



**PEMBINAAN DIVERSIFIKASI PRODUK DALAM PENJUALAN UMKM
DI DESA SUMBER REJO KABUPATEN BATUBARA**

*Product Diversification Guidance In Umkm Sales In Sumber Rejo Village,
Batubara Regency*

**Rosmita Sari Siregar^{1*}, Jholant Bringg Luck Amelia Sinaga², Jessy Safitri
Sitorus³, Wirda Lilia⁴, Mesrawati⁵, Antonius Simbolon⁶**

^{1,2,3,4,5,6}Universitas Prima Indonesia

¹Email: rosmitasarisiregar@gmail.com

²Email: jholantsinaga@unprimdn.ac.id

³Email: sitorusjessy7@gmail.com

⁴Email: wirdalilia@unprimdn.ac.id

⁵Email: mesrawati@unprimdn.ac.id

⁶Email: antoniussimbolon8@gmail.com

Abstract

The background of this activity is the challenges faced by UMKM in facing digital transformation and increasingly competitive market competition. The team identified that the majority of UMKM still use conventional marketing methods and have limited understanding of digital technology. The methodology used includes several important stages. First, socialization is carried out on the importance of digital marketing in business development. Then, participants are given practical training covering the use of social media, creating interesting content, online marketing strategies, and digital platform management. Each session is designed interactively, allowing participants to directly practice the new skills they have learned. In its implementation, the community service team provides intensive assistance to each UMKM actor. The results achieved are very significant. UMKM actors have increased their understanding and skills in managing their business digitally.

Keyword: *Product Diversification, Sales Product*

Abstrak

Latar belakang kegiatan ini adalah tantangan yang dihadapi pelaku UMKM dalam menghadapi transformasi digital dan persaingan pasar yang semakin kompetitif. Tim mengidentifikasi bahwa mayoritas UMKM masih menggunakan metode pemasaran konvensional dan memiliki keterbatasan pemahaman tentang teknologi digital. Metodologi yang digunakan mencakup beberapa tahapan penting. Pertama, dilakukan sosialisasi tentang pentingnya digital marketing dalam pengembangan bisnis. Kemudian, para peserta diberikan pelatihan praktis yang meliputi penggunaan media sosial, pembuatan konten yang menarik, strategi pemasaran online, dan manajemen platform digital. Setiap sesi dirancang secara interaktif, memungkinkan peserta untuk langsung mempraktikkan keterampilan baru yang dipelajari. Dalam implementasinya, tim pengabdian memberikan pendampingan intensif kepada setiap pelaku UMKM. Hasil yang dicapai sangat signifikan. Para pelaku UMKM mengalami peningkatan pemahaman dan keterampilan dalam mengelola bisnis secara digital.

Kata Kunci : *Diversifikasi Produk, Penjualan Produk*

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peranan penting dalam perekonomian Indonesia, terutama dalam menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan pendapatan masyarakat. Di Indonesia, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perekonomian nasional, menyerap banyak tenaga kerja dan berperan dalam pengentasan kemiskinan. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu tulang punggung perekonomian Indonesia. Menurut data Kementerian Koperasi dan UKM, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menyumbang sekitar 60% dari total PDB dan menyerap lebih dari 97% tenaga kerja. Namun faktanya, banyak pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang masih bergantung pada satu jenis produk, sehingga rentan terhadap perubahan pasar. Di salah satu desa yang ada di Sumatera Utara, tepatnya Desa Sumber Rejo yang terletak di Kabupaten Batubara, terdapat potensi besar untuk mengembangkan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) melalui diversifikasi produk. Fokus dari jurnal ini adalah pada pembinaan diversifikasi produk, dengan menonjolkan emping dan keripik pisang gosong sebagai produk unggulan.

Desa Sumber Rejo terletak di Kabupaten Batubara, Sumatera Utara, yang merupakan daerah yang kaya akan potensi alam dan budaya. Desa Sumber Rejo memiliki potensi alam diantaranya pertanian, Perkebunan, sumber daya mineral, sumber daya air. Desa Sumber Rejo di Kabupaten Batubara merupakan daerah dengan potensi alam yang melimpah, didukung oleh masyarakat yang ramah dan pekerja keras. Dengan pengelolaan sumber daya alam yang bijak serta dukungan terhadap kegiatan ekonomi lokal, desa ini memiliki peluang besar untuk berkembang lebih lanjut dalam sektor pertanian dan kerajinan tangan. Keberadaan budaya lokal dan tradisi gotong royong juga menjadi nilai tambah bagi kehidupan sosial masyarakat di desa ini. Namun banyak pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang belum memanfaatkan potensi ini secara optimal.

Adapun beberapa tantangan yang dihadapi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Sumber Rejo, Kabupaten Batubara, menghadapi berbagai tantangan yang mempengaruhi keberlangsungan dan perkembangan usaha mereka, diantaranya :

1. Keterbatasan Modal

Banyak pelaku UMKM mengalami kesulitan dalam mendapatkan modal untuk menjalankan dan mengembangkan usaha mereka. Keterbatasan ini sering kali disebabkan oleh kurangnya akses ke lembaga keuangan formal, yang membuat mereka sulit untuk mendapatkan pinjaman dengan bunga yang terjangkau. Akibatnya, banyak pelaku UMKM tidak dapat memenuhi kebutuhan operasional sehari-hari atau melakukan investasi untuk pengembangan usaha.

2. Persaingan yang Ketat

Desa Sumber Rejo mengalami peningkatan jumlah pelaku usaha baru, termasuk dari pendatang yang membawa inovasi dan produk baru. Hal ini menciptakan persaingan yang ketat di pasar lokal. Pelaku UMKM lokal

sering kali kesulitan bersaing dengan produk-produk baru yang lebih menarik dan inovatif, sehingga mengurangi pangsa pasar mereka.

3. Keterbatasan Pengetahuan dan Keterampilan

Banyak pelaku UMKM di Sumber Rejo masih menggunakan teknologi sederhana dalam pemasaran, seperti telepon seluler dan media sosial dasar (WhatsApp dan Facebook). Keterbatasan pengetahuan mengenai pemasaran digital dan teknologi informasi menghambat mereka untuk memanfaatkan potensi pasar secara maksimal. Pelatihan dan pendidikan tentang penggunaan teknologi informasi dalam berbisnis sangat diperlukan untuk meningkatkan keterampilan mereka.

4. Masalah Pembayaran dari Pihak Ketiga

Beberapa pelaku UMKM melaporkan masalah terkait pembayaran hasil penjualan produk mereka oleh pihak ketiga, seperti Dinas Koperasi (Diskop) UKM Batubara. Terdapat kasus di mana produk yang telah terjual tidak dibayarkan selama berbulan-bulan, yang menyebabkan terhentinya proses produksi dan menurunnya kepercayaan pelaku usaha terhadap sistem penjualan yang ada. Hal ini dapat berdampak negatif pada keberlangsungan usaha mereka.

5. Keterbatasan Infrastruktur

Kondisi infrastruktur di Desa Sumber Rejo juga menjadi tantangan bagi pelaku UMKM. Akses jalan yang kurang baik atau lokasi usaha yang berada di gang-gang sempit dapat menghambat distribusi produk dan menjangkau pelanggan. Selain itu, keterbatasan akses internet juga membatasi kemampuan mereka untuk memasarkan produk secara online.

6. Kurangnya Dukungan Pemerintah

Meskipun ada program dukungan dari pemerintah untuk pengembangan UMKM, implementasinya sering kali tidak merata. Pelaku UMKM merasa bahwa bantuan yang diberikan belum cukup untuk memenuhi kebutuhan mereka, terutama dalam hal pelatihan dan akses ke pasar yang lebih luas[1][3]. Ada harapan dari pelaku usaha agar pemerintah memberikan lebih banyak perhatian dan dukungan dalam bentuk pelatihan keuangan, pemasaran, dan pengembangan produk.

7. Kendala dalam Pendaftaran dan Legalitas Usaha

Banyak pelaku UMKM yang mengalami kesulitan dalam mendaftarkan usaha mereka secara resmi. Hal ini disebabkan oleh kurangnya pemahaman tentang prosedur pendaftaran serta persepsi bahwa proses tersebut rumit dan mahal. Tanpa legalitas yang jelas, pelaku UMKM kesulitan dalam mendapatkan akses ke berbagai program bantuan pemerintah atau lembaga keuangan.

Tujuan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah untuk meningkatkan Pengetahuan, memberikan pengetahuan dan pemahaman kepada pelaku UMKM tentang pentingnya diversifikasi produk untuk mengurangi risiko usaha, pengembangan produk, mengembangkan produk emping dan keripik pisang gosong dengan variasi rasa dan kemasan yang menarik dan membantu strategi Penjualan dalam menerapkan metode penjualan yang inovatif untuk menjangkau lebih banyak konsumen

Desa Sumber Rejo terletak di Kabupaten Batubara, sebuah wilayah yang memiliki potensi besar dalam pengembangan ekonomi berbasis lokal. Produk-produk seperti emping melinjo, pisang angus, dan abon lele merupakan hasil kreatif masyarakat desa yang selama ini dipasarkan secara konvensional. Meskipun kualitas produknya sudah baik, pemasaran yang masih terbatas membuat jangkauan pasar produk ini tidak maksimal. Adanya perkembangan teknologi digital seharusnya menjadi peluang bagi UMKM di Desa Sumber Rejo untuk meningkatkan daya saing. Teknologi digital memungkinkan produk-produk desa dipromosikan secara lebih luas, bahkan hingga pasar internasional, tanpa membutuhkan biaya besar seperti pemasaran tradisional. Namun, hambatan terbesar yang dihadapi adalah kurangnya pengetahuan dan keterampilan SDM lokal dalam menggunakan teknologi ini. Observasi di lapangan menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM di Desa Sumber Rejo belum memahami cara memanfaatkan platform digital seperti media sosial dan marketplace. Selain itu, infrastruktur teknologi di desa, seperti akses internet, sudah tersedia tetapi belum dimanfaatkan secara optimal. Jika potensi ini dapat dioptimalkan, tidak hanya penjualan produk yang meningkat, tetapi juga tercipta lapangan kerja baru untuk masyarakat, terutama di bidang pengelolaan digital dan operasional UMKM.

Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam mengelola pemasaran produk secara digital, sehingga dapat memperluas jangkauan pasar, meningkatkan pendapatan, dan pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan masyarakat Desa Sumber Rejo. Selain itu, kegiatan ini juga sejalan dengan tujuan pembangunan berkelanjutan (SDGs), khususnya dalam hal pengentasan kemiskinan, pertumbuhan ekonomi, dan inovasi.

Permasalahan

Permasalahan utama yang dihadapi UMKM di Desa Sumber Rejo adalah Keterbatasan akses pasar, ini terkait dengan jangkauan pemasaran masih terbatas pada pasar lokal, sehingga potensi pasar yang lebih luas belum tergarap secara maksimal. Kurangnya pengetahuan tentang pemasaran digital, Dimana sebagian besar pelaku UMKM belum memiliki pengetahuan yang cukup tentang strategi pemasaran digital, platform e-commerce, dan pengelolaan media sosial. Keterbatasan sumber daya, UMKM seringkali menghadapi kendala dalam hal modal, teknologi, dan sumber daya manusia untuk mengembangkan bisnis secara digital.

Berdasarkan permasalahan di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana meningkatkan kemampuan pelaku UMKM di Desa Sumber Rejo melalui diversifikasi produk penjualan ?
2. Bagaimana kemampuan pelaku UMKM di Desa Sumber Rejo dalam memperluas jangkauan pasar produk UMKM melalui platform digital?
3. Bagaimana upaya pengembangan SDM dapat mendukung keberlanjutan usaha UMKM setelah dilakukan pembinaan diversifikasi produk dan penerapan pemasaran digital

Tujuan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah:

1. Meningkatkan pengetahuan dan keterampilan: Memberikan pelatihan kepada pelaku UMKM tentang pengembangan produk, konsep pemasaran digital, pengelolaan media sosial, dan penggunaan platform e-commerce.
2. Memperluas jangkauan pasar: Membantu UMKM dalam memasarkan produknya secara online melalui berbagai platform digital, sehingga dapat menjangkau konsumen yang lebih luas.
3. Meningkatkan pendapatan: Meningkatkan pendapatan pelaku UMKM melalui peningkatan penjualan produk secara digital.
4. Mendorong penyerapan tenaga kerja: Memberikan kontribusi dalam pengembangan ekonomi lokal melalui penyerapan tenaga kerja jika penjualan secara digital berjalan lancar.

METODE PELAKSANAAN

Adapun metode pelaksanaan dalam kegiatan ini adalah sebagai berikut:

Observasi di lapangan

Kegiatan ini dilakukan oleh tim pelaksana untuk melihat sejauh mana potensi dapat dikembangkan serta sumber daya yang dapat diolah untuk dapat membantu mempromosikan produk yang memiliki nilai jual namun minim biaya modal pembuatan. Dalam kegiatan ini tim pelaksana bertemu kepada pemerintah setempat yakni perwakilan Desa Sumber Rejo yaitu Kepala Desa untuk meminta izin penyelenggaraan kegiatan ini, kemudian tim pelaksana bertemu dengan perwakilan warga dan UMKM untuk mendata UMKM yang dapat diikuti sebagai peserta dalam kegiatan ini.

Sosialisasi

Kegiatan ini dilakukan oleh tim pelaksana kepada seluruh bakal peserta UMKM kegiatan untuk menginformasikan seluruh rundown acara dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini. Dalam kegiatan ini membahas waktu dan tempat pelaksanaan kegiatan, narasumber kegiatan, peralatan yang dibutuhkan.

Pelaksanaan Kegiatan PKM

Dalam kegiatan ini dilakukan oleh seluruh peserta dan tim pelaksana dalam melaksanakan kegiatan PKM sesuai dengan judul/ tema yang diajukan yakni “Pembinaan Diversifikasi Produk dalam Penjualan UMKM di Desa Sumber Rejo Kabupaten Batubara”

Evaluasi

Dalam kegiatan ini tim pelaksana memantau perkembangan dari pelatihan yang diberikan dengan membuat akun media sosial tentang produk yang dijual oleh UMKM Desa Sumber Rejo dengan harapan mendapatkan kemajuan dan peningkatan pendapatan melalui penjualan Emping Melinjo, Pisang H Angus dan Abon Lele menggunakan sarana Media social.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tahap Pertama: Analisis Kebutuhan

Dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui pemberdayaan UMKM ini mendapatkan respon positif dari UMKM / masyarakat yang juga

berperan sebagai peserta kegiatan. Dalam pelaksanaannya kegiatan ini didahului dengan pembukaan oleh tim pelaksana kegiatan yakni dosen Fakultas Ekonomi Akuntansi Universitas Prima Indonesia dan dilanjutkan dengan kata sambutan oleh Perwakilan Pemerintah Setempat. Kemudian kegiatan selanjutnya adalah sambutan dari narasumber 1 yakni Bapak Isa selaku Ka. Desa, Desa Sumber Rejo Kabupaten Batubara dan dilanjutkan oleh narasumber ke 1 yakni Ibu Jholant B.L.Amelia Br. Sinaga, SE., M.M., M.Ak dalam memberikan pengarahan mengenai proses diversifikasi produk UMKM dan penggunaan Media Sosial, serta membantu mengarahkan cara/program mengelola media sosial tersebut agar tetap terus aktif dan dapat berkembang untuk kegiatan usaha lainnya.



