

**STRATEGI PENINGKATAN KOMPETENSI SUMBER DAYA
MANUSIA PADA BIDANG TEKNOLOGI DI ERA
DIGITALISASI PADA PELAKU USAHA USAHA MIKRO KECIL
MENENGAH DI DESA PURWAMEKAR**

Bismi Khairi Muhampad

Nadya Putri Saylendra

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Buana
Perjuangan Karawang, Jl. H.S Ronggowaluyo, Telukjambe Timur, Kabupaten
Karawang 41361

E-mail : mn19.bismimuhamad@mhs.ubpkarawang.ac.id

Nadya.saylendra@ubpkarawang.ac.id

ABSTRAK

Kegiatan Kuliah Kerja Nyata ini merupakan suatu bentuk pengabdian kepada masyarakat yang bertujuan untuk membantu usaha mikro kecil menengah (UMKM) Sambel Mak Banih yang telah berdiri sejak tahun 1984 dengan memproduksi Sambel Sereh. Kegiatan ini bertujuan untuk membantu mengembangkan proses pemasaran UMKM Sambel Mak Banih dengan menggunakan perkembangan digitalisasi yang ada, seperti pemanfaatan social media dan berbagai macam marketplace sebagai alat untuk memasarkan produk Sambel Mak Banih, yang terletak di Desa Purwamerkar Kabupaten Karawang. Dalam melaksanakan penelitian ini, metode yang digunakan adalah metode analisis deskriptif, metode wawancara, metode observasi, metode survei tempat umkm, dokumentasi, ciri khas dari produk umkm, serta segala informasi yang berkaitan dengan produk umkm Sambal Mak Banih. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah terwujudnya proses pemasaran Sambal Mak Banih dengan pemanfaatan digitalisasi yang ada. Kegiatan Kuliah Kerja Nyata ini memberikan pelatihan tentang cara mengkreasikan produk makanan yang lebih mempunyai nilai jual tinggi, melakukan branding pada produk, dan pemasaran melalui digital marketing. Hasil yang didapatkan setelah adanya Kegiatan Kuliah Kerja Nyata Universitas Buana Perjuangan Karawang ini adalah meningkatkan pemasaran produk dengan menggunakan platform di era digitalisasi saat ini. Dengan menciptakan inovasi baru terhadap produk yang akan di pasarkan seperti hal nya perubahan dalam packaging yang semula tradisional menjadi modern agar masyarakat lebih tertarik untuk membeli

Kata Kunci : UMKM, Digitalisasi, Kuliah Kerja Nyata

ABSTRACT

This Real Work Lecture activity is a form of community service that aims to help micro, small and medium enterprises (UMKM) Sambel Mak Banih which has been established since 1984 by producing Sambel Sereh. This activity aims to help develop the marketing process of Sambel Mak Banih SMEs by using existing digitalization developments, such as the use of social media and various marketplaces as a tool to market Sambel Mak Banih products, which is located in Purwamerkar Village, Karawang Regency. In carrying out this research, the methods used are descriptive analysis methods, interview methods, observation methods, survey methods for MSMEs, documentation, characteristics of MSME products, and all information related to Sambal Mak Banih MSME products. The results obtained from this study are the realization of the Sambal Mak Banih marketing process by utilizing existing digitalization. This real work lecture activity provides training on how to create food products that have more high selling value, do branding on products, and marketing through digital marketing. The results obtained after the real work lecture activity at Buana Perjuangan Karawang University is to increase product marketing by using platforms in the current digitalization era. . By creating new innovations for products to be marketed, such as changes in packaging from traditional to modern so that people are more interested in buying

Keywords: MSMEs, Digitization, Real Work Lecture

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi adalah sestau yang tidak bisa dihindari dalam kehidupan saat ini, karena kemajuan teknologi akan berjalan sesuai dengan kemajuan ilmu pengetahuan. Setiap invoasi diciptakan untuk memberikan manfaat positif, memberikan banyak kemudahan, serta berbagai cara baru dalam melakukan aktifitas bagi kehidupan manusia. Khususnya dalam bidang teknologi masyarakat sudah menikmati banyak manfaat yang dibawa oleh inovasi-inovasi yang telah dihasilkan dalam decade akhir ini. Perkembangan teknologi sekarang ini, telah banyak menunjukkan kemajuan yang luar biasa. Banyak hal dari sector kehidupan yang telah menggunakan kebadaraan tekonologi itu sendiri. Kehadirannya telah memberikan dampak yang cukup besar terhadap kehidupan manusia dalam berbagai aspek. Demikian halnya dengan teknologi komunikasi yang merupakan peralatan perangkat keras yang mengandung nilai social yang memungkinkan individu untuk mengumpulkan, memproses, saling tukar informasi, dan memanfaatkannya untuk menjadi tempat berbisnis.

Media social atau jejaring social menjadi platform yang paling sering digunakan oleh masyarakat. Jejaring social yang tersedia terkadang memiliki beberapa perbedaan. Beberapa media social hanya berfokus pada pertemanan seperti Facebook, Path, Instagram dan Twitter. Perkembangan era digitalisasi berkembang dengan pesat. Sebagian aktivitas Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memanfaatkan teknologi informasi untuk menjalankan usahanya. Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) harus mampu bersaing di pasar internasional agar tak tertindas. Pada era digitalisasi seperti ini, pelaku UMKM seharusnya menyambut baik akan teknologi informasi agar dapat memudahkan memasarkan produk hingga ke luar negeri. Tercatat, jumlah UMKM di Indonesia cuup banyak, sekira 50 uta pelaku UMKM. Dalam era digitalisasi saat ini, pelaku UMM akan membutuhkan teknologi informasi yang tepat untuk bisa tumbuh berkembang dan bersaing di era digital saat ini.

Pelaku UMKM menemui kesulitan untuk mendapatkan solusi tekonologi informasi yang tepat karena pelaku UMKM tidak memiliki staff husus yang ahli dalam bidang tekonologi informasi yang dinamis. Kendala lain, yakni banyaknya ragam produk teknologi, membuat pelaku UMKM bingung memilih solusi yang pas. Oleh sebab itu para pelaku UMKM membutuhkan panduan dalam memilih teknologi infromasi yang tepat sesuai jenis usaha dan kebutuhannya. Digital marketing menjadi salah satu media yang sering digunakan oleh pelaku usaha karena kemampuan baru konsumen dalam mengiuti arus

digitalisasi, beberapa perusahaan sedikit demi sedikit mulai meninggalkan model pemasaran konvensional dan beralih ke pemasaran modern. Dengan digital marketing komunikasi dan transaksi dapat dilakukan setiap waktu atau real time dan bisa di akses di seluruh dunia, seseorang juga dapat melihat berbagai barang melalui internet.

Berdasarkan uraian di atas maka dapat disimpulkan bahwa digital marketing sangat penting didalam UMKM. Melakukan Kegiatan Kuliah Kerja Nyata di Desa Purwamekar Kabupaten Karawang dimana didalam kegiatannya masih banyak pelaku usaha yang belum mengenal dan cara penggunaannya mengenai digital marketing, khususnya marketplace. Hal tersebut dapat diakibatkan dari berbagai factor yang terjadi, salah satunya factor lingkungan. Tujuan utama dari pelaksanaan Kuliah Kerja Nyata ini adalah untuk melakukan pengabdian kepada masyarakat dalam bentuk mewujudkan masyarakat yang berkembang dan maju.

Kegiatan Kuliah Kerja Nyata ini dilaksanakan pada UMKM Sambel Mak Banih di Desa Purwamekar Kabupaten Karawang. Permasalahan yang timbul dari UMKM Sambel Mak Banih adalah kurangnya proses pemasaran produk yang cukup efektif, sehingga mengakibatkan UMKM Sambel Mak Banih belum cukup dikenal dikalangan masyarakat. Oleh karena itu, kegiatan Kuliah Kerja Nyata ini bertujuan untuk membantu UMKM Sambel Mak Banih dengan cara memberikan solusi dan strategi dalam meningkatkan efektivitas pemasaran Produk Sambel Mak Banih dengan menggunakan teknologi informasi yang berkembang pada era digitalisasi saat ini. Dalam proses pemasaran UMKM Sambel Mak Banih di era digital ini dapat dengan menggunakan platform atau marketplace yang ada dan ramai digunakan oleh masyarakat dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari.

METODE

Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif yang mencari penjelasan terkait dengan fakta atau peristiwa yang sedang terjadi yang akan dianalisis dan dibandingkan dengan kenyataan saat ini untuk memberikan solusi untuk masalah yang timbul. Objek penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah Mak Banih, salah satu warga Desa Purwamekar yang memiliki UMKM dan bergerak pada bidang makanan. Penelitian ini dilakukan dalam 4 tahap terdiri dari tahap pendahuluan, pelatihan, proses produksi dan pemasaran. Tahap pendahuluan ini dilakukan dengan melakukan survey lapangan, tujuannya untuk mengetahui kondisi nyata yang berada di lingkungan Desa Purwamekar. Selain itu juga melakukan sharing bersama sasaran mengenai program kerja yang akan dilaksanakan. Tahap selanjutnya adalah melakukan pelatihan, pada tahap ini diadakan untuk menambah ilmu atau pengetahuan kepada sasaran terkait bidang usahanya. Tahap ketiga adalah proses produksi, dengan menerapkan inovasi-inovasi yang telah direncanakan, dan tahap terakhir adalah pemasaran. Pemasaran disini dilakukan dengan digital marketing guna mempermudah sasaran dalam mempromosikan produknya kepada masyarakat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kuliah Kerja Nyata yang dilakukan secara hybrid atau secara langsung yang dilaksanakan selama 30 hari. Mulai dari mencari potensi apa yang ada di Desa Purwamekar sampai dengan pengolahan dan pemasaran produk hasil potensi yang ada di desa tersebut. Tujuan dari program kerja ini adalah memberikan pengetahuan dan pelatihan kepada sasaran agar dapat menjalankan kegiatan selama 30 hari dan diharapkan berkelanjutan dengan melaksanakan program kerja setiap minggunya mulai dari pengenalan potensi, cara mengelola, dan cara memasarkan produk menggunakan digital marketing. Pada kegiatan Kuliah Kerja Nyata ini menjalankan program dengan membuat sambel sereh agar dapat memiliki nilai jual yang lebih tinggi dan dapat menjadi makanan yang diminati oleh masyarakat. Pada kegiatan Kuliah Kerja Nyata ini pelatihan yang diberikan pada sasaran dilaksanakan sebanyak 8 kali pertemuan. Pada pertemuannya penulis memberikan pengenalan mengenai platform digital, penyelarasan persepsi wirausaha, pengenalan digital marketing, branding dan pengenalan marketplace digital.



Gambar 1. Sharing mengenai program kerja KKN

Setelah mengetahui permasalahan yang dialami Mak Banih, menurut penulis sasaran kurang mengkreasikan olahan produknya sehingga kurang diminati oleh masyarakat serta kurangnya proses pemasarannya sehingga produknya belum cukup dikenal masyarakat. Untuk mengatasi hal tersebut penulis melakukan inovasi baru pada produk sasaran dengan mengubah packaging produk dari mulai kemasan hingga penambahan label produk, dan untuk proses pemasarannya penulis memberikan saran dengan memasarkan produk melalui media social Instagram yang dibuat oleh penulis, sehingga produk Sambel Mak Banih dapat dikenal dengan cepat oleh masyarakat dan sekaligus membantu masyarakat dalam proses pembelian dengan lebih mudah dan cepat.



Gambar 2. Sharing bersama sasaran mengenai inovasi yang akan dilakukan

Kemasan packaging yang dipilih oleh penulis dan sasaran untuk mengubah inovasi adalah dengan menggunakan toples berukuran 50 ml dengan ditempel logo sticker secara melingkar, yang sebelumnya hanya menggunakan kertas dan karet gelang. Berikut perubahan inovasi pacaking Sambel Sereh Mak Banih :



Gambar 3. Packaging Lama



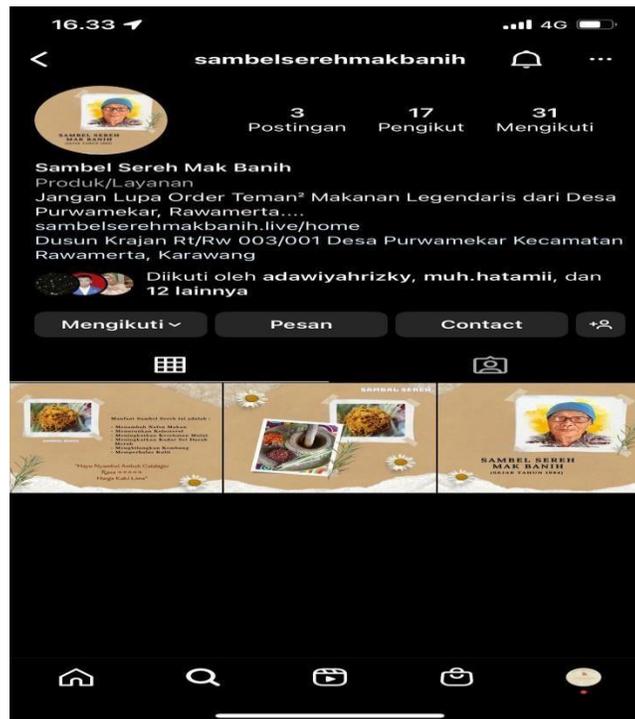
Gambar 4. Pacaking Terbaru



Gambar 5. Sharing Pemilihan Media Sosial

Selain focus terhadap sasaran, penulis dan tim melakukan sharing untuk melakukan pemilihan media social yang akan digunakan sebagai alat pemasaran sekaligus sebagai media

penjualan Sambel Sereh Mak Banih. Dengan hasil keputusan seluruh penulis, maka telah di sepakati media social Instagram yang akan digunakan sebagai media marketing Sambel Sereh Mak Banih. Instagram merupakan sebuah social media yang ramai digunakan oleh seluruh lapisan masyarakat, dari mulai kalangan remaja hingga dewasa. Dalam penggunaannya, instagram cukup mudah untuk dipergunakan, baik sebagai alat tukar informasi, komunikasi, pengabdian momen bahkan sebagai market penjualan baik dalam bidang fashion maupun makanan. Penulis memilih social media Instagram sebagai media pemasaran Sambel Sereh Mak Banih dikarenakan hampir 99% masyarakat sudah mengenal dan menggunakan social media instagram.



Gambar 6. Instagram Sambel Sereh Mak Banih

Sasaran juga mendapatkan ilmu mengenai cara pengambilan foto dan video produk yang bagus dan cara pengeditannya agar dapat menarik perhatian konsumen. Setelah foto dan video produknya selesai, sasaran didampingi oleh penulis untuk melakukan promosi di Instagram yang telah dibuat. Sasaran menjelaskan bahwa sebelumnya beliau tidak pernah menggunakan social media, tetapi setelah mengikuti pelatihan beliau mulai bisa menggunakan social mediana dengan baik dan benar.

Pada saat pertama mengunggah produk ke laman instagramnya respon yang didapat kurang baik, sehingga sasaran mencoba untuk melakukan promosi ke kerabat dan tetangga

terlebih dahulu. Kemudian sasaran mencoba mengunggah postingan produknya kembali di laman instagram dan mendapatkan respon yang cukup baik dari konsumen. Pada acara Gebyar Paten yang dilaksanakan di Kantor Kecamatan Rawamerta pada hari Jumat tanggal 05 Agustus 2022, Sambel Sereh Mak Banih habis terjual kepada pengunjung terutama oleh Bapak H. Aep Syaepuluh S.E., Selaku Wakil Bupati Karawang sebanyak 33 toples Sambel Sereh Mak Banih.



Gambar 7. Pelaksanaan Gebyar Paten

KESIMPULAN

Hasil setelah melaksanakan program kerja KKN Desa Purwamekar Universitas Buana Perjuangan Karawang yang diterapkan pada UMKM Sambel Sereh Mak Banih berjalan dengan lancar walaupun terdapat beberapa kendala tetapi dapat diatasi dengan baik. Perubahan yang terjadi setelah diadakannya KKN pada UMKM Sambel Sereh Mak Banih adalah Mak Banih dapat melakukan pemasaran produknya secara online melalui media social instagram yang telah dibuat dengan packaging yang bagus dan layak jual dengan cita rasa yang baik. Pada awalnya Mak Banih hanya melakukan promosi secara offline yaitu dengan melakukan penjualan secara berkeliling di sekitaran Desa Purwamekar dengan packaging sambel hanya dibungkus dengan kertas nasi. Pendapatan yang didapatkan oleh Mak Banih juga tentunya meningkat.

REKOMENDASI

Dengan potensi yang ada di Desa Purwamekar diharapkan masyarakat dapat berkreasi dalam memanfaatkannya dan dijadikan sebuah produk yang mempunyai nilai tinggi. Di era digitalisasi saat ini masyarakat Desa Purwamekar diharapkan dapat melekat akan berkembangnya teknologi.

DAFTAR PUSTAKA

Artikel

Tiara Maharani, 2007. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jember.