

INOVASI DAN PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL UNTUK KEBERLANGSUNGAN UMKM DI DESA SINDANGMUKTI

Linda Rahmawati

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Mn19.lindarahmawati@mhs.ubpkarawang.ac.id

Abstrak

Pemanfaatan teknologi informasi sudah merambah ke bidang digital marketing bagi para pelaku usaha. Salah satu alat digital marketing adalah media sosial. Media sosial inilah yang dapat membantu bagi para pelaku usaha dalam melakukan promosi dan penjualan produk, salah satunya adalah pelaku UMKM. Desa sindangmukti merupakan salah satu desa yang berada pada wilayah Administratif Kecamatan Kutawaluya Kabupaten Karawang Jawa Barat. Desa Sindangmukti merupakan desa yang membutuhkan pengembangan baik segi pendidikan, teknologi, dan ekonomi, terutama di UMKM harus di kembangkan di desa tersebut di karena minimnya pengetahuan tentang UMKM dan cara pemasaran dengan cara konvensional dengan cara promosi dari mulut kemulut membuka lapak dan membuka bazar, oleh karena itu Strategi Pemasaran melalui media digital sekarang dapat meningkatkan UMKM dan menarik konsumen untuk melakukan pembelian. Maka harus menerapkan Strategi Pemasaran yang tepat dengan kondisi pasar yang di hadapin dan perlu adanya cara untuk memajukan penjualan melalui promosi media digital selain itu Umkm juga harus berinovasi lagi untuk menarik minat konsumen agar tidak ketinggalan zaman dan bisa bersaing di pasaran. Metode yang digunakan yaitu memperbaharui kemasan dengan mendesign logo dan stiker kemasan.

Kata kunci : Sindangmukti, UMKM, media sosial

Pendahuluan

Sebagai sebuah Perguruan Tinggi, Universitas Buana Perjuangan Karawang wajib melaksanakan Tri Dharma Perguruan Tinggi. Tri Dharma yang dimaksud adalah melaksanakan Pendidikan, Penelitian, dan Pengabdian kepada Masyarakat sebagaimana diatur pada Undang-Undang RI No. 12 Tahun 2012 Tentang Pendidikan Tinggi. Salah satu bentuk Pengabdian kepada Masyarakat oleh dosen dan mahasiswa adalah dengan melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN). Kuliah Kerja Nyata (KKN). Kuliah Kerja Nyata merupakan kegiatan pemberdayaan masyarakat dengan cara menerjunkan mahasiswa ke masyarakat. Mahasiswa bebas mencoba untuk memecahkan berbagai permasalahan di desa dimana ia ditempatkan. KKN ini didasari pada

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional pada Pasal 20 Ayat 2 yang menyatakan bahwa, “Perguruan tinggi berkewajiban menyelenggarakan pendidikan, penelitian, dan pengabdian masyarakat”.

Tema Kuliah Kerja Nyata (KKN) yang dilakukan oleh mahasiswa Universitas Buana Perjuangan Karawang, di Desa Sindangmukti adalah “PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL UNTUK KEBERLANGSUNGAN UMKM DI DESA SINDANGMUKTI”. Tema ini ditunjukkan untuk mengembangkan UMKM di desa tersebut. Pemanfaatan teknologi informasi sudah merambah ke bidang digital marketing bagi para pelaku usaha. Salah satu alat digital marketing adalah media sosial. Media sosial inilah yang dapat membantu bagi para pelaku usaha dalam melakukan promosi dan penjualan produk, salah satunya adalah pelaku UMKM. Desa Sindangmukti merupakan salah satu desa yang berada pada wilayah administratif Kecamatan Kutawaluya Kabupaten Karawang dengan batas wilayah sebelah barat berbatasan dengan Desa Sindangkarya sebelah timur Desa Sukaraja sebelah utara Desa Sindangsari sebelah Selatan Desa Panyingikiran. Desa Sindangmukti Kecamatan Kutawaluya Kabupaten Karawang berada di daerah dataran/ pesawahan dengan ketinggian 7,5 m di atas permukaan laut, memiliki luas wilayah seluas 554 Ha terdiri dari sawah 412 Ha dan darat 142 Ha. Berjarak 3 km dari Kota Kecamatan, 21 km dari Kota Kabupaten, 88 km dari Ibu Kota Provinsi dan 75 km dari Ibu Kota Jakarta. Wilayah Desa Sindangmukti terdiri dari 4 dusun, 4 RW dan 11 RT, dengan jumlah penduduk 4.897 orang yang terdiri dari laki-laki 2.286 orang dan 2.611 orang perempuan dengan jumlah Kepala Keluarga 1.564 KK. Kecamatan Kutawaluya Kabupaten Karawang Jawa Barat.

Kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) ini dilaksanakan pada UMKM di Desa Sindangmukti di fokuskan di UMKM rumahan di Desa Sindangmukti merupakan desa yang membutuhkan pengembangan baik segi pendidikan, teknologi, dan ekonomi, terutama di UMKM harus di kembangkan di desa tersebut di karena minimnya pengetahuan tentang UMKM dan cara pemasaran masih dengan cara konvensional dengan cara promosi dari mulut kemulut membuka lapak dan membuka bazar, oleh karena itu Strategi Pemasaran melalui media digital sekarang dapat meningkatkan UMKM dan menarik konsumen untuk melakukan pembelian. Maka harus menerapkan Strategi Pemasaran yang tepat dengan kondisi pasar yang di hadapin dan perlu adanya cara untuk memajukan penjualan melalui promosi media digital tidak hanya fokus dalam digitalisasi aja harus fokus juga terhadap perkembangan produk, zaman semakin maju dan Umkm harus bisa berinovasi agar produk yang di jual menarik minat konsumen.

Metode Penelitian

Pelaksanaan Kuliah Kerja Nyata (KKN) dilakukan selama satu bulan mulai tanggal 01 Juli 2022 – 31 Juli 2022. Program inovasi pemanfaatan media sosial dilakukan kepada pelaku umkm rumahan yang ada di desa Sindangmukti dengan cara melakukan inovasi kemasan produk. Kegiatan ini merupakan program kerja yang pertama dengan mencari kemasan dipasaran yang sesuai dengan produk. Dan juga menciptakan identitas produk dengan mendesign logo dan stiker kemasan. Kegiatan ini bertujuan untuk menciptakan brand image produk yang higienis dan terjamin kualitasnya dengan memberikan informasi di kemasan produk sehingga dapat berpengaruh terhadap purchase intention consumer.

Hasil dan Pembahasan

Kegiatan usaha mikro kecil menengah (UMKM) di Indonesia saat ini diharapkan bisa menjadi pilar dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi di Indonesia. UMKM memiliki peran sangat penting dalam meningkatkan perekonomian Indonesia, dengan adanya UMKM bisa mengurangi angka pengangguran dan UMKM juga sekarang bukan hanya di pandang sebelah mata oleh pengusaha kelas atas tetapi menghargai para pelaku usaha kecil saat ini. UMKM saat ini bukan hanya menjadi pilar tetapi juga menjadi kebutuhan untu orang yang membutuhkan pekerjaan (Heri, 2019). Keberadaan inovasi produk saat ini berkaitan dengan kreativitas perorangan atau kelompok. Kreativitas dapat diartikan sebagai kemampuan untuk mengembangkan inovasi-inovasi yang dimiliki oleh tersebut, kemudian disampaikan apa yang ada dalam pemikirannya, dan bisa dilihat dari peluang yang 4 baru apa yang belum ada di produk tersebut atau bisa disebut sebagai penemuan baru. Terdapat tiga tipe dalam kreativitas yaitu :

1. Membuat atau meciptakan produk baru
2. Mengkombinasikan antara penemuan lama dengan penemuan baru
3. Memodifikasi sesuatu yang sudah ada (Rusdiana, 2014).

Dalam pengembangan UMKM perlu adanya inovasi produk, dengan membuat tiga tipe seperti diatas, diharapkan pelaku usaha menjadi lebih kreativitas untuk menjalankan kegiatan usahanya. UMKM saat ini sangat berkembang pesat di Indonesia, bukan hanya usaha kecil tetapi UMKM juga dilirikmoleh pengusaha besar. Persaingan antara UMKM dan pengusaha besar sekarang sudah menjadi hal yang wajar dikarenakan UMKM sudah menjadi prioritas di wilayah

Indonesia, dan juga membantu perekonomian masyarakat kelas bawah, bisa juga mengurangi angka pengangguran di Indonesia. UMKM saat ini banyak yang minat dan juga persaingan yang semakin ketat diharapkan untuk para pelaku usaha agar lebih kreativitas dengan adanya inovasi produk yang baru. Bisa juga untuk para pelaku usaha mengikuti sosialisasi atau pameran mengenai UMKM, dengan adanya hal tersebut bisa membuat pelaku usaha memikirkan inovasi apa yang ingin mereka buat. Persaingan yang sangat ketat antara UMKM dan pengusaha besar membuat pelaku usaha disini harus bisa menjadi kreatif dengan menciptakan inovasi baru dalam usahanya, dengan begitu konsumen akan menjadi betah untuk berbelanja.

Di desa Sindangmukti terdapat 3 UMKM yang menjadi sasaran binaan kelompok KKN Universitas Buana Perjuangan Karawang, yakni UMKM Bibit Kembang Kol, Aneka Keripik “Makring” dan UMKM Rempeyek.

UMKM yang terdapat di Desa Sindangmukti adalah UMKM Bibit Kembangkol dan Paria Bapak Kosim. UMKM ini beralamat di Dusun Rawakepuh Desa Sidangmukti, Kecamatan Kutawaluya, Kabupaten Karawang. UMKM ini berdiri sejak tahun 2010 dan diolah sendiri oleh Bapak Kosim, UMKM ini bergerak di bidang pertanian. Produk yang dihasilkan ialah Bibit Kembang Kol dan Paria. Kemudian untuk metode penjualannya ialah menjual langsung bibit ke para petani sekitar dan untuk kembang kol yang sudah jadi langsung dikirim ke pasar induk.

Dan ada juga UMKM yang terdapat di Desa Sindangmukti adalah UMKM Aneka Keripik “Makring” ibu Tayem, UMKM ini beralamat di Dusun Rawakepuh Desa Sindangmukti, Kecamatan Kutawaluya, Kabupaten Karawang. UMKM ini diolah oleh Ibu Tayem yang dimana sudah berdiri sejak tahun 2012, UMKM ini bergerak di bidang produksi makanan yang lebih tepatnya adalah aneka keripik. Produk yang dihasilkan adalah keripik pisang, talas, ubi, dan singkong. kemudian untuk metode penjualannya dengan menitipkan keripik ke warung-warung yang ada.

Selain Bibit Kembang Kol dan Makring UMKM berikutnya adalah Rempeyek milik Ibu Rokoyah yang beralamat di Desa Sindangmukti, Kecamatan Kutawaluya, Kabupaten Karawang. UMKM milik Ibu Rokoyah ini sudah berdiri sejak tahun 2008, UMKM ini bergerak di bidang produksi makanan. Produk yang dihasilkan adalah Rempeyek kacang. Untuk metode penjualannya dengan berjualan dirumah dan dari mulut ke mulut.

Permasalahan dan Solusi di UMKM Sindangmukti

Permasalahan yang terjadi di UMKM Desa Sindangmukti ialah kurangnya informasi kepada warga dan masih menjual secara pribadi berjalan menitipkan keripik tersebut dari warung ke warung dan kurang menarik dari segi kemasan maupun promosi.

Solusi yang kita jalankan ialah membuat sebuah spanduk, Pamflet dan mengganti kemasan maupun logo agar terlihat lebih menarik dan customer tertarik untuk membelinya, tidak hanya itu UMKM harus juga memasarkan Produknya di media Online Seperti Whatsapp, Instagram dan Facebook.

Pengembangan Potensi UMKM



Gambar 1.1 Inovasi pembuatan Banner UMKM Bapak Kosim
Sumber : KKN Desa Sindangmukti 2022





Gambar 1.2 Inovasi Kemasan, Logo dan Banner UMKM Makring
Sumber : KKN Desa Sindangmukti 2022



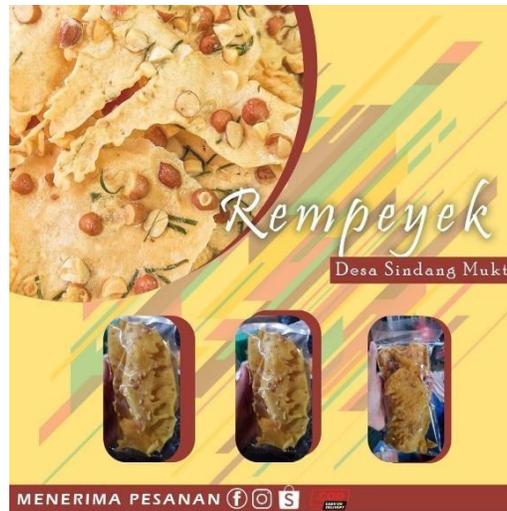
Gambar 1.3 Promosi Makring di Media Sosial yaitu whatsapp



Gambar 1.4 Inovasi Pembuatan Pamflet Promosi UMKM Makring
Sumber : KKN Desa Sindangmukti 2022



Gambar 1.5 Inovasi perubahan Logo dan Kemasan UMKM Ibu Rokoyah
Sumber : KKN Desa Sindangmukti 2022



Gambar 1.6 Inovasi pembuatan Pamflet Promosi UMKM Rempeyek
Sumber : KKN Desa Sindangmukti 2022



Gambar 1.7 Promosi Rempeyek di media sosial yaitu Whatsapp

KESIMPULAN

Kegiatan usaha mikro kecil menengah (UMKM) di Indonesia saat ini diharapkan bisa menjadi pilar dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Keberadaan inovasi produk saat ini berkaitan dengan kreativitas perorangan atau kelompok. Kreativitas dapat diartikan sebagai kemampuan untuk mengembangkan inovasi-inovasi yang dimiliki oleh pelaku usaha tersebut, kemudian disampaikan apa yