Vol. 2, No. 1 Januari 2022, Hal. 235-242 DOI: https://doi.org/10.54082/jamsi.224

Strategi Pengembangan Usaha Produk Dangkrik di Dusun Kulubanyu, Kabupaten Mojokerto

Budi Bowo Leksono*1, Rediyanto Putra²

^{1,2}Akuntansi, Fakultas Ekonomika & Bisnis, Universitas Negeri Surabaya, Indonesia *e-mail: budibowo10@gmail.com, rediyantoputra@unesa.ac.id²

Ahstrak

Melimpahnya pisang di Dusun Kulubanyu dapat dimanfaatkan untuk membuat produk keripik pisang dengan beberapa varian rasa. Pengabdian ini dilakukan untuk membantu mengembangkan produk Dangkrik agar memiliki kelangsungan yang baik. Demi kelangsungan usaha tersebut dan agar produk tersebut dapat bersaing di pasaran, diperlukan upaya pengembangan usaha. Salah satu upaya yang dapat dilakukan dalam pengembangan usaha adalah dengan inovasi produk. Inovasi produk diharapkan mampu memiliki keunggulan dan bersaing dengan produk di pasar. Inovasi produk yang dilakukan berdasarkan hasil evaluasi dan saran yang diberikan oleh konsumen. Kemudian hasil evaluasi dan saran tersebut digunakan sebagai dasar untuk memunculkan ide-ide dalam pengembangan usaha produk Dangkrik. Metode yang digunakan dalam pengabdian ini adalah dengan sosialisasi pembuatan produk, evaluasi kelebihan dan kekurangan produk, dan pengembangan inovasi produk. Hasil menunjukkan terdapat varian yang kurang diminati oleh konsumen, selain itu konsumen juga kurang menyukai desain kemasan produk. Varian yang paling diminati adalah varian coklat, sedangkan varian yang kurang diminati adalah varian salju. Sehingga, varian yang kurang diminati tersebut tidak diproduksi dan diganti dengan varian yang lebih diminati oleh konsumen. Kemudian, desain kemasan produk diperbarui menjadi lebih menarik. Diharapkan dengan adanya inovasi akan membuat produk ini dapat bersaing dengan produk lain dan memiliki kelangsungan usaha yang baik pula. Berdasarkan hasil pengabdian, dapat disimpulkan bahwa pengembangan usaha produk Dangkrik dilakukan dengan membuat inovasi produk dan memperbarui kemasan produk.

Kata kunci: Inovasi Produk, Keripik Pisang, Pengembangan Usaha

Abstract

The abundance of bananas in Kulubanyu Hamlet can be used to make banana chips with several flavors. This service is carried out to help develop Dankrik products so that they have good continuity. For the sake of business continuity and so that these products can compete in the market, business development efforts are needed. One of the efforts that can be made in business development is product innovation. Product innovation is expected to be able to have advantages and compete with products in the market. Product innovations are carried out based on the results of evaluations and suggestions given by consumers. Then the results of the evaluation and suggestions are used as the basis for generating ideas in developing the Dankrik product business. The method used in this service is to socialize product manufacture, evaluate product advantages and disadvantages, and develop product innovation. The results show that there are variants that are less attractive to consumers, besides that consumers also do not like the product packaging design. The most desirable variant is the chocolate variant, while the least desirable is the snow variant. Thus, the less desirable variant was not produced and replaced with a more desirable variant by consumers. Then, the product packaging design was updated to be more attractive. It is hoped that the innovation will make this product able to compete with other products and have good business continuity as well. Based on the results of the dedication, it can be concluded that the business development of Dankrik products is carried out by making product innovations and updating product packaging.

Keywords: Banana Chips, Business Development, Product Innovation

1. PENDAHULUAN

Di masa sekarang ini pekerjaan menjadi hal yang sangat diburu oleh berbagai elemen masyarakat. Namun, di zaman seperti saat ini, mencari pekerjaan bukanlah hal yang mudah. Hal ini dikarenakan jumlah lowongan pekerjaan yang ditawarkan tidak sebanding dengan jumlah penduduk usia kerja yang ada di Indonesia. Hal inilah yang menyebabkan tinggi nya tingkat

pengangguran yang ada di Indonesia. Perlu adanya pemahaman dan opsi alternatif bagi para masyarakat agar tidak hanya berfokus mencari lowongan pekerjaan yang ditawarkan. Salah satu hal yang bisa dilakukan adalah dengan membuat sebuah usaha atau bisnis. Usaha atau bisnis bisa menjadi alternatif disaat lapangan pekerjaan semakin sulit untuk didapatkan. Bahkan dengan membuka sebuah usaha justru dapat membuka lapangan pekerjaan bagi orang lain. Namun, usaha yang baik adalah usaha yang dapat tumbuh dan berkembang lebih baik setiap tahunnya (Malinda et al., 2019). Tumbuh dan berkembangnya usaha merupakan sebuah indikasi usaha tersebut berjalan dengan baik (Nurranto, 2019). Maka dari itu, perlu adanya pengembangan dalam setiap usaha yang dijalankan agar usaha atau bisnis tersebut dapat tumbuh dan berkembang lebih besar.

Pengembangan usaha sangat penting bagi kelangsungan sebuah usaha. Suatu usaha dapat tetap eksis bertahan ketika usaha tersebut mampu beradaptasi dengan tren maupun perkembangan yang sedang terjadi. Penting bagi suatu bisnis untuk memperhatikan tren dan perkembangan yang muncul di kalangan masyarakat yang akan mengarah pada penguatan keunggulan bersaing bisnis tersebut (Andi Trivawan & Fitria, 2019). pengembangan usaha perlu dijalankan bagi kemajuan suatu usaha. Karena dengan adanya pengembangan usaha tersebut akan didapatkan hasil produk baru yang lebih berkualitas dari produk sebelumnya, yang tentunya akan berdampak pada penjualan produk tersebut. Pengembangan usaha yang dilakukan dapat mengurangi risiko dari produk tersebut, selain itu juga untuk bertahan dari para pesaing yang ada serta dapat meningkatkan keuntungan (Lubis, 2018). Salah satu hal yang dapat dilakukan dalam pengembangan usaha ini adalah evaluasi terhadap hasil produk yang telah dibuat. Dengan evaluasi produk tersebut akan diperoleh kelebihan dan kekurangan dari produk tersebut. Sehingga, dengan mengetahui kekurangan produk tersebut akan berguna untuk pembuatan produk kedepannya agar menjadi lebih baik dan lebih berkualitas. Dengan produk yang lebih berkualitas tersebut tentu akan menghasilkan keuntungan yang maksimal pula, sehingga dengan keuntungan tersebut dapat digunakan kembali untuk operasional maupun untuk proses pengembangan usaha yang lebih maksimal.

Pengembangan usaha dapat dilakukan dengan berbagai cara seperti melakukan pemasaran yang tepat ataupun dengan membuka cabang baru. Selain itu pengembangan usaha juga dapat dilakukan dengan melakukan inovasi pada produk yang dihasilkan. Suatu produk perlu diperbarui seiring berjalannya waktu. Maka dari itu, diperlukan adanya inovasi produk untuk menyesuaikan dengan tren maupun perkembangan yang ada di kalangan masyarakat. Diharapkan dengan adanya inovasi produk ini akan membuat usaha tersebut menjadi lebih dikenal dan dapat bertahan untuk jangka waktu yang lama. Selain itu, kesamaan produk dengan pesaing lainnya pun juga dapat menjadi suatu faktor pendorong untuk adanya inovasi dari suatu produk. Karena dengan adanya inovasi produk tersebut akan membuat produk memiliki keunggulan dan perbedaan dibandingkan dengan produk pesaing sejenis. Sehingga dengan perbedaan dan keunggulan produk tersebut diharapkan dapat menarik konsumen untuk membeli dan menggunakan produk tersebut. Jika suatu produk memiliki kelebihan dibanding produk lainnya maka konsumen akan melihatnya sebagai nilai tambah di mata konsumen yang dapat membuat konsumen menggunakan produk tersebut (Dewi, 2016).

Dusun Kulubanyu merupakan sebuah dusun yang berada di wilayah Kabupaten Mojokerto, Jawa Timur. Dusun ini letaknya berada di lereng pegunungan. dusun ini memiliki potensi yang cukup besar utamanya pada hasil perkebunan yang cukup melimpah. Sehingga dengan adanya potensi ini sudah seharusnya dapat dimanfaatkan dengan baik oleh penduduk sekitar. Salah satu hasil perkebunan yang cukup melimpah tersebut adalah pisang. Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Mojokerto, produksi pisang tahun 2019 mencapai 15.691,6 ton. Namun, hasil perkebunan berupa pisang yang cukup melimpah tersebut kurang dapat dimaksimalkan oleh penduduk sekitar. Kebanyakan lahan perkebunan yang ada di dusun tersebut diolah dan dikelola oleh para orang tua yang ada di Dusun Kulubanyu, sedangkan kebanyakan para kaum muda di dusun tersebut bekerja sebagai karyawan atau pegawai kantor. Pisang tersebut tidak diolah menjadi produk baru namun penduduk Dusun Kulubanyu langsung menjual pisang kepada tengkulak. Bahkan terkadang pisang tersebut tidak laku terjual sehingga menyebabkan pisang menjadi busuk dan dibuang. Padahal pisang tersebut seharusnya dapat

dimaksimalkan dengan diolah menjadi sebuah produk yang lebih menarik sehingga dapat menjadi suatu produk yang memiliki nilai jual lebih tinggi. Namun, kurangnya edukasi dan pemahaman membuat penduduk Dusun Kulubanyu kurang dapat memaksimalkan hasil budidaya yang cukup melimpah tersebut.

Pengabdian yang dilakukan ini untuk membantu penduduk Dusun Kulubanyu dalam memanfaatkan dan mengembangkan hasil perkebunan berupa pisang tersebut menjadi sebuah produk yang lebih bernilai. Hasil perkebunan berupa pisang tersebut akan diolah menjadi sebuah camilan yang lebih bernilai tinggi berupa keripik pisang dengan diberi varian rasa. Produk tersebut dikenal dengan nama Dangkrik "Gedhang Kripik". Produk keripik pisang ini dipilih karena proses pembuatan nya yang cukup mudah dan bahan-bahan yang digunakan mudah didapat. Untuk perkembangan dan kemajuan produk Dangkrik ini tentu dibutuhkan pula adanya pengembangan produk. Maka dari itu, untuk membuat produk Dangkrik tersebut tetap bersaing dengan produk pesaing lainnya perlu dilakukan pula pengembangan usaha pada produk ini. Salah satu pengembangan yang dilakukan adalah melalui inovasi produk Dangkrik.

2. METODE

Produk Dangkrik dihasilkan oleh penduduk di Dusun Kulubanyu, Kabupaten Mojokerto. Produk ini diolah dengan menggunakan bahan dasar pisang yang diperoleh dari hasil perkebunan milik warga setempat. Dalam mengembangkan produk dan usaha ini berdasarkan pada hasil evaluasi dari produksi produk Dangkrik sebelumnya. Metode yang digunakan diawali dengan sosialisasi pembuatan produk. Setelah proses produksi dilakukan evaluasi terhadap produk Dangkrik, baik dari segi produk, hasil penjualan, maupun saran-saran yang diberikan oleh para konsumen. Kemudian setelah dilakukan evaluasi, maka hal tersebut dapat menjadi acuan dan dasar untuk membuat keputusan dalam mengembangkan produk ini. Sehingga, berdasarkan evaluasi tersebut dapat diperoleh ide-ide maupun inovasi-inovasi dalam mengembangkan produk Dangkrik agar produk ini menjadi lebih baik dan lebih berkualitas.



Gambar 1. Metode Kegiatan

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dusun Kulubanyu merupakan sebuah dusun yang berada di Desa Tawangrejo Kecamatan Jatirejo Kabupaten Mojokerto, Jawa Timur. Dusun ini terletak di selatan Kabupaten Mojokerto dan berbatasan dengan Kabupaten Jombang di sebelah barat, Kota Batu di sebelah selatan, Desa Lebak Jabung di sebelah utara dan Desa Rejosari di sebelah timur. Dusun Kulubanyu terdiri dari 1 Rukun Warga (RW) dan 3 Rukun Tetangga (RT). Jumlah penduduk di Dusun Kulubanyu ini terdapat sekitar 292 orang. Dengan 155 orang diantaranya berjenis kelamin laki-laki, sedangkan penduduk berjenis kelamin perempuan sejumlah 137 orang. Kebanyakan penduduk di dusun ini memiliki pendidikan hanya sampai tamat Sekolah Dasar (SD), yakni sejumlah 33,22 % dari total penduduk di dusun tersebut atau sejumlah 97 orang. Hal ini cukup wajar karena di dusun ini hanya terdapat 1 Sekolah Dasar (SD) dan tidak memiliki Sekolah Menengah Pertama (SMP). Sehingga sebagian besar penduduk di dusun ini hanya mengenyam pendidikan hingga tingkat Sekolah Dasar (SD) saja. Sebagian besar penduduk di

