

Meningkatkan Penjualan UMKM Melalui Inovasi Kemasan Pada UMKM Di Desa Puspasari

Reza Apriatna, Adyan Lubis, SH., MH
Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas
Buana Perjuangan Karawang
mn19.rezaapriatna@mhs.ubpkarawang.ac.id
adyan.lubis@ubpkarawang.ac.id

Abstrak

Kuliah Kerja Nyata (KKN) adalah bentuk kegiatan pengabdian kepada masyarakat oleh mahasiswa dengan pendekatan lintas keilmuan dan sektoral pada waktu dan daerah tertentu di Indonesia. Kuliah Kerja Nyata telah dilaksanakan di Desa Puspasari, Kecamatan Pedes, Kabupaten Karawang selama 1 bulan dimulai pada tanggal 1 Juli sampai dengan 31 Juli 2022 dengan tema Inovasi dan Digitalisasi UMKM Menuju Masyarakat Mandiri. Penyusunan laporan yaitu dengan memanfaatkan media teknologi Informasi dan juga observasi langsung untuk koordinasi dan pengambilan data. Kegiatan yang dilakukan yaitu melakukan inovasi pada kemasan beberapa produk UMKM di Desa Puspasari dengan tujuan agar produk lebih memiliki Brand Image dan lebih menarik sehingga UMKM dapat meningkatkan pemasaran produknya.

Kata kunci : KKN, Desa, Puspasari, UMKM, Digitalisasi

Abstract

Real Work Lecture (KKN) is a form of community service activity by students with a cross-scientific and sectoral approach at certain times and regions in Indonesia. The Real Work Lecture was held in Puspasari Village, Pedes District, Karawang Regency for 1 month starting on July 1 to July 31, 2022 with the theme of Innovation and Digitizing UMKM Towards an Independent Society. The preparation of the report is by utilizing information technology media and also direct observation for coordination and data collection. The activity carried out is to innovate on the packaging of several UMKM products in Puspasari Village with the aim that the product has a more brand image and is more attractive so that UMKM can increase their product marketing.

Keywords: Community Service Program, Village, Puspasari, UMKM, Digitalization

Pendahuluan

Kuliah Kerja Nyata (KKN) adalah bentuk kegiatan pengabdian kepada masyarakat oleh mahasiswa dengan pendekatan lintas keilmuan dan sektoral pada waktu dan daerah tertentu di Indonesia. Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi di Indonesia telah mewajibkan setiap perguruan tinggi untuk melaksanakan KKN sebagai kegiatan intrakurikuler yang memadukan tri dharma perguruan tinggi yaitu: pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat.

KKN UBP Karawang tahun 2022 mengangkat tema Inovasi dan Digitalisasi UMKM Menuju Masyarakat Mandiri. KKN UBP Tahun 2022 ini dilaksanakan secara hybrid yaitu Online dan Offline. Fokus KKN UBP 2022 adalah untuk inovasi dan digitalisasi UMKM, mahasiswa KKN ditugaskan agar melakukan pengabdian kepada masyarakat terutama pada para pelaku UMKM agar UMKM dapat lebih berkembang dan maju. Pelaksanaan KKN Universitas Buana Perjuangan Karawang dilaksanakan diberbagai desa di kabupaten karawang, salah satu kegiatan KKN tersebut dilaksanakan di Desa Puspasari, Kecamatan Pedes, Kabupaten Karawang.

Adapun tujuan dilaksanakan KKN adalah sebagai berikut :

- a) Untuk mengetahui potensi apa saja yang ada di Desa Puspasari
- b) Untuk mengembangkan UMKM yang ada di Desa Puspasari
- c) Untuk mengetahui bagaimana perkembangan perekonomian yang ada di Desa Puspasari
- d) Untuk mengetahui apa saja permasalahan yang ada di Desa Puspasari
- e) Untuk mengetahui bagaimana solusi dari permasalahan yang ada di Desa Puspasari

Adapun manfaat kuliah kerja nyata sebagai berikut :

1. Bagi Mahasiswa KKN

- a) Mengenal dan mengerti tempat desa Kuliah Kerja Nyata di Desa Puspasari.
- b) Dapat mengetahui potensi apa saja yang ada di Desa Puspasari.
- c) Dapat mengetahui bagaimana perkembangan perekonomian yang ada di Desa Puspasari.
- d) Dapat mengetahui apa saja permasalahan yang ada di Desa Puspasari.

- e) Menambah pemahaman tentang cara berpikir dan bekerja secara praktis dalam menanggulangi berbagai permasalahan desa.
- f) Mahasiswa dapat menambah wawasan mengenai digitalisasi UMKM.
- g) Menambah wawasan dan pengetahuan bagi mahasiswa mengenai aplikasi prodeskel dan alur penginputan data ke aplikasi prodeskel.

2. Bagi Pemerintah

- a) Memperoleh bantuan tenaga dan pikiran dalam merencanakan dan melaksanakan proses penginputan data.
- b) Memperoleh bantuan dalam pendigitalisasian UMKM agar UMKM dapat lebih berkembang.
- c) Memperoleh bantuan berupa seminar atau edukasi untuk warga sekitar.

3. Bagi Perguruan Tinggi

- a) Memperoleh umpan balik sebagai hasil integrasi mahasiswa dengan staf pemerintah desa sehingga kurikulum dapat disesuaikan dengan kebutuhan pembangunan.
- b) Para dosen atau pengajar akan memperoleh berbagai pengalaman yang berharga dan menemukan berbagai masalah untuk pengembangan kegiatan penelitian.
- c) Universitas dapat menjalin kerja sama dengan desa KKN.

Metode

Metode yang dipakai adalah metode deskriptif, pelaksanaan kegiatan KKN dilaksanakan di Desa Puspasari, Kecamatan Pedes dengan rentang waktu satu bulan dari 1 Juli 2022 hingga 31 Juli 2022. Kegiatan KKN mengangkat tema Inovasi dan Digitalisasi UMKM Menuju Masyarakat Mandiri dengan tujuan membantu memajukan masyarakat khususnya para pelaku UMKM agar bisa terus berpacu dan relevan di era digital zaman sekarang. Selain itu kegiatan KKN juga merupakan pengabdian mahasiswa kepada masyarakat dimana hal tersebut merupakan salah satu dari Tri Dharma Perguruan Tinggi.

Hasil Kegiatan

Hasil dari kegiatan KKN yang dilaksanakan yaitu memperbaiki *packaging* atau kemasan pada beberapa produk UMKM di Desa Puspasari. *Branding* merupakan hal yang penting dalam sebuah prosuk, salah satu alasan kuat atas pentingnya branding adalah untuk

membantu produk yang di tawarkan menjadi lebih sering dikenali. Jika bisnis memiliki branding yang kuat, orang akan lebih memperhatikannya secara alami. Branding dapat menjadi ciri khas yang dikenali pelanggan sehingga bertahan lama di benak seseorang. Maka dari itu inovasi kemasan pada UMKM perlu dilakukan yang dimana sebelumnya hanya kemasan plastik polos lalu dibuatkan tambahan desain menarik dan logo pada produk. Media promosi seperti flyer pun dibuatkan agar membantu sebagai sarana promosi UMKM dalam mengenalkan produknya kepada masyarakat yang lebih luas.



Gambar 1 : Produk yang sudah diberikan label pada kemasan dipasarkan di Gebyar Paten Kecamatan Pedes



Gambar 2 : Flyer UMKM Sari Bunga Telang



Gambar 3 : Flyer UMKM Opak Pak UUS

Pembahasan

1. Definisi UMKM

UMKM adalah usaha produktif yang dimiliki perorangan maupun badan usaha yang telah memenuhi kriteria sebagai usaha mikro. Secara lebih jelas, pengertian UMKM diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM. Dalam UU tersebut disebutkan bahwa UMKM adalah sesuai dengan jenis usahanya yakni usaha mikro, usaha kecil dan usaha menengah.

2. Definisi Pemasaran

Pemasaran adalah kegiatan yang mempercepat perpindahan barang dan jasa dari sentra produsen ke sentra konsumen, yaitu semua yang berkaitan dengan iklan, distribusi, perdagangan, rencana produk, promosi, publisitas, penelitian dan pengembangan, penjualan, pengangkutan, serta penyimpanan barang, dan jasa (marketing). Pemasaran merupakan aktivitas serangkaian institusi, dan proses menciptakan, mengkomunikasikan, menyampaikan, dan mempertukarkan tawaran yang bernilai bagi pelanggan, klien, mitra, dan masyarakat umum.

3. Definisi dan ciri – ciri Inovasi

Pengertian inovasi menurut Nurdin yaitu sesuatu yang baru, yang dikenalkan dan dilakukan praktik atau proses baru (baik barang ataupun layanan) atau bisa juga sesuatu yang baru namun hasil adopsi dari organisasi lain. Kemudian menurut Sa'ud, inovasi adalah pilihan kreatif, pengaturan, serta seperangkat manusia dengan sumber-sumber material baru, dan juga menggunakan cara-cara yang unik guna menghasilkan peningkatan atas pencapaian yang telah menjadi tujuan sebelumnya.

Ada beberapa ciri-ciri dari keberadaan inovasi, di antaranya adalah:

a) Baru

Ciri pertama dari inovasi adalah baru. Sebab segala sesuatu yang diciptakan karena inovasi ini adalah sesuatu yang belum ada sebelumnya, atau bersifat menyempurnakan yang telah ada. Konsep baru ini tercipta dari sebuah pemikiran keras terhadap pemanfaatan SDA yang telah ada secara maksimal tanpa mengurangi fungsi dan juga peranannya. Inovasi yang baru juga berarti bahwa gagasan tersebut murni belum pernah dipakai oleh siapapun. Meski sudah pernah ada, artinya diadopsi karena cocok menjadi solusi.

b) Terencana

Sebuah inovasi akan terencana sesuai dengan kondisi yang diinginkan. Hal ini menjadi penting sebab akan berpengaruh ke depannya. Karena dilakukan dengan sengaja, maka inovasi dilakukan dengan proses dan persiapan yang matang, jelas, dan telah direncanakan dengan sungguh-sungguh, sehingga prosesnya tidaklah tergesa-gesa. Tanpa perencanaan, tentu segala sesuatu dapat menimbulkan kekecewaan.

c) Khas

Ciri ketiga dari inovasi adalah khas. Sebagai sesuatu yang baru, inovasi akan mempunyai kekhasan tersendiri. Meskipun itu merupakan hasil adopsi, harus ada kekhasan yang dimunculkan. Dengan penerapan di tempat yang baru, inovasi akan menimbulkan kekhasan tersendiri, meski diawali dengan pengadopsian.

d) Mempunyai tujuan yang jelas

Terakhir, ciri dari inovasi adalah adanya tujuan yang jelas. Berdasarkan ilmu pengetahuan yang jelas, maka akan ada objek tertentu yang dikaji dan ingin dikembangkan. Dengan begitu, arah dan tujuan dilakukannya inovasi telah jelas sebelumnya. Tanpa adanya objek yang jelas, maka inovasi bisa jadi salah sasaran dan tidak terlaksana dengan baik. Bahkan bisa jadi gagal untuk diterapkan.

4. Definisi dan Manfaat Digitalisasi Bagi Bisnis

Digitalisasi merupakan salah satu cara dalam melakukan pemeliharaan dan pelestarian naskah kuno, berkas yang dianggap penting dan berharga untuk digunakan dikemudian hari baik dalam bentuk foto, maupun tulisan. Menurut Soemantri 2012:2, mengemukakan bahwa : Alih media digitalisasi merupakan proses kegiatan merubah arsip tekstual menjadi arsip media baru terbaca oleh komputer. Kegiatan Alih Media Digitalisasi Arsip menjadi pedoman baik unit pengolah maupun unit kearsipan di lingkungan perkantoran maupun perusahaan, dalam rangka menghemat ruangan, menghemat tenaga dan menghemat waktu untuk penyimpanan arsipnya.

Berikut adalah beberapa manfaat digitalisasi dalam bisnis :

a) Penghematan biaya dan menurunkan cost

Aktivitas pada perusahaan yang memiliki tingkat kompleksitas yang tinggi, memperhatikan perlunya diversifikasi dan peningkatan produk telah membuat industri

mengubah secara drastis desain serta proses pengembangannya. Industri perlu menerapkan digitalisasi perusahaan, dan melalui penggunaan dan memaksimalkan proses digitalisasi ini, operasional dapat memangkas waktu dan biaya pengembangan produk hingga 50%.

b) Meningkatkan value dan daya saing produk

Penggunaan digitalisasi perusahaan juga telah secara signifikan dapat memberikan pengaruh terhadap peningkatan kecepatan dalam memperkaya spesifikasi produk. Produk jadi dapat dilihat mempunyai nilai dan daya saing yang tinggi. Hal ini telah memberikan waktu luang lebih banyak bagi industri untuk menciptakan strategi dan inovasi-inovasi baru.

c) Memberikan kemudahan

Pelayanan kepada pelanggan dan berbagai pekerjaan para karyawan yang rumit, dapat diubah menjadi lebih mudah. Dengan adanya penerapan sistem diharapkan akan mempersingkat proses panjang yang biasa dilakukan oleh karyawan dalam menuntaskan pekerjaan.

d) Menambah keakuratan data dan jangkauan global

Data yang valid dan akurat sangat dibutuhkan oleh perusahaan. Terutama pada manajer perusahaan dalam upaya mengambil keputusan dan menentukan kebijakan. Dengan penerapan sistem dan digitalisasi, dapat membuat satu sumber data yang lebih akurat. Lalu kaitannya dengan ekspansi dan jangkauan, dengan digitalisasi data tersebut dapat diakses dimana saja. Tidak dibatasi atau terikat dan terbatas pada suatu wilayah geografis.

e) Ruang dan waktu bukan menjadi kendala lagi

Dengan penerapan digitalisasi permasalahan seperti jarak dan ruang tidak akan menjadi permasalahan lagi. Peran digitalisasi juga dapat mendorong otomatisasi yang antara lain mampu meningkatkan waktu respon dan pelayanan kepada pelanggan. Kegunaan lain adalah dapat menghemat waktu dalam pencarian data dan menemukan dokumen yang diperlukan.

5. Definisi, Unsur – Unsur, dan Manfaat *Branding*

Menurut Kotler (2009), branding merupakan nama, istilah, tanda, simbol, rancangan atau kombinasi dari semuanya yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa atau kelompok penjual dengan untuk membedakannya dari barang atau jasa pesaing.

Sedangkan menurut Landa (2006), pengertian branding *bukanlah* sekedar merek atau nama dagang dari sebuah produk, jasa, atau perusahaan. Namun semuanya yang berkaitan dengan hal-hal yang kasa mata dari sebuah merek mulai dari nama dagang, logo, ciri visual, citra, kredibilitas, karakter, kesan, persepsi, dan anggapan yang ada di benak konsumen perusahaan tersebut.

Adapun unsur – unsur dalam *branding* adalah sebagai berikut :

a) Nama merek.

Nama adalah hal pertama yang harus dipenuhi jika kita akan melakukan branding. Tanpa sebuah nama, maka produk tidak akan memiliki identitas yang akan memudahkannya untuk dikenali masyarakat.

b) Logo (logo type, monogram, bendera).

Dalam pembuatan logo, perhatikanlah faktor keunikan dan imej yang sesuai dengan brand. Logo yang unik akan meninggalkan kesan tak terlupakan bagi konsumen.

c) Tampilan visual.

Tampilan visual ini bisa diaplikasikan pada desain produk, desain kemasan, desain seraga, dan lain sebagainya. Menggunakan tampilan visual dengan warna-warna yang cerah atau elegan akan menambah pencitraan terhadap sebuah produk.

d) Penggunaan juru bicara.

