

IMPLEMENTASI DIGITAL PADA UMKM PEMBUATAN DENDENG IKAN DI DESA GEMPOLKARYA

Anggi koma laksono , Afif Hakim

Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik

Universitas Buana Perjuangan Karawang, Karawang, Jawa Barat, Indonesia.

*PenulisKoresponding ti19.anggilaksono@mhs.ubpkarawang.ac.id afif.hakim@ubpkarawang.ac.id

ABSTRAK

UMKM memiliki peranan yang sangat besar dan penting dalam memajukan perekonomian masyarakat Indonesia. Pemberdayaan UMKM di tengah arus globalisasi serta tingginya persaingan membuat UMKM harus mampu menghadapi tantangan global seperti meningkatkan inovasi produk atau jasa, pengembangan sumber daya manusia dan teknologi, agar memperluas area pemasarannya. Salah satunya yaitu UMKM Dendeng Ikan Barokah Jaya ini beralamat di Desa Gempolkarya, Kecamatan Tirtajaya, Kabupaten Karawang, Provinsi Jawa Barat. UMKM ini sudah berjalan sejak tahun 2021. UMKM Dendeng Ikan Barokah Jaya ini, banyak diminati apalagi untuk oleh – oleh. Dari penelitian ini didapatkan bahwa produk dendeng ikan dipasarkan hanya di daerah desa Gempolkarya saja serta pengemasan produk juga hanya menggunakan kantong plastik biasa tanpa label. Dari data yang ditemukan dilapangan, tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengedukasi dan membantu pelaku UMKM yang ada di desa Gempol Karya ,khususnya pada UMKM Dendeng Ikan Barokah Jaya terkait digital marketing dan pengemasan. Selain itu, tujuan dari kegiatan KKN ini yaitu melakukan pembinaan atau pendampingan guna meningkatkan pemahaman kepada para pelaku UMKM atas penerapan pengelolaan Manajemen Sumber Daya Manusia dan Digitalisasi bagi usahanya.

Kata Kunci : UMKM, Dendeng Ikan Barokah Jaya, Pemasaran, Sumber Daya Manusia, Digitalisasi

PENDAHULUAN

UMKM adalah usaha produktif yang dimiliki perorangan maupun badan usaha yang telah memenuhi kriteria sebagai usaha mikro. Pada prinsipnya perbedaan antara Usaha Mikro, Usaha Kecil, Usaha Menengah, serta Usaha Besar pada umumnya di dasarkan pada nilai aset awal (tidak termasuk tanah serta bangunan) dan omset rata-rata/tahun serta jumlah pekerja tetap. Sesuai dengan Undang - Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Usaha Mikro adalah Usaha Produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam Undang – Undang ini. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dalam Undan-

Undang ini. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

Banyaknya pelaku usaha UMKM di Indonesia ini menjadikan gambaran bahwa sektor ini memiliki potensi yang cukup baik dalam menunjang perekonomian. Kinerja yang cukup baik dari UMKM ini terlihat pada masa krisis melanda Indonesia, dengan memberikan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan penyerapan tenaga kerja (Widyastuti, Nuswantoro, dan Sidhi, 2016). Pelaku bisnis mulai menggunakan teknologi informasi dan telekomunikasi untuk menjalankan maupun menunjang kegiatan bisnis mereka. Pergerakan dan perubahan cara berbisnis yang kian cepat ke arah digitalisasi ini memaksa pelaku bisnis untuk beradaptasi mengikuti perubahan tersebut. Bagi perusahaan besar, perubahan pola bisnis yang mengarah pada proses digitalisasi ini tidak terlalu mengalami kendala dikarenakan dengan karakteristik perusahaan besar yang memiliki sumber daya yang cukup baik. Namun, bagi UMKM seperti Dendeng Ikan Barokah Jaya ini perlu membutuhkan banyak persiapan.

