dalam membeli produk. Oleh karena itu penulis ingin memaksimalkan UMKM Krisna dengan membuat inovasi produk baru yaitu melalui diversifikasi produk.

Diversifikasi produk adalah strategi untuk meningkatkan kinerja bisnis dengan memperluas pilihan barang dan jasa melalui upaya menciptakan produk baru, pasar baru atau keduanya, seperti meningkatkan ragam produk, warna, model, ukuran, jenis, dan lain sebagainya dengan tujuan untuk terus tumbuh dan meningkatkan penjualan (Populix, 2022). Diversifikasi adalah salah satu strategi bisnis yang paling kuat, baik dari segi keuangan maupun pemasaran. Dalam dunia bisnis, konsep diversifikasi mencakup produksi beberapa produk yang memiliki faktor intrinsik serupa, tetapi berbeda dalam hal lain ukuran, jenis, merek, dan lain lainnya (Riadi, 2021). Diversifikasi produk dilakukan untuk mendapatkan keuntungan yang lebih besar karena memproduksi sejumlah barang yang dibutuhkan calon pembeli, sebab kerugian menjual barang yang satu dapat ditutup dengan keuntungan menjual barang yang lainnya (Hermawan, 2015).

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa diversifikasi produk adalah suatu upaya yang dilakukan seseorang atau perusahaan untuk meningkatkan penjualan melalui penganekaragaman produk, baik melalui pengembangan produk baru maupun mengembangkan produk yang sudah ada (Riadi, 2021). Demikian juga Usaha Kerupuk Krisna di Desa Lembak. Banyak sekali pelaku usaha Kerupuk Kemplang pada Desa Lembak, disana banyak penjual kerupuk dan kemplang, sehingga tidak sulit untuk dicari. Hal ini tentunya membuat pelaku usaha UMKM kerupuk kemplang untuk bisa bersaing secara sehat

sehingga dapat meningkatkan daya saing produk salah satunya melalui diversifikasi produk. Dalam penelitian ini penulis menemukan permasalahan, pada produk Krisna yang terdapat satu produk saja yaitu kerupuk, sehingga membuat calon pembeli tidak mempunyai pilihan dalam menentukan produk yang akan dibeli, sehingga penulis tertarik untuk melakukan diversifikasi produk pada UMKM Krisna. Permasalahan ini perlu diatasi agar usaha mitra dapat lebih berkembang lagi dan untuk meningkatkan daya saing produk dipasaran (Diansyah et al., 2022).

METODE

Metode dalam kegiatan ini yaitu, Observasi dan wawancara, dalam tahap ini dilakukan survei langsung ke UMKM Krisna yang beralamatkan di Desa Lembak Kampung 1 No.78 seberang Counter Yonda Cell Kecamatan Lembak Kabupaten Muara Enim. Pengabdian kepada masyarakat di Desa Lembak ini menggunakan metode pendekatan langsung kepada pembuat kerupuk dan kemplang khususnya UMKM Krisna (Simanjuntak et al., 2022). Selanjutnya dilaksanakan kegiatan yaitu sosialisasi kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat, tahap ini dilakukan penjelasan dan diskusi mengenai Diversifikasi produk yang akan dilakukan pada UMKM Krisna, lalu diadakan tindak lanjut dari program kegiatan hal ini merupakan bentuk aksi dari diversifikasi produk yaitu pembuatan penganekaragaman produk dan tahap akhir yaitu tahap evaluasi dilakukan untuk mengukur keberlanjutan dari pengabdian kepada masyarakat (Hariyanto et al., 2022).



Gambar 1. Awal Berkunjung ke UMKM Krisna



Gambar 2. Diskusi dan wawancara dengan pemilik UMKM Krisna

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan ini berlokasi di Rumah Pemilik UMKM Krisna yaitu di Desa Lembak Kabupaten Muara Enim, dilakukan pada bulan Juli 2023 yang beralamatkan di Desa Lembak Kampung 1 No.78 seberang Counter Yonda Cell. Penulis melakukan survei dan pengamatan secara langsung pada hari Minggu tanggal 16 Juli 2023 dengan menemui pemilik Usaha Kerupuk Krisna yaitu Ibu Susi. Beliau menjelaskan bahwa pada usahanya hanya ada Kerupuk saja yang dibuat oleh Ibu Susi dan rekan-rekannya di Desa Lembak pada UMKM Desa Krisna.