dusun ini memiliki mata pencaharian sebagai petani atau pekebun dan juga mengurus rumah tangga mereka. Selain itu, letak dusun ini juga berada di lereng Pegunungan Anjasmoro. Karena letaknya berada di lereng pegunungan, maka sebagian besar penduduk nya melakukan kegiatan sehari-harinya dengan bertani ataupun berkebun. Hasil pertanian dan perkebunan yang terdapat di dusun ini cukup beragam seperti padi, tebu, jagung, dan beragam buah pisang, durian, coklat, nangka, dan lain-lain. Selain itu, juga terdapat hasil rempah-rempah seperti merica, ketumber, dan kemiri. Dengan potensi hasil perkebunan yang cukup melimpah seperti pisang tersebut dapat digunakan untuk mengembangkan produk kripik pisang Dangkrik.

3.1. Sosialisasi Pembuatan Produk

Kegiatan pengabdian ini diawali dengan sosialisasi pembuatan produk Dangkrik. Dalam sosialisasi ini memberikan gambaran bagaimana produk ini dibuat, sehingga penduduk dapat membuat produk Dangkrik ini dengan baik. Selain itu, dalam sosialisasi ini juga memberikan informasi sederhana tentang bagaiamana kelangsungan usaha Dangkrik. Produk dangkrik ini merupakan camilan kripik pisang yang diberi beberapa varian rasa. Jenis pisang yang digunakan dalam produk dangkrik adalah pisang raja. Pisang raja tersebut diperoleh dari hasil perkebunan pisang milik warga di Dusun Kulubanyu tersebut. Dalam produksi pertama, produk ini akan mengusung 4 varian rasa. Varian rasa tersebut antara lain keju, coklat, salju dan balado. Hasil yang didapatkan dari sosialiasi pembuatan produk Dangkrik adalah penduduk dapat membuat produk dengan baik. Penduduk Dusun Kulubanyu juga begitu antusias dengan adanya sosialisasi tersebut. Karena menurut mereka, sosialisasi tersebut dapat memberikan wawasan untuk memulai berwirausaha. Sosialisasi pembuatan produk Dangkrik tersebut dapat dilihat pada gambar di bawah ini.



Gambar 2. Sosialisasi Pembuatan Produk Dangkrik

3.2. Evaluasi dan Analisis SWOT Produk

Secara keseluruhan produk dangkrik ini cukup laku terjual dan cukup diminati oleh para konsumen. Para konsumen senang dengan produk ini karena kualitas produk yang cukup memuaskan. Mereka menyebut produk ini memiliki keunggulan dibanding produk sejenis lainnya, utamanya karena produk kripik pisang ini disebut gurih dan nikmat serta memiliki beberapa varian rasa yang semakin menambah kelezatan produk ini. Berikut merupakan table tingkat kepuasan konsumen.

Tabel 1. Tingkat Kepuasan Konsumen Produk Dangkrik

Taber 1: Tinghat Hepaasan Honsamen Troaan Bangin In	
Keterangan	Jumlah Konsumen
Sangat Puas	30
Cukup Puas	128
Puas	74
Kurang Puas	22

Namun, masih terdapat beberapa catatan pula yang dipaparkan oleh para konsumen. Para konsumen kurang menyukai varian rasa salju dan kemasan produk yang dianggap kurang praktis dan efisien. Para konsumen ini berharap agar kekurangan tersebut dapat diperbaiki agar

semakin banyak konsumen yang membeli produk ini. Berdasarkan hal tersebut, dapat menjadi analisis SWOT bagi produk Dangkrik. Berikut merupakan analisis SWOT yang dimiliki oleh produk Dangkrik ini (Tabel 2).

