

EDUKASI MENGENAI PENGEMBANGAN KUALITAS PRODUK KEPADA UMKM DI DESA PURWAMEKAR

Agung Gumelar, Nadya Putri Saylendra, S.PD., M.PD
Program Studi Teknik Mesin, Fakultas Teknik
tm19.agunggumelar@mhs.ubpkarawang.ac.id
Nadya.saylendra@ubpkarawang.ac.id

Abstrak

Kuliah Kerja Nyata Universitas Buana Perjuangan karawang Tahun 2022 ini dilaksanakan secara hybrid (online-offline). Melakukan program kegiatan Meningkatkan Penjualan Melalui Strategi Pemasaran Digital pada UMKM yang terdampak Covid-19 dengan tujuan meningkatkan Brand Awareness pada UMKM tersebut. Dengan cara mempromosikan UMKM melalui Media Sosial. Metode kegiatan menggunakan beberapa tahapan: Perizinan pelaksanaan program kepada mitra: persiapan dan penyusunan strategi yang akan digunakan, pelaksanaan program kegiatan, dan pembuatan laporan. Strategi pemasaran yang digunakan adalah melakukan promosi dengan menggunakan media sosial instagram, sebab Media sosial disebut sebagai cara terbaik untuk bisa lebih dekat dengan konsumen. karena saat ini hampir seluruh masyarakat memiliki akun media sosial dan saat pandemi masyarakat lebih sering berbelanja di media sosial.

Kata kunci: *E-Commerse, digitalisasi, UMKM*

Abstract

This 2022 Buana Perjuangan University Real Work Lecture is carried out in a hybrid (online-offline) manner. Carry out an activity program to Increase Sales Through Digital Marketing Strategies for MSMEs affected by Covid-19 with the aim of increasing Brand Awareness in these MSMEs. By promoting MSMEs through Social Media. The activity method uses several stages: Licensing program implementation to partners: preparation and preparation of strategies to be used, implementation of activity programs, and report generation. The marketing strategy used is to promote using Instagram social media, because social media is called the best way to get closer to consumers. because currently almost all people have social media accounts and during a pandemic people shop more often on social media.

Keywords: *E-Commerse, digitalisasi, UMKM*

PENDAHULUAN

Desa Purwamekar merupakan salah satu desa yang berada di kecamatan Rawamerta kabupaten karawang. Desa Purwamekar mempunyai luas wilayah Luas wilayah 4.911.34 Ha (Darat 728,695 LaHan Sawah 4.182,645 Ha), Suhu udara rata-rata maksimal 30 derajat celcius dan minimal 27 derajat celcius. Dengan adanya luas lahan tanah kering ini beberapa warga memanfaatkan lahan tersebut sebagai tempat untuk mendirikan UMKM. Definisi UMKM menurut Kementerian Koperasi dan UMKM dalam Aufer (2014:8) : Usaha Kecil (UK), termasuk usaha Mikro (UMI) adalah entitas usaha yang mempunyai kekayaan bersih paling banyak Rp. 200.000.000, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha dan memiliki penjualan tahunan paling banyak Rp. 1.000.000.000. Sementara itu, Usaha Menengah (UM) merupakan entitas usaha milik warga negara Indonesia yang memiliki kekayaan bersih lebih besar dari Rp. 200.000.000 s.d. Rp. 10.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan.

Di desa purwamekar terdapat sebuah UMKM yakni sambel sereh mak banih didirikan pada tahun 1982 yang beralamatkan di dusun krajan kabupaten karawang. Di UMKM mak banih ini dalam proses produksinya masih tradisional dan penjualannya masih dilakukan secara berkeliling didesa.

Kegiatan usaha mikro kecil menengah (UMKM) di Indonesia saat ini diharapkan bisa menjadi pilar dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi di Indonesia. UMKM memiliki peran yang penting dalam meningkatkan perekonomian Indonesia, dengan adanya UMKM bisa mengurangi angka pengangguran dan UMKM juga sekarang tidak hanya di pandang sebelah mata oleh pengusaha kelas atas tetapi menghargai para pelaku usaha kecil saat ini. UMKM saat ini tidak hanya menjadi pilar tetapi juga menjadi kebutuhan untuk orang yang membutuhkan pekerjaan (Heri, 2019). Keberadaan inovasi kualitas produk saat ini berkaitan dengan kreativitas perorangan atau kelompok. Kreativitas dapat diartikan sebagai kemampuan untuk mengembangkan inovasi-inovasi yang dimiliki oleh tersebut, kemudian disampaikan apa yang ada dalam pemikirannya, dan bisa dilihat dari peluang yang baru apa yang belum ada di produk tersebut atau bisa disebut sebagai penemuan baru. Oleh sebab itu maka diperlukan adanya edukasi pengembangan mengenai kualitas produk yang baik bagi UMKM di desa Purwamekar. Dengan memberikan Edukasi dan sosialisasi tentang terhadap masyarakat khususnya yang telah menjalani Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam kegiatan tatap muka atau diskusi langsung dengan mahasiswa selaku narasumber dan juga pelaku sebagai mitra.