Juru bicara dalam hal ini bisa jadi seorang co-founder dari perusahaan, maskot, tokoh perusahaan, atau orang terkenal yang telah diajak bekerja sama untuk meningkatkan pemasaran produk.

e) Suara (lagu tematik).

Kehadiran sebuah lagu akan melengkapi unsur visualisasi dan membuatnya lebih indah dan lebih diingat.

f) Kata-kata (slogan, tagline, jingle, akronim).

Slogan yang cerdas selalu meninggalkan kesan mendalam. Dalam proses pembuatan brand, gunakan kata- kata yang memiliki unsur ceria dan positif, mudah diingat, dan beda dari brand lain.

Lalu manfaat *branding* adalah sebagai berikut :

- a) Memberikan daya tarik bagi konsumen.
- b) Memudahkan perusahaan mendapatkan loyalitas pelanggan terhadap produk atau jasa.
- c) Membuka peluang perusahaan untuk menetapkan harga jual yang tinggi.
- d) Peluang bagi pelaku usaha untuk melakukan diferensiasi produk
- e) Menjadi pembeda atau ciri tertentu yang membedakan produk perusahaan dengan produk milik kompetitor.

Kesimpulan

Dari hasil kegiatan yang dilakukan dapat diambil kesimpulan bahwa era digitalisasi sudah sangat marak di industri 4.0, pemasaran yang sebelumnya hanya dipasarkan secara langsung pada konsumen kini sudah beralih pada metode online. Tidak bisa di pungkiri meskipun pemasaran produk menjadi lebih mudah namun persaingan pasar menjadi sangat ketat karena pada era ini konsumen dapat dengan sangat mudah memilih produk yang diinginkan. Maka dari itu inovasi perlu dilakukan, sekecil apapun Langkah yang dilakukan akan berdampak pada produk agar dapat lebih bersaing di pasaran.

Rekomendasi

Salah satu kekurangan untuk UMKM tingkat menengah adalah yaitu kurangnya pengetahuan tentang era digitalisasi pemasaran dan branding produk. Maka dari itu edukasi untuk pemasaran secara digital dan bagaimana cara membangun brand image agar produk dapat lebih dikanela dan diminati sangatlah penting. Di era pemasaran digital yang paling di lihat oleh konsumen untuk dijadikan pertimbangan membeli produk yaitu tampilan produk tersebut karena memang secara pemasaran digital konsumen hanya bisa melihat visual pada produk. Harapannya dengan terlaksananya kegiatan seperti KKN ini akan lebih membantu para masyarakat khususnya para pelaku UMKM agar dapat memasarkan produknya menjadi lebih luas lagi dan dapat terus bersaing di pasar.

Daftar Pustaka

Firdiansyah, Akbar. (2021) *Apa Itu Marketing? Pelajari Dasar-dasarnya, Yuk!*. Diakses pada 9 Agustus 2022, dari <https://glints.com/id/lowongan/apa-itu-marketing/#.YvM17XZBy3A>

Kurniasih, Wida. (2021). *Pengertian Inovasi: Manfaat, Bentuk dan Contoh-contohnya*.
Diakses pada 9 Agustus 2022, dari <https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-inovasi/>

Kompas.com. (2022). *Pengertian UMKM, Kriteria, Ciri dan Contohnya*. Diakses pada 9
Agustus 2022, dari <https://money.kompas.com/read/2022/01/19/051518426/pengertian-umkm-kriteria-ciri-dan-contohnya?page=all>

jurnal.id. (2022). *Branding: Unsur, Jenis, Tujuan, dan Manfaatnya yang Harus Anda Ketahui*.
Diakses pada 9 Agustus 2022, dari <https://www.jurnal.id/id/blog/unsur-jenis-tujuan-dan-manfaat-branding/>

Wikipedia. (2022). *Kuliah kerja nyata*. Diakses pada 9 Agustus 2022, dari
https://id.wikipedia.org/wiki/Kuliah_kerja_nyata