

PENGEMBANGAN PRODUK DAN DIGITALISASI UMKM ADAR SNACK DI DESA JOMIN BARAT

Ade Irwan, Afif Hakim

Teknik Industri, Fakultas Teknik Universitas Buana Perjuangan Karawang

ti19.adeirwan@mhs.ubpkarawang.ac.id

afif.hakim@ubpkarawang.ac.id

Abstrak

Desa Jomin Barat adalah salah satu desa di Kecamatan Kotabaru, Kabupaten Karawang. Desa Jomin Barat memiliki luas wilayah 25,25 Ha terdiri dari luas tanah kering 19,78 Ha dan luas fasilitas umum 5,47 Ha, dimana sebelah utara berbatasan dengan Desa Pagaluh Selatan, sebelah barat berbatasan dengan Desa Sari Mulya, sebelah selatan berbatasan dengan Desa Cinangka dan sebelah timur berbatasan dengan Desa Jomin Timur. Di Desa Jomin Barat banyak pelaku UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) salah satunya adalah UMKM Adar Snack, UMKM Adar Snack ini memproduksi berbagai macam makanan ringan seperti rengginang, semprong, kembang goyang, dan kerupuk kembang ros. Dengan adanya kegiatan KKN (Kuliah Kerja Nyata) mahasiswa Universitas Buana Perjuangan Karawang di Desa Jomin Barat, dimana kegiatan ini bertujuan untuk menginovasi dan digitalisasi UMKM, UMKM Adar Snack terpilih menjadi salah satu UMKM yang menjadi target kegiatan KKN dalam menginovasi dan digitalisasi UMKM.

Kata kunci: Pengembangan Produk, Digital UMKM.

Pendahuluan

Kuliah Kerja Nyata (KKN) adalah bentuk kegiatan pengabdian dari mahasiswa kepada masyarakat sebagai salah satu wujud dari Tridharma Perguruan Tinggi yang terdiri dari Pengajaran, Penelitian dan Pengabdian kepada masyarakat. Pada tahun 2022 ini Universitas Buana Perjuangan Karawang mengadakan program KKN yang ke-5 yang bertemakan “Inovasi dan Digitalisasi UMKM Menuju Masyarakat Mandiri” bagi seluruh mahasiswanya untuk mengabdikan ke berbagai desa di seluruh Kabupaten Karawang. Desa yang menjadi sasaran KKN tahun ini berjumlah 84 Desa di 17 Kecamatan yang ada di Kabupaten Karawang.

Penulis bersama dengan 19 rekan mahasiswa lainnya melakukan kegiatan KKN di Desa Jomin Barat. Dalam melaksanakan kegiatan KKN penulis melakukan pengembangan produk dan digitalisasi salah satu UMKM yang ada di Desa Jomin Brat yaitu UMKM milik Pak Adar yang berlokasi di Sukamulya RT.001 RW.006 Desa Jomin Brat. UMKM milik Pak Adar ini menjual produk berbagai snack seperti rengginang, semprong, kembang goyang dan kerupuk kembang ros. Produk snack rumahan ini cukup diminati oleh masyarakat di berbagai kalangan, namun ada beberapa hal yang perlu dilakukan pengembangan terkait produk dari UMKM milik Pak Adar ini agar bisa bersaing di era digital seperti sekarang ini. Oleh karena itu diperlukan adanya pengembangan dan inovasi terhadap produk snack dari UMKM milik Pak Adar.

Metode

Dalam melakukan penelitian pada UMKM milik Pak Adar yang berlokasi di Sukamulya RT.001 RW.006 Desa Jomin Barat guna untuk melakukan pengembangan dan inovasi produk snack nya penulis menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan cara observasi. Metode deskriptif kualitatif dengan cara observasi adalah metode pengumpulan data analisis secara langsung di lokasi penelitian. Maksud dari penelitian ini agar penulis dapat meneliti keadaan yang sebenarnya sesuai dengan kenyataan, menggali, dan menganalisis lebih mendalam terkait strategi pengembangan produk dan inovasi produk Snack milik Pak Adar. Wawancara dan observasi adalah pendekatan kualitatif yang dilakukan oleh penulis.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis, berikut dibawah ini beberapa pengembangan UMKM Snack milik Pak Adar yang dilakukan oleh penulis diantaranya:

