

# PENGEMBANGAN UMKM MELALUI MANAJEMEN USAHA DI DESA CINTALANGGENG

Hoeruddin  
Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,  
Email : [mn19.hoeruddin@mhs.ubpkarawang.ac.id](mailto:mn19.hoeruddin@mhs.ubpkarawang.ac.id)

## ABSTRAK

Laporan KKN ini berjudul Pengembangan UMKM melalui manajemen usaha di Desa Cintalanggeng. Desa Cintalanggeng merupakan salah satu dari 9 Desa yang ada di wilayah Kecamatan Tegalwaru dengan topografi daerah perbukitan atau dataran tinggi dan dataran rendah. Desa Cintalanggeng ±3 Km ke arah Timur Laut dari Kecamatan Tegalwaru, desa Cintalanggeng mempunyai batas-batas wilayah yakni batas utara Desa Kutalanggeng, batas selatan Desa Cintawargi, sebelah timur Desa Kutamaneh dan sebelah barat Desa Cintaasih, Kecamatan Pangkalan. Desa Cintalanggeng terletak di tengah masyarakat yang berbasis pertanian dan pegunungan. Desa Cintalanggeng tergolong unggul dalam sektor pertanian, maka dari itu mayoritas penduduknya bermata pencaharian sebagai petani. Beberapa sektor lain seperti UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) kurang mendapat perhatian. Berdasarkan koordinasi yang sudah kami lakukan dengan perangkat Desa, kami menentukan dua unit Usaha/UMKM yang ada di desa Cintalanggeng, yaitu UMKM donat dan UMKM Bolu. Setelah Observasi dengan pemilik unit Usaha/UMKM, ada banyak kekurangan dari produk ini. Lalu Kami membuat inovasi dengan menambahkan desain label, kemasan, dan bahkan membantu memperkenalkan media online. Metode pendekatan yang digunakan adalah sosialisasi. Hasilnya menunjukkan bahwa implementasi kegiatan pelayanan di Desa Cintalanggeng, adalah untuk memberikan solusi terhadap berbagai masalah yang dihadapi oleh UMKM Cintalanggeng meliputi aspek manajemen bisnis yang terdiri dari aspek pemasaran, keuangan, dan produksi dan bisnis produktivitas.

Kata kunci : Pengembangan UMKM, Manajemen Bisnis, Produktivitas

## 1. PENDAHULUAN

Desa Cintalanggeng merupakan salah satu dari 9 Desa yang ada di wilayah Kecamatan Tegalwaru dengan topografi daerah perbukitan atau dataran tinggi dan dataran rendah. Desa Cintalanggeng ±3 Km ke arah Timur Laut dari Kecamatan Tegalwaru, desa Cintalanggeng mempunyai batas-batas wilayah yakni batas utara Desa Kutalanggeng, batas selatan Desa Cintawargi, sebelah timur Desa Kutamaneh dan sebelah barat Desa Cintaasih, Kecamatan Pangkalan. Desa Cintalanggeng terletak di tengah masyarakat yang berbasis pertanian dan pegunungan. Terdapat beberapa UMKM yang terdapat di Desa Cintalanggeng seperti UMKM Donat dan UMKM Bolu

Perkembangan usaha rumahan yang semakin banyak memerlukan pembinaan dan pelatihan yang berorientasi nilai tambah untuk meningkatkan daya saing (Setiawan, 2012). Dari beberapa UMKM ini terlihat masih memerlukan pendampingan dalam manajemen usaha

diantaranya dari segi pemasaran, produksi, keuangan, serta sisi legalitas usaha. Dari aspek pemasaran, ada UMKM yang belum mampu mengembangkan pasar yang lebih luas, karena masih terpaku pada pemasaran masyarakat sekitar seperti jamu dan sari kedelai. Dari aspek keuangan, tampak bahwa beberapa UMKM ini belum memiliki pencatatan pembukuan yang baik. Dari aspek produksi juga masih menggunakan peralatan dapur yang sederhana, sehingga diperlukan penerapan inovasi teknologi tepat guna dalam meningkatkan produktivitas usaha. Menurut Atalay et al (2013), perbaikan cara produksi diharapkan dapat meningkatkan kualitas produk dan peningkatan jumlah produksi. Sedangkan desain kemasan yang menarik diharapkan dapat meningkatkan daya simpan produk dan juga meningkatkan daya saing dipasaran. Penambahan peralatan produksi diharapkan dapat meningkatkan kapasitas produksi dan kualitas produk. Sedangkan dari sisi legalitas usaha yang merupakan faktor penting dalam pengembangan usaha.

Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan manajemen dan legalitas usaha, agar produk UMKM yang dihasilkan desa Cintalanggeng dapat lebih berdaya saing, dengan memberi solusi dari berbagai permasalahan yang di hadapi sebagai berikut. 1) Aspek pemasaran: terbatasnya pangsa pasar dan kurangnya pemanfaatan teknologi informasi dalam media pemasaran. 2) Aspek produksi: kurangnya kemampuan dalam membuat variasi produk serta peralatan yang digunakan masih sederhana. 3) Aspek keuangan: terbatasnya pemahaman dan aplikasi pembukuan sederhana dalam usahanya. 4) Aspek legalitas: belum adanya legalitas usaha dalam produk.

## **2. METODE**

Metode pendekatan yang digunakan adalah sosialisasi. Kegiatan ini dilakukan untuk meningkatkan manajemen usaha dan legalitas usaha, agar nilai jual yang dimiliki oleh produk meningkat. Untuk mencapai tujuan tersebut, beberapa tahap yang dilaksanakan adalah :

### **a. Survei dan Pengumpulan Data**

Kami melakukan survei lapangan untuk mengetahui kondisi, dan mengumpulkan data serta informasi terkait permasalahan, agar dapat memberikan solusi yang tepat kepada UMKM Desa Cintalanggeng. Kami dengan UMKM Desa Cintalanggeng melakukan diskusi untuk mendapatkan informasi tentang kebutuhan dan mengatasi berbagai aspek permasalahan yang dihadapi.

### **b. Design dan Penggunaan Merk**

Guna memperkuat pemasaran produk baik secara offline maupun online, UMKM Desa Cintalanggeng didukasi akan pentingnya penggunaan merk dalam memperkenalkan produk

ke pasar, meskipun hanya melalui sticker/label yang ditempelkan di kemasan Metode pendekatan yang digunakan adalah sosialisasi. Kegiatan ini dilakukan untuk meningkatkan manajemen usaha dan legalitas usaha, agar nilai jual yang dimiliki oleh produk meningkat. Untuk mencapai tujuan tersebut, beberapa tahap yang dilaksanakan adalah : Setelah edukasi tersebut dapat diterima, UMKM Desa Citalanggang didampingi dalam penentuan, design, dan pencetakan merk yang akan digunakan pada produknya dalam bentuk sticker/label.

#### **c. Perluasan Pangsa Pasar**

UMKM Desa Citalanggang diberikan sosialisasi dalam memasarkan produk secara offline maupun online. Pemasaran online yang dilakukan adalah dengan memanfaatkan teknologi informasi dan aplikasi social media. Kegiatan tersebut di atas dilakukan dengan tujuan untuk meningkatkan jangkauan pasar, dengan memasarkan produk melalui toko dan minimarket, serta dimilikinya keterampilan memasarkan produk secara online.

#### **d. Pembukuan Keuangan Sederhana**

UMKM Desa Citalanggang diberikan edukasi dalam penerapan pembukuan keuangan sederhana di usahanya. Materi pelatihan ini meliputi pencatatan transaksi keuangan baik pengeluaran maupun penerimaan. Tujuannya adalah agar UMKM Desa Citalanggang memiliki pemahaman terhadap konsep dasar pembukuan keuangan sederhana, sehingga memiliki catatan keuangan terkait transaksi pengeluaran maupun penerimaan dengan rapi, dan akhirnya para pemilik UMKM dapat mengetahui laba rugi usaha per periode tertentu.

#### **e. Inovasi Produk**

UMKM Desa Citalanggang diberi sosialisasi melalui peningkatan keterampilan dalam melakukan inovasi produk melalui varian rasa dan varian kemasan.

#### **f. Design dan Inovasi Teknologi Tepat Guna**

Proses produksi UMKM Desa Citalanggang selama ini masih menggunakan peralatan sederhana, yang digerakkan dengan tenaga manusia. Oleh karena itu penerapan teknologi tepat guna diperlukan dalam peningkatan proses produksi.

#### **g. Legalitas Usaha**

Beberapa UMKM Desa Citalanggang belum memiliki legalitas usaha, sehingga perlu diadakan sosialisasi akan pentingnya legalitas tersebut. Sosialisasi dilakukan dengan berbagi pengetahuan tentang legalitas UMKM, mulai dari ijin usaha pendirian usaha, hingga sertifikasi produk yang dibutuhkan oleh UMKM. Dengan sosialisasi ini diharapkan UMKM Desa Citalanggang paham akan pentingnya legalitas dalam suatu usaha, dan mulai mengurus kepemilikan legalitas usahanya tersebut, diharapkan UMKM Desa Citalanggang dapat lebih

bersaing di tengah era global, serta dipercaya konsumennya sebagai produk yang baik dan layak untuk dikonsumsi masyarakat luas.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Kegiatan KKN Di Desa Cintalanggeng ini menghasilkan beberapa kegiatan yang telah dilakukan sesuai rencana kegiatan dan ada yang tidak sesuai, dengan rincian sebagai berikut.

#### a. Design dan Penggunaan Merk

Menurut Hadyati (2008) pemasaran merupakan masalah utama yang dimiliki oleh UMKM, yakni terkait persaingan pasar dan produk, akses terhadap informasi pasar dan kelembagaan pendukung usaha kecil. Kegiatan pengabdian ini diharapkan menjadi solusi masalah tersebut, salah satunya dengan menggunakan merk pada produk yang dimiliki produsen, sehingga produk dapat dikenal konsumen dan akhirnya dapat bersaing di pasar. Setelah edukasi, dan pendampingan yang kami berikan kepada UMKM dapat diterima, maka diperoleh merk yang akhirnya dipasang di kemasan produk Donat dan Bolu



*Gambar 1.*  
Donat yang sudah di pasang stiker



*Gambar 2.*  
Bolu yang sudah di pasang stiker



*Gambar 3.*  
Pemasangan *banner* Pada Umkm Donat



*Gambar 4.*  
Pemasangan *banner* pada Umkm Bolu

### **b. Perluasan Pangsa Pasar**

Menurut Mia Ajeng A (2018), pelatihan pemasaran yang lebih memadai adalah melalui pengenalan *e-commerce* atau *market place* dan *social media* sebagai salah satu sarana pemasaran. Media pemasaran online memudahkan konsumen dalam menjangkau para produsen. Media pemasaran online yang diperkenalkan kepada pemilik UMKM melalui pelatihan adalah *e-marketplace* dan media sosial melalui *facebook*, *instagram*, *whatsapp*. Sebelum dilaksanakan kegiatan ini, para pengusaha hanya mengandalkan promosi melalui *offline*.

### **c. Pembukuan Keuangan Sederhana**

Berdasarkan observasi lapangan dan wawancara kepada UMKM Desa Cintalanggeng diperoleh hasil bahwa mereka tidak memiliki pembukuan keuangan. Selain itu tidak adanya nota-nota pembelian mengakibatkan keuntungan yang diperoleh para pemilik UMKM tidak bisa diketahui dengan mudah. Kami memberikan sosialisasi dalam perbaikan administrasi keuangan dengan cara memperkenalkan manfaat pembuatan rekap penjualan pada format yang sederhana sehingga mudah dipahami dan diterapkan, serta penggunaan nota atas produk yang

telah dibeli oleh konsumen. Sosialisasi diberikan dalam administrasi keuangan agar lebih tertata dan mendeteksi keuntungan serta kerugian yang diperoleh. Akan tetapi UMKM Desa Cintelanggeng masih belum melaksanakan pembukuan secara teratur.

#### d. Inovasi Produk

Sosialisasi dalam inovasi produk dilakukan melalui inovasi varian rasa dan kemasan. Dari sosialisasi inovasi produk ini hasil yang diperoleh adalah adanya penambahan varian rasa pada UMKM Donat yaitu yang tadinya hanya menggunakan topping tabur gula pasir sekarang menjadi bermacam-macam varian.



Gambar 3. Varian baru Umkm Donat

#### e. Design dan Inovasi Teknologi Tepat Guna

Sosialisasi mengenai teknologi ini memberikan edukasi kepada UMKM untuk menggunakan teknologi yang lebih modern dan memberikan efektivitas untuk peningkatan produktivitas sehingga dapat memenuhi permintaan pasar. Akan tetapi UMKM Di Desa Cintelanggeng masih belum bisa meng-upgrade teknologi yang digunakan dikarenakan terbatasnya modal yang dimiliki.

#### f. Legalitas Usaha

Legalitas usaha merupakan salah satu faktor yang berperan penting dalam pengembangan usaha, tetapi para pelaku UMKM terkadang belum memahami hal tersebut. Kami memberikan sosialisasi kepada UMKM Desa Cintelanggeng terhadap besarnya peran legalitas usaha untuk kemajuan suatu usaha. Dalam sosialisasi ini para pemilik UMKM diberikan informasi mengenai jenis legalitas usaha, manfaat dan persyaratan yang harus dipenuhi

#### **4. KESIMPULAN**

Kegiatan KKN ini dilaksanakan guna memberikan solusi terhadap berbagai masalah yang dihadapi oleh UMKM Desa Cintalanggeng meliputi segi manajemen usaha yang terdiri dari aspek pemasaran, keuangan, dan produksi, serta dari segi legalitas usaha. Kesimpulan yang menjadi hasil pelaksanaan kegiatan KKN di Desa Cintalanggeng, Kecamatan Tegalwaru, Kabupaten Karawang ini sebagai berikut. Aspek pemasaran, pemahaman dan kemampuan para UMKM tentang penggunaan media yang digunakan dalam peningkatan pemasaran bertambah, baik melalui offline maupun online, dengan memanfaatkan teknologi informasi dan penggunaan merk produk, sehingga dapat memperluas pangsa pasar. Dalam Aspek keuangan, sosialisasi pembukuan keuangan sederhana yang telah dilakukan mampu meningkatkan pengetahuan dan kompetensi para UMKM dalam menentukan laba dan omset yang ingin diperoleh, serta kemampuan untuk memisahkan antara modal pribadi dan modal usaha. Aspek produksi, penciptaan inovasi produk melalui varian rasa dan kemasan, yang dilakukan mampu meningkatkan pengetahuan serta keterampilan UMKM dalam pengembangan variasi produk. Aspek legalitas, sosialisasi yang diberikan kepada UMKM tentang legalitas usaha mendorong UMKM untuk meningkatkan usaha yang dimiliki, untuk meningkatkan daya saing produk dan menjangkau pasar yang lebih luas.

#### **5. DAFTAR PUSTAKA**

- Atalay, M., N. Anafartand., F. Sarvan. 2013. The relationship Between Innovation And Firm Performance: An Empirical Evidence From Turkish Automotive Supplier Industry. *Procedia-Social and Behavioral Sciences* 75 : 226-235.
- Mia Ajeng, A. 2018. Peningkatan Pendapatan Rumah Tangga Melalui Pemberdayaan Ibu-Ibu PKK di Kota Kudus. *Journal of Dedicators Community*, 2(2): 83-90.