

Implementasi Program Ovop melalui Pengembangan Kemasan Produk Kerupuk Tamasu di Desa Sukagalih Kecamatan Sumedang Selatan Kabupaten Sumedang

Riva Aulia¹, Riva Purnamadinah¹, Nurfitri Destiani¹, Chintia Nurul Fadya¹, Astri Siti Fatimah¹, Ari Ramdani^{1*}

¹STIA YPPT Priatim Tasikmalaya, Tasikmalaya, Indonesia

*Correspondence: dosenmuda1983@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to enhance rural development through the One Village One Product (OVOP) program, with a focus on the packaging development of tamasu crackers in Sukagalih Village, Sumedang Selatan District, Sumedang Regency. The research methodology includes problem identification, community perception gathering, and the implementation of packaging innovation programs. This innovation emphasizes increasing packaging appeal through informative and minimalist design, which is expected to expand market share and improve the profitability of SMEs. The research findings indicate that packaging development significantly enhances product competitiveness in the local market, with the potential for increased sales and sustainable income growth for business owners.

Keywords: OVOP; Packaging Innovation; Local Business Profitability.

ABSTRACT

Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan pembangunan pedesaan melalui program One Village One Product (OVOP) dengan fokus pada pengembangan kemasan produk kerupuk tamasu di Desa Sukagalih, Kecamatan Sumedang Selatan, Kabupaten Sumedang. Metode penelitian mencakup identifikasi masalah, pengumpulan persepsi masyarakat, serta pelaksanaan program inovasi kemasan. Inovasi ini berfokus pada peningkatan daya tarik kemasan melalui desain yang informatif dan minimalis, yang diharapkan dapat memperluas pangsa pasar dan meningkatkan profitabilitas UMKM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengembangan kemasan secara signifikan meningkatkan daya saing produk di pasar lokal, dengan potensi peningkatan penjualan dan pendapatan yang berkelanjutan bagi pelaku usaha.

Keywords: OVOP; Inovasi Pengemasan; Profitabilitas Bisnis Lokal.

Copyright © 2024 The Author(s): This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution ShareAlike 4.0 International (CC BY-SA 4.0)

1. Pendahuluan

Program Bergotong Royong Membangun Desa (Gotong Royong Desa Membangun Kampus) LLDIKTI Wilayah IV bertujuan untuk mendukung Sekolah Merdeka Mandiri (KMM) sebagai bagian dari tahun ke-53 Pelaksanaan Permendikbudristek. Program ini merupakan salah satu bentuk kolaborasi pentahelix, yaitu sinergi antara LLDIKTI Wilayah IV, Perguruan Tinggi di lingkungan LLDIKTI Wilayah IV, Pemerintah Daerah, dan masyarakat untuk menumbuhkan rasa memiliki dalam rangka mencapai Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGC). One Village One Product (OVOP) menjadi indikator utama keberhasilan Program Kampus Mandiri Membangun Desa Mandiri (PTMGRMD) LLDIKTI Wilayah IV. Kami fokus pada pengembangan kerupuk di Desa Sukagalih, Kabupaten Sumedang. One Village One Product (OVOP) merupakan konsep untuk mengatasi masalah sosial dan ekonomi antara daerah pedesaan dan perkotaan dengan memanfaatkan sumber

daya regional untuk menghasilkan barang yang dapat bersaing di pasar internasional dengan tetap memperhatikan biaya produksi lokal dan mendorong kemandirian (Iqbal, 2022). Masyarakat ditentukan jika masyarakat berhasil membantu memahami potensi penerapan dan memiliki rencana aksi untuk mencegah perubahan yang terjadi. Masalah kemiskinan sosial tunggal disebabkan oleh ketidaktahuan masyarakat umum tentang cara memanfaatkan potensi yang tersedia bagi mereka, atau lebih khusus lagi, bagaimana memanfaatkan potensi sumber daya air di sekitarnya. Setiap individu memiliki kemampuan dan keterampilan yang unik; satu-satunya keterbatasan adalah bahwa sumber daya yang mereka miliki tidak sepenuhnya digunakan untuk memanfaatkan peluang yang ada.

Morihiko Hiramatsu, salah seorang pendiri MITI yang menjadi gubernur pada tahun 1979, dianggap berjasa mengembangkan konsep OVOP dan melaksanakan inisiatif One Village One Product. Selama masa jabatannya, ia berfokus pada pengembangan ekonomi lokal, melaksanakan proyek pembangunan lokal, dan menetapkan harga produk lokal agar dapat bersaing dengan harga produk daerah lain. Diharapkan program OVOP ini dapat menginspirasi dan memotivasi masyarakat agar lebih kreatif dalam memanfaatkan potensi yang dimiliki. Sejak tahun 2008, pemerintah telah melaksanakan OVOP di Indonesia dengan tujuan untuk meningkatkan produksi industri skala kecil dan menaikkan pendapatan harian rata-rata global. Penerapan OVOP di Indonesia adalah untuk membawa industri kecil dan menengah ke sektor pemrosesan dalam. Dengan jumlah UMKM yang lebih banyak, mereka seharusnya dapat meningkatkan produktivitas dan pendapatan mereka sendiri. Pendorong utama pertumbuhan OVOP adalah perluasan produksi produk lokal di wilayah tersebut, terutama di daerah pedesaan. Diharapkan hal ini akan meningkatkan aktivitas bisnis penduduk desa dan mungkin memperlambat pertumbuhan ekonomi di desa.

Desa Sukagalih merupakan desa dengan potensi produksi lokal yang signifikan. Salah satu produk yang populer di desa ini adalah kerupuk tamansu. Makanan ringan yang terbuat dari terasi memiliki rasa yang sangat lezat sebagai kerupuk tamansu. Namun, meskipun jenis rambut ini sudah dikenal, masih banyak orang yang belum mengetahui kerupuk tamansu. Diharapkan kerupuk tamansu akan semakin dikenal luas. Namun, seperti yang dikatakan, produk ini tidak terlalu populer di luar.

Program "One Village One Product" (OVOP) merupakan inisiatif yang bertujuan untuk memastikan bahwa kantong teh dapat dikenal lebih luas dan dijual di pasar yang lebih luas. Penelitian terkini menunjukkan bahwa produk lokal yang dipromosikan dengan baik dapat meningkatkan perekonomian suatu wilayah.

Salah satu tujuan dari pengembangan populasi massal ini adalah untuk meningkatkan kemampuan UMKM dalam memproduksi produk kontemporer melalui pengemasan yang modern.

2. Metode Pelaksanaan

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tahapan yang melibatkan identifikasi masalah, pengumpulan persepsi masyarakat, dan pelaksanaan program inovasi kemasan. Tahap pertama melibatkan identifikasi masalah, di mana peneliti melakukan analisis terhadap kendala yang dihadapi oleh UMKM kerupuk tamansu di Desa Sukagalih, seperti proses pembuatan yang masih manual, kemasan yang kurang menarik, dan jangkauan pemasaran yang terbatas. Selanjutnya, peneliti mengumpulkan persepsi dan masukan dari masyarakat serta pelaku usaha setempat untuk memahami kebutuhan dan preferensi mereka terkait dengan pengembangan kemasan. Berdasarkan hasil identifikasi dan persepsi tersebut, peneliti kemudian merancang dan melaksanakan program inovasi kemasan yang mencakup

desain ulang kemasan dengan pendekatan minimalis dan informatif. Proses ini melibatkan beberapa kali revisi desain hingga diperoleh kemasan yang sesuai dengan karakteristik produk dan preferensi pasar.

3. Hasil dan Pembahasan

Program OVOP atau yang dikenal juga dengan One Village One Product merupakan inisiatif untuk meningkatkan pengabdian kepada masyarakat, dengan mewujudkan "One Village One Product" (satu desa satu produk) sebagai alat pemerintah untuk memperkuat dan mengembangkan perekonomian nasional. Menurut (Cahyani, 2013), konsep program OVOP di Indonesia tidak hanya untuk mendukung usaha kecil dan menengah di daerah, tetapi juga untuk meningkatkan kuantitas produk khas daerah agar dapat dikenal oleh pasar global. Kami berharap program OVOP di Indonesia dapat melahirkan bentuk-bentuk baru yang sesuai dengan kebutuhan daerah dengan berbagi ilmu dari program OVOP di negara lain. Pembangunan ekonomi berpusat pada OVOP yang sejalan dengan tujuan One Village One Superior Product Pemerintah Provinsi Jawa Barat melalui kolaborasi, inovasi, dan pemanfaatan teknologi yang tepat guna untuk kepentingan masyarakat dan Dinas Pemberdayaan (Murti & Nurchayati, 2018).

Daerah kajian yang menjadi fokus studi kasus ini merupakan salah satu dari sedikit daerah di Jawa Barat, yaitu Desa Sukagalih, Kecamatan Sumedang Selatan, Kabupaten Sumedang, yang menghasilkan produk tamansu. Penerapan OVOP di Desa Sukagalih, Kecamatan Sumedang Selatan, Kabupaten Sumedang, bertujuan untuk mendukung industri kerupuk dengan memerlukan strategi khusus yang berpegang pada prinsip OVOP dan dapat mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh industri tersebut.

Masyarakat Indonesia memiliki kecenderungan tidak mampu membeli barang mewah. Kondisi ini menjadi peluang usaha bagi industri semen untuk memproduksi berbagai jenis semen. Produk makanan ringan semakin banyak tersedia di pasaran, mulai dari tepung terigu, coklat, buah, hingga kacang-kacangan. Selain sebagai makanan pendamping, kerupuk juga langsung dijadikan camilan tambahan oleh masyarakat. Kerupuk langsung dianggap sebagai salah satu makanan ringan yang murah dan dapat dipasarkan kapan saja dan di mana saja.

Menurut Istianah (2022), kemasan kini menjadi faktor terpenting bagi pembeli saat membeli suatu produk. Namun, perkembangannya tidak hanya sekadar memenuhi kebutuhan industri, tetapi juga berfungsi sebagai komponen berharga dari produk itu sendiri. Nilai setiap produk yang tersedia di pasaran juga dapat ditingkatkan dengan menggunakan teknik pemasaran yang inovatif, kreatif, dan komunikatif. Salah satu fungsi kemasan saat ini tidak hanya untuk melindungi produk, tetapi juga berfungsi sebagai sarana komunikasi antara penjual dan pelanggan, seperti memberikan informasi tentang warna, ukuran, tanggal kedaluwarsa, dan detail lainnya. Kualitas produk merupakan faktor terpenting bagi pembeli, menurut (Istianah, 2022; Njoto, 2016), dan juga dapat berdampak signifikan pada penjualan produk itu sendiri. Salah satu cara untuk mengangkat sebuah karya seni adalah melalui desain kemasan. Salah satu cara untuk menonjolkan fitur tertentu dari suatu produk adalah melalui desain; lebih jauh lagi, desain adalah proses menciptakan merek suatu produk. Karena konsumen akan mengevaluasi produk berdasarkan berbagai faktor, termasuk produk itu sendiri, kualitasnya, desainnya, slogannya, dan identitasnya yang unik.

Fokus kajian ini secara khusus adalah pada evolusi rantai pasok bahan baku yang terbatas pada bahan baku mika putih hingga diolah sesuai standar yang disepakati oleh produsen UMKM dan desainer. Menurut Rizianiza et al. (2021), Kemasan merupakan komponen yang sangat penting bagi suatu produk. Kemasan tidak hanya berfungsi sebagai

pelindung produk, tetapi juga sebagai alat branding untuk memberikan pencerahan kepada konsumen dan membuat mereka lebih berminat untuk membeli produk. Salah satu strategi produk yang digunakan oleh produsen untuk membuat produk mereka lebih menarik, terlepas dari bentuk atau warnanya, disebut "kemasan", yang memungkinkan kualitas produk tidak pernah turun.

Pengemasan adalah proses pemotongan dan produksi wadah atau kemasan sebagai suatu produk. Pengemasan adalah proses pemotongan dan produksi kemasan, yang juga dikenal sebagai pengemasan produk. Namun, saat ini, pengemasan merupakan aspek yang sangat penting sebagai alat pemasaran (Rangkuti, 2010:132). Kemasan yang digunakan dengan tepat dapat memperkuat pasar ekuitas dan meningkatkan penjualan. Kemasan merupakan fitur produk pertama yang ditemui pembeli dan memiliki kemampuan untuk meyakinkan atau menghalangi pembeli. Produsen produk biasanya melakukan pengembangan produk untuk memenuhi harapan konsumen terkait pembelian barang (Susetyasari T, 2012).

Dewasa ini, dengan semakin majunya teknologi dan kebutuhan manusia yang semakin meningkat yang berdampak pada konsumsi, harga barang pun menjadi semakin mahal. Banyak produk yang menggunakan kemasan yang menarik untuk menambah daya tarik yang dirasakan oleh pembeli. Beberapa industri, baik perikanan maupun non perikanan, saat ini tengah gencar untuk menyediakan tepung ikan yang berkualitas tinggi. Namun berbeda dengan industri manufaktur skala kecil dan usaha mikro di Indonesia, terutama yang berada di wilayah pesisir dan skala kecil (Darmawan, 2017). UMKM menengah menggunakan konsep desain kemasan yang sederhana dan tidak menarik. Orang yang sederhana. Menurut pernyataan tersebut, usaha kecil menengah maupun usaha rumahan di Indonesia sangat penting dalam mempromosikan konten lokal dan meningkatkan pendapatan daerah.

Desa Sukagalih, Kecamatan Sumedang Selatan, Kabupaten Sumedang Selatan mempunyai salah satu produk unggulan berbahan dasar terasi dan tepung terigu yaitu kerupuk Tamusu. Pelaku UMKM kerupuk tamusu di daerah ini adalah pelaku usaha mikro atau sektor informal rumah tangga (IRT). Wirausahawan rumahan yang pendapatan masyarakat setempat tumbuh positif ditambah dengan berkembangnya industri rumah tangga kerupuk tamusu. Sebagai salah satu makanan tradisional, kerupuk tamusu memiliki potensi yang cukup besar untuk dikembangkan karena bahan bakunya sederhana dan tidak menggunakan pewarna atau bahan tambahan lainnya. Salah satu cara untuk meningkatkan produksi tamusu adalah dengan memaksimalkan pengolahan, pengemasan, dan pemasaran agar masyarakat luas mengenalnya.

Menurut Nugrahani (2015), Persoalan permodalan bukanlah satu-satunya faktor yang mempengaruhi pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Para pelaku usaha kecil juga memperhatikan pengemasan produk mereka. Produk industri besar yang mapan dalam hal pembiayaan dan mapan dalam strategi pemasaran kalah bersaing dengan UMKM. Strategi memegang kendali sangat penting dalam keberhasilan penjualan kembali produk di masyarakat, namun masih banyak UMKM yang belum menyadari hal tersebut. Para pelaku UMKM juga menyadari bahwa konsumen masih berjualan tanpa adanya kegiatan promosi terhadap produk yang dihasilkan.

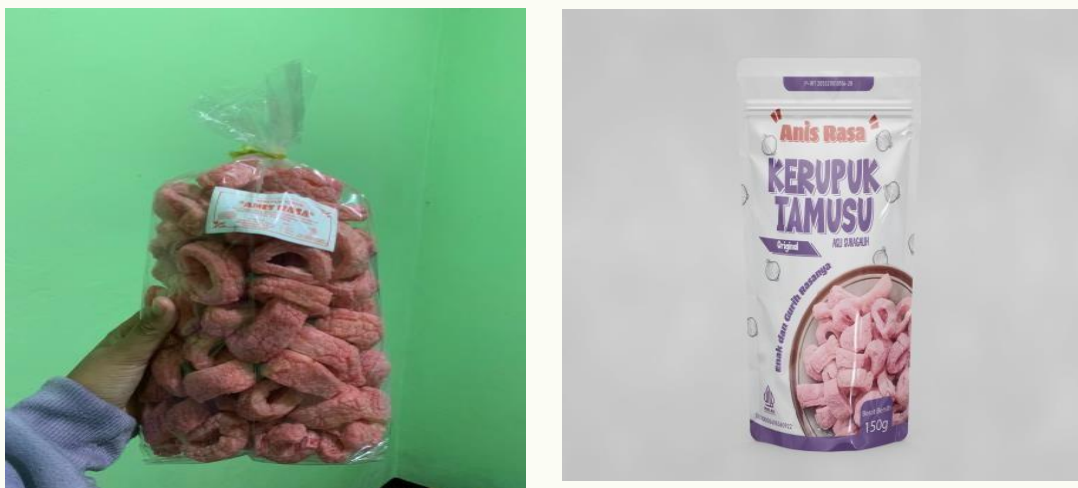
Persoalan permodalan bukanlah satu-satunya faktor yang mempengaruhi pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Para pelaku usaha kecil juga memperhatikan pengemasan produk mereka. Produk industri besar yang mapan dalam hal pembiayaan dan mapan dalam strategi pemasaran kalah bersaing dengan UMKM. Strategi memegang kendali sangat penting dalam keberhasilan penjualan kembali produk di masyarakat, namun masih banyak UMKM yang belum menyadari hal tersebut. Para pelaku

UMKM juga menyadari bahwa konsumen masih berjualan tanpa adanya kegiatan promosi terhadap produk yang dihasilkan (Avrianto, et al., 2022).

Kemasan adalah cara suatu produk, yang sekarang menjadi wadah bagi konsumen, melindungi produk yang dikemas dari penumpukan, pengaruh cuaca, dan hal-hal yang tidak diinginkan. Selain itu, kemasan memberikan informasi dan kejelasan serta berfungsi sebagai media pelaporan dengan kecerdasan yang sudah ada sebelumnya yang tersedia untuk memudahkan pembacaan, penglihatan, dan pemahaman.

Dalam pengabdian kepada masyarakat ini, kemasan kerupuk tamasu memiliki ciri khas yaitu mampu menerapkan prinsip minimalis dan memberikan infografis yang jelas dan ringkas sehingga kemasan dapat berfungsi sebagai media informasi dan memberikan perspektif yang berbeda dari kompetitornya. Dengan tampilan kemasan yang lebih halus, produk keramik ini diharapkan dapat dengan mudah ditangani dan dipadukan dengan produk keramik atau ubin lainnya.

Metode pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan terhadap kemasan produk adalah dengan membuat desain baru pada kemasan dan logo yang sebelumnya masih terbatas pada kertas biasa dengan stiker sebagai identitas nama produk.



Gambar 1. Foto sebelum dan sesudah pengembangan Kemasan Kerupuk Tamasu

Hasil ini sudah mulai memengaruhi para pekerja industri Kerupuk Tamasu, karena metode produksi tradisional mereka sudah tidak mampu lagi bersaing dengan metode produksi baru yang lebih modern. Meskipun demikian, informasi lebih lanjut dari pemilik usaha sendiri masih diperlukan untuk mengembangkan kemasan baru untuk produk tersebut

4. Kesimpulan

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan dalam bentuk pembinaan kewirausahaan bagi UMKM Kerupuk Tamasu “Anis Rasa” di Desa Sukagalih berhasil meningkatkan daya saing produk melalui inovasi kemasan. Pengembangan kemasan baru yang lebih menarik dan informatif tidak hanya meningkatkan penjualan, tetapi juga memperluas jangkauan pasar produk lokal. Program ini menunjukkan bahwa inovasi kemasan merupakan faktor kunci dalam meningkatkan nilai tambah produk UMKM dan berkontribusi pada pembangunan ekonomi lokal. Penelitian lebih lanjut disarankan untuk mengeksplorasi pengaruh jangka panjang dari inovasi kemasan terhadap keberlanjutan usaha mikro di daerah pedesaan.

5. Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada LLDIKTI Wilayah IV, Pemerintah Kabupaten Sumedang, STIA YPPT Priatim Tasikmalaya, serta Pihak Desa yang telah memberikan kesempatan untuk terselenggaranya kegiatan Pengembangan Kemasan Produk Kerupuk Tamusu.

Daftar Pustaka

- Avrianto, A. R., Lukitasari, E. H., & Yulianto, A. (2022). Desain Kemasan “Nyamil” Klaten. *Jurnal Kemadha*, 12(2), 176-194.
- Cahyani, R. R. (2013). Pendekatan One Village One Product (OVOP) Untuk Meningkatkan Kreativitas UMKM Dan Kesejahteraan Masyarakat. *Sustainable Competitive Advantage (SCA)*, 3(1). <http://jp.feb.unsoed.ac.id/index.php/sca-1/article/viewFile/249/254>.
- Darmawan, D. (2017). Pengaruh Kemasan Dan Harga Terhadap Keputusan. *Jurnal Agrimas*, 1(1), 1-10.
- Istianah, R. (2022). Pengembangan Desain Kemasan Produk Makanan Merek Krispy Yammy Babeh. *Jurnal Seni Dan Desain Serta Pembelajarannya*, 4(1), 33-44. <https://ejournal.upi.edu/index.php/irama/article/download/49133/19959>.
- Murti, N., & Nurchayati, Z. (2018). Pkm Business Group of Aneka Kripik Durian Village Karanggupito and Aneka Kripik Mawar Village Business Group, Karangrejo, Kecamatan Kendal Kabupatean Ngawi, East Java Province Through Ovop Economic-Based Community Empowerment (One Village One Product). *Seminar Nasional Sistem Informasi*, 2(1), 1314-1321.
- Njoto, T. K. (2016). Pengaruh Desain Kemasan, Cita Rasa dan Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Bumi ANugerah. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 1(4), 455-463. <https://journal.uc.ac.id/index.php/performa/article/download/222/205>
- Nugrahani, R. (2015). Peran desain grafis pada label dan kemasan produk makanan umkm. *Imajinasi: Jurnal Seni*, 9(2), 127-136.
- Rizianiza, I., Mungil, D., & Idhil, A. (2021). Peningkatan Pemahaman Tentang Kemasan Pada UMKM Pengolah Rumput Laut. *Jurnal ABDINUS: Jurnal Pengabdian Nusantara*, 5(1), 144-152. <https://doi.org/10.29407/ja.v5i1.14505>.
- Susetyasari T. (2012). Kemasan Produk Ditinjau Dari Bahan Kemasan, Bentuk Kemasan Dan Pelabelan Pada Kemasan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Minuman Mizone di Kota Semarang. *Jurnal STIE Semarang*, 4(3), 19-28. <https://media.neliti.com/media/publications/132997-ID-kemasan-produk-ditinjau-dari-bahan-kemas.pdf>.