

DIGITALISASI UMKM KENTANG MUSTOFA WIDODO

BUDI MANARUL ILHAM
TEKNIK INFORMATIKA, FAKULTAS ILMU KOMPUTER
If19.budiilham@mhs.ubpkarawang.ac.id

Abstrak

Digitalisasi adalah peningkatan akan pemanfaatan dari teknologi berbasis digital untuk digunakan hampir pada setiap aspek kehidupan agar masyarakat bisa dengan mudah dan cepat untuk mendapatkan informasi lewat akses internet. Dalam kegiatan KKN ini mahasiswa diminta untuk melakukan inovasi dan digitalisasi UMKM menuju masyarakat mandiri. Masalah yang dihadapi dalam inovasi dan digitalisasi UMKM ini yaitu pengusaha UMKM yang masih belum memanfaatkan digitalisasi dalam penjualan UMKM. Karena banyak masyarakat yang berprofesi sebagai pengrajin boneka sehingga desa ini sering disebut kampung boneka oleh masyarakat luar. Akan tetapi selain boneka, desa Cikampek Utara juga memiliki banyak potensi UMKM yang bergerak dibidang kuliner dengan memanfaatkan hasil pertanian masyarakat sekitar. Beberapa UMKM kuliner di desa Cikampek Utara diantaranya adalah Keripik pare yang diciptakan oleh ibu-ibu UPKKS (Unit Peningkatan Pendapatan Keluarga Sejahtera) dibidang ekonomi Cikampek Utara yang tempat produksinya terletak di perumahan Cikampek Berseri. Adapun UMKM kentang mustofa yang diproduksi oleh Bu Widodo. Proses pembuatan kentang mustofa relatif sederhana dan mudah, tetapi untuk memperoleh kentang mustofa yang berkualitas dibutuhkan beberapa peralatan yang memadai, salah satunya adalah peniris minyak (*spinner*). Dengan menggunakan *spinner* akan diperoleh kentang mustofa yang lebih *crispy* dan kandungan minyak relatif sedikit sehingga lebih bagus untuk kesehatan.

Kata kunci: Digitalisasi, UMKM, *Spinner*

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 17 rekan mahasiswa lainnya melakukan kegiatan KKN di Desa Cikampek Utara. Dalam melaksanakan kegiatan KKN ini membuat alat proses produksi untuk peniris minyak UMKM Kentang Mustofa, sehingga dapat membantu proses produksi Kentang Mustofa agar lebih cepat dan efisien dalam proses pengeringan Kentang Mustofa. Karena Produk rumahan ini cukup diminati oleh masyarakat di berbagai kalangan, namun ada beberapa faktor yang perlu diperhatikan dalam proses produksi Kentang Mustofa ini

agar bisa bersaing di era digital seperti sekarang. Seperti pembuatan Logo untuk produk UMKM Kentang Mustofa agar mudah dikenal oleh masyarakat luas. Oleh karena itu mahasiswa KKN membuat Logo untuk membantu proses branding produk dalam memasarkan produknya.

Metode

Dalam melakukan penelitian pada UMKM Kentang Mustofa yang berlokasi di Sukamulya RT.001 RW.006 Desa Cikampek utara guna untuk melakukan pengembangan dan inovasi produk nya penulis menggunakan metode observasi yang bersifat deskriptif kualitatif. Metode observasi adalah metode pengumpulan data dengan cara terjun langsung kelokasi 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 UMKM Kentang Mustofa. Mahasiswa KKN melakukan Wawancara dan observasi melalui pendekatan kualitatif.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis, berikut dibawah ini beberapa pengembangan UMKM Kentang Mustofa diantaranya:

1. Pembuatan Logo Produk

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



Gambar 1. Logo Kentang Mustofa

Pada Gambar 1, merupakan tampilan dari Logo Kentang Mustofa yang dipilih oleh Pemilik UMKM Kentang Mustofa untuk dijadikan branding produk UMKM Kentang Mustofa

2. 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 Kentang Mustofa 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 Kentang Mustofa. Maka dari itu Mahasiswa KKN lainnya melakukan sosialisasi *Digitalisasi* UMKM di Desa Cikampek utara agar para pelaku UMKM di Desa Cikampek Utara memahami pentingnya *Digital Marketing* dalam pemasaran produk



Gambar 2. Sosialisasi Digitalisasi UMKM

Kesimpulan dan Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitaian yang telah dilakukan oleh penulis UMKM Kentang Mustofa yang berlokasi di Sukamulya RT.001 RW.006 Desa Cikampek utara 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 mahasiswa KKN diharapkan dapat membantu UMKM yang ada di Desa Cikampek utara 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. Yusril. (2021). Pengembangan Produk Kerupuk Tujuh Bunga Dengan Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Guna Meningkatkan Profitabilitas. *Seminar Nasional Patriot Mengabdikan I*.
- Insani. Sukma. Nurlita, & Prawiyogi. G. Anggy (2022). Perancangan Dan Pengembangan Produk Umkm Susu Kedelai Mavies. *Konferensi Nasional Penelitian dan Pengabdian (KNPP)Ke-2*.
- Sukron. Makmun. (2021). Pelatihan Pengembangan Produk Dan Pemasaran Secara Digital. *Majalah Ilmiah "PELITA ILMU" Vol.4 No.2*.
- Sasmi. T. Weni, Sayuti., Yulianti. T. Hilda., & Sulastri. F (2022). Sosialisasi Pengembangan Produk Umkm Jambu Kristal Di Desa Gombongsari. *Konferensi Nasional Penelitian dan Pengabdian (KNPP) Ke-2*.
- Haryadi, R. N., Anda Rojali, Khumidin, & M. Fauzan. (2021). Sosialisasi Penggunaan Online Shop berbasis Website di UMKM Cimanggis. *Jurnal Pengabdian Bina Mandiri, 1(1)*