KRITERIA UMKM

USAHA MIKRO: (Aset) Maks. 50 Juta, (Omset) Maks. 300 Juta

USAHA KECIL: (Aset) > 50 Juta – 500 Juta, (Omset) > 300 Juta – 2,5 Miliar

USAHA MENENGAH: (Aset) > 500 Juta – 10 Miliar, (Omset) > 2,5 Miliar – 50 Miliar

UMKM memiliki peranan yang sangat besar dan penting dalam memajukan perekonomian masyarakat Indonesia. UMKM Dendeng Ikan Barokah Jaya berlokasi di Desa Gempolkarya, Kecamatan Tirtajaya, Kabupaten Karawang. UMKM Dendeng Ikan Barokah Jaya memproduksi dendeng yang berbahan dasar ikan. Ikan yang digunakan bermacam macam namun yang paling banyak digunakan yaitu ikan mujair, bawal, dan gurame. Pembuatan dendeng masih dilakukan dengan cara tradisional dan memanfaatkan sinar Matahari untuk proses pengeringan ikan yang sudah dibumbui. Ikan dikeringkan menggunakan bantuan sinar matahari dengan kadar air sekitar 25%. kendala yang sering dihadapi oleh UMKM Dendeng Ikan Barokah Jaya yaitu terkait cuaca yang tidak menentu, sehingga berimbas pada proses pengeringan ikan jadi lebih lama.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode dengan melakukan wawancara dan observasi (survey) secara langsung pada UMKM Dendeng Ikan Barokah Jaya yang berlokasi di Desa Gempolkarya, Tirtajaya. Metode wawancara yaitu teknik pengumpulan data melalui proses tanya jawab lisan secara langsung, artinya pertanyaan datang dari pihak yang mewawancarai (peneliti) dan jawaban diberikan oleh yang diwawancarai (narasumber). Sedangkan metode observasi (survey) yaitu suatu metode pengumpulan data dengan cara mengamati secara langsung pada lokasi penelitian untuk mengetahui kondisi yang terjadi serta membuktikan kebenaran dari sebuah penelitian yang sedang

dilakukan. Guna mendorong digitalisasi dan mempermudah UMKM dalam melakukan transfer teknologi kepada pelaku UMKM yaitu agar mampu bertahan di dalam persaingan (Slamet et al., 2016). Kemampuan penguasaan perangkat digital dan internet ini merupakan hal mutlak yang harus dikuasai oleh UMKM jika ingin bertahan dalam persaingan (Purwana, Rahmi, dan Radiya, 2017)

Teknik dan Analisis Data

Teknik analisis data adalah suatu langkah yang paling menentukan dari suatu penelitian, karena analisa data berfungsi untuk menyimpulkan hasil penelitian. Analisis data dapat dilakukan sebagai berikut:

1. Tahap Persiapan

Peneliti melakukan survey ke lokasi UMKM Dendeng Ikan Barokah Jaya di Desa Gempolkarya, Tirtajaya.

2. Tahap Pelaksanaan

Wawancara dengan pemilik UMKM Dendeng Ikan Barokah Jaya untuk mengetahui permasalahan serta solusi yang terdapat pada UMKM tersebut.

3. Tahap Evaluasi

a. Peneliti memberikan saran atau masukan kepada pemilik UMKM Dendeng Ikan Barokah Jaya serta memberikan petunjuk bagaimana melakukan rencana perbaikan dan peningkatan jumlah penjualan

b. Penelitian dilaksanakan selama 1 bulan, dimulai pada tanggal 01 Juli 2022 sampai dengan tanggal 31 Juli 2022. Lokasi dalam penelitian ini di Desa gempolkarya tepatnya UMKM Dendeng Ikan Barokah Jaya beralamat di Desa Gempolkarya, Kecamatan Tirtajaya. Kabupaten Karawang, Provinsi Jawa Barat. Melakukan survey ke lokasi serta wawancara langsung kepada pemilik UMKM tersebut.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam kerangka ekonomi daerah, pembangunan ekonomi daerah dan masyarakat mengelola sumber daya-sumber daya yang ada serta membentuk suatu pola kemitraan antara pemerintah daerah dengan sektor swasta untuk menciptakan lapangan pekerjaan baru yang sekaligus menjadi stimulus terhadap perkembangan ekonomi daerah (Arsyad, 2014). Penelitian ini dilakukan dengan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif dengan data diperoleh melalui wawancara langsung. Hidayat (2010) menyatakan penelitian deskriptif merupakan metode penelitian yang luas terhadap pada masa tertentu. Penelitian ini mengamati serta mendeskripsikan tentang penggunaan media sosial untuk pengembangan UMKM. Kontrobusi lain dari yang disimpulkan peneliti adalah bahwa konsumen juga melakukan cek ulang melalui ulasan dari pelanggan lain untuk memastikan produk yang diiklankan baik di *tiktokshop*, *youtube*, *instagram*, *twitter*, maupun *facebook*.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Secara umum, beberapa fakta yang ditemukan berdasarkan hasil observasi dan wawancara terhadap UMKM Dendeng Ikan Barokah Jaya yaitu, penjualan dendeng masih di lakukan secara offline dan pemasarannya masih dilakukan di sekitar kecamatan Tirtajaya saja.berdasarkan kondisi di lapangan UMKM Dendeng Ikan Barokah Jaya belum memiliki label usaha serta pengemasan yang menarik karena hanya menggunakan plastik kresek. dan kendala lain yang dialami oleh pemilik usaha yaitu ketika musim penghujan tiba maka hal itu berimbas pada proses pengeringan ikan yang menjadi sedikit lebih lama.

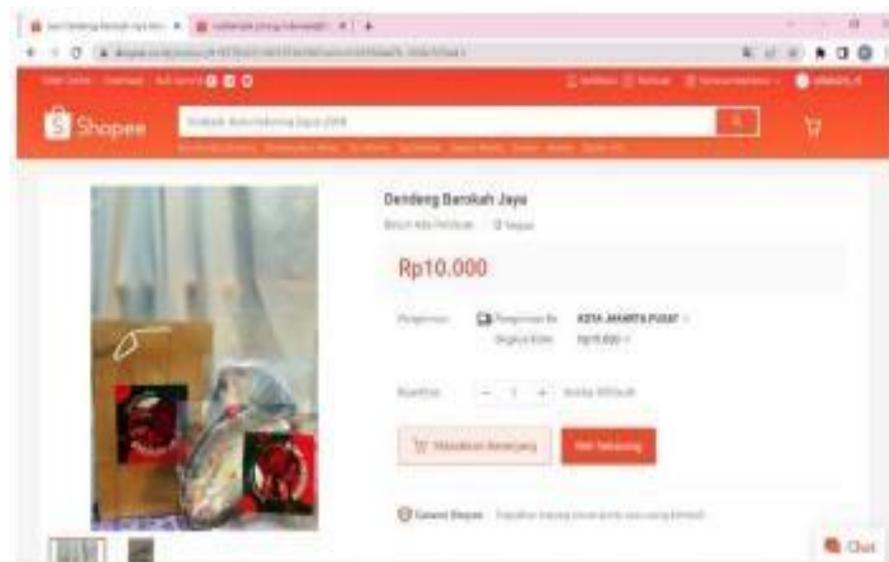
Dilihat dari permasalahan tersebut dilakukan perbaikan pada cara pengemasan produk yang semula hanya menggunakan kantong plastik kresek kemudian menjadi plastik vakum press.selain itu juga pada kemasan ditambahkan label produk.selain perbaikan pada kemasan, dilakukan juga digitalisasi pada system pemasaran yang semula hanya dilakukan secara offline menjadi online dengan memanfaatkan platform penjualan online seperti shopee, lazada, dan yang lainnya.selain melakukan pengembangan pada sistem pemasaran online di lakukan juga promosi produk menggunakan sosial media seperti *Instagram*, *facebook* dan yang lainnya. hal ini di lakukan agar produk lebih dikenal oleh masyarakat luas menggunakan media sosial. Alasan promosi produk menggunakan media sosial yaitu selain lebih mudah dan murah,yaitu lebih mudah di jangkau oleh calon konsumen dimana saat ini setiap orang sudah menggunakan media sosial.

Rekomendasi

Berdasarkan hasil observasi lapangan pada UMKM Dendeng Ikan Barokah Jaya yang berlokasi di Desa Gempolkarya, Kecamatan Tirtajaya, Kabupaten Karawang, Provinsi Jawa Barat maka terdapat beberapa hal yang bisa dijadikan saran. Bagi UMKM Dendeng Ikan Barokah Jaya, yaitu perlu melakukan pengembangan pada jenis variasi jenis ikan yang di buat dendeng. selain itu juga perlu mengadakan mesin pemanas untuk mengeringkan ikan di saat musim hujan agar proses produksi tidak terhambat. Selain itu juga UMKM Dendeng Ikan Barokah Jaya ini, perlu melakukan pencatatan laporan jumlah penjualan, pengeluaran dan pemasukan harian yang terjadi serta membuat kebijakan kerja yang lebih efektif dan efisien.



Gambar 1. Tampilan Label dan pengemasan Dendeng Ikan Barokah Jaya



Gambar2. Pemasaran Dendeng Ikan Barokah Jaya menggunakan platform Shoopee

DAFTAR PUSTAKA

Slamet, R., Nainggolan, B., Roessobiyatno, Ramdani, H., Hendriyanto, A., dan Lu'ul, I. L. Strategi Pengembangan UKM Digital Dalam Menghadapi Era Pasar Bebas. *Jurnal Manajemen Indonesia*. 2016:16(2):136 – 147.

Purwana, D., Rahmi, dan Aditya, S. 2017. Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Di Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPPM)*. 2017:1(1):1 – 17.

Widyastuti, D. A. R., Nuswantoro, R., dan Sidhi, A. P. Literasi Digital Pada Perempuan Pelaku Usaha Produktif di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal ASPIKOM*. 2016:3(1):1 – 5.