

SRATEGI DAN BISNIS PENGEMBANGAN UMKM MAKANAN SRIMPING DI DESA RANDUNG MULYA KEC. PEDES KABUPATEN KARAWANG DI SITUASI PANDEMI COVID-19

Muchammad Risky Aji Adzima, Afif Hakim
Program Studi teknik Industri Fakultas Teknik
Universitas Buana Perjuangan karawang
E-mail : ti19.muchammadadzima@mhs.ubpkarawang.ac.id¹
afif.hakim@ubpkarawang.ac.id

ABSTRAK

Dalam kegiatan Kuliah kerja Nyata (KKN) 2022 Universitas Buana Perjuangan Karawang di Desa Rangdumulya kecamatan Pedes Kabupaten Karawang Provinsi Jawa Barat, periode 1-31 Juli 2022, berkesempatan untuk melakukan pengabdian kepada Masyarakat Desa Rangdumulya baik dalam bidang Program kerja maupun dalam bidang mensukseskan Prodeskel di Desa Rangdumulya. Beragam permasalahan yang timbul dalam kehidupan masyarakat di Desa Rangdumulya Kecamatan Pedes Kabupaten Karawang, Berdasarkan keterangan dari Sekretaris Desa menyatakan ada beberapa masalah desa diantaranya terdapat UMKM yang masih belum bisa berkembang, meski berpotensi menghasilkan UMKM yang dapat bersaing di daerah maupun di Kota. pada KKN hybrid tahun 2022 mengambil tema “Inovasi dan Digitalisasi UMKM Menuju Masyarakat Mandiri”. Inovasi secara sederhana bermakna ide, gagasan untuk menciptakan sesuatu yang baru sebagai pengembangan (improvement) dari sistem yang telah ada atau sama sekali baru. Digitalisasi dimaksud adalah pengalihan dari sistem yang konvensional menjadi sistem yang terkomputerisasi (digital). Sedangkan maksud dari masyarakat mandiri adalah kelompok masyarakat yang mempunyai ketahanan yang tangguh terutama pada sektor ekonomi.. Penulis disini bermaksud mengembangkan salah satu UMKM yang terdapat di desa Rangdumulya dengan melakukan Technopreneurship menggabungkan antara Teknologi dan Kewirausahaan. Metode dalam pembuatan artikel ini adalah deskriptif sosialisasi dan memasarkan produk melalui sosial media pribadi dan penjualan secara langsung ke masyarakat Kecamatan Pedes. Dalam upaya meningkatkan penjualan pada UMKM Samping Wasiat Tani Mukti butuh sumber daya manusia yang paham akan zaman era digital ini permasalahan disini adalah kurangnya pemahaman pemilik UMKM terhadap sosial media

Kata kunci : KKN, Technopreneurship, UMKM,

Abstrack

In the 2022 Real Work Lecture (KKN) at Buana Perjuangan Karawang University in Rangdumulya Village, Pedes sub-district, Karawang Regency, West Java Province, the period 1-31 July 2022, the opportunity to serve the Rangdumulya Village Community both in the field of work programs and in the field of succeeding Prodeskel in Rangdumulya village. Based on information from the Village Secretary stated that there are several village problems including there are MSMEs that are still not able to develop, although they have the potential to produce MSMEs that can compete in the region and in the city. at the hybrid KKN in 2022 with the theme "Innovation and Digitizing MSMEs Towards an Independent Society". Innovation simply means an idea, the idea of creating something new as an improvement of an existing system or an entirely new one. Digitization in question is the transfer from a conventional system to a computerized system (digital). Meanwhile, the meaning of an independent community is a group of people who have strong resilience, especially in the economic sector. The author here intends to develop one of the MSMEs in Rangdungmulya village by doing Technopreneurship combining technology and entrepreneurship. The method in making this article is descriptive of socializing and marketing products through personal social media and selling directly to the people of Pedes District. In an effort to increase sales at MSME Simping Wasiat Tani Mukti, we need human resources who understand this digital era, the problem here is the lack of understanding of MSME owners on social media

Keywords : KKN, Technopreneurship, UMKM,

1. Pendahuluan

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan poros perekonomian nasional yang mempunyai peran penting dalam pertumbuhan ekonomi. Hal ini dibuktikan dengan bertahannya sektor UMKM ditengah perekonomian yang tidak stabil (Endarwati, 2017). Menteri perindustrian (Menprin) Airlaga Hartato mengatakan industri kecil menengah adalah subsektor industri yang hampir tidak ada penghalang bahkan sebagian UMKM sudah menembus pasar luar negeri (Endarwati, 2017). Industri kecil menengah adalah suatu unit yang produktif yang berdiri sendiri dilakukan oleh perorangan atau badan usaha disemua sektor ekonomi (Tambunan, 2017)

Desa Rangdumulya Kecamatan Pedes Kabupaten Karawang yang memiliki Balai Desa yang beralamat di Jalan. Gulampok No. 20, Rangdumulya, Karawang. Jumlah penduduk Desa Rangdumulya kurang lebih sebanyak 5.767 jiwa dengan jumlah 2.924 jiwa laki – laki dan 2.843 jiwa perempuan. Kondisi geografis Desa Rangdumulya berjarak 10, 6 km dari Kecamatan Pedes, Desa Rangdumulya memiliki visi dan misi “Desa Maju, Inovasi, dan Transparasi”.

UMKM Olahan Srimping di Desa Rangdumulya Kecamatan Pedes Kabupaten karawang merupakan salah satu UMKM yang sangat berpotensi berkembang dengan baik dari segi perkembangan produk, perkembangan pasar dan Inovasi. Pentingnya strategi untuk bertahan dalam masa pandemi ini, kami bermaksud mengembangkan UMKM olahan Srimping ini dengan cara menerapkan Technoprenurship yaitu menggabungkan antara usaha dengan Teknologi . kami mempromosikan usaha ini di beberapa platform pemasaran di beberapa Sosial Media seperti : Instagram, Facebook maupun E- Comerse lainnya. Selain itu kami memanfaatkan promosi UMKM Siping Desa Rangdumulya di acara Gebyar Paten kecamatan Pedes yang dihadiri oleh seluruh masyarakat kecamatan Pedes dan pemerintah Karawang pada tanggal Rabu, (13/7/2022). Menurut kami strategi Technopreneurship ini sangat membantu masyarakat khususnya pengusaha UMKM di Desa Rangdumulya. dengan kegiatan kami pengusaha UMKM mendapatkan orderan yang melebihi Target pemasaran mereka sehingga terciptanya UMKM yang bisa bersaing dimasyarakat luas. hal ini bisa terlihat dari mereka mendapatkan orderan yang sudah mencapai di Luar kota Karawang.

UMKM Srimping ini mempunyai keunggulan tersendiri diantara produk yang mereka buat mempunyai kualitas produk yang baik, rasanya yang gurih, renyah serta serta harga yang mereka jual lebih terjangkau jika dibandingkan dengan pengusaha Srimping yang lain. Untuk sistem pemasaran yang mereka terapkan awalnya hanya menawarkan kepada orang-orang yang mereka kenal dan ruang lingkup yang kecil, hal ini membuat potensi desa Rangdumulya lebih baik dan dapat membuat lapangan pekerjaan untuk masyarakatnya sendiri. Setelah kami kenalkan dengan pemasaran secara Technopreneurship yaitu melalui Platform E-commerce kami berharap UMKM Srimping dapat dikenal oleh masyarakat luas dan bisa dijangkau dengan Mudah.

Kami berharap UMKM yang ada di Desa Rangdumulya bisa berkembang dengan baik dan akan muncul UMKM-UMKM yang lain yang membuat desa Rangdumulya ini lebih dikenal masyarakat, sehingga perekonomian dan tingkat SDM masyarakat desa Rangdumulya menjadi jauh lebih baik lagi dari pada saat ini. Setelah kami kenalkan teknik Pemasaran UMKM dengan Technopreneurship yang mendukung kondisi berkembangnya COVID-19.

2. Metode

Adapun beberapa alur metode yang digunakan oleh penulis dalam pelaksanaan kegiatan KKN Tematik tahun 2022, diantaranya sebagai berikut:

- A. Waktu dan Tempat Penelitian Penelitian dilakukan selama kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) dengan tema “Inovasi dan Digitalisasi UMKM Menuju Masyarakat Mandiri” Di Desa Rangdumulya, Kecamatan Pedes, Kabupaten Karawang. Adapun waktunya terhitung dari Tanggal 01 Juli – 31 Juli 2022. Sasaran dalam kegiatan ini adalah UMKM yang berada di Desa tersebut merupakan objek untuk dikaji dengan mencari permasalahan yang ada. Selanjutnya, mengkaji permasalahan tersebut untuk menemukan solusi yang tepat sehingga dapat menjadi jawaban yang dapat bermanfaat bagi pelaku UMKM.
- B. Target Subjek Penelitian ini bertarget pada UMKM dengan merancang packaging serta redesign label olahan Srimping. Hal ini bertujuan untuk memperbaiki kualitas produk serta citra identitas produk Srimping dalam masyarakat luas.

- C. **Prosedur Kajian** Prosedur kajian dalam penelitian ini adalah memperbaiki packaging, memperhatikan jenis plastik untuk produk, memperbaiki cara menutup packaging, membuat design label produk dengan cara membuat menjadi stiker kemudian ditempelkan pada kemasan, membuat akun sosial media dan aplikasi marketplace.
- D. **Instrumen Data** Dalam instrumen data peneliti menggunakan beberapa teknik pengumpulan data seperti, observasi yang bertujuan untuk mengumpulkan data dengan melakukan pengamatan dan pencatatan secara sistematis, studi pustaka bertujuan untuk memahami literatur yang relevan sehingga dapat memperoleh alternatif solusi secara ilmiah, dokumentasi yang bertujuan untuk mendukung bukti kegiatan penelitian, wawancara yang bertujuan untuk berinteraksi secara langsung dengan pelaku UMKM.
- E. **Teknik Analisis Data** Analisa data yang dilakukan peneliti dalam melaksanakan pengabdian KKN yaitu data-data umum yang berkaitan dengan unit binaan UMKM Srimping di Desa Rangdumulya. Dalam penyajiannya, penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif yang diolah menggunakan analisis SWOT dimana bertujuan untuk memperoleh gambaran mengenai kondisi yang sesungguhnya. Peneliti melaksanakan analisis data bersamaan dengan pembinaan UMKM Srimping yang dilakukan selama kurang dari 2 minggu

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil pengumpulan data yang telah dilakukan terdapat beberapa faktor yang menjadi kendala pada UMKM Srimping.

- a) Faktor internal didapatkan dari hasil wawancara dan observasi terhadap UMKM Srimping. Kualitas produk yang dihasilkan cukup diminati konsumen. Rasa yang dihasilkan memiliki kerenyahan yang berbeda dari produk lainnya. Sedangkan untuk perkembangan pemasaran masih belum menunjukkan peningkatan yang lebih cepat. Dari hasil wawancara dengan pemiliki UMKM, identitas produk belum menjadi keseriusan dalam produk ini. Hanya cukup memiliki nama saja. Selain itu, kemasan yang digunakan belum dapat memenuhi persyaratan untuk masuk di pasar swalayan. Perlu adanya pengembangan desain kemasan ataupun pendesainan ulang.

- b) Faktor eksternal dipengaruhi kebijakan pemerintah Kementerian bidang perekonomian untuk mendorong UMKM untuk naik kelas yaitu dengan Rancangan Undang-Undang Cipta Kerja. Tujuannya untuk memperluas peluang usaha demi pertumbuhan ekonomi yang berkualitas melalui kemudahan dan simplikasi perizinan, pemberdayaan usaha menengah, kecil, dan mikro (UMKM) dan koperasi, serta penciptaan lapangan kerja dan kesejahteraan pekerja yang berkelanjutan. Dalam analisis internal dan eksternal dapat dirumuskan dalam analisis SWOT sebagai berikut:

Tabel 1. Analisis SWOT

| Strength (Kekuatan) | Weakness (Kelemahan) |
|--|---|
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki ketersediaan bahan baku yang melimpah 2. Cita rasa yang khas dan Renyah 3. Pelanggan konsumen yang berkelanjutan 4. Cemilan keunggulan yang ada di Desa Rangdumulya | <ol style="list-style-type: none"> 1. Belum Memiliki Identitas produk 2. Pemasaran yang dilakukan masih mengandalkan pesanan orang yang datang 3. Kemasan Kurang Menarik |
| <i>Opportunity (Peluang)</i> | <i>Threats (Ancaman)</i> |
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Pemerintah Kementrian bidang perekonomian dan kreatif mendorong UMKM 2. Penjualan meningkat lebih cepat 3. Produk dapat masuk pasar swalayan 4. Semakin luas | <ol style="list-style-type: none"> 1. Mulai banyak pesaing produk olahan makanan ringan yang inovatif 2. Tren pasar online berkembang pesat 3. Pasar bebas, produk makanan |

Hasil strategi di atas dapat diambil kesimpulan yaitu tuntutan perkembangan UMKM perlu adanya pengembangan produk dan perbedaan desain yang sesuai dengan permintaan pasar di era modern ini. Kemudian peneliti membuat desain label UMKM Srimping untuk menjadi lebih menarik, sehingga menjadikan pelanggan untuk membeli



Gambar 1. 1 Logo Label Simping Wasiat Tani Mukti

Untuk menunjang pemasaran yang meluas kami melakukan kegiatan kegiatan diantaranya

1. Pemasaran Produk UMKM di acara Gebyar Paten yang dilakukan pada Tanggal 13 Juli 2022 yang dihadiri Wakil Bupati Karawang.



Gambar 1. 2 Acara gebyar paten

Dalam acara gebyar paten ini. Kami membawa produk simping dan menawarkan kepada pengunjung , kami membawa sekitar 50 pcs yang semuanya laku keras habis terjual.

2. Pemasaran Yang dilakukan di Berbagai Sosial Media seperti Instagram dan E comerse lainnya



Gambar 1. 3 Pemasaran Produk di Instagram

Untuk pemasaran yang kami lakukan selanjutnya adalah dengan cara melakukan pemasaran di Instagram. Hal ini dapat memberikan manfaat kepada pemilik UMKM bahwa pemasaran yang dilakukan tidak selalu mengandalkan pesanan yang secara langsung tetapi juga bisa dari sosial media.

Kesimpulan dan Saran

A. . Kesimpulan

Upaya redesain dan Media Promosi milik Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Simping Wasiat Tani dalam meningkatkan daya beli masyarakat adalah bagian dari proses mengungkap problematika yang dihadapi oleh UMKM, terutama bertujuan peningkatan citra produk makanan ringan. Pembaruan pada kemasan yang sebelumnya menggunakan kemasan sederhana dengan mengganti kemasan sedikit tebal jenis parsel, mampu memberikan kemudahan konsumen dan meningkatkan kualitas produk UMKM . Technopreneurship yang dilakukan semoga memberikan manfaat kepada pemilik UMKM semoga dengan hal ini produk Srimping wasiat tani

ini berkembang semakin pesat yang membuat perekonomian di desa Rangdumulya menjadi meningkat serta menciptakan Lapangan pekerjaan yang luas terhadap masyarakat di Desa khususnya Desa Rangdumulya

B. SARAN

Aktivitas pemasaran yang masih sederhana, peneliti merekomendasi untuk membuat akun sosial media lebih banyak dan markelplace lainnya seperti Shopee, Lazada, Bulapalak. Rekomendasi juga terhadap dari varian rasa Srimping, yang tidak hanya rasa original tetapi aku trobosan rasa lainnya seperti rasa Pedas, Balado ataupun lainnya yang mengikuti permintaan konsumen yang sedang trend saat ini. Diharapkan pemasaran berbasis digitalisasi ini dapat berjalan lebih baik dan berkelanjutan, mengingat baru beberapa hari produk release dengan pembaruan permintaan meningkat tajam. Dengan begitu, akan terjadi peningkatan profit lebih baik pada UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- SetiawanT. F., SuharjoB., & SyamsunM. (2019). Strategi Pemasaran Online UMKM Makanan (Studi Kasus di Kecamatan Cibinong). *MANAJEMEN IKM: Jurnal Manajemen Pengembangan Industri Kecil Menengah*, 13(2), 116-126. <https://doi.org/10.29244/mikm.13.2.116-126>
- Ramadhan, A., & Sofiyah, F. R. (2013). Analisis SWOT Sebagai Landasan Dalam Menentukan Strategi Pemasaran (Studi Kasus McDonald'S Ring Road). *Jurnal media informasi manajemen*, 1(4).
- Supriyanto. 2006. Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) Sebagai Salah Satu Upaya Penanggulangan Kemiskinan. *Jurnal Ekonomi dan Pendidikan*. Vol. 3 No. 1
- Irawati, R. (2018). Pengaruh Pelatihan Dan Pembinaan Terhadap Pengembangan Usaha Kecil. *Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia*, 12(1), 74-84.