Gambar 1 Foto Kegiatan Focus Group Discussion (FGD) Desa Sumber Rejo

Berdasarkan hasil FGD yang dilakukan kendala yang dialami pelaku UMKM yaitu dalam memanfaatkan sumber daya alam yang begitu banyak tetapi pengelolaan yang masih terbatas mengakibatkan rendahnya harga jual. Hal tersebutlah yang mengakibatkan UMKM yang ada di Desa Sumber Rejo mengalami kesulitan untuk berkembang. Pengelolaan dalam keuangan tidak hanya berkaitan dengan pembukuan maupun pencatatan setiap transaksi saja tetapi juga

ketepatan dalam menentukan harga jual produk (Septiawan, 2022). Hasil FGD tersebut sudah menunjukkan bahwa permasalahan yang kini dialami yaitu terkait dengan diversifikasi produk yang kemudian ditambahkan dengan pelatihan terkait penentuan harga pokok produksi dan harga jual. Penentuan harga jual menjadi hal yang penting dalam memasarkan produknya. Penentuan harga produk menjadi penting baik bagi usaha kecil maupun perusahaan besar dengan pertimbangan konsumen yang menjadi sasaran maupun dalam persaingan (Novansa, 2017).

Tahap Kedua: Sosialisasi dan Pembinaan Kegiatan Produksi (Diversifikasi Produk)

Tahap kedua, dilakukannya sosialisasi diversifikasi produk yang berbahan baku pisang dan emping pada tanggal 16 November 2024 dimulai dengan proses produksi dan menentukan harga pokok produksi hingga menentukan harga jual yang dapat diterapkan oleh masyarakat desa Sumber Rejo. Diversifikasi produk yang disosialisasikan yaitu pembuatan kripik pisang gosong dan kripik emping. Diversifikasi produk yang dilakukan tidak hanya pada rasa kripik pisang gosong saja melainkan juga memanfaatkan kripik emping dijual dengan berbagai macam rasa seperti : BBQ, balado dan original tersebut. Berikut merupakan resep dari diversifikasi produk yang dilakukan, seperti terlihat pada Gambar 3.



Gambar 2 Produk Hasil Diversifikasi, (a) kripik pisang gosong dan (b) Kripik Emping dengan berbagai macam varian rasa.

Kegiatan demo proses produksi ini diikuti lebih dari 30 pelaku UMKM dengan latar belakang yang berbeda-beda dimulai dari petani, pedagang, hingga pelaku UMKM yang memproduksi singkong menjadi produk tradisional. Strategi diversifikasi produk yang memberikan peluang keterbukaan inovasi dalam prosesnya (Crema, 2014). Fleksibilitas yang kemampuan beradaptasi yang dimiliki UKM jika dibandingkan dengan perusahaan menunjukkan tetap diperlukannya penentuan strategi yang tepat dalam persaingan hingga tercapainya keberlanjutan yang berjangka panjang (Kornilaki, 2019), seperti terlihat pada Gambar 2.



Gambar 3 Dokumentasi Kegiatan Demo Diversifikasi Produk Tahap Ketiga: Sosialisasi Dan Pelatihan Memberikan Pelatihan Tentang Penggunaan Media Sosial Untuk Promosi Secara Digital

Pada tahap ketiga ini dilakukan sosialisasi terkait memberikan pelatihan tentang penggunaan media sosial untuk promosi produk dan memperkenalkan platform e-commerce lokal dan cara penggunaannya untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Hal ini menjadi penting mengingat masih adanya pelaku UMKM



yang belum menggunakan media social untu promosi produknya. Dengan adanya sosialisasi inilah maka diharapkan promosi dan penjualan produk menjadi lebih luas dan terjadi peningkatan perekonomian UMKM Desa Sumber Rejo. Kesalahan dalam melakukan pemasaran produksi dapat memberikan pengaruh dalam pendapatan yang selanjutnya memberikan dampak pada perkonomian begitupun sebaliknya (Septiawan, 2022).