1. Pembuatan Logo Produk

Setelah dilakukanya penelitian dengan cara wawancara dan observasi secara langsung ke lokasi UMKM *snack* milik Pak Adar, penulis mendapatkan informasi bahwa UMKM Snack milik Pak Adar ini belum mempunyai *brand* atau nama dari usaha yang digelutinya tersebut. Atas hasil diskusi dengan pemilik usaha yaitu Pak Adar sendiri maka UMKM *snack* milik Pak Adar ini diusunglah dengan nama “Adar Snack”. Setelah melakukan *branding* atau penamaan akan UMKM *snack* milik Pak Adar, penulis mengusulkan beberapa desain logo untuk UMKM Adar Snack, logo ini digunakan untuk dimasukan ke dalam kemasan produk *snack* agar menambah daya tarik dari segi kemasannya, karena kemasan produk sangat berpengaruh terhadap daya tarik pembeli dan Pak Adar sendiri sebagai pemilik usaha yang menentukan logo nya seperti gambar dibawah ini:



Gambar 1 Logo Adar Snack

2. Pembuatan Banner

Selain pembuatan logo produk penulis juga mengusulkan pembuatan Banner untuk dipasang di depan tempat UMKM Adar Snack, pembuatan Banner ini bertujuan agar UMKM Adar Snack bisa lebih dikenali oleh masyarakat sekitar agar mendatangkan banyak calon pembeli baru. Berikut dibawah ini desain Banner Adar Snack:



Gambar 2 Banner Adar Snack

3. Sosialisasi Digitalisasi UMKM

Di era digital seperti sekarang ini pelaku usaha dapat memasarkan produknya dengan mudah maupun dalam cakupan nasional ataupun internasional, oleh karena itu dalam usaha untuk dapat menambah omset penjualan UMKM Adar Snack diperlukan adanya terobosan baru metode pemasaran, yang tadinya hanya memasarkan secara langsung kepada masyarakat sekitar dengan adanya digitalisasi pemasaran diharapkan dapat menambah omset penjualan UMKM Adar Snack. Maka dari itu penulis dan rekan mahasiswa KKN lainnya melakukan sosialisasi digitalisasi UMKM di Desa Jomin Barat dimana penulis menjadi salah satu pemateri dalam sosialisasi tersebut.



Gambar 3 Sosialisasi Digitalisasi UMKM

Kesimpulan dan Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitaian yang telah dilakukan oleh penulis UMKM Adar Snack yang berlokasi di Sukamulya RT.001 RW.006 Desa Jomin Barat Kecamatan Kotabaru, Kabupaten Karawang masih memerlukan pengembangan dan inovasi untuk dapat berkembang dan bertahan di era digital seperti sekarang ini. Berbagai pengembangan dan inovasi diperlukan mulai dari segi pengembangan produk ataupun strategi pemasaran. Dengan adanya berbagai inovasi dan sosialisasi yang dilakukan oleh penulis dan rekan mahasiswa KKN lainnya diharapkan dapat membantu UMKM yang ada di Desa Jomin Barat untuk dapat berkembang di era digital seperti sekarang. Oleh karena itu sebaiknya pelaku UMKM harus lebih banyak belajar agar dapat mengikuti perkembangan zaman dan peran pemerintah setempat juga sangat diperlukan untuk mengembangkan pelaku UMKM di daerahnya masing-masing.

Daftar Pustaka

- Shobirin, M.Y. (2021). Pengembangan Produk Kerupuk Tujuh Bunga Dengan Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Guna Meningkatkan Profitabilitas. Seminar Nasional Patriot Mengabdi I. Vol.3 No.2.
- Insani, N. S., Prawiyogi, A. G. (2022). Perancangan Dan Pengembangan Produk Umkm Susu Kedelai Mavies. Konferensi Nasional Penelitian dan Pengabdian (KNPP) Ke-2. Vol.2 No.1.
- Makmun, S. (2021). Pelatihan Pengembangan Produk Dan Pemasaran Secara Digital. Majalah Ilmiah Pelita Ilmu Vol.4 No.2.
- Puspitasari, W., Widiastuti, T. (2022). Pelatihan Pengembangan Produk Kemasan Umkm Produk Jamu *Homemade* Dalam Menghadapi Persaingan Dagang Di Era Globalisasi Dan Pandemi. Jurnal Pengabdian Mandiri Vol.1, No.5.
- Sasmi, W. T., Sayuti, M., Yulianti, H. T., Sulastri, F. (2022). Sosialisasi Pengembangan Produk Umkm Jambu Kristal Di Desa Gombongsari. Konferensi Nasional Penelitian dan Pengabdian (KNPP) Ke-2. Vol.2 No.1.