

PENDAMPINGAN PENINGKATAN PRODUKTIVITAS UMKM MELALUI EFISIENSI DAN DIFERENSIASI PRODUK POO DONUTS

Imam Abrori¹, Via Lailatur Rizki²

¹ Program Studi D4 Bisnis Digital, Jurusan Teknologi Informasi, Politeknik Negeri Jember, Jember, Indonesia

² Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Institut Teknologi dan Bisnis Widya Gama Lumajang, Lumajang, Indonesia
email: ¹Imam_Abrori@Polije.ac.id, ²Vialailaturrizki@gmail.com

Abstrak

Program pengabdian kepada masyarakat ini berjudul Pendampingan Peningkatan Produktivitas Usaha Kecil Menengah melalui Efisiensi dan Diferensiasi Produk pada Poo Donuts. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk membantu UMKM Poo Donuts dalam meningkatkan daya saing dan produktivitas usahanya melalui pendekatan efisiensi operasional serta pengembangan inovasi produk. Menggunakan metode IMRATs (Introduction, Methodology, Results, and Discussion, and Conclusions), kegiatan ini diawali dengan identifikasi masalah dan analisis kebutuhan UMKM, khususnya dalam hal pengelolaan sumber daya, proses produksi, dan pemasaran. Tahapan berikutnya adalah pelatihan dan pendampingan intensif mengenai penerapan strategi efisiensi, mulai dari optimalisasi penggunaan bahan baku hingga pengurangan waktu produksi. Selain itu, pengembangan produk dilakukan dengan menciptakan varian donat yang unik dan sesuai dengan tren pasar, yang bertujuan untuk meningkatkan daya tarik dan diferensiasi produk di mata konsumen. Hasil pendampingan menunjukkan peningkatan efisiensi produksi sebesar 20%, serta keberhasilan Poo Donuts dalam memperkenalkan varian produk baru yang meningkatkan minat konsumen. Kesimpulannya, melalui penerapan strategi efisiensi dan diferensiasi produk, Poo Donuts mampu meningkatkan produktivitas serta memperluas jangkauan pasar, yang diharapkan dapat mendukung keberlanjutan dan pertumbuhan UMKM ini di masa depan.

Kata kunci: Diferensiasi Produk, Efisiensi Operasional, dan Produktivitas UMKM

Abstract

This community service program is entitled Assistance to Increase Productivity of Small and Medium Enterprises through Efficiency and Product Differentiation at Poo Donuts. The purpose of this activity is to assist Poo Donuts MSMEs in increasing their competitiveness and business productivity through an operational efficiency approach and product innovation development. Using the IMRATs method (Introduction, Methodology, Results, and Discussion, and Conclusions), this activity begins with problem identification and analysis of MSME needs, especially in terms of resource management, production processes, and marketing. The next stage is intensive training and mentoring on the implementation of efficiency strategies, ranging from optimizing the use of raw materials to reducing production time. In addition, product development was carried out by creating unique donut variants that are in line with market trends, aiming to increase product appeal and differentiation in the eyes of consumers. The results of the assistance showed an increase in production efficiency by 20%, as well as the success of Poo Donuts in introducing new product variants that increased consumer interest. In conclusion, through the implementation of efficiency and product differentiation strategies, Poo Donuts is able to increase productivity and expand market reach, which is expected to support the sustainability and growth of this MSME in the future.

Keywords: Product Differentiation, Operational Efficiency, and Productivity of MSMEs.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang begitu pesat membawa dampak yang signifikan bagi perkembangan dunia usaha saat ini. Banyaknya usaha yang bermunculan menyebabkan persaingan usaha semakin ketat, terutama persaingan pada perusahaan serupa yang menghasilkan produk atau jasa yang sama. Salah satu yang cukup banyak diminati dalam persaingan usaha saat ini adalah usaha di bidang kuliner makanan. Hal ini dikarenakan pada zaman modern ini, masyarakat lebih menyukai kepraktisan dan cepat termasuk dalam urusan makanan. Masyarakat cenderung lebih suka membeli makanan siap saji dari pada membuat makanan tersebut secara mandiri di rumah. Bisnis makanan ini menjadi cukup menjanjikan, karena makanan merupakan kebutuhan dasar atau paling utama yang harus terpenuhi pada setiap orang. Bisnis makanan dipilih oleh banyak orang karena dianggap lebih mudah dijalankan

dibandingkan jenis bisnis lainnya. Banyaknya pengusaha kuliner yang memulai usaha di bidang ini meningkatkan persaingan di antara para pelaku usaha, baik itu perusahaan besar berbentuk Perseroan Terbatas maupun usaha kecil seperti mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Menurut (Purnomo, A. 2019), sektor kuliner termasuk dalam ekonomi kreatif yang berkontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi lokal. Inovasi dalam produk kuliner, termasuk diferensiasi, sangat penting untuk memenangkan persaingan pasar.

UMKM (usaha mikro, kecil, dan menengah) merupakan sektor yang memberikan kontribusi signifikan bagi perekonomian Indonesia. Sektor ini menjadi kunci penting, terutama saat terjadi ketidakpastian ekonomi seperti sekarang. Meskipun banyak pelaku UMKM yang mengalami kesulitan, kebangkitan sektor ini akan sangat mempengaruhi prospek ekonomi Indonesia ke depan. Dengan jumlah yang mencapai 99% dari total unit usaha, UMKM memiliki peran besar dalam pertumbuhan ekonomi. UMKM juga menyumbang 60,5% terhadap PDB serta menyerap 96,9% dari total tenaga kerja nasional, (Perekonomian & Indonesia, 2022). Berdasarkan hal tersebut, UMKM mampu memberikan kehidupan bagi jutaan pelaku usaha di Indonesia baik di daerah perkotaan maupun daerah pedesaan terpencil sekalipun.

Kabupaten Bondowoso dengan segala potensi sumber daya alam, penduduk dan pariwisatanya, belum secara optimal memenuhi pangsa pasar yang ada. Perekonomian di Kabupaten Bondowoso saat ini masih didominasi oleh sektor pertanian. Terbukti menurut Dinas Pertanian Kab. Bondowoso bahwa sektor pertanian masih menjadi sektor paling banyak menyerap tenaga kerja yaitu sebesar 60,66% (Badan Pusat Statistik Kabupaten Bondowoso, 2023). Sektor lain yang menarik adalah sektor industri pengolahan makanan dan minuman. (Riawati et al., 2022) Penelitian mengenai pengembangan ekonomi lokal di Kabupaten Bondowoso menunjukkan, melalui perhitungan LQ (Location Quotient), bahwa usaha kecil menengah dengan kontribusi terbesar pertama berasal dari sektor makanan dan minuman. Usaha kecil menengah dari sektor penggilingan menduduki peringkat kedua, sementara sektor alat rumah tangga dan mainan berada di posisi ketiga. Berdasarkan hal tersebut, penulis bermaksud melakukan pengabdian dalam bidang olahan makanan berupa Donat yang diproduksi oleh UMKM di Desa Pancoran, Kec. Bondowoso, Kab. Bondowoso.

Seperti yang telah diketahui, bahwa salah satu makanan kudapan yang cukup banyak diminati oleh masyarakat di Indonesia. “Donat adalah makanan jenis roti yang proses membuatnya dengan cara digoreng dan mempunyai bentuk khas yaitu lubang di tengah seperti cincin atau gelang”, (Subagjo, 2007). Donat merupakan suatu jenis olahan yang terbuat dari adonan tepung terigu, kuning telur, gula, mentega, dan ragi roti dan pada umumnya berbentuk seperti cincin atau gelang, penganan ini begitu populer di masyarakat Indonesia dan dikonsumsi dari mulai anak-anak hingga orang dewasa. Dalam produksinya, terdapat perbedaan yang cukup variatif di setiap UMKM yaitu berkisar antara 70 – 90 donat perhari. Perbedaan jumlah produksi tersebut disebabkan salah satunya oleh besar kecilnya modal, penggunaan peralatan produksi, dan tenaga kerja.

Penggunaan peralatan produksi yang berbeda juga dapat menyebabkan hasil produksi yang berbeda, baik dari segi rasa, kualitas, dan kuantitas donat. Hal ini tentunya juga dapat mempengaruhi terhadap nilai jual donat tersebut. Sebagai contoh, harga donat yang diproduksi oleh usaha rumahan (UKM) dijual dengan harga yang relatif murah, yaitu antara Rp.1000 hingga Rp.2000 per donat. Namun, pada industri yang lebih besar, harganya bisa mencapai Rp.5000 hingga Rp.9000 per donat. Meskipun seharusnya produk donat dapat lebih kompetitif, kenyataannya menunjukkan hal yang berbeda, seperti pertumbuhan produksi yang lambat atau omzet yang tidak meningkat. Hal ini merupakan permasalahan tentang produktivitas produksi donat yang meliputi efisiensi dan diferensiasi produk hasil olahan donat. Menurut Riyanto dalam Elbandiansyah (2019:250) Produktivitas adalah perbandingan antara hasil yang dicapai (output) dan sumber daya yang digunakan (input). Sedangkan diferensiasi produk adalah upaya untuk merancang perbedaan yang signifikan agar produk perusahaan terlihat berbeda dari pesaing, (Sahetapy, 2013). Permasalahan inilah yang ditemukan pada pelaksanaan program pengabdian masyarakat tahun 2022 pada industri POO Donuts milik mitra yang berlokasi di Perumahan Pancoran, Kec. Bondowoso, Kab. Bondowoso.

Industri POO Donuts memiliki prospek yang bagus karena dilihat dari lokasi usaha yang merupakan rumah pribadi mitra yang letaknya tidak jauh dari perkotaan Bondowoso. Selain itu lokasi usaha terbilang mudah dijangkau karena berada dekat dengan jalan raya. Kualitas SDM (Sumber Daya Manusia) juga cukup memadai karena mampu memanfaatkan media sosial untuk menerima pesanan online baik via Instagram dan Whatsapp yang dapat menambah jaringan penjualan dan harapannya juga menambah omzet usaha Donat. Penelitian oleh (Taiminen, Heini; Karjaluoto, 2015) “menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial untuk pemasaran dapat meningkatkan visibilitas dan

penjualan UMKM, termasuk dalam industri kuliner.” Hal serupa juga sesuai dengan hasil penelitian oleh (Odoom et al., 2017) bahwa penggunaan media sosial oleh UMKM dapat meningkatkan kinerja bisnis, termasuk peningkatan penjualan dan visibilitas merek. Berdasarkan survey dan wawancara langsung terhadap mitra, permasalahan yang sering dihadapi dikelompokkan menjadi tiga aspek yaitu efisiensi, diferensiasi produk, dan produktivitas produk dimana ketiga aspek ini saling berkaitan.

Dalam hal efisiensi, industri POO Donuts yang dimiliki oleh mitra masih mengandalkan teknologi produksi donat yang sederhana. Proses pengadukan bahan masih dilakukan secara manual dengan tangan, yang menyebabkan waktu pengadukan atau pencampuran bahan menjadi cukup lama, sekitar 1 (satu) jam. Sementara itu, jika menggunakan mesin pengaduk atau mixer, proses tersebut hanya memerlukan waktu sekitar 15 menit. Dari permasalahan tersebut dapat disimpulkan bahwa efisiensi dalam proses pengolahan donat masih kurang baik. Hal ini berkaitan juga pada aspek produktivitas, apabila pengolahan donat dapat dilakukan lebih efisien lagi seperti dengan menggunakan Mixer, maka secara otomatis produktivitas usaha akan lebih meningkat karena mitra dapat menghasilkan donat 4 (empat) kali lebih banyak dalam kurun waktu 1 (satu) jam. Hal ini sejalan dengan teori menurut (Sickles & Zelenyuk, 2019), produktivitas usaha ditentukan oleh kombinasi faktor input dan output, di mana efisiensi proses produksi menjadi salah satu kunci utama dalam mencapai produktivitas tinggi. Selain itu, Penelitian oleh (Fitriyana & Hadithya, 2023) mengenai UMKM di sektor kuliner menunjukkan bahwa penerapan teknologi modern dapat meningkatkan produktivitas dan efisiensi operasional.



Gambar 1. Proses Pengadukan Adonan secara Manual

Selain itu, dibutuhkan juga aspek diferensiasi produk untuk memberikan keunikan tersendiri pada produk donat, sehingga mampu menarik minat beli para calon konsumen. Penelitian oleh (Philip, Kotler; Kevin Lane, 2016) menjelaskan bahwa diferensiasi produk yang efektif dapat menciptakan keunggulan kompetitif dan menarik perhatian konsumen di pasar yang padat. Kesimpulan yang dapat diambil adalah peningkatan efisiensi dan perlakuan diferensiasi produk sangat mempengaruhi produktivitas usaha sebuah produk. Maka dari itu, tujuan dan manfaat dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah untuk memberikan pengetahuan atau knowledge sharing kepada mitra agar mampu meningkatkan produktivitas usaha dengan meningkatkan efisiensi serta melakukan diferensiasi produk.

Berdasarkan hasil analisis situasi mitra di atas, dapat diambil kesimpulan bahwa POO DONUTS yang berada di desa Desa Pancoran Kec. Bondowoso Kab. Bondowoso, membutuhkan bimbingan dalam segi efisiensi dan diferensiasi produk donat yang dalam hal ini dengan melakukan pendampingan peningkatan produktivitas usaha. Sebagai wujud pendampingan peningkatan produktivitas usaha dimulai dari proses pengenalan pengertian produktivitas usaha, pengukuran produktivitas, manfaat produktivitas usaha, dan strategi meningkatkan produktivitas usaha. Selanjutnya dilanjutkan dengan pemberian pengetahuan mengenai pengertian diferensiasi produk, manfaat diferensiasi produk, dan strategi diferensiasi produk. Sehingga diharapkan akan menambah pengetahuan baru bagi mitra untuk mengelola dan mengembangkan usaha menjadi lebih baik dan maju.

Penulis berharap kegiatan pengabdian ini nantinya mampu memberikan perbaikan khususnya dalam bidang manajemen usaha menjadi lebih baik dari yang sebelumnya.

METODE

Permasalahan mitra dalam hal ini POO Donuts, yang menyangkut masalah peningkatan produktivitas usaha sehingga memerlukan pengetahuan cara melaksanakan strategi bisnis untuk meningkatkan produktifitas usaha yang lebih baik agar usahanya dapat bertahan dan berkembang menjadi lebih maju. Dengan demikian, ketua pengusul dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat memilih metode pemecahan masalah yang dianggap paling tepat, yaitu model pendampingan yang intensif untuk meningkatkan produktivitas usaha serta mengadakan diskusi.

Keterbatasan pengetahuan peserta pendampingan, dalam hal ini pelaku usaha POO Donuts, mengenai peningkatan produktivitas yang baik, menyebabkan produktivitas usaha di bidang olahan makanan ini kurang optimal. Hal ini disebabkan oleh kurangnya pengetahuan dan pemahaman tentang produktivitas usaha, terutama di sektor Donat. Melalui program Pengabdian Kepada Masyarakat ini, ketua pengusul menawarkan berbagai solusi untuk mengatasi kendala tersebut. Solusi ini mencakup pendampingan intensif dan diskusi mengenai masalah yang selama ini dihadapi terkait produktivitas usaha, serta pengelolaan usaha yang baik dan mudah dipahami oleh pemilik usaha POO Donuts, yaitu:

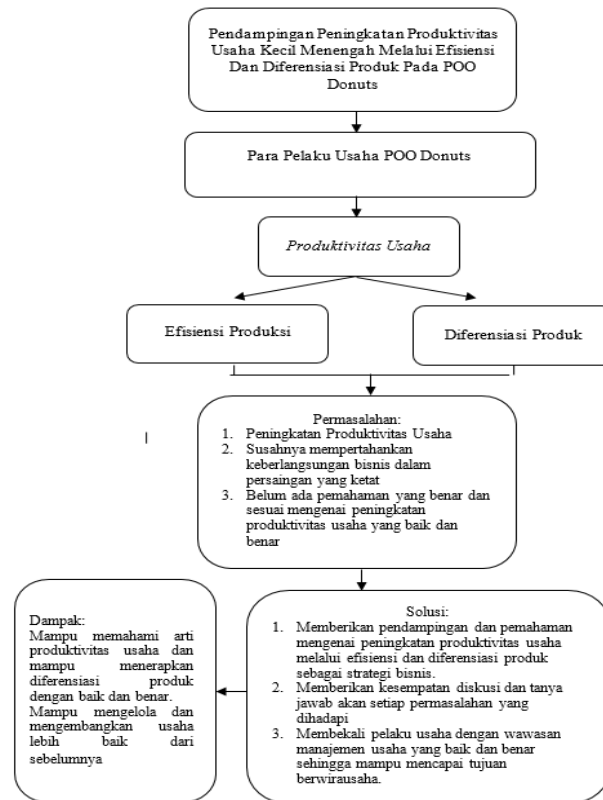
- a. Pendampingan menganalisa permasalahan yang dihadapi serta mencari solusi dari permasalahan tersebut agar nantinya bisa teratasi dengan baik dan benar. Cara yang dilakukan melalui diskusi bersama dengan pemilik usaha serta pemberian wawasan mengenai proses peningkatan produktivitas usaha melalui efisiensi produksi donat.

Berikut penjelasan metode yang dilakukan dalam kegiatan efisiensi produksi donat :

Kegiatan efisiensi produksi dilakukan dengan memperhatikan faktor eksternal yaitu besarnya pangsa pasar yang akan dilayani oleh POO Donuts. Sedangkan pada analisa internal yang perlu diperhatikan antara lain adalah proses produksi serta kapasitas atau jumlah Donat yang diproduksi mitra. Karena tujuan utama kegiatan ini adalah peningkatan efisiensi untuk meningkatkan produktivitas usaha, maka proses peningkatan efisiensi dilakukan dengan memodifikasi pengolahan bahan Donat yang disarankan adalah menggunakan alat mesin pengaduk otomatis atau mixer. Adanya alat mesin tersebut mampu memberikan efisiensi proses produksi yaitu berupa efisiensi waktu dan berdampak pula pada peningkatan kapasitas produksi donat. Dibandingkan dengan cara tradisional yaitu secara manual dengan menggunakan tangan. Hal ini akan membutuhkan waktu yang lebih banyak dan menyebabkan kapasitas produksi menjadi lebih sedikit dibanding menggunakan alat pengaduk berupa mixer. dengan demikian diharapkan dengan efisien produksi donat yang lebih baik, akan meningkatkan penjualan dan pendapatan mitra. Selain itu, penggunaan mixer juga dapat meningkatkan kualitas donat baik dari segi rasa dan tekstur, tampilan donat.

- b. Pemberian wawasan mengenai pentingnya diferensiasi produk sebagai upaya meningkatkan daya saing usaha terlebih pada era persaingan yang ketat dan ekonomi kreatif saat ini yang membutuhkan fleksibilitas, kecepatan, kemudahan, dan juga pelayanan yang prima. Diharapkan melalui pengetahuan tersebut pemilik usaha akan lebih memperhatikan faktor-faktor yang menunjang dan penting bagi penjualan produk perusahaan agar bisnis menjadi lebih berkembang dan lebih baik. Berikut penjelasan metode yang dilakukan dalam strategi diferensiasi produk donat:
 1. Pemahaman tentang pengertian, manfaat, dan strategi diferensiasi produk sebagai strategi meningkatkan produktivitas usaha perusahaan.
 2. Diferensiasi produk dilakukan dengan mempertimbangkan faktor eksternal dan internal. Faktor eksternal yang perlu diperhatikan adalah selera dan minat masyarakat terhadap produk donat. Sementara itu, analisis internal yang harus diperhatikan mencakup kapasitas produksi mitra, keunikan produk dari segi bentuk, ukuran, dan variasi rasa, serta kemasan yang menarik. Karena tujuan utama kegiatan ini adalah peningkatan produktivitas usaha, diferensiasi produk yang disarankan adalah penambahan varian rasa donat, pemberian topping yang beragam sesuai selera konsumen, dan bentuk yang beragam dan unik.

Lebih jelasnya kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yang diterapkan dalam kegiatan pendampingan peningkatan produktivitas usaha melalui efisiensi dan diferensiasi produk sebagai Strategi Bisnis pada POO Donuts di Desa Pancoran Kecamatan Bondowoso Kabupaten Bondowoso digambarkan dalam kerangka pemikiran. Hal ini bertujuan agar kegiatan ini lebih terarah dan sesuai dengan sasaran awal. berikut kerangka pemikiran dalam kegiatan pengabdian masyarakat pada POO Donuts :



Gambar 2. Konsep Penerapan Kegiatan Pengabdian Kemasyarakatan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi mitra, dalam hal ini pelaku usaha POO Donuts di Desa Pancoran, Kecamatan Bondowoso, Kabupaten Bondowoso, ketua pengusul kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat telah melaksanakan program yang telah direncanakan. Kegiatan tersebut meliputi:

Pendampingan yang memberikan penjelasan mengenai manajemen UKM, termasuk pemahaman tentang persaingan di dunia bisnis modern serta penjelasan mengenai pengertian dan manfaat peningkatan produktivitas usaha untuk POO Donuts di Desa Pancoran, Kecamatan Bondowoso, Kabupaten Bondowoso.

Sebelum melakukan pendampingan, ada dilakukan koordinasi dengan pelaku usaha POO Donuts yaitu Saudari Diana Meliawati sebagai owner POO Donuts. Kegiatan tersebut bertempat di Rumah mitra Desa Pancoran, Kecamatan Bondowoso, Kabupaten Bondowoso.

Pendampingan dilakukan dua tahapan sebagai berikut:

- Pendampingan pertama diikuti oleh saudari Meliawati selaku owner POO Donuts beserta karyawan sebanyak 5 Orang. Materi yang disampaikan berupa mengenai pentingnya mengetahui dan memahami makna produktivitas usaha dalam menjalankan bisnis khususnya bisnis di bidang kuliner berupa Donat.
- Pendampingan kedua membahas tentang penjelasan tentang pentingnya diferensiasi produk pada usaha yang tergolong baru yaitu usaha penjualan kuliner berupa donat dan proses diskusi serta peningkatan efisiensi produksi donat yang terdiri penggunaan alat produksi yang memadai dan dampaknya terhadap produktivitas usaha donat pada POO Donuts, dan hal ini sesuai dengan permasalahan yang telah disampaikan dan didiskusikan bersama.

Pembahasan

Pembahasan hasil kegiatan pengabdian ini dapat dikaitkan dengan beberapa teori dan penelitian terdahulu yang relevan mengenai efisiensi produksi dan adopsi teknologi pada usaha kecil menengah (UKM). "Dalam konsep dasar manajemen produksi, efisiensi produksi didefinisikan sebagai upaya untuk meminimalkan sumber daya yang digunakan dalam proses produksi guna mencapai output yang optimal," (Heizer & Render, 2014). Efisiensi tidak hanya ditentukan oleh waktu yang dibutuhkan dalam proses, tetapi juga kualitas output yang dihasilkan. Hal ini sejalan dengan penelitian Yulianto (2019) yang menemukan bahwa penggunaan teknologi otomatisasi seperti mixer pada usaha roti dan kue mampu meningkatkan kapasitas produksi hingga 30% dibandingkan dengan metode manual.

Lebih lanjut, penelitian oleh (Thong et al., 2000) menyoroti bahwa adopsi teknologi pada UKM berperan signifikan dalam meningkatkan produktivitas dan daya saing. Penelitian ini menemukan bahwa penggunaan mesin atau alat yang lebih efisien dalam proses produksi dapat mengurangi waktu pengerjaan hingga 40%, yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan kapasitas produksi dan kualitas produk. Saran penggunaan mixer dalam pengabdian ini juga sejalan dengan temuan tersebut, di mana penggunaan alat pengaduk otomatis terbukti meningkatkan kapasitas produksi mitra sebesar 20%, serta mengurangi beban tenaga kerja manual.



