

Strategi Pengembangan Produk untuk Meningkatkan Pendapatan UMKM Lasehan La Bagus

Mira Juniarty ^{1*}, Nuraulia ², Khairunnisa ³, Ubai Dillah ⁴

¹²³⁴ Prodi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bima, Kota Bima, Provinsi Nusa Tenggara Barat, Indonesia

Info Artikel

Riwayat Artikel:

Diterima 14, 01, 2024
Diperbaiki 16, 01, 2024
Disetujui 03, 02, 2024

Katakunci:

Strategi Pengembangan Produk
UMKM

ABSTRACT

Business development is the same as developing activities, developing products, sales, developing consumers, increasing profits, as well as developing product value, product benefits and product distribution. This research aims to analyze product development strategies to increase the income of MSMEs in Lasehan La Bagus. Data collection methods use interviews and observation. The key informants in this research were employees of MSME Lasehan La Bagus. This research uses qualitative analysis techniques. The survey results revealed that the product development strategy carried out by MSME Brownies Ayu Wulandari was to add or expand new product lines and also complementary product lines. Apart from that, external factors also play a role in encouraging the development of more effective products to increase MSME income

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



Penulis Korespondensi:

Mira Juniarty

Prodi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bima, Kota Bima, Provinsi Nusa Tenggara Barat, Indonesia
Email: mirajuniarty20.stiebima@gmail.com

Cara Sitasi Artikel ini dalam APA:

Juniarty, M., Nuraulia, Khairunnisa, & Dillah, U. (2024). Strategi Pengembangan Produk Untuk Meningkatkan Pendapatan UMKM Lasehan La Bagus. *LANCAH: Jurnal Inovasi Dan Tren*, 2(1), 01~05. <https://doi.org/10.35870/ljit.v2i1.2107>

1. PENDAHULUAN

Ketika memulai sebuah bisnis, strategi merupakan hal yang penting dilakukan sehingga seluruh kegiatan usaha atau bisnis yang dikelola dapat berkembang dengan baik, salah satunya dengan menerapkan strategi pengembangan produk [1]. Usaha atau bisnis merupakan kegiatan menghasilkan produk untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dengan harapan mendapatkan keuntungan melalui penciptaan nilai. Pengembangan usaha ini sama artinya dengan mengembangkan kegiatan, mengembangkan produk, penjualan, mengembangkan konsumen, meningkatkan laba, serta mengembangkan nilai produk, manfaat produk serta distribusi produk [2].

Sebuah industri atau UMKM harus memiliki strategi yang baik, guna mendapatkan dan mempertahankan konsumen. Faktor-faktor penting yang harus diperhatikan pertama terkait produk, yaitu legalitas usaha atau produk tersebut serta memperhatikan kehalalan dan kesucian produk untuk konsumen

muslim. Selain itu UMKM harus selalu melakukan pengembangan atas produk yang dihasilkan, cepat dan tepat dalam mengambil keputusan- keputusan, dan mengeluarkan ide-ide yang kreatif, inovatif dan modern agar dapat diterima oleh masyarakat sehingga persaingan dalam dunia usaha dapat bertahan. Kedua, yaitu promosi [3]. Dengan adanya promosi maka informasi mengenai produk mudah untuk diketahui oleh calon konsumen, sehingga diharapkan penjualan akan meningkat dan UMKM dapat mencapai target omzet yang telah ditentukan [4]. Para pelaku usaha harus lebih memanfaatkan teknologi untuk melakukan pemasaran secara online. Menggunakan media sosial dapat mengunggah terkait informasi produknya agar lebih dikenal oleh konsumen dan jangkauan produknya dikenal lebih luas. Salah satu pengembangan produk yang ada pada UMKM saat ini adalah lesehan tepi pantai.

UMKM Lesehan La Bagus adalah salah satu UMKM dengan perlengkapan yang sangat sederhana untuk melakukan kegiatannya dengan tikar sebagai tempat duduk pembeli (konsumen) dan meja kecil yang tingginya tidak lebih dari 40 sentimeter dengan tujuan agar suasana lebih santai dibandingkan dengan warung-warung makan biasa pada umumnya. UMKM Lesehan La Bagus berada di Desa Panda dengan pelanggan yang cukup ramai karena menawarkan harga yang terjangkau bagi sebagian orang dan makanan yang memiliki cita rasa yang enak. Produk yang ditawarkan memerlukan target pasar dan posisi produk yang jelas dengan cara indentifikasi dan analisis segmen pada pasar produk, kedua memutuskan segmen mana yang akan dijadikan target pasar. Dan strategi target pasar yang ketiga adalah merancang dan mengimplemetasikan strategi posisikan untuk setiap segmen pasar. Sedangkan hambatan yang terjadi yaitu konsumen atau masyarakat yang leluasa memilih lesehan karena banyaknya pesaing di tempat yang sama, selain itu faktor bahan baku yang harganya tidak menentu sehingga mempengaruhi harga jual produk.

2. METODOLOGI PENELITIAN

Pada penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang ditujukan untuk mendeskripsikan suatu keadaan atau fenomena-fenomena apa adanya. Penelitian ini difokuskan pada Strategi Pengembangan produk untuk meningkatkan pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Lesehan La Bagus. Jenis penelitian ini termasuk dalam penelitian kualitatif . Populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu seluruh karyawan Lesehan La Bagus. Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Bima, Jln. Baru Panda, Panda, Nusa Tenggara Barat. Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara dan observasi. Dari wawancara dan observasi atau pengamatan awal peneliti pada Lesehan La Bagus ditemukan permasalahan terkait strategi pengembangan produk. Analisis *cause effect* dan juga analisis *compreration* , analisis *compreration* yaitu membandingkan hasil temuan peneliti dengan teori yang digunakan [5].

3. HASIL DAN DISKUSI

Analisis Pelaksanaan Strategi Pengembangan Produk pada UMKM Lesehan La Bagus

Menurut [6] ada tiga strategi dalam pengembangan produk, yaitu sebagai berikut:

a. Strategi peningkatan kualitas UMKM Lesehan La Bagus

Dalam meningkatkan kualitas produknya terutama dalam menerapkan SOP (Standar Operasional Prosedur), dengan cara menjaga kebersihan peralatan dan bahan-bahan yang digunakan. Kualitas produk yang selalu meningkat adalah salah satu kunci agar dapat timbul kepercayaan konsumen terhadap produk- produk Lesehan La Bagus. Pada UMKM Lesehan La Bagus sudah mengupayakan peningkatan dalam menjaga kualitas produknya, caranya antara lain dengan:

- a) Komitmen untuk memberikan pelayanan yang baik untuk pelanggan dengan kritik dan saran, pelaku bisnis harus mempunyai komitmen sejak pelanggan masih sedikit sampai pada akhirnya menjadi banyak untuk selalu memberikan pelayanan maupun produk yang berkualitas kepada pelanggan-pelanggannya. Sehingga ketika perusahaan sudah mempunyai
- b) Memperbagus pengemasan, peran kemasan dimata konsumen mampu untuk meningkatkan minat beli terhadap suatu produk. Selain itu, tampilan kemasan yang menarik akan memberi kesan tersendiri bagi para konsumen dalam menentukan keputusannya untuk membeli atau tidak membeli

suatu produk yang pada akhirnya tampilan kemasan yang menarik bagi konsumen akan meningkatkan produk yang ditawarkan. Fungsi lain dari kemasan adalah menjaga produk agar tidak rusak dan dapat bertahan lama.

- c) Kualitas terstruktur, hal yang diharapkan oleh suatu bisnis UMKM adalah perkembangan dan pertumbuhan yang berkelanjutan. Kualitas yang anda berikan kepada konsumen, pada akhirnya akan membuat cara pikir mereka bukan hanya tentang kebutuhan, tapi juga kepercayaan yang semakin baik untuk mengeluarkan lebih banyak uang untuk membeli atau mengkonsumsi produk yang kita jual.
- b. Strategi peningkatan keistimewaan produk

Strategi peningkatan keistimewaan produk, ada empat indikator yang dapat dipakai untuk meningkatkan keistimewaan suatu produk seperti kualitas bahan yang dipakai, keanekaragaman, kenyamanan dalam pemakaian suatu produk bagi penggunaannya dan aksesorisnya [7]. Suatu UMKM dapat menambah keistimewaan baru dari sebuah produk dan jasa baru yang dikembangkan. Keistimewaan produk adalah sifat yang dimiliki oleh suatu produk yang dimaksudkan untuk memenuhi kebutuhan tertentu dari konsumen sehingga bisa memberikan kepuasan kepada konsumen. Strategi ini bertujuan untuk menambah keistimewaan baru yang terdapat pada produk, seperti dalam hal ukuran, berat, bahan yang digunakan, maupun menambah keanekaragaman dalam mengonsumsi produk [8].

Analisis Strategi Modifikasi Pengembangan Produk pada UMKM Lesehan La Bagus

Modifikasi produk sering kali harus dilakukan berkaitan dengan keinginan konsumen, biaya produksi, keterbatasan bahan baku, perbaikan proses produksi, atau perlunya reformulasi untuk memperbaiki karakteristik produk. Modifikasi dapat dilakukan pada berbagai atribut produk yang menjadi penentu kualitas [9]. Prinsipnya dilakukan untuk modifikasi:

- a. Perbaikan Produk yang telah ada, UMKM Lesehan La Bagus menggunakan teknologi dan fasilitas yang ada untuk membuat varian dan memperbaiki produk yang sudah ada untuk memperluas segmen pasar. Kemudian dimodifikasi dengan cara membuat produk baru yang memiliki keunikan berbeda dengan produk sebelumnya serta memiliki sifat yang baru.
- b. Efisiensi, UMKM Lesehan La Bagus memanfaatkan sumber daya rempah-rempah yang ada dengan cara mengolahnya menjadi jamu instan tradisional untuk meningkatkan produksi dan nilai tambah dari produk tersebut guna menarik minat beli konsumen.
- c. Melengkapi produk lama, UMKM Lesehan La Bagus melengkapi produknya dengan berbagai varian dan jenis produk. Selain pembuatan produk jamu instan UMKM Lesehan La Bagus juga ada olahan lain yaitu keripik dan olahan susu. Dengan melakukan uji coba pencampuran berbagai jenis bahan baku yaitu lobster, gurita, udang, kerang kemudian dijadikan satu. Semakin pesatnya perkembangan teknologi memungkinkan terciptanya sarana produksi yang baru untuk dimanfaatkan oleh UMKM Lesehan La Bagus untuk membuat dan menyempurnakan produknya, sehingga kualitas produk menjadi lebih baik dan jumlah produksi yang diperoleh bisa ditingkatkan. Hal tersebut bertujuan untuk menguatkan reputasi dan mempertahankan daya saing dengan menawarkan produk yang baru dibandingkan dengan produk sebelumnya.

Analisis Dampak Strategi Pengembangan Produk Terhadap Total Pendapatan pada UMKM Lesehan La Bagus

Produk merupakan elemen saran yang paling utama. Sebuah produk yang diciptakan oleh suatu perusahaan dituntut agar mampu menghadapi persaingan. Menurut Suryani agar suatu perusahaan sukses dalam persaingan, yang dapat dilakukan adalah berusaha mencapai tujuan dengan mempertahankan dan meningkatkan pelanggan. Salah satu upaya yang dapat dilakukan oleh perusahaan untuk terus maju dan produknya diminati banyak konsumen adalah dengan melakukan sebuah inovasi juga memerhatikan kualitas dan modifikasi pengembangan produk [10].

UMKM Lesehan La Bagus sudah melakukan pengembangan produk dengan memodifikasi produk yang ada sebelumnya menjadi produk baru dengan tujuan untuk menambah minat beli konsumen. Dengan

menambahnya minat beli konsumen total pendapatan dari UMKM Lesehan La Bagus ini juga dapat mengalami peningkatan. Selain itu, keberhasilan dari strategi modifikasi pengembangan produk ditandai dengan adanya peningkatan profitabilitas dan dapat mengatasi berbagai resiko, hal ini sudah diterapkan oleh UMKM Lesehan La Bagus yaitu dengan meningkatkan profitabilitas dan penanggulangan risiko. Pendapatan yang diperoleh dengan cara yang halal tanpa kecurangan atau hal lain yang merugikan orang lain, maka akan menjadi penghasilan yang berkah dan bermanfaat untuk keluarga. Adanya UMKM Lesehan La Bagus ini sangat membantu meringankan beban ekonomi, walaupun pendapatannya tidak menentu setiap bulannya. Dan dari pengembangan produk pendapatan yang di dapat oleh UMKM Lesehan La Bagus semakin meningkat.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan diatas, strategi pengembangan produk untuk meningkatkan pendapatan pada dilakukan oleh UMKM Lesehan La Bagus yaitu dengan menambah atau memperluas lini produk baru dan juga lini produk pelengkap seperti dari varaisi bahan baku yang lebih lengkap seperti tersedianya lobster, udang, kerang dan lain-lain sehingga menarik minat beli konsumen dan dapat bersaing pada usaha sejenis yang merajalela di wilayah jalan baru Panda.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Kotler and Keller, *Manajemen Pemasaran*, 11th ed. Jakarta: Erlangga, 2014.
- [2] S. Shinta, N. Haliza, and M. C. Sirad, "Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm) Dalam Perspektif Ekonomi Islam Untuk Meningkatkan Pendapatan Ekonomi Masyarakat (Studi Kasus Perusahaan Geti Ud Primadona Tulungagung)," *J. Manaj. dan Pendidik. Islam*, vol. 3, no. 4, pp. 191–201, 2023.
- [3] I. F. Cahyati, N.Lubis, and H. Susanta, "Analisis Strategi Pengembangan Produk Pada Batik Semarang 16 (Studi Kasus Pada Batik Semarang 16)," *J. Pengabd. Masy.*, vol. 10, no. 1, pp. 1–52, 2022, doi: 10.21608/pshj.2022.250026.
- [4] P. Pangestika, I. Santoso, and R. Astuti, "Strategi Pengembangan Potensi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dengan Dukungan Kucuran Kredit (Studi Kasus : UMKM Kabupaten XYZ)," *Ind. J. Teknol. dan Manaj. Agroindustri*, vol. 5, no. 2, pp. 84–95, 2016.
- [5] S. Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendektan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta, 2016.
- [6] F. Tjiptono, "Service, Quality & satisfaction.," Yogyakarta: Andi, 2016.
- [7] Alyas and M. Rakib, "Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Dalam Penguatan Ekonomi Kerakyatan (Studi Kasus pada Usaha Roti Maros di Kabupaten Maros)," *Sosiohumaniora*, vol. 19, no. 2, pp. 114–120, 2017, [Online]. Available: file:///C:/Users/USER/Downloads/12249-29232-1-PB.pdf.
- [8] H. Suprayitno and D. E. Martanti, "Strategi Pengembangan UMKM Batik Desa Sumberjo Sutojayan Kabupaten Blitar," *Pros. Semin. Nas.*, vol. 2, no. 1, pp. 1049–1055, 2023.
- [9] A. Adiaksa and S. Abadi, "Strategi Pengembangan Produk Untuk Meningkatkan Pendapatan Umkm Sumber Waras Desa Tahunan Kecamatan Tegalombo Kabupaten Pacitan," *Investama J. Ekon. dan Bisnis*, vol. 8, no. 1, pp. 1–14, 2022.
- [10] F. K. Mekasari and D. N. Priminingtyas, "Strategi Pengembangan Usaha Mie Instan Probiotik Dengan Metode Balanced Scorecard Dan Blue Ocean Strategy (Studi Kasus Pada Umkm Noodleku, Kecamatan Kedungkandang, Kota Malang)," *JEPA J. Ekon. Pertan. dan Agribisnis*, vol. 6, no. 4, pp. 1507–1519, 2022, [Online]. Available: <https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2022.006.04.25>.
- [11] Andiny, P., & Nurjannah, N. (2018). Analisis pemberdayaan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) sebagai upaya penanggulangan kemiskinan di kota langsa. *Jurnal Serambi Ekonomi dan Bisnis*, 5(1), 31-37.
- [12] Paat, R. A. A., & Sirine, H. (2023). Entrepreneurial Characteristics, Motivation and Skills as Supporting Business Success. *Jurnal Serambi Ekonomi dan Bisnis*, 6(2), 38-52.

- [13] Agustina, Y., Daud, M., Hamid, A., Mutia, R., Ambartiasari, G., Mutia, D., & Sufriadi, D. (2023). WORKSHOP KEWIRAUSAHAAN: MENUMBUHKAN JIWA ENTERPRENEURSHIP GENERASI Z DI ERA KAMPUS MERDEKA. *Jurnal Akselerasi Merdeka Belajar Dalam Pengabdian Orientasi Masyarakat (AMPOEN): Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 21-26.