

# **PENGEMBANGAN PRODUK DAN DIGITALISASI UMKM TELUR ASIN HAJI NASAH DI DESA KUTAAMPEL**

Ardiansyah Ricky Pratama Putra , Afif Hakim  
Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik  
[ti19.ardiansyahputra@mhs.ubpkarawang.ac.id](mailto:ti19.ardiansyahputra@mhs.ubpkarawang.ac.id)  
[afif.hakim@ubpkarawang.ac.id](mailto:afif.hakim@ubpkarawang.ac.id)

## **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji strategi pengembangan dan peningkatan daya saing dalam menghadapi kompetitif pasar mengenai pembuatan telur asin, pada UMKM di desa Kutaampel, Batujaya, Jawa Barat. Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Metode analisis yang digunakan adalah pendekatan deskriptif, yaitu melakukan identifikasi berkaitan dengan pemasaran secara digital di media sosial yang dilakukan oleh UMKM dan menggunakan analisis SWOT kemudian merumuskan model strategi untuk mengatasinya. Metode pemasaran yang kita ambil yaitu melalui media sosial *Facebook*, sebelumnya pemasaran yang digunakan belum melalui media sosial *Facebook*, dengan memasarkan produk telur asin melalui menu *market place* pada *facebook*, harapannya masyarakat lebih mudah menemui telur asin ketika ingin membeli telur asin melalui media sosial. Hasil yang di dapat dari strategi pengembangan yaitu penyediaan bantuan permodalan dari pemerintah, melakukan pelatihan dan pengembangan untuk meningkatkan skill dan keilmuan UMKM, pengembangan kemitraan untuk mengembangkan UMKM lebih besar, mengembangkan promosi untuk mengenalkan sebuah produk dan perlunya lembaga khusus UMKM di Desa Kutaampel untuk membantu sarana, prasarana dan jaringan usaha.

Kata kunci: metode SWOT, pengembangan produk, umkm

## **1. Pendahuluan**

Desa Kutaampel Kecamatan Batujaya Kabupaten Karawang berada di daerah dataran pesisir pantai utara/persawahan dengan ketinggian 5 Meter diatas permukaan laut (Mdpl), memiliki luas wilayah seluas 474,624 Ha terdiri dari sawah 365,177 Hadan darat 109,47 Ha. Berjarak 7 km dari Kota Kecamatan, 32 km dari Kota Kabupaten, 175 km dari Ibukota Propinsi, 112 km dari Ibukota Jakarta. Sedangkan curah hujan rata-rata 2.800 mm/tahun dengan curah hujan terbanyak pada bulan Desember sampai dengan April ( lima Bulan ) pada setiap tahunnya.

Wilayah Desa Kutaampel sebagian besar merupakan tanah untuk pertanian dan sebagian kecil untuk pemukiman penduduk. Pencanharian utama adalah mengandalkan hasil pertanian, dengan lebih banyak buruh tani di banding pemilik sawah,. Penduduk Desa Kutaampel menggunakan bahasa Sunda sebagai bahasa sehari-hari. Rata-rata masyarakatnya hampir mengenyam pendidikan dasar dan menengah dan cukup banyak yang menyelesaikan sampai perguruan tinggi. Untuk pemeluk agama pada mulanya 100% beragama Islam.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) mempunyai peranan yang strategis dalam perenonomian suatu Negara. UMKM sangat berpengaruh terhadap penyerapan tenaga kerja dan pertumbuhan ekonomi, menekan angka pengangguran, menyediakan lapangan kerja dan meningkatkan kesejahteraan suatu Negara. UMKM perlu di kembangkan karena memiliki peranan penting dalam pengembangan ekonomi Negara dan Daerah (Departemen Perdagangan, 2008).

UMKM yang kami jadikan sebagai pengembangan pemasaran untuk menjadi UMKM binaan oleh mahasiswa Universitas Buana Perjuangan Karawang yaitu Telur Asin Hj. Nasah. Telur Asin Hj. Nasah berlokasi di Gamprit, RT 017 RW 005, Desa Kutaampel, Kecamatan Batujaya, Kabupaten Karawang, Jawa Barat. Pemilik UMKM ini adalah Bapak Hj. Nasah, dan sudah memproduksi 2 tahun. Telur Asin Hj. Nasah adalah produsen telur asin dalam jumlah besar maupun kecil, penjualan telur asinnya pun luas mulai dari perorangan, pertokoan, sampai ke pedagang keliling. Bahan baku yang digunakan seperti telur bebek, garam kasar, dan abu gosok didapatkan dari produsen yang sudah bekerja sama oleh Pak Haji.

Permasalahan yang dihadapi oleh Pak Haji selama menjalani bisnisnya adalah disebabkan keterbatasan media dalam pengenalan produk mereka disebabkan kurangnya pemasaran di media sosial khususnya *facebook* dikarenakan kurangnya pengetahuan untuk memasarkan produk mereka ke media sosial. Selain itu berdasarkan hasil wawancara dengan Pak Haji selaku pengelola UMKM, lokasi penjualan telur asin miliknya belum banyak dikenal masyarakat luas. Sehingga ketika pembeli ingin membeli produk tersebut susah untuk menemukan lokasi jualannya. Tidak hanya itu, proses pemasaran lewat media sosial lainnya pun harus di lakukan guna dikenal oleh masyarakat luas.

Disisi lain, yang masih menjadi titik kelemahan produk ini adalah pemasaran melalui *facebook* UMKM telur asin ini masih belum memasarkan produknya melalui menu *market place* pada *facebook*. Masyarakat adalah bagian dari proses mengungkap problematika yang dihadapi oleh UMKM Telur Asin Hj. Nasah terutama bertujuan pemasaran produk telur asin.

Dari hasil pemaparan di atas, metode analisa yang akan di gunakan yaitu SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities, Threats*). Metode SWOT adalah metode perencanaan strategis yang di gunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*Strengths*), kelemahan (*Weaknesses*), peluang (*Opportunities*), dan ancaman (*Threats*) dalam suatu proyek atau suatu spekulasi bisnis, dan dapat diterapkan dengan cara menganalisis dan memilah berbagai hal yang mempengaruhi keempat faktornya (Rahmadhan Ahmad & Sofiyah Fifi Rahmatur 2013).

Dalam metode SWOT ada dua analisa yaitu analisa internal dan eksternal. Analisa internal terdiri dari analisis kekuatan (*Strength*) merupakan situasi dan kondisi yang merupakan kekuatan dari perusahaan, dan analisis kelemahan (*Weaknesses*) merupakan kegiatan-kegiatan yang tidak berjalan dengan baik atau sumber daya yang di butuhkan oleh perusahaan tapi tidak dimiliki oleh perusahaan. Sedangkan analisis eksternal terdiri dari analisi peluang (*Opportunity*) merupakan faktor positif yang muncul dari lingkungan dan memberikan kesempatan bagi perusahaan dan memanfaatkannya, dan analisis ancaman (*Threat*) merupakan faktor negatif dari lingkungan yang memberikan hambatan bagi berkembangnya atau berjalannya sebuah perusahaan (F.Wahmuda & M.J. Hidayat 2020). Dengan hasil kombinasi dari analisa SWOT, di harapkan menjadi strategi yang sangat berguna untuk memajukan perekonomian dan meningkatkan penjualan UMKM Telur Asin Hj. Nasah.

## 2. Metode

Ada Adapun beberapa alur metode yang digunakan oleh penulis dalam pelaksanaan kegiatan KKN Tematik tahun 2022, diantaranya sebagai berikut:

### A. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian dilakukan selama kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) dengan tema “Inovasi dan Digitalisasi UMKM Menuju Masyarakat Mandiri” Di Desa Kutaampel, Kecamatan Batujaya, Kabupaten Karawang. Adapun waktunya terhitung dari Tanggal 01 Juli – 31 Juli 2022. Sasaran dalam kegiatan ini adalah UMKM yang berada di Desa tersebut merupakan objek untuk dikaji dengan mencari permasalahan yang ada. Selanjutnya, mengkaji permasalahan tersebut untuk menemukan solusi yang tepat sehingga dapat menjadi jawaban yang dapat

bermanfaat bagi pelaku UMKM.

#### B. Target Subjek

Penelitian ini bertarget pada UMKM telur asin dengan pemasaran melalui media sosial khususnya *facebook* serta penentuan titik penjual pada *google maps*. Hal ini bertujuan agar penjualan telur asin semakin meningkat dan apabila ingin *maps*.

#### C. Prosedur Kajian

Prosedur kajian dalam penelitian ini adalah pemasaran pada media sosial, memperhatikan postingan di media sosial semenarik mungkin, membuat akun sosial media dan aplikasi *marketplace*.

#### D. Instrumen Data

Dalam instrumen data peneliti menggunakan beberapa teknik pengumpulan data seperti, observasi yang bertujuan untuk mengumpulkan data dengan melakukan pengamatan dan pencatatan secara sistematis, studi pustaka bertujuan untuk memahami literatur yang relevan sehingga dapat memperoleh alternatif solusi secara ilmiah, dokumentasi yang bertujuan untuk mendukung bukti kegiatan penelitian, wawancara yang bertujuan untuk berinteraksi secara langsung dengan pelaku UMKM.

membeli telur asin bisa ke tempat Pak Haji setelah kita buat titik lokasi pada *google* Teknik Analisis Data

Analisis data yang dilakukan peneliti dalam melaksanakan pengabdian KKN yaitu data-data umum yang berkaitan dengan unit binaan UMKM Telur Asin Hj. Nasah di Desa Kutaampel. Dalam penyajiannya, penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif yang diolah menggunakan analisis SWOT dimana bertujuan untuk memperoleh gambaran mengenai kondisi yang sesungguhnya. Peneliti melaksanakan analisis data bersamaan dengan pembinaan UMKM Telur Asin Hj. Nasah yang dilakukan selama kurang dari 2 minggu.

### 3. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Hasil pengumpulan data yang telah dilakukan terdapat beberapa faktor yang menjadi kendala pada UMKM Telur Asin Hj. Nasah. Faktor internal didapatkan dari hasil wawancara dan observasi terhadap UMKM Telur Asin Hj. Nasah. Telur asin banyak diminati konsumen untuk pelengkap hidangan di rumah. Dikarenakan rasanya yang unik dan juga gurih bisa sebagai pilihan bagi konsumen apabila bosan dengan telur ayam di rumah. Sedangkan untuk perkembangan pemasaran masih belum menunjukkan peningkatan signifikan. Dari hasil wawancara dengan pemilik UMKM Telur Asin Hj. Nasah, pemasaran melalui media sosial belum menjadi pilihan dalam produk ini. Karena faktor usia pemilik yang terbilang cukup tua sehingga belum melek teknologi.

Faktor eksternal dipengaruhi kebijakan pemerintah Kementerian bidang perekonomian untuk mendorong UMKM untuk naik kelas yaitu dengan Rancangan Undang-Undang Cipta Kerja. Tujuannya untuk memperluas peluang usaha demi pertumbuhan ekonomi yang berkualitas melalui kemudahan dan simplikasi perizinan, pemberdayaan usaha menengah, kecil, dan mikro (UMKM) dan koperasi, serta penciptaan lapangan kerja dan kesejahteraan pekerja yang berkelanjutan. Dalam analisis internal dan eksternal dapat dirumuskan dalam analisis SWOT sebagai berikut:

**Tabel 1.** Analisis SWOT

<i>Strength</i> (Kekuatan)	<i>Weakness</i> (Kelemahan)
1. Produksi yang banyak dan juga stabil 2. Proses pembuatan yang mudah 3. Pelanggan konsumen yang berkelanjutan 4. Salah satu produk unggulan Telur asin di Desa Kutaampel	1. Kelangkaan pasokan telur saat musim panas 2. Belum memiliki akun untuk <i>market place</i> 3. Bebek mudah mati saat musim panas sehingga pasokan telur berkurang
<i>Opportunity</i> (Peluang)	<i>Threats</i> (Ancaman)

<ol style="list-style-type: none"><li>1. UMKM sudah mempunyai izin usaha dan NIB sedangkan UMKM telur asin lainnya belum</li><li>2. Penjualan meningkat lebih cepat karena distribusi ke warung dan pedagang keliling</li><li>3. Produk dapat dijangkau konsumen dengan mudah</li><li>4. Semakin luas dan mudah ditribusi secara online</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Banyak pesaing penjualan telur asin</li><li>2. Kualitas telur yang menurun saat musim panas</li><li>3. Keuntungan yang diambil sedikit</li><li>4. Kurangnya komunitas peternak ungags untuk <i>follow up</i> UMKM mereka ke pemerintah</li></ol>
---	---

Hasil strategi di atas dapat diambil kesimpulan yaitu tuntutan perkembangan UMKM perlu adanya pemasaran produk yang menarik sesuai dengan permintaan pasar di era modern ini. Kemudian peneliti membuat desain Banner, pembuatan titik lokasi UMKM Telur Asin Hj. Nasah, dan Sosialisasi pemasara melalui media sosial *facebook* untuk UMKM Telur Asin Hj. Nasah, menggunakan bantuan *software Canva*. Berikut adalah perkembangan yang kita lakukan :

## 1. Pembuatan Banner

Pembuatan banner ini bertujuan agar UMKM Telur Asin Hj. Nasah bisa dikenali oleh masyarakat sekitar agar mendatangkan banyak pembeli dan harapannya bisa membantu UMKM Telur Asin Hj. Nasah dalam profit penjualan telur asin.



Gambar 1 Banner Telur Asin Hj. Nasah

## 2. Penentuan Titik Lokasi Penjualan

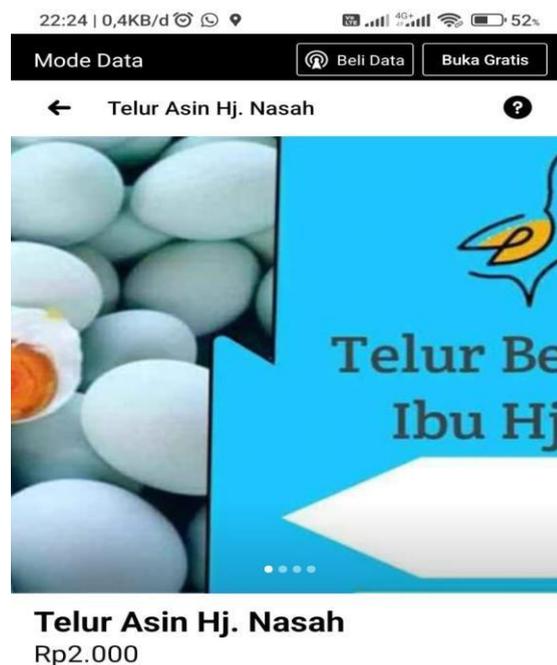
Pembuatan penentuan titik lokasi pada *google maps* untuk UMKM Telur Asin Hj. Nasah ini harapannya lebih mempermudah pembeli ketika ingin langsung ke tempat penjualannya



## Gambar 2 Titik Google Maps

### 3. Pemasaran melalui Facebook

Dalam pemasaran melalui media sosial Telur Asin Hj. Nasah menggunakan media sosial *Facebook* dikarenakan penggunaannya yang mudah serta mudah dalam pemasarannya dan bisa dilakukan pemasaran melalui menu pada *market place*.



**Gambar 3** Pemasaran melalui *market place*

## **Kesimpulan dan Rekomendasi**

### A. Kesimpulan

Upaya Media Promosi milik Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Ajeng Collection dalam meningkatkan daya beli masyarakat adalah bagian dari proses mengungkap problematika yang dihadapi oleh UMKM, terutama bertujuan peningkatan penjualan telur asin. Pemasaran melalui media sosial *facebook* adalah langkah yang kita ambil karena kita dapat memasarkan produk kita melalui menu *market place* pada *facebook*, mampu memberikan kemudahan konsumen dalam membeli produk UMKM Telur Asin Hj. Nasah. Pengembangan lain yang kita lakukan adalah penentuan titik pada *google maps* serta membantu membuat banner untuk UMKM Telur Asin Hj. Nasah, harapannya dengan pengembangan tersebut UMKM Telur Asin Hj. Nasah mampu bersaing di pasar dan siap berkompetisi.

### B. Rekomendasi

Aktivitas pemasaran yang masih sederhana, peneliti merekomendasi untuk membuat akun sosial media dan pemasaran yang menarik di media sosial agar menarik banyak pembeli. Rekomendasi juga terhadap UMKM Telur Asin Hj. Nasah supaya belajar memasarkan produknya melalui *market place* lainnya yang belum dijangkau yang saat ini sedang trend dikalangan masyarakat. Diharapkan pemasaran berbasis digitalisasi ini dapat berjalan lebih baik dan berkelanjutan, mengingat baru beberapa hari produk *release* dengan pembaruan permintaan meningkat tajam. Dengan begitu, akan terjadi peningkatan profit lebih baik pada UMKM Telur Asin Hj. Nasah sehingga dapat membuka lapangan pekerjaan bagi kesejahteraan warga khususnya pada warga Desa Kutaampel Kecamatan Batuaya.

## Daftar Pustaka

- Prastika, M., & Sadjiarto, A.(2018). Analisis SWOT Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di Industri Kreatif Sarang Lebah Salatiga. *Jurnal Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga*, 1(5).
- Ramadhan, A., & Sofiyah, F. R. (2013). Analisis SWOT Sebagai Landasan Dalam Menentukan Strategi Pemasaran (Studi Kasus McDonald’S Ring Road). *Jurnal media informasi manajemen*, 1(4).
- Sumarni, N., Nurhidayat, A., & Prihandoyo, M. (2021). POTENSI LAHAN PERTANIAN DAN PETERNAKAN DALAM MENGEMBANGKAN PEREKONOMIAN MASYARAKAT DESA PASIR AWI UNTUK MENCAPAI PEMBANGUNAN BERKELANJUTAN. *PROSIDING KONFERENSI NASIONAL PENELITIAN DAN PENGABDIAN UNIVERSITAS BUANA PERJUANGAN KARAWANG*, 1(1), 1516-1522.