Gambar 3. Mixer / Mesin Pengaduk

Hasil pengabdian ini menunjukkan bahwa penggunaan teknologi sederhana seperti mixer tidak hanya meningkatkan efisiensi, tetapi juga mendukung usaha dalam memenuhi permintaan pasar yang lebih besar. Adopsi teknologi dalam skala kecil dapat menjadi solusi praktis bagi UMKM dalam menghadapi tantangan produktivitas dan keberlanjutan usaha.

Selain itu, kegiatan pengabdian masyarakat kali ini juga melakukan diferensiasi produk donat yang diproduksi oleh mitra yaitu dengan menambahkan variasi pada bentuk, tampilan, dan rasa serta penambahan topping pada olahan donat yang di produksi mitra. Berikut penjelasan diferensiasi produk olahan donat pada POO Donuts:

- Pada aspek perubahan bentuk, donat kini tidak lagi berbentuk donat seperti cincin atau gelang namun bentuknya dirubah menjadi bulat tanpa ada lubang di tengahnya. Perubahan bentuk donat dimaksudkan untuk memberikan kesan unik dan kekinian.
- Pada segi tampilan juga terjadi perubahan karena dirubahnya bentuk donat, perubahan bentuk tersebut membuat mitra lebih leluasa memberikan tampilan yang unik dan menarik pada donatnya. seperti membuat tampilan donat menyerupai anak ayam, muka kucing, dan muka beruang yang lucu. Dengan demikian diharapkan akan menambah daya tarik konsumen dan menambah daya jual dari donat tersebut.
- Selanjutnya pada segi rasa, mitra menambah beberapa varian rasa yang di maksudkan untuk menambah cita rasa yang unik dan disukai oleh konsumen, sehingga tidak hanya memberikan rasa yang monoton seperti rasa keju dan coklat saja. Panmbahan varian rasa ini diantaranya rasa strawberry, durian, vanilla, jeruk, dan lain-lain yang tentunya penambahan varian rasa ini dengan mempertimbangkan minat konsumen.
- Pada penambahan topping, disini dilakukan dengan memperkaya topping yang sekaligus bisa dijadikan hiasan pada produk donat. Penambahan topping disini dengan memperhatikan tema dan rasa donat yang dipesan. Contohnya pada donat yang bertema hewan seperti kucing, beruang, dan lain-lain, mitra menambahkan topping berupa coklat mini warna-warni sebagai mata. selain itu untuk memperkaya rasa, tak jarang diberikan tambahan topping berupa buah seperti buah jeruk, strawberry, kiwi, dll.

Penerapan diferensiasi produk pada POO Donuts dapat dikaitkan dengan beberapa teori dan penelitian terbaru mengenai inovasi produk dan dampaknya terhadap peningkatan daya saing. Dalam teori pemasaran, diferensiasi produk diartikan sebagai strategi untuk membuat produk berbeda dari pesaing dengan tujuan menciptakan nilai yang lebih tinggi di mata konsumen (Philip, Kotler; Kevin Lane, 2016). Diferensiasi produk terbukti efektif dalam menarik minat konsumen baru dan mempertahankan loyalitas pelanggan lama. Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Wright et al., 2014), inovasi pada bentuk, rasa, dan tampilan produk memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan brand awareness dan penjualan, khususnya pada produk makanan yang bersifat impulsif seperti donat.

Penelitian oleh (Graciafernandy et al., 2024) “menemukan bahwa dalam usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), inovasi produk menjadi faktor kunci dalam menciptakan keunggulan kompetitif.” Variasi pada aspek rasa, bentuk, dan tampilan produk mampu meningkatkan keterlibatan konsumen secara emosional, yang berdampak pada peningkatan loyalitas dan pembelian ulang. Studi ini juga menekankan pentingnya memahami preferensi konsumen lokal dalam mengembangkan produk yang sesuai dengan selera pasar.

Sementara itu, penelitian yang dilakukan oleh (Farida & Setiawan, 2022) “menyoroti bahwa penggunaan toping dan hiasan pada produk makanan tidak hanya memperkaya visual produk, tetapi juga meningkatkan nilai estetika dan daya tarik konsumen, terutama pada segmen anak-anak dan remaja.” Inovasi dalam bentuk dan hiasan produk seperti yang dilakukan pada POO Donuts, di mana bentuk donat dibuat menyerupai hewan dan ditambah toping kreatif, selaras dengan temuan tersebut. Inovasi semacam ini tidak hanya menambah nilai jual, tetapi juga mendorong pertumbuhan pesanan untuk berbagai acara.



Gambar 4. Varian Donat yg di produksi POO Donuts

Setelah melakukan diferensiasi produk donat, penjualan donat mitra mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Sejalan dengan teori inovasi produk yang dinyatakan oleh Trott (2017), yang menyatakan bahwa inovasi dalam produk, termasuk pengembangan varian baru, dapat meningkatkan daya tarik produk di pasar dan, pada gilirannya, meningkatkan penjualan. Hal ini tentunya disebabkan oleh ubahan yang dilakukan oleh mitra dalam membuat olahan donat seperti yang telah dijelaskan. Para konsumen mitra tertarik untuk mencoba berbagai varian rasa donat yang dibuat oleh mitra. selain itu, konsumen donat POO Donuts juga memesan donat untuk konsumsi pada acaranya seperti acara hajatan, ulang tahun, rapat, dan lain sebagainya. Hal ini karena donat merupakan makanan kudapan yang sangat cocok untuk dijadikan konsumsi pelengkap pada acara-acara resmi maupun tidak resmi seperti acara camping, kumpul-kumpul dengan teman dan lain-lain.



Gambar 5. Donat sebagai kue Ulang Tahun

Sejak dilakukannya diferensiasi produk, keuntungan penjualan donat mitra mengalami peningkatan dari pada sebelum melakukan peningkatan efisiensi dan diferensiasi produk donat. Hal ini dapat dilihat dari bertambahnya jumlah pesanan donat disetiap bulannya, baik sebagai konsumsi pribadi maupun untuk konsumsi pada sebuah acara. Penerapan teori customer experience yang diungkapkan oleh

(Lemon & Verhoef, 2016) menunjukkan “bahwa pengalaman pelanggan yang positif dapat meningkatkan kepuasan dan mendorong pembelian berulang. Dengan menawarkan variasi rasa yang menarik, POO Donuts telah menciptakan pengalaman yang memuaskan bagi pelanggan, yang berkontribusi pada peningkatan jumlah pesanan.”

Berdasarkan hal itu, terbukti bahwa efisiensi pada proses produksi dan dilakukannya strategi diferensiasi produk olahan donat, memberikan dampak positif yang cukup signifikan terhadap peningkatan penjualan dan pendapatan yang diperoleh mitra. Selain itu, pemasaran yang dilakukan secara online menggunakan Instagram dan Whsaap memudahkan mitra untuk mengenalkan produknya sehingga mampu menarik banyak konsumen baru yang ingin mencoba produk olahan donat dan memperluas pasar dari POO Donuts. Sebuah studi oleh Khaola et al. (2021) menegaskan bahwa penggunaan media sosial untuk pemasaran dapat meningkatkan kesadaran merek dan penjualan produk. Pemasaran yang dilakukan melalui Instagram dan WhatsApp oleh POO Donuts memberikan dampak positif, memudahkan mitra dalam mengenalkan produknya dan menarik banyak konsumen baru.

SIMPULAN

Berdasarkan uraian di atas, kesimpulan yang dapat diambil dari kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat bersama mitra yaitu POO Donuts yang bergerak di bidang kuliner berupa olahan donat, yang berlokasi di Desa Pancoran, Kecamatan Bondowoso, Kabupaten Bondowoso dibagi menjadi tiga kegiatan, yaitu:

Kegiatan “diskusi tentang permasalahan yang dihadapi serta pemahaman mengenai peningkatan produktivitas usaha khususnya di bidang kuliner, serta menjabarkan poin-poin yang harus diperhatikan dalam meningkatkan produktivitas usaha dan upaya untuk meningkatkan efisiensi proses produksi, termasuk memahami makna pentingnya peningkatan produktivitas usaha dalam menjalankan usaha dan dampak yang akan diterima baik jangka pendek maupun dampak jangka panjang. Kegiatan penentuan strategi diferensiasi produk olahan donat yang baik dan benar serta mudah dipahami dan dijalankan oleh pihak yang membutuhkan dalam hal ini pelaku usaha.”

Dalam kegiatan ini, terdapat beberapa faktor pendukung dan penghambat yang memengaruhi keberhasilan program. Faktor pendukung utama adalah kemauan kuat dari mitra untuk berinovasi dan meningkatkan produktivitas usaha. Selain itu, akses ke teknologi sederhana seperti mixer berhasil meningkatkan efisiensi produksi, didukung pula oleh bantuan dan pelatihan intensif dari tim pendamping. Respons positif dari konsumen terhadap inovasi produk, seperti variasi bentuk dan rasa donat, juga menjadi faktor penting dalam peningkatan penjualan.

Namun, kegiatan ini juga dihadapkan pada sejumlah faktor penghambat, antara lain keterbatasan modal yang menghambat investasi lebih lanjut dalam peralatan produksi yang lebih canggih. Mitra juga menghadapi tantangan dalam hal pengetahuan awal terkait teknologi dan strategi pemasaran digital, serta kendala distribusi yang membatasi jangkauan pasar di luar desa. Selain itu, adaptasi terhadap perubahan metode produksi dan inovasi produk memerlukan waktu, yang sempat memperlambat peningkatan produktivitas.

SARAN

Mitra Poo Donuts sebaiknya terus meningkatkan efisiensi produksi dengan investasi pada peralatan modern seperti mixer tambahan, serta memperluas variasi produk untuk mempertahankan minat konsumen. Selain itu, mitra juga disarankan untuk memperkuat strategi pemasaran digital guna menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan penjualan. Pendampingan lanjutan dalam manajemen keuangan dan pengelolaan stok bahan baku juga penting untuk mendukung pertumbuhan usaha yang berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik Kabupaten Bondowoso. (2023). Keadaan Ketenagakerjaan Kabupaten Bondowoso Agustus 2023. <https://bondowosokab.bps.go.id/id/pressrelease/2023/12/12/20>
- Farida, I., & Setiawan, D. (2022). Business Strategies and Competitive Advantage: The Role of Performance and Innovation. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 8(3), 163. <https://doi.org/10.3390/joitmc8030163>
- Fitriyana, N., & Hadithya, R. (2023). Analisis Digitalisasi Umkm Bidang Kuliner di Kecamatan Bandung Kidul Kota Bandung. *SMART – Study & Management Research*, XX(3), 1–7.
- Graciafernandy, M. A., Dewi, E., Amaliyah, E., & Semarang, U. (2024). Peran Keunggulan Bersaing

- Dalam Meningkatkan Kinerja Pemasaran Usaha Mikro Kecil Menengah Sektor Kuliner. *JIMFE (Jurnal Ilmiah Manajemen Fakultas Ekonomi)*, 10(1), 77–88. <https://doi.org/10.34203/jimfe.v10i1.9077>
- Heizer, J. and, & Render, B. (2014). *Manajemen Operasi (Cetakan Ke)*. Salemba Empat.
- Lemon, K. N., & Verhoef, P. C. (2016). Understanding customer experience throughout the customer journey. *Journal of Marketing*, 80(6), 69–96. <https://doi.org/10.1509/jm.15.0420>
- Odoo, R., Anning-Dorson, T., & Acheampong, G. (2017). Antecedents of social media usage and performance benefits in small- and medium-sized enterprises (SMEs). *Journal of Enterprise Information Management*, 30(3), 383–399. <https://doi.org/10.1108/JEIM-04-2016-0088>
- PEREKONOMIAN, K. K. B., & INDONESIA, R. (2022). Perkembangan UMKM sebagai Critical Engine Perekonomian Nasional Terus Mendapatkan Dukungan Pemerintah. <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/4593/perkembangan-umkm-sebagai-critical-engine-perekonomian-nasional-terus-mendapatkan-dukungan-pemerintah>
- Philip, Kotler; Kevin Lane, K. (2016). *Marketing Management (Edisi 15)*. Pearson Education, Inc.
- Purnomo, A. (2019). *Ekonomi Kreatif Dan Sektor Kuliner Dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Lokal*. Pustaka Ilmu.
- Riawati, N., Fitriati, R., Suryawati, D., Suji, S., & Helpiastuti, S. B. (2022). Pengembangan Ekonomi Lokal Kabupaten Bondowoso Melalui Kajian Potensi Klaster Industri Kecil. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 11(2), 161–172. <https://doi.org/10.23887/jish.v11i2.34175>
- Sahetapy, J. P. (2013). Diferensiasi Produk, Strategi Merek, Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Meubel UD Sinar Sakti Manado. *Emba*, 1(3), 411–420.
- Sickles, R. C., & Zelenyuk, V. (2019). Measurement of productivity and efficiency: Theory and practice. *Measurement of Productivity and Efficiency: Theory and Practice*, May, 1–601. <https://doi.org/10.1017/9781139565981>
- Subagjo, A. (2007). *Manajemen pengolahan kue dan roti (Edisi 1)*. Graha Ilmu.
- Taiminen, Heini; Karjaluto, H. (2015). THE USAGE OF DIGITAL MARKETING CHANNELS IN SMEs. 22(4), 633–651.
- Thong, J. Y. L., Yap, C. S., & Seah, K. L. (2000). Business process reengineering in the public sector: The case of the housing development board in Singapore. *Journal of Management Information Systems*, 17(1), 245–270. <https://doi.org/10.1080/07421222.2000.11045634>
- Wright, M. J., Stern, P., Riebe, E., Wright, M., Stern, P., & Sharp, B. (2014). How to grow a brand : Retain or acquire customers ? How to grow a brand : Retain or acquire customers ? ☆. *Journal of Business Research*, 67(5), 990–997. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2013.08.005>
- Yulianto, A. (2019). Dampak Penggunaan Teknologi Otomatisasi Terhadap Produktivitas Umkm Sektor Makanan Di Kota Surabaya. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 12(2), 145–160.