

PENGEMBANGAN UMKM MELALUI PENINGKATAN PEMASARAN KRIPIK PISANG BATIK DI DESA CIPURWASARI

Adriansyah pamungkas

Program studi manajemen

Fakultas ekonomi dan bisnis

mn19.adriansyahpamungkas@mhs.ubpkarawang.ac.id

Abstrak

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) terbukti memberikan kontribusi bagi perekonomian Indonesia. Permasalahan pada UMKM adalah keterbatasan modal kerja, kapasitas sumber daya manusia yang sangat rendah dan minimnya penguasaan ilmu pengetahuan dan teknologi yang secara umum berdampak pada prospek usaha. Tujuan penelitian ini adalah mengembangkan UMKM kripik pisang batik pada UMKM di desa cipurwasari agar usaha yang dijalankan mampu bersaing di pasar dan semakin berkembang dimasa yang akan datang. Hasil dari kajian ini yaitu pengembangan produk UMKM untuk meningkatkan pemasaran , pembinaan keterampilan sumber daya dan peningkatan pemasaran produk secara online.

Kata Kunci : Pemasaran produk, usaha mikro kecil dan menengah

Pendahuluan

Usaha mikro kecil dan menengah menurut Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 didefinisikan sebagai usaha ekonomi produktif yang dimiliki oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak atau cabang perusahaan besar. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan kegiatan usaha yang mampu memperluas lapangan kerja dan memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat, dan dapat berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi, dan berperan dalam mewujudkan stabilitas nasional. UMKM memiliki peranan penting dalam pembangunan nasional, yaitu penyerapan tenaga kerja, pemerataan pendapatan, pembangunan ekonomi pedesaan, peningkatan ekspor nonmigas, serta peningkatan Produk Domestik Bruto (PDB). UMKM juga

merupakan usaha yang mampu bertahan di tengah krisis ekonomi yang telah melanda sejak tahun 1997, selain itu.

UMKM juga menjadi katup penyelamat bagi pemulihan ekonomi bangsa karena kemampuannya yang mampu memberikan sumbangan yang cukup signifikan pada PDB maupun penyerapan tenaga kerja . Berbagai upaya untuk menjadikan UMKM sebagai penggerak roda perekonomian masih menghadapi berbagai tantangan terkait dengan keberadaannya yang bersifat income gathering. Usaha yang dijalankan bertujuan untuk menaikkan pendapatan dengan ciri-ciri umum merupakan usaha milik keluarga, menggunakan teknologi yang masih relatif sederhana, dan tidak ada pemisahan modal usaha dengan kebutuhan pribadi .

Permasalahan lain yang kemudian muncul adalah keterbatasan modal kerja, kapasitas sumberdaya manusia yang sangat rendah dan minimnya penguasaan ilmu pengetahuan dan teknologi yang secara umum berdampak pada prospek usaha yang tidak jelas. Salah satu masalah dalam perkembangan UMKM adalah keterbatasan modal yang dimiliki dan sulitnya mengakses sumber permodalan. Mengutip laporan BPS, menegaskan bahwa 35.10% UKM menyatakan kesulitan permodalan, kemudian diikuti oleh kepastian pasar 25.9% dan kesulitan bahan baku 15.4%.

Tujuan dari kegiatan ini ialah untuk mengembangkan UMKM di Desa cipurwasari melalui program pemasaran yang lebih modern dan produktif melalui media Sosial, Diharapkan pula pelaku UMKM di Desa cipurwasari dapat meningkatkan kualitas dan produktivitas dalam usahanya, sehingga produk-produk UMKM di Desa cipurwasari dapat bersaing kedalam pasar yang lebih luas. Pembukuan sederhana juga diberikan agar pelaku UMKM mengetahui posisi usahanya dan untuk melakukan strategi pengembangan usaha kedepannya.