Tabel 2. Analisis SWOT Produk Dangkrik

SWOT	Analisis Produk Dangkrik
Strenght	Keripik yang gurih
	 Memiliki beberapa varian rasa
Weakness	 Varian rasa salju kurang diminati oleh konsumen
	 Kemasan produk kurang praktis dan efisien
Opportunity	 Memperbarui varian rasa
	 Memperbaiki kemasan produk
Treat	 Kalah saing dengan produk pesaing lainnya
	 Produk ditiru oleh pesaing lainnya

Dari analisis SWOT yang telah didapatkan tersebut, terdapat beberapa solusi yang bisa diterapkan untuk kemajuan produk ini. Solusi yang pertama adalah dengan melakukan inovasi-inovasi yang berbeda dibanding dengan produk sebelumnya. Inovasi ini akan menjadi nilai tambah bagi produk tersebut agar tidak kalah saing dengan produk lainnya. Solusi yang kedua adalah dengan mengganti varian rasa yang kurang diminati dengan varian rasa yang disukai oleh masyarakat saat ini. Varian rasa yang diminati konsumen tentu akan membuat penjualan produk ini semakin meningkat. Kemudian solusi yang ketiga adalah dengan memperbaiki kemasan produk agar menjadi lebih praktis dan efisien. Kemasan produk yang kurang praktis dan efisien menjadi salah satu keluhan yang disebutkan oleh konsumen.

Adanya respon yang cukup positif dari para konsumen dan juga beberapa catatan yang diajukan semestinya dapat menjadi cara atau langkah yang akan diambil untuk produksi kedepannya. Dengan penilaian dan evaluasi dari konsumen tersebut diharapkan dapat menjadi acuan bagi produk dangkrik ini untuk terus berkembang dan berinovasi.

Berdasarkan hasil penjualan produk dangkrik pun dapat diketahui jika varian rasa salju kurang diminati oleh para konsumen. Dalam laporan hasil penjualan produk dangkrik tercatat varian coklat menempati urutan teratas dalam hasil penjualan produk tersebut. Hasil penjualan produk Dangkrik tersebut tertera pada table di bawah ini. Berikut merupakan hasil penjualan produk Dangkrik.

Tabel 3. Penjualan Produk Dangkrik

Tabel 5: 1 enjadian 1 rodak bangki ik	
Varian Rasa	Terjual
Coklat	96 pcs
Balado	82 pcs
Keju	79 pcs
Salju	59 pcs

Dangkrik varian salju ini merupakan keripik pisang yang diberi varian rasa butiran gula halus. Varian ini menjadi varian yang paling sedikit diminati oleh konsumen. Hal ini diperkuat melalui testimoni yang diberikan oleh para konsumen yang menyatakan jika varian salju ini kurang disenangi oleh konsumen. Selain itu dari segi kemasan juga mendapat perhatian dari para konsumen. Mereka tidak menyukai kemasan dangkrik ini karena menurut mereka kemasan tersebut kurang praktis dan juga di kemasan tersebut masih menggunakan staples dalam pengemasan produk tersebut. Sehingga para konsumen mengharapkan kemasan dangkrik yang lebih baik serta lebih menarik.

Berdasarkan hasil penjualan produk dan testimoni para konsumen didapatkan beberapa evaluasi mengenai produk dangkrik ini. Beberapa evaluasi tesebut antara lain adalah kurang diminatinya produk dangkrik varian salju, kemasan produk yang kurang menarik, dan masih terdapat staples dalam pengemasan produk tersebut yang menurut beberapa konsumen lebih

baik jika dihilangkan. Sehingga dari evaluasi tersebut menjadi dasar bagi pelaku usaha dangkrik ini dalam mengembangkan produknya tersebut. Hasil evaluasi tersebut diperoleh dari testimoni para konsumen. Testimoni para konsumen tersebut dapat dilihat pada gambar di bawah ini.



Gambar 3. Testimoni Para Konsumen

3.3. Pengembangan Inovasi Produk

Setelah mengetahui evaluasi terhadap produk tersebut maka akan dilakukan perbaikan agar produk dangkrik ini lebih baik lagi kedepannya. Karena dangkrik varian salju kurang diminati oleh para konsumen maka produk dangkrik varian salju tersebut tidak akan diproduksi lagi. Sebagai gantinya, produk dangkrik varian salju tersebut akan coba diganti dengan varian rasa lain yang lebih diminati oleh para konsumen. Dalam proses penentuan varian rasa yang baru tersebut, dilakukan riset untuk melihat perkembangan tren yang ada di kalangan masyarakat. Riset dan perkembangan tren yang ada di kalangan masyarakat ini diharapkan dapat memunculkan solusi dan ide untuk membuat produk dangkrik dengan varian rasa baru yang diminati oleh para konsumen. Dalam perkembangannya, terdapat tren yang berkembang di kalangan masyarakat yang menunjukkan jika terdapat beberapa varian rasa yang diminati oleh para konsumen. Beberapa varian rasa yang diminati tersebut seperti varian rasa matcha, taro, dan strawberry. Varian-varian tersebut telah digunakan dalam beberapa produk makanan lainnya dan mendapat respon yang positif dari masyarakat. Oleh karena itu, produk dangkrik akan mencoba ketiga varian rasa tersebut sebagai pengganti varian rasa salju yang kurang diminati oleh para konsumen. Sehingga, produk Dangkrik ini akan memiliki total 6 varian rasa yang terdiri dari 3 varian rasa sebelumnya dan 3 varian rasa terbaru. Keenam varian rasa tersebut adalah balado, keju, coklat, matcha, taro, dan strawberry. Diharapkan dengan adanya ketiga varian rasa yang baru tersebut dapat menarik konsumen untuk mencoba dan membeli produk dangkrik ini. Terlebih melihat tren yang berkembang di masyarakat yang menunjukkan jika ketiga varian rasa tersebut cukup diminati oleh masayarakat. Produk dangkrik varian baru ini juga dapat dikatakan sebagai sebuah terobosan terbaru. Hal ini dikarenakan karena produk dangkrik ini memiliki keunikan yang memadukan antara kripik pisang yang gurih dan nikmat dengan rasa matcha, taro, dan strawberry yang disukai oleh kebanyakan konsumen. Tidak hanya varian rasa saja yang ditambah, namun kemasan produk juga diperbarui. Kemasan produk Dangkrik menggunakan kemasan Plastic Standing Pouch. Berikut merupakan kemasan Plastic Standing Pouch produk Dangkrik.



Gambar 4. Kemasan Plastic Standing Pouch Produk Dangkrik

Inovasi pada produk dangkrik ini tidak hanya pada rasa yang akan diperbarui. Inovasi ini juga akan meliputi pada kemasan produk dangkrik ini. Seperti keluhan yang telah disampaikan oleh para konsumen, maka kemasan produk ini pun tak luput dari pembaruan. Kemasan yang akan diperbarui ini menggunakan plastik kemasan standing/plastic standing pouch. Kemasan ini merupakan jenis kemasan yang bentuknya hampir menyerupai kantung dan merupakan kemasan yang dapat berdiri. Sehingga dengan kemasan ini akan lebih mudah dan praktis dalam penempatan produk. Selain itu dalam kemasan ini juga terdapat penutup berbentuk zipper yang dapat dibuka dan ditutup dengan mudah dan cepat. Adanya penutup berbentuk zipper ini juga akan mempermudah ketika ingin mengambil produk dalam kemasan dan juga menyimpannya kembali tanpa merusak kemasan tersebut. Plastik kemasan standing/plastic standing pouch ini juga memiliki bentuk yang modern yang diminati oleh para konsumen. Kemasan ini terbuat dari bahan dasar yang kedap udara dan dapat menjaga produk dari kerusakan yang dapat disebabkan oleh sinar matahari. Sehingga dengan kemasan ini akan dapat menjaga produk agar tetap baik kualitasnya. Kemasan yang digunakan ini merupakan kemasan plastic standing pouch yang transparan. Pemilihan kemasan yang transparan ini dipilih agar para konsumen dapat melihat langsung kualitas produk dangkrik. Selain itu, kemasan yang transparan tersebut juga akan menarik perhatian para konsumen dan semakin memperindah tampilan produk dangkrik ini. Selain memperbarui kemasan produk, ditambahkan pula stiker produk Dangkrik. Berikut merupakan stiker produk Dangkrik.



Gambar 5. Stiker Produk Dangkrik

Produk dangkrik juga melakukan inovasi pada produknya selain inovasi pada rasa dan kemasan. Inovasi lainnya adalah dengan menambahkan stiker pada kemasannya. Stiker ini menggunakan jenis *art paper*. Stiker jenis ini dipilih karena hasil cetaknya yang mengkilap, cerah dan berkualitas. Stiker jenis ini juga tidak mudah robek, tidak mudah rusak dan tidak mudah luntur. Sehingga tidak perlu khawatir jika tulisan atau informasi dalam stiker tersebut tidak terbaca. Stiker pada kemasan ini berisi informasi seputar produk dangkrik seperti nama produk, varian rasa produk, komposisi produk, dan gambar animasi pisang yang semakin memperindah penampilan kemasan dangkrik. Stiker ini dibuat sebagus dan sekreatif mungkin sehingga dapat menarik perhatian para konsumen dan juga adanya stiker ini juga akan memberikan informasi yang diperlukan mengenai produk dangkrik ini.

Berdasarkan hasil pelaksanaan pengabdian, pengembangan yang dilakukan untuk produk Dangkrik sesuai dengan hasil penelitian dari (Afridhal, 2017) dan (Soleh, 2017). Dalam kedua penelitian tersebut pengembangan usaha yang dilakukan adalah dengan melakukan pengembangan produk dan memperluas jaringan pemasaran. Inovasi produk tersebut dilakukan karena produk yang ada masih memiliki kesamaan dengan produk lain atau bisa dikatakan kurangnya inovasi terhadap produk. Berdasarkan hasil pengabdian yang telah dilakukan, diketahui bahwa inovasi produk menjadi hal yang penting bagi kelangsungan usaha Dangkrik. Inovasi tersebut dilakukan dengan mempertimbangkan masukan dari konsumen. Diharapkan dengan adanya inovasi produk Dangkrik akan membuat produk ini semakin diminati dan banyak terjual di pasaran.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan yang telah dilakukan, bahwa strategi pengembangan produk Dangkrik meliputi inovasi produk, dan kemasan produk. Inovasi produk yang dihasilkan adalah Dankrik dengan 6 varian rasa yaitu coklat, balado, keju, matcha, taro, dan strawberry. Inovasi kemasan produk, menggunakan kemasan *Plastic Standing Pouch* dan ditambahkan stiker pada kemasan.

DAFTAR PUSTAKA

- Afridhal, M. (2017). Muhammad Afridhal. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 223–233.
- Andi Triyawan, A., & Fitria, A. (2019). Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Umkm Moeslem Square Ngawi. *Al-Intaj: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, *5*(1), 44. https://doi.org/10.29300/aij.v5i1.1708
- Badan Pusat Statistik. (2020). https://mojokertokab.bps.go.id/subject/54/perkebunan.html#subjekViewTab5
- Dewi, S. T. (2016). Analisis Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran (Studi pada Industri Batik di Kota dan Kabupaten Pekalongan). *Ekonomi Dan Bisnis*, 80. https://core.ac.uk/download/pdf/11715776.pdf
- Lubis, I. M. (2018). STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PENANGKAPAN IKAN BAUNG (Mystus Nemurus) DI KABUPATEN LABUHANBATU SELATAN. *Tesis Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Sumatera Utara*. https://www.usu.ac.id/id/fakultas.html
- Malinda, W. O. R. M., Purnawati, N. E., & Nurjannah. (2019). Pelaksanaan Fungsi Manajemen Dalam Pengembangan Usaha Pada Sentra Kerajinan Nentu Mekar Baru (Bumdes) Di Desa Korihi Kecamatan Lohia Kabupaten Muna. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 4(1), 1–11. http://ojs.uho.ac.id/index.php/BUSSINESUHO/article/view/8236/6007
- Nurranto, H. (2019). TINGKAT INOVASI SEBAGAI STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ilmu Pendidikan dan Pengetahuan Sosial, Universitas Indraprasta PGRI. 11(1), 1–15.
- Sajikose. (2017). https://tawangrejo.wordpress.com/2017/02/26/monografi-desa/#more-412 Soleh, A. (2017). Strategi Pengembangan Potensi Desa. *Jurnal Sungkai*, *5*(1), 35–52.

Website Resmi Desa Tawangrejo. (2019). https://tawangrejo.desa.id/first/wilayah