Pada saat penulis melakukan wawancara, penulis dan anggota KKNT Posko 3 juga melihat team UMKM Krisna sedang membuat adonan Kerupuk dengan rekan-rekan sedesanya, disaat inilah terlihat produk pada UMKM Krisna hanya kerupuk saja, hal ini membuat penulis berfikir untuk memberikan gagasan dalam melakukan Pengabdian Kepada Masyarakat khususnya pada UMKM Krisna milik Ibu Susi yaitu dengan melakukan diversifikasi produk yang merupakan penambahan produk UMKM miliknya dengan membuat Kemplang Kecil (Unyil) untuk dibuat sebagai cemilan atau jajanan.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan pada tanggal 23 Juli 2023, kegiatan ini dilakukan dengan dua metode. Pertama, peserta diberi kesempatan untuk berbicara tentang masalah yang berkaitan dengan produk UMKM. Lalu, Narasumber yang dalam hal ini yaitu Penulis dan Peserta KKNT Posko 3, bersifat persuasif, edukatif, komunikatif, dan akomodatif dalam memberikan penjelasan dan solusi tentang produk UMKM. Metode selanjutnya yaitu pendampingan, peserta akan diberikan materi mengenai pemahaman tentang Diversifikasi produk (Amaliyah et al., 2022). Setelah adanya kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat, maka diadakan tindak lanjut dari program kegiatan yaitu tahap ini dilakukan sebagai bentuk eksekusi dari Diversifikasi produk yang

dirancang oleh penulis dan peserta KKNT Posko 3 (Hariyanto et al., 2022).



Gambar 3. Produk Awal UMKM Krisna

Dalam kegiatan ini dijelaskan tentang Diversifikasi Produk kepada Pelaku UMKM Krisna. Diversifikasi pada Kerupuk Krisna dilakukan dengan cara menambah produk yang awalnya hanya kerupuk dan kemplang ukuran besar. Dalam hal ini diversifikasi produknya dengan cara menambah keanekaragaman produk kemplang, seperti kemplang unyil, dan kemplang rasa pedas.

Sebelum dijadikan kemplang unyil, terlebih dahulu dibuat adonan seperti pempek dan dibentuk lenjer dengan diameter 2,5 cm. Ikan yang digunakan dalam pembuatan Kemplang Unyil Krisna yaitu ikan sarden. Setelahnya diiris tipis-tipis, kemudian kemplang unyil dijemur dibawah terik matahari. Setelah dijemur, kemplang unyil digoreng dengan api panas, kemplang unyil yang semula berdiameter 2,5 cm setelah digoreng mengembang menjadi diameter 4 cm. Kemudian ditiriskan untuk mengurangi minyak yang berlebihan dan dikemas dalam *standing pouch* untuk kemudian diberi label stiker dengan merek Kemplang Unyil Krisna khas Lembak, pada label juga dicantumkan nomor telepon pemilik UMKM Krisna. Hal ini dilakukan untuk memudahkan konsumen dalam melakukan pemesanan kerupuk kemplang Krisna usaha milik Ibu Susi.



Gambar 4. Pempek Lenjer Sebelum dijadikan kemplang Unyil

Selain Kerupuk, Kemplang Unyil, UMKM Kerupuk Krisna juga membuat Kemplang Unyil dalam versi rasa pedas yang diberi nama Kemplang Pedas Krisna. Kemplang pedas ini pembuatannya sama dengan kemplang unyil, hanya saja ditambahkan bubuk rasa pedas, gurih dan manis untuk menambah rasa nikmat ketika produk dikonsumsi.