KESIMPULAN

Diversifikasi produk merupakan strategi penting bagi UMKM untuk bertahan dan berkembang di pasar yang kompetitif. Melalui pembinaan ini, diharapkan pelaku UMKM di Desa Sumber Rejo dapat meningkatkan daya saing mereka dengan memanfaatkan potensi lokal serta teknologi pemasaran modern. Setelah pelaksanaan program, akan dilakukan evaluasi untuk mengukur dampak dari kegiatan ini terhadap pelaku UMKM:

- Survei kepuasan peserta mengenai pelatihan yang diberikan.
- Analisis peningkatan omzet penjualan sebelum dan setelah program.
- Pengamatan terhadap perubahan perilaku pemasaran pelaku UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T. (2017). *Manajemen Pemasaran*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Amirullah, A. (2015). *Manajemen Strategi Teori-Konsep-Kinerja*. Jakarta: Mitra Wacana Media
- Crema, M. V. 2014. Linking strategy with open innovation and performance in SMEs. *Measuring Business Excellence*, 14–27.
- Assauri, S. (2018). *Manajemen Pemasaran : Dasar Konsep Strategi*. . Depok: PT.Raja Grafindo Persada.
- Kalil, K. &. (2020). Dampak Kreatifitas dan Inovasi produk Terhadap Kinerja UKM di Kota Semarang. *Jurnal Penelitian Humaniora*, 67-77.
- Knight, G. (2000). . Entrepreneurship and marketing strategy: The SME under globalization. *Journal of international marketing*,, 12-32.
- Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia (2023). Laporan Tahunan Pemberdayaan UMKM.
- Kornilaki, M. T. 2019. The sustainability behaviour of small firms in tourism: the role of self-efficacy and contextual constraints. *Journal of Sustainable Tourism*, 97-117.
- Novansa, H. &. 2017. Purchase Decision Model: Analysis of Brand Image, Brand Awareness and Price (Case Study SMECO Indonesia SME products). *Saudi Journal of Humanities and Social Sciences*, 621–632. .
- Purnomo, S. D. (2021). Analysis of Labor Absorption in Central Java Province. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 5(1), 240-244.
- Pribadi, J.D., Wijayanti, R.F., & Rohani, S. 2023. Bimbingan dan Pengarahan Diversifikasi Produk Sebagai Upaya Meningkatkan Omzet Usaha Kecil. *Jurnal Pengabdian Polinema Kepada Masyarakat*.2(3), 14-21
- Septiawan, B. J. 2022. Perhitungan Harga Pokok Produksi Freshtime Yogurt 250 Ml Menggunakan Metode Activity Based Costing Pada Koperasi Peternak Sapi. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 6(5), 4329–4341.



- Surepi, L., Rahmat, A., & Julita, R. (2021). Peranan Administrasi Bisnis dalam Strategi Pengembangan Usaha. *Jurnal Aghinya Stiesnu Bengkulu*, 4(1), 1-10. Retrieved from <https://ejournal.stiesnu-bengkulu.ac.id/index.php/aghniya/article/view/60>
- Tarida, Y. (2012). Strategi Diferensial Produk, Diversifikasi Produk, Harga Jual dan Kaitannya terhadap Penjualan pada Industri Kerajinan Rotan di Kota Palembang. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 10(2), 124-142. Retrieved from <https://ejournal.unsri.ac.id/index.php/jep/article/viewFile/4908>
- Tjiptono, F. (2019). Strategi Pemasaran Edisi 4. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Noor, I. H. (2010). Penelitian dan pengabdian masyarakat pada perguruan tinggi. *Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan*, 16(3), 285-297
- Wahana, A., & Riswaya, A. R. (2014). Perancangan Aplikasi Pengolahan Data Report Penjualan. *Jurnal Computech dan Bisnis*, 8(1), 25-34. Retrieved from <https://jurnal.stmik-mi.ac.id/index.php/jcb/article/view/110>