Metode

Waktu : 12-15 juli 2022

Tempat : rumah rt,ibu ucah (ketua KWT), Kp,cikawung rt 13

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data observasi dan wawancara serta data primer.

Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data pada penelitian ini, yaitu:

a). Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah metode yang digunakan untuk menelusuri data-data historis. Sejumlah fakta dan data tersimpan dalam bahan yang berbentuk dokumentasi.

b). Wawancara

Wawancara secara umum adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antar pewawancara dan informan atau orang yang di wawancarai,

dengan atau tanpa menggunakan pedoman (guide) wawancara, dimana pewawancara dan informan terlibat dalam kehidupan sosial yang relatif lama.

c). Observasi

Menggunakan metode ini peneliti mendatangi langsung tempat produksi Keripik pisang batik Di Desa Cipurwasari dengan melakukan pencatatan serta mengamati langsung proses pengemasan dan penjualan(pemasaran), sehingga peneliti lebih memahami permasalahan yang akan di jadikan topik permasalahan pada penelitian.

d). Analisis

Analisis data adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain.

Pada penelitian kali ini menggunakan metode pengumpuln data dengan metode wawancara dan dokumentasi

Hasil penelitian dan pembahasan

1. Pemasaran Produksi Yang Berjalan di Desa cipurwasari Strategi pemasaran pada kripik pisang batik yang ada di Desa cipurwasari hanya di perjual belikan di warung-warung terdekat, sehingga masyarakat luas lainnya kurang mengetahui tentang keripik pisang batik tersebut. Pemasaran banyak dilakukan agar dapat memperkenalkan produk tersebut supaya lebih banyak masyarakat mengetahui dan penasaran sehingga rasa ingin mencobanya tinggi. Strategi pemasaran dapat dilakukan dengan menggunakan Media Sosial, Promosi atau yang diadakan sehingga dapat memperluas di dalam bidang pemasaran tersebut. Saat ini media sosial banyak digunakan untuk berbagai penjualan, pemasaran keripik pisang batik dapat di pasarkan menggunakan media sosial tersebut. Media sosial saat ini sangat banyak dibutuhkan oleh semua masyarakat bahkan menjadi hal yang utama, karena media sosial sangat membantu masyarakat untuk lebih mudah dalam memenuhi kebutuhan lainnya.
2. Pengemasan Produk Dan Cita Rasa Produk Yang Berdaya Saing (Modern) Proses pengemasan keripik pisang batik dilakukan secara manual dan dengan cara yang sederhana. Di Desa cipurwasari Kecamatan tegalwaru Kabupaten karawang Keripik pisang batik dikemas menggunakan plastik dan menggunakan desain yang lebih menarik , soal rasa keripik pisang batik dijamin enak dan gurih. Sehingga saat ini masyarakat pada umumnya lebih memandang ke kemasan, dimana kemasan yang bagus ,unik dan menarik lebih dapat menarik minat daya jual beli. Kemasan keripik pisang batik di Desa cipurwasari masih kurang menarik karena kemasan hanya menggunakan plastik biasa tanpa diberi label atau tanda pengenal, dengan adanya suatu penelitian maka pengemasan akan di ubah

1. menjadi lebih menarik dan dapat menarik daya tarik konsumen untuk membeli keripik pisang batik tersebut. Kemasan diberi label atau tanda pengenalan, seperti nama keripik pisang batik dan nama pembuat keripik pisang batik tersebut. Kemasan dapat menggunakan plastik kemasan Pouch agar menjadi lebih rapih dan terlihat unik. Kemasan yang menarik juga dapat meningkatkan daya jual beli yang lebih tinggi maka dari itu pentingnya suatu kemasan dalam



suatu produk UMKM.

3. Mengembangkan Pemasaran Produk UMKM Di Desa cipurwasari
 - a) Pengetahuan para pengrajin Pengrajin perlu meningkatkan pengetahuan supaya produksi yang dijalankan dapat lebih berkembang pesat.
 - b) Pengrajin dapat mengikuti pelatihan yang diadakan oleh pihak pemerintah, pengrajin juga dapat saling bertukar pendapat dengan UMKM yang lainnya, pengrajin juga dapat menambah pengetahuan melalui media online supaya wawasan yang di dapat lebih luas.
 - c) Pengemasan yang mengikuti trend Pengemasan adalah hal yang paling utama dalam sebuah produk termasuk UMKM, pentingnya pengemasan sangat mempengaruhi peningkatan daya jual pada sebuah produk serta dapat meninggkkan pendapatan. Semula kemasan hanya menggunakan plastic dan tanpa adanya label nama produk, dengan adanya penelitian ini dapat meningkatkan pengetahuan tentang kemasan yang lebih bagus dan menarik. Kemasan juga dapat menggunakan plastik pouch serta diberi label nama produk dan alamat serta nama yang memproduksi supaya terkesan lebih rapih dan menarik.
 - d) Pemasaran secara Online Sudah menjadi rahasia umum, bahwa saat ini Internet hampir tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia. UMKM pun harus menyadari hal ini dan menjadikaannya sebagai salah satu strategi manajemen peningkatan usaha. Penggunaan Internet sebagai salah satu strategi pemasaran akan menjadikan usaha.

berjalan efektif, memiliki visibilitas yang luas dan yang terpenting, membuat anggaran perusahaan tidak terkuras. Pemasaran secara Online dan melalui media sosial seperti, Whatsapp ,

facebook, instagram, dan sebagainya hal ini juga sangat membantu meningkatkan pendapatan. Maka sangat penting untuk saat ini pemasaran dilakukan melalui media sosial.

Kesimpulan

Desa cipurwasari sudah mempunyai umkm, Kripik pisang batik merupakan sala satu ciri khas dari desa cipurwasari,yang dikelola oleh KWT(kelompok wanita tani)yang diketuai ibu ucah,akan tetapi didesa cipurwasri dalam pengemasan nya kurang begitu menarik dan belum dikenal banyak wilayah dikarnakan minim nya biaya untuk mengembangkan kripik pisang batik tersebut dan pemasaran nya belum begitu sampai ke media sosial,hanya mengirim (PO) atau menitipkan ke warung-warung saja.

Daftar Pustaka

Jatiningrum, C., Muharlisiani, L. T., Rahayu, S., & Ramadhani, A. N. Pengembangan UMKM Melalui Peningkatan Pemasaran Produk Kripik Tempe di Desa Wonoharjo Kabupaten Tanggamus.

Presiden Republik Indonesia, “Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah,” Jul. 04, 2008. <https://www.ojk.go.id/sustainable-finance/id/peraturan/undangundang/Pages/Undang-Undang-Republik-Indonesia-Nomor-20-Tahun-2008-Tentang-Usaha-Mikro,-Kecil,-dan-Menengah.aspx> (accessed Nov. 17, 2021).

F. D. Anggraeni, “Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Melalui Fasilitas Pihak Eksternal dan Potensi Internal (Studi Kasus Pada Kelompok Usaha" Emping Jagung" di Kelurahan Pandanwangi Kecamatan Blimbing Kota Malang),” J. Adm. Publik, vol. 1, no. 6, pp. 1286–1295, 2013.

A. Fidela, A. Pratama, and T. Nursyamsiah, “Pengembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) dengan program pemasaran Desa Jambu Raya di Desa Jambu, Kabupaten Sumedang,” J. Pus. Inov. Masy., vol. 2, no. 3, pp. 493–498, 2020.

Presiden Republik Indonesia, KEPPRES No. 99 Tahun 1998 tentang Bidang/Jenis Usaha Yang Dicadangkan Untuk Usaha Kecil Dan Bidang/Jenis Usaha Yang Terbuka Untuk Usaha Menengah Atau Usaha Besar Dengan Syarat Kemitraan [JDIH BPK RI]. 1998.