Edukasi merupakan proses interaktif yang mendorong terjadinya pembelajaran, dan pembelajaran merupakan upaya penambahan pengetahuan baru, sikap, dan keterampilan melalui penguatan praktik dan pengalaman tertentu (Smeltzer dan Bare, 2008 dalam Susiyanti Evi 2016). Sedangkan kualitas adalah aspek yang sangat penting bagi perkembangan perusahaan atau pelaku UMKM. Saat ini semakin banyak perusahaan-perusahaan atau UMKM yang mengubah strateginya untuk menghasilkan produk atau jasa yang sesuai kebutuhan konsumen, agar dapat bersaing dan menguasai pasar domestik dan maupun luar negeri. Sementara itu, untuk menjaga konsistensi kualitas produk dan jasa yang dihasilkan sesuai dengan tuntutan konsumen, perlu dilakukan pengendalian kualitas (Quality Control) atas aktivitas proses yang dijalani. Maka dari itu, perlu menciptakan sistem yang dapat mencegah timbulnya masalah mengenai kualitas agar kesalahan yang pernah terjadi tidak terulang lagi. Faktor utama yang menentukan kinerja suatu perusahaan adalah kualitas produk dan jasa yang dihasilkan. Produk dan jasa yang berkualitas adalah produk dan jasa yang sesuai dengan apa yang diinginkan konsumennya. Oleh karena itu organisasi atau perusahaan perlu mengenal konsumen atau pelanggannya dan mengetahui kebutuhan dan keinginannya. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini yaitu pelaksanaan Kuliah Kerja (KKN) yang dilaksanakan secara Mandiri membuat dua program untuk memberikan edukasi terhadap pelaku Usaha Micro Kecil dan Menengah diantaranya. Pertama, melatih pelaku usaha dalam pembuatan logo untuk membangun branding terhadap produk yang dijual. Kedua, melatih dalam pemasaran Usaha Micro Kecil dan Menengah agar pelaku Usaha Micro Kecil dan Menengah dapat memasarkan produknya melalui e-commerce.

METODE

Pengembangan UMKM berbasis daya saing, dan strategi yang berfungsi untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman suatu perusahaan. Kekuatan dalam artian disini adalah kekuatan yang menuntungkan usaha tersebut yaitu dengan pengembangan produk. Kelemahan disini adalah kerugian yang dialami oleh pelaku usaha karena persaingan bisnis yang terjadi. Peluang merupakan strategi yang harus dilakukan oleh pelaku usaha jika peluang tersebut besar atau banyak, jadi pelaku usaha bisa melakukan inovasi produk tersebut. Ancaman suatu perusahaan yaitu persaingan antara perusahaan satu dengan perusahaan lain, karena dalam dunia usaha ancaman terbesar adalah persaingan sesama usaha atau bisa juga menjual produk yang sama (Ariani, 2017). Dalam pengembangan UMKM banyak tantangan yang dihadapi di dalamnya, untuk memperkuat hal itu perlu diadakan pembinaan yang lebih mengarahkan untuk

kemampuan pengusaha kecil menjadi pengusaha menengah dan pengusaha mikro menjadi pengusaha kecil. Lemahnya kemampuan management dan sumber daya manusia mengakibatkan UMKM tidak mampu menjalankan usahanya dengan baik, karena hal tersebut pengembangannya kurang baik (Setyanto, 2015

Adapun lokasi dan waktu pelaksanaan Kuliah Kerja Nyata (KKN) ini di Desa Purwamekar, Kecamatan Rawamerta Kabupaten Karawang dimana menjadi salah satu desa yang terdampak akibat COVID-19. Kegiatan ini dilaksanakan pada 01 Juli 2022-31 Juli 2022. Kegiatan wajib KKN pada tahun ini masih secara hybrid (online-offline) sehingga KKN diharapkan mampu menjadi sarana penggerak partisipasi aktif masyarakat dimasa pandemic COVID-19. Selain itu kegiatan ini dapat menggali potensi serta minat dan bakat yang dimiliki masyarakat Desa purwamekar khususnya dalam bidang Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Masalah yang dikaji adalah bagaimana program KKN ini dapat memberikan edukasi terhadap pelaku UMKM untuk lebih berkembang dan lebih maju lagi untuk kedepannya dan mampu mengikuti perkembangan teknologi digital atau yang modern. Kegiatan ini akan dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif, yaitu melakukan Teknik wawancara dengan pelaku usaha yang kompeten. Langkah pertama yang dilakukan pada kegiatan ini adalah perizinan pelaksanaan program kepada mitra, yaitu pemilik UMKM Pak Iwan dan melakukan diskusi dengan mitra terkait program kegiatan yang akan dilakukan: persiapan dan penyusunan strategi yang akan digunakan pada program kegiatan yang akan dilaksanakan, selanjutnya adalah pelaksanaan program kegiatan. Adapun program kegiatan yang kami lakukan adalah pembuatan marketplace dengan media sosial instagram, facebook ,shopee

Sosialisasi Program

Dalam kegiatan sosialisasi program yang telah disusun dan direncanakan kemudian memberikan informasi tentang rencana yang telah disusun dengan rangkaian pelaksanaan program yang akan dibuat sebagai solusi atas permasalahan yang sedang di hadapi oleh pelaku usaha.



Gambar 1. Sosialisasi Kualitas dan kepuasan pelanggan

Sumber : Data Penulis (2022)

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada Jumat, 15 Juli 2022 di Aula desa Purwamekar, yang beralamatkan di Jl. Desa Purwamekar, Kec. Rawamerta, Kab. Karawang, Jawa Barat 41119. Penelitian ini dilaksanakan sebagai proker individu Kuliah Kerja Nyata (KKN)

Survey Lapangan

Tentunya dengan mendatangi atau melakukan kunjungan kepada para pelaku Usaha Micro Kecil dan Menengah dengan target atau bertujuan untuk mendapatkan informasi awal mengenai kondisi atau keadaan serta kendala apa saja yang dihadapi dan yang dialami para pelaku atau penggiat Usaha Micro Kecil dan Menengah selama masa pandemic covid 19 ditempat melakukan usaha tersebut



Gambar 2. Survey lapangan

Sumber : Data penulis (2022)

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada program kegiatan meningkatkan penjualan melalui strategi pemasaran digital pada strategi meningkatkan Brand Awareness pada UMKM, DDM (DIDI DIJOYO MAKMUR) pak iwan kami telah melakukan beberapa program yaitu:

1. Kualitas produk adalah salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Sebuah perusahaan harus memperhatikan kualitas produk yang diciptakannya, karena kualitas produk merupakan suatu faktor penting yang mempengaruhi keputusan para konsumen dalam melakukan pembelian sebuah produk atau jasa. Semakin baik kualitas suatu produk, maka akan semakin meningkat minat para konsumen untuk membeli produk tersebut. Dengan memberikan kualitas produk yang baik, sebuah perusahaan dapat lebih unggul dibandingkan para pesaingnya. Oleh karena itu sebuah perusahaan harus dapat memahami keinginan konsumen sehingga dapat menciptakan produk dengan kualitas yang baik dan sesuai dengan harapan konsumen. Menurut Kotler dan Armstrong (2008:272), kualitas produk (product quality) adalah karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplikasikan. Menurut Garvin (1998) dalam Tjiptono(2012:170-172), kualitas produk diklasifikasikan ke dalam delapan dimensi kualitas yaitu Performance (Kinerja), Feature (Fitur), Reliability (Keandalan), Conformance to Specifications (Kesesuaian), Durability (Daya Tahan), Serviceability (Kemampuan Pelayanan), Aesthetics (estetika), dan Perceived quality (kesan kualitas).

2. Pengecekan dan kualitas produk

Setiap perusahaan memiliki standar tertentu sebelum memasarkan suatu produk. Quality control berperan dalam mengecek kualitas produk, sehingga pemenuhan standar bisa dilakukan. Nantinya, pemenuhan standar ini bisa dilakukan dengan memperbaiki kualitas produk menjadi lebih baik lagi sebelum jatuh ke tangan konsumen.



Gambar 3. Pengecekan dan kualitas produk

Sumber : Data penulis (2022)

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat diambil kesimpulan bahwa:

1. Program kegiatan Meningkatkan Penjualan Melalui Strategi Pemasaran Digital pada UMKM yang terdampak Covid-19 dengan tujuan meningkatkan Brand Awareness pada UMKM tersebut. Dengan cara mempromosikan UMKM melalui Media Sosial dan marketplace, sebab Media sosial dan penjualan melalui marketplace disebut sebagai cara terbaik untuk bisa lebih dekat dengan konsumen. Alasannya adalah karena saat ini hampir seluruh masyarakat memiliki akun media sosial dan saat pandemi masyarakat lebih sering berbelanja di marketplace.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan penulis memberikan beberapa rekomendasi terhadap UMKM DDM (DIDI DIJOYO MAKMUR) pak Iwan sebagai berikut:

1. Untuk pemasaran produk UMKM pak iwan sebaiknya dilakukan melalui media e-commerce agar memperluas pasar.
2. UMKM (DDM) pak iwan ini agar menambahkan marketplace, social media , shopee ,Facebbok. agar dikenal oleh konsumen.
3. UMKM (DDM) pak iwan ini kualitas produknya lebih menarik agar dapat menarik minat konsumen, untuk pertama kualitas produk packing dengan rapih ,dan kualitas tersusun rapih maka dari itu kami semua membuat rekomendasi untuk produk kualitas dan packing lebih baik .Mungkin dengan kemasan yang menarik akan menarik konsumen lebih banyak lagi.

Daftar Pustaka

Ariani, M. N. (2017). KAJIAN STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM DI KOTA TARAKAN.

Astuti, Rini dan Ikhsan Abdullah. 2017. Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian di Usaha Mikro Kecil Menengah, 5 (2), 14-23.

Tim Penyusun. (2022). Buku Panduan Kuliah Kerja Nyata. Karawang: Universitas Buana Perjuangan.

Sugiyono. 2008. Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabet