

PENGAMATAN SUMBER DAYA USAHA UMKM RENGGINANG TEH ENTIN DI DESA CIBADAK DALAM MELAKUKAN INOVASI DAN DIGITALISASI

Bayu Ramadhan, Afif Hakim
Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik
ti19.bayuramadhan@mhs.ubpkarawang.ac.id
afif.hakim@ubpkarawang.ac.id

Abstrak

Program KKN tahun 2022 yang dilaksanakan oleh Universitas Buana Perjuangan Karawang memiliki tema yaitu Inovasi dan Digitalisasi UMKM menuju masyarakat mandiri. tujuan diadakannya KKN ini yaitu masyarakat yang memiliki usaha mikro kecil menengah diharapkan mampu menjalankan usahanya dengan sedikit sentuhan inovasi dan digitalisasi pada usaha yang sedang dijalankan, selain itu para pelaku usaha kecil mikro menengah ini mampu memasarkan produk dengan menggunakan bantuan *marketplace* atau sosial media agar usaha nya bisa berkembang pesat dan diketahui oleh masyarakat luas tidak hanya di lingkungan sekitar. Dalam melakukan inovasi dan digitalisasi metode yang dipakai penulis yaitu pengamatan sumber daya usaha berupa *man, material, metode, money, machine* dan *market*. pada produk rengginang Teh Entin di Desa Cibadak sebelumnya tidak terdapat mesin dalam melakukan pembungkusan kemasan maka dari itu inovasi yang dilakukan yaitu dengan menggunakan tambahan alat yaitu mesin *seal* agar kemasannya tertutup rapat kemudian dalam pemasarannya UMKM rengginang ini hanya di lingkungan sekitar saja ketika dilakukan digitalisasi dalam pemasaran dengan promosi melalui *marketplace* seperti *Shopee* atau sosial media seperti *Facebook* dan *Instagram* sehingga produk rengginang ini dapat diketahui oleh masyarakat luas.

Kata kunci: sumber daya, inovasi, digitalisasi

1. Pendahuluan

Desa Cibadak merupakan salah satu desa yang terletak di Kecamatan Rawamerta Kabupaten Karawang. Desa Cibadak memiliki luas wilayah 340,4 hektar dengan koordinat bujur: 107.37722 dan koordinat lintang -6.232724 serta dengan ketinggian 5 meter diatas permukaan laut. Secara geografis Desa Cibadak memiliki batas wilayah diantaranya: Sebelah utara berbatasan dengan Gombongsari, sebelah selatan Desa Kutawargi, sebelah timur Desa Pasir Kamuning dan sebelah barat Desa Sukamerta. Berdasarkan pada Profil Desa dan Kelurahan Desa Cibadak ini memiliki 3 Dusun yaitu: Dusun Krajan, Dusun Kawista dan Dusun Sukasari yang dimana mayoritas mata pencaharian warga Desa Cibadak itu sebagai buruh tani dan buruh harian lepas, selain itu masyarakat desa cibadak juga

ada yang menjalankan usaha rumahan seperti warung nasi, makanan ringan dan minuman, peralatan rumah tangga serta terdapat juga beberapa UMKM lainnya.

UMKM berkontribusi cukup besar bagi perekonomian Indonesia, Indonesia didominasi oleh keberadaan UMKM sebagai tulang punggung perekonomian nasional juga berdampak secara serius tidak saja pada aspek total produksi dan nilai perdagangan akan tetapi juga pada jumlah tenaga kerja. Kontribusi UMKM berperan penting dalam membuka lapangan pekerjaan sebesar (96.97%) angkatan kerja di Indonesia Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UMKM, kontribusi UMKM pada PDB mencapai 60,34% pada 2017. Kontribusi ini pada dasarnya masih dapat ditingkatkan, mengingat peran UMKM dalam porsi ekspor di Indonesia hanya mencapai 15,7%. Pengalaman pada 1998 dan 2012 membuktikan bahwa UMKM dapat bertahan dari krisis ekonomi, ditunjukkan dengan pertumbuhan positif yang dicapai UMKM pada saat-saat krisis (Aknolt,2020).

UMKM yang kami bina dalam program Kuliah Kerja Nyata Universitas Buana Perjuangan adalah UMKM rengginang terasi milik Teh Entin yang berlokasi di Dusun Sukasari, Desa Cibadak Kecamatan Rawamerta Kabupaten Karawang Jawa Barat. Pemilik UMKM rengginang terasi ini adalah Teh Entin yang sudah produksi rengginang terasi selama 3 tahun, Adapun bahan baku dalam pembuatan rengginang ini adalah Beras ketan yang dicampur dengan terasi dan juga bumbu tertentu yang sudah diolah. Usaha Teh Entin ini memiliki peluang untuk masuk ke toko-toko atau pasar swalayan karena rasanya yang gurih dan renyah dan juga berbahan dasar terasi ini membuat rengginang Teh Entin beda dengan yang lain.

permasalahan yang dihadapi Teh Entin dalam memasarkan rengginang ini karena lokasi yang belum terjangkau karena berlokasi didalam pedesaan, setelah dilakukan wawancara dengan Teh Entin ada beberapa faktor lain yang menghambat berkembangnya usaha Teh Entin yaitu pemasarannya masih tradisional karena tidak adanya sosial media dalam pemasaran secara online, selain itu rengginang Teh Entin ini hanya produksi ketika ada pesanan saja jadi jika dilihat secara pendapatan maka pendapatannya tidak menentu karena produksinya tidak secara *continue*.

Adapun faktor lain yang menghambat berkembangnya usaha rengginang Teh Entin ini yaitu karena produknya belum memiliki ciri khas atau identitas seperti

label pada kemasan, dalam melakukan pemasaran identitas itu merupakan hal yang sangat penting supaya produk yang dipasarkan bisa diketahui oleh khalayak ramai.

2. Metode

Adapun metode yang ditentukan oleh penulis dalam program KKN ini adalah sebagai berikut:

A. Waktu dan tempat penelitian

Kuliah Kerja Nyata dengan tema “Inovasi dan Digitalisasi UMKM Menuju Masyarakat Mandiri” ini dilakukan selama 3 bulan yang dimulai dari tanggal 01 juli sampai dengan 31 juli 2022 dan dilakukan di Desa Cibadak, Kecamatan Rawamerta Kabupaten Karawang. Program Kuliah Kerja Nyata ini bertujuan untuk melakukan inovasi dan digitalisasi pada UMKM yang akan dibina.

B. Target Subjek

Target atau sasaran yang kami tentukan yaitu UMKM milik Teh Entin yang memproduksi rengginang terasi, target yang ingin kami capai yaitu improvement dalam segi pengemasan dan branding supaya produk rengginang terasi milik Teh Entin ini bisa tahan dalam waktu yang lama dan juga bisa dikenal oleh khalayak ramai karena memiliki identitas berupa label kemasan.

C. Prosedur Kajian

Ada beberapa prosedur yang sudah kami tentukan yaitu pertama perbaikan dalam proses pengemasan yang awalnya hanya menggunakan *stapler* untuk menutup kemasan maka perbaikannya yaitu dengan menggunakan mesin *vacuum sealer* agar plastik dapat tertutup dengan rapat dan yang kedua yaitu dalam segi branding karena rengginang terasi milik Teh Entin belum memiliki identitas maka kami membuat stiker yang nantinya akan ditempel pada kemasan rengginang, dan yang terakhir yaitu pembuatan akun sosial media dan akun *marketplace* yang bertujuan agar pemasarannya bisa dijangkau oleh masyarakat luas.

D. Instrumen Data

Dalam menentukan Instrumen Data penulis melakukan beberapa teknik pengumpulan data seperti Observasi langsung ke lokasi UMKM agar bisa

mengamati secara langsung dan bisa mengambil kesimpulan mengenai UMKM yang akan di bina, selain itu melakukan studi pustaka untuk menambah alternatif dalam pemecahan masalah, Dokumentasi yang bertujuan sebagai bukti penelitian dan juga sebagai bahan pendukung dalam penulisan artikel individu maupun laporan kelompok serta wawancara langsung dengan pemilik UMKM yang dibina untuk menggali informasi lebih detail.

E. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang dilakukan oleh penulis yaitu dengan mengumpulkan data umum yang berkaitan dengan Usaha kecil mikro menengah yang dibina yaitu rengginang terasi milik Teh Entin. Dalam penyusunan artikel ini penulis menyajikan dalam bentuk deskriptif dengan cara mendeskripsikan artikel ini dengan cara pemaparan sumber daya usaha 6M yaitu *man, material, method, machine, money* dan *market*. Setiap unsur dalam sumber daya 6M tersebut memiliki keterkaitan yang sangat erat dalam manajemen suatu usaha dan semua unsur harus berjalan bersamaan karena salah satu dari unsur tersebut tidak dapat dipisahkan.

3. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Hasil penelitian dan pengumpulan data terdapat beberapa faktor yang menjadi kendala pada usaha yang dijalankan oleh Teh Entin. Saat melakukan wawancara dengan Teh Entin ini terdapat beberapa kesimpulan yang didapat yaitu bahwa rengginang Teh Entin ini memiliki rasa yang gurih dan renyah akan tetapi yang menjadi kendalanya yaitu kemasan yang digunakan kurang mendukung dalam masa penyimpanan yang lama, Selain itu dalam metode pembungkusan rengginang nya teh entin hanya menggunakan *stapler* sebagai alat untuk menutup kemasan hal ini yang nantinya akan berpengaruh terhadap cita rasa rengginang. maka *improvement* yang dilakukan dan yang berkaitan dengan sumber daya 6M ini yaitu dalam segi *machine* yaitu menggunakan alat mesin vacuum sealer sebagai sarana dalam membungkus produk ini agar plastik nya dapat menutup dengan baik.

Adapun faktor lain yang menghambat berkembangnya usaha milik Teh Entin ini yaitu belum adanya *brand* sebagai ciri khas rengginang terasi milik Teh Entin ini, Fungsi *brand* itu sangat penting dalam sebuah pemasaran karena brand

inilah yang akan membuat produk kita dikenal oleh khalayak ramai, Tanpa adanya brand produk yang dijual sulit untuk dikenal oleh masyarakat luas dan sulit untuk masuk ke toko-toko atau pasar swalayan maka dari itu *improvement* yang dilakukan yaitu membuat *design* label atau stiker yang nantinya ditempel pada kemasan rengginang sebagai ciri khas produk dari Teh Entin.

Selain itu faktor yang menjadi penghambat berkembangnya UMKM rengginang terasi milik Teh Entin ini yaitu dalam hal *market* atau pemasaran, yang terjadi di lapangan adalah rengginang terasi Teh Entin ini hanya diketahui oleh masyarakat sekitar saja khususnya di Desa Cibadak, Jadi agar produk Teh Entin ini menyebar luas ke masyarakat maka harus dilakukan *Improvement, Improvement* yang berkaitan dengan sumber daya usaha 6M ini yaitu dalam hal market atau pemasaran. Hal yang dilakukan yaitu pembuatan akun sosial media seperti *Facebook* dan *Instagram* serta akun *marketplace* seperti *Shopee, Tokopedia* dan lain-lain karena dengan adanya sosial media dan *marketplace* ini akan memudahkan Teh Entin dalam melakukan promosi UMKM Rengginang terasi nya.

setelah melakukan observasi dan wawancara dengan pemilik UMKM terdapat beberapa hasil yang berkaitan dengan sumber daya usaha yang mencakup *man, money, material, machine, method* dan *market*.

1. *Man* (Sumber Daya Manusia)

Dalam menjalankan usahanya Teh Entin mengerjakan usaha nya sendiri dengan bantuan saudaranya, karena produksi rengginang yang tidak menentu maka dalam produksi rengginang ini Teh Entin tidak membutuhkan banyak tenaga kerja.

2. *Money* (Uang)

Dana yang sebelumnya digunakan oleh Bu Entin ini hanya mencakup bahan Baku rengginang saja. dana yang dibutuhkan oleh Teh Entin yaitu: Terasi Rp.15.000 kemudian beras ketan RP. 9.000 dan bumbu dapur lainnya. setelah dilakukan *improvement* maka ada dana yang dibutuhkan dalam pembuatan stiker sebesar RP. 30.000 dan RP.175.000 untuk mesin *vacuum sealer*.

3. *Material* (Bahan Baku)

Bahan Baku Utama	Bahan Baku pendukung
Terasi	Label atau stiker
Beras Ketan	Cetakan rengginang
Bumbu dapur lainnya	Plastik kemasan



Gambar 1. Cetakan Rengginang



Gambar 2. Inovasi Label Rengginang

4. *Machine* (Mesin)

Mesin yang digunakan dalam proses pengemasan rengginang ini yaitu mesin *vacuum sealer*, akan tetapi mesin ini memiliki keterbatasan yaitu mesin ini

hanya bisa melakukan *vacuum* pada plastik tertentu saja, akan tetapi jika hanya membungkus kemasan seperti proses seal mesin ini bisa melakukan proses *seal* pada semua jenis plastik kemasan.



Gambar 3. Mesin *Vacuum Sealer*

5. *Method* (Metode)

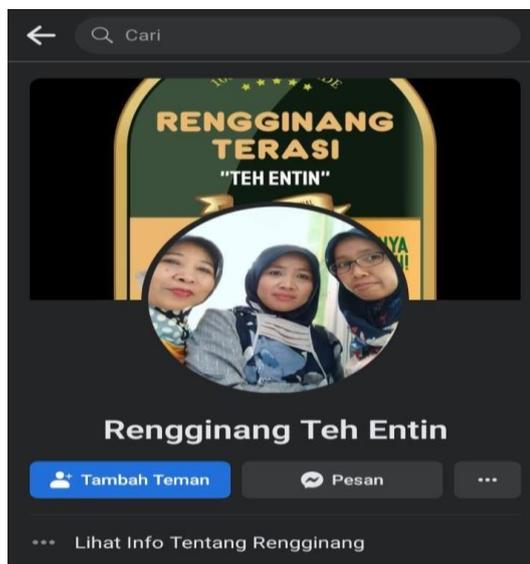
Dalam kegiatan usaha diperlukan sebuah metode untuk melakukan kerja yang sesuai dengan standar. Untuk produksi rengginang ini urutan dalam produksinya yaitu dimulai dari pengumpulan bahan baku mulai dari beras ketan, terasi dan bumbu dapur lainnya, kemudian masuk kedalam proses percetakan rengginang lalu dijemur kemudian tahap akhirnya itu penggorengan. adapun untuk proses pemasaran pihak penjual bisa memasang iklan rengginang pada *market place* atau sosial media



Gambar 4. Proses penjemuran rengginang

6. *Market (Pasar)*

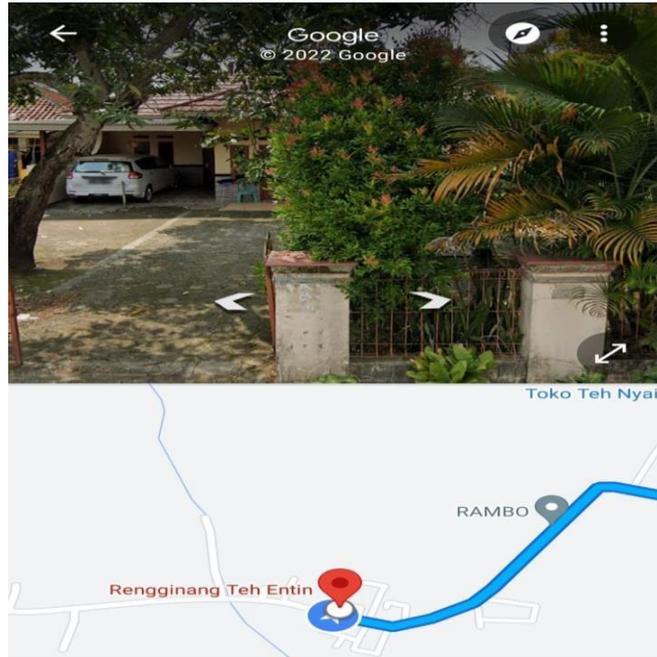
Pada proses pemasaran sebelumnya Teh Entin hanya melalui cara tradisional yaitu dari rumah ke rumah atau hanya menerima orderan ketika ada hajatan atau acara tertentu, setelah UMKM nya dibina ada sebuah *improvement* dalam hal pemasaran yaitu pembuatan akun sosial media berupa *Instagram* dan *facebook* dan juga *shopee* sebagai akun *marketplace* selain itu kami juga menambahkan alamat Teh Entin pada *Google Maps* jika ada yang mau memesan ke rumahnya langsung jadi Teh Entin bisa leluasa dalam hal memasarkan dan melakukan promosi usaha rengginang nya secara *online*.



Gambar 5. Akun *Facebook* Rengginang Teh Entin



Gambar 6. Akun *Instagram* Rengginang Teh Entin



Gambar 7. Pencarian UMKM Teh Entin pada *Google Maps*



Gambar 8. Akun *Shopee* Rengginang Teh Entin

Kesimpulan dan Rekomendasi

1. Kesimpulan

Kegiatan KKN yang dilakukan di Desa Cibadak yaitu membina salah satu UMKM yaitu Rengginang Teh Entin, Setelah melakukan observasi dan wawancara bersama Teh Entin bahwa rengginang Teh Entin hanya produksi selama ada pesanan saja dari masalah yang di alami oleh Bu Entin *improvement* yang kami usulkan yaitu melakukan inovasi dan digitalisasi dalam produksi dan pemasaran rengginang tersebut. Yang pertama yaitu pemberian nama *brand* dan stiker agar produk memiliki identitas, kedua yaitu metode pengemasan dengan menggunakan bantuan mesin *Vacuum Sealer* dan yang terakhir yaitu pembuatan akun Sosial Media seperti *Facebook* dan *Instagram* serta pembuatan akun *Marketplace* salah satunya adalah *shopee*, Dengan demikian jika produknya memiliki identitas maka produk tersebut bisa lebih menyebar di pasar- pasar atau toko perbelanjaan baik *online* maupun *offline*.

2. Rekomendasi

Seiring berkembangnya teknologi dan digital maka UMKM di Indonesia terus tumbuh dan berkembang semakin luas maka dari itu para pelaku UMKM harus siap dalam menghadapi revolusi ini, dari kasus yang dialami Teh Entin sebelumnya beliau tidak memiliki akses sosial media dan *marketplace* maka yang kami rekomendasikan yaitu pembuatan akun tersebut agar lebih luas jangkauan penjualannya, Selain itu yang kami rekomendasikan adalah isi rengginang dalam kemasan yang jumlahnya bisa bervariasi sehingga *customer* bisa memilih ketika membeli baik membeli dengan skala kecil, sedang maupun skala besar maka dari itu Teh Entin harus menentukan skala plastik kemasan yang berbeda.

Daftar Pustaka

Ayodya Wulan. 2020. *Strategi UMKM Memasuki Era Digital*. PT. Elex Media Komputindo. Jakarta.

Pitaloka Endang (2020) “Strategi Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) Bertahan pada kondisi pandemic Covid-19 di Indonesia” *Seminar Nasional Terapan Riset Inovatif (SENTRINOV) Ke-6*. Tangerang 2020