Cara penambahan bumbu pedas dan gurih yaitu dengan mencampurkan kerupuk unyil dengan bumbu pedas dan bumbu tabur, kemudian diaduk hingga merata. Untuk mendapatkan bumbu ini sangatlah mudah yaitu, bisa dipesan melalui online atau bisa dibeli di toko-toko terdekat. Harapan kedepannya pelaku UMKM Krisna diharapkan dapat membuat bumbu pedas dan gurih dengan olahan sendiri.



Gambar 5. Produk Diversifikasi Kemplang Unyil

Pada Pelaksanaan kegiatan ini penulis dan peserta KKNT Universitas Indo Global Mandiri juga memberikan ide untuk perbaikan kemasan, tinjauan harga, penambahan stiker pada produk UMKM Krisna yang selama ini hanya menggunakan kertas biasa dan dimasukkan kedalam plastik, juga untuk pemasarannya yang selama ini hanya di toko-toko sekitaran UMKM Krisna, namun dengan adanya kegiatan ini diharapkan produk UMKM dapat dipasarkan melalui digital marketing

Dalam hal ini penulis juga memberikan saran untuk kemasannya agar terlihat lebih menarik yaitu dimasukkan kedalam *standing pouch* ukuran 12x20 cm kemudian diberi label stiker dengan judul kemplang unyil krisna khas lembak. Hal ini tentunya disambut baik oleh pemilik UMKM krisna. Target penjualannya yaitu kewarung warung sekitar tempat tinggal maupun kesekolah-sekolah.



Gambar 6. Kemasan Awal Kerupuk Krisna

Kemudian, selain itu kerupuk yang biasanya hanya digoreng saja dan dimasukkan ke dalam kantong plastik bening ukuran 17x38 cm dan diikat dengan tali, penulis juga berdiskusi dengan pemilik UMKM Krisna supaya dapat menjual kerupuk mentah, yang juga dapat dijual dipasar dengan packing cup plastik, karena saat ini kerupuk mentah juga diminati oleh para konsumen untuk membuat cemilan dari olahan kerupuk mentah misalnya seblak.

Seperti yang dijelaskan sebelumnya bahwa, Diversifikasi Produk adalah suatu upaya yang dilakukan seseorang atau perusahaan untuk meningkatkan perdagangan melalui keanekaragaman produk, baik melalui pengembangan produk baru maupun mengembangkan produk yang sudah ada. Diversifikasi Produk Kemplang Krisna milik Ibu Susi yang semula hanya kerupuk yang digoreng, dan diberi wadah kantong plastik yang diikat dengan tali.



Gambar 7. Kemplang Unyil Packing Standing Pouch



Gambar 8. Bumbu Pedas dan gurih untuk Kemplang Pedas Krisna (Sumber: Shopee.co.id)



Gambar 9. Macam-Macam Produk Diversifikasi Kerupuk Krisna

Setelah melakukan penelitian dan observasi secara langsung peserta KKNT memanfaatkan waktu untuk foto bersama dengan Ibu Susi pemilik UMKM Krisna di Desa Lembak.



Gambar 10. Foto Peserta KKNT UIGM Bersama Pemilik UMKM Kerupuk Krisna

Dengan adanya diversifikasi produk ini diharapkan penjualan mengalami peningkatan, karena banyaknya pilihan produk dagangan milik pelaku usaha UMKM Krisna, dalam hal ini tentunya usaha kerupuk milik Ibu Susi dapat bersaing dengan produk kemplang pada Desa Lembak maupun di Desa lain. Selain penganeekaragaman produknya, diversifikasi juga dilakukan melalui perbaikan kemasan

yang semula hanya dalam plastik yang diikat tali diperbaiki menjadi kemasan standing pouch ukuran 12x20cm dan diberi stiker yang awalnya hanya kertas biasa yang dimasukkan ke dalam plastik.

Diversifikasi produk juga dilakukan dengan penyesuaian harga yang semula harga kerupuk goreng berkantong plastik sebesar Sepuluh Ribu Rupiah kemudian pada Kemplang Unyil Krisna yang telah diberi wadah *standing pouch* dan diberi label stiker dapat dijual seharga Dua Ribu Rupiah dan untuk kemplang rasa pedas seharga Dua Ribu Lima Ratus Rupiah.

Hal ini dilakukan agar penjualan dapat meningkat, karena dengan harga demikian, produk tersebut dapat menjangkau penjualan ke sekolah sekolah dengan target pembeli kalangan anak sekolah baik ditingkat dasar, menengah, maupun tingkat atas.

Setelah dilakukan pengabdian kepada masyarakat, lalu aksi dari diversifikasi produk, kemudian dilakukan tahap Evaluasi dari kegiatan yang telah dilakukan dilihat dari keberhasilan program apakah sudah sesuai dengan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilaksanakan sesuai dengan rencana awal kegiatan. Berdasarkan wawancara dan diskusi yang dilakukan dengan pelaku UMKM Krisna, diversifikasi produk ini juga telah memberikan manfaat yang besar, hal ini terbukti dengan bertambahnya produk UMKM Krisna yang laku dipasaran dan meningkatnya hasil penjualan setiap harinya sehingga membuat perekonomian pelaku UMKM Krisna menjadi lebih baik (Diansyah et al., 2022)

SIMPULAN DAN SARAN

Persaingan dalam dunia bisnis tidak bisa dihindari oleh pelaku UMKM maupun oleh perusahaan, berbagai strategi dilakukan agar Perusahaan atau Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk bisa bersaing dengan usaha yang sejenis. Dalam hal ini strategi yang dilakukan oleh Pelaku Usaha Kerupuk Krisna yaitu melalui Diversifikasi Produk yaitu dengan menambah produk menjadi lebih beranekaragam yaitu kemplang unyil, kemplang pedas dan kerupuk mentah.

Diversifikasi produk pada UMKM Krisna mempunyai empat indikator, yaitu perubahan bentuk, penambahan varian, perubahan harga sesuai kemasan dan perubahan kemasan. Dari penjelasan ini dapat diambil kesimpulan bahwa Diversifikasi merupakan salah satu faktor pembentuk persepsi kepuasan konsumen. (Budiman et al., 2022). Hal ini bertujuan untuk meningkatkan keuntungan yang didapat, menambah

perluasan pasar dan target penjualan. Dalam kegiatan Pengabdian Masyarakat ini dengan judul Diversifikasi Produk UMKM untuk menambah daya saing produk, penulis juga memberikan saran kepada UMKM Krisna untuk dapat meningkatkan penjualannya melalui promosi secara online misalnya melalui akun facebook, instagram, melalui *e-commerce* ataupun melalui *whatsapp* sehingga dapat memperluas target pangsa pasarnya.

UCAPAN TERIMAKASIH

Di kesempatan ini Penulis ingin menghanturkan ucapan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian Kuliah Kerja Nyata Tematik dan penulisan artikel ilmiah ini hingga saat penerbitan dan tak lupa pula penulis ucapkan terimakasih kepada team *reviewer*.

DAFTAR RUJUKAN

- Amaliyah, A., Nadjmi, N., Sari1, N., & Darwis, D. Y. (2022). *PENDAMPINGAN PENDAFTARAN MEREK BAGI UMKM SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN DAYA SAING PRODUK*. 4(September), 1333–1342.
- Budiman, B., Yunia, N., & Badrotusabila, B. (2022). Pengaruh Diversifikasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Kerudung Instan Rabbani di Rangkasbitung Lebak. *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 6(01), 89. <https://doi.org/10.30868/ad.v6i01.2246>
- Diansyah, H., Farmadani, G. A., Juandri, Y., Aditia, T., & Andika, M. (2022). Pelatihan Pembuatan Kemasan Dan Desain Logo Terhadap Produk Baru Berupa Cake Singkong Caramel Di Desa Alai Selatan Kecamatan Lembak. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 6(3), 1564. <https://doi.org/10.31764/jpmb.v6i3.10507>
- Hariyanto, D., Zaki Azzuhairi, A., Winarno, A., & Hermawan, A. (2022). Pengembangan Kemasan Produk Untuk Meningkatkan Daya Saing Batik Sujo. *Community Development Journal : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 191–196. <https://doi.org/10.31004/cdj.v3i1.3087>
- Hermawan, L. (2015). Dilema Diversifikasi Produk: Meningkatkan Pendapatan Atau Menimbulkan Kanibalisme Produk? *Jurnal Studi Manajemen*, 9(2), 143–153.
- Julisa Aprilia, Kaluku;, Badu, L. W., Muhtar;, & Hidayat;, M. (2023). *PENGUATAN PENINGKATAN EKONOMI MELALUI PRODUK UMKM PEMBUATAN KERUPUK CUMI*. 2(6), 1303–1314.
- Leriza Desitama Anggraini, Faradillah, & Winne Rosalina. (2022). Pelatihan Penyusunan Laporan Keuangan Berbasis SAK EMKM Pada Pelaku Usaha Clothing Line. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(2), 540–546. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v6i2.9745>
- Noviyanti, U. D. E., Rahman, E., Sekarningrum, G. A., & Anggraeni, N. A. (2022). Pelatihan Pengolahan Kerupuk Amplang Sebagai Upaya Pengembangan Potensi Alam Desa Pandu Kecamatan Cerme Kabupaten Gresik Jawa Timur. *Jompa Abdi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(3), 111–119. <https://doi.org/10.55784/jompaabdi.v1i3.264>
- Populix. (2022). *Apa itu Diversifikasi Produk? Manfaat, Strategi & Contohnya*. <https://info.populix.co/articles/diversifikasi-produk-adalah/#:~:text=Dalam dunia bisnis%2C pengertian diversifikasi produk adalah salah,tidak tergantung pada satu hal atau produk saja.>
- Qonita, N., Andesta, D., & Hidayat, H. (2022). Pengendalian Kualitas Menggunakan Metode Statistical Quality Control (SQC) pada Produk Kerupuk Ikan UD. Zahra Barokah. *Jurnal Optimalisasi*, 8(1), 67. <https://doi.org/10.35308/jopt.v8i1.5285>
- Riadi, M. (2021). *Strategi Diversifikasi Produk*. <https://www.kajianpustaka.com/2021/06/strategi-diversifikasi-produk.html>
- Simanjuntak, J., Marlina, R., Shanshabilla, A., Oktariani, E., Putri, M., Josse, F., Anggraini, L., Ratu, M., & Purnamasari, E. (2022). Edukasi Digital Marketing Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan UMKM Desa Lembak Kabupaten Muara Enim. *DIKEMAS (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 6(2), 112–119. <https://doi.org/10.32486/dikemas.v6i2.386>
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun. (2008). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008*. 1. <https://peraturan.bpk.go.id/Download/29221/UU Nomor 20 Tahun 2008.pdf>
- Widiya, A., Anggraini, L. D., Ratu, M. K., & Purnamasari, E. D. (2022). Pendampingan Penentuan Harga Pokok Penjualan (Hpp) Dan Harga Jual Pada Umkm Kerupuk Dan Kemplang Desa Lembak Kabupaten Muara Enim. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 6(3), 1462. <https://doi.org/10.31764/jpmb.v6i3.10457>
- Wulandari, M., Wahyuni, S., & Zulianto, M. (2021). *STRATEGI DIVERSIFIKASI PRODUK PADA UMKM KERAJINAN*

*BAMBU DI DESA GINTANGAN
KECAMATAN BLIMBINGSARI
KABUPATEN BANYUWANGI. 15(1).*
<https://doi.org/10.19184/jpe.v15i1.19704>

Wulandari, T., Pratiwi, M. P., & Faza, S. (2022).
Pelatihan Digital Imaging Untuk Design
Product Guna Meningkatkan Nilai Jual
Produk. *SELAPARANG: Jurnal
Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*,
6(3), 1170.
<https://doi.org/10.31764/jpmb.v6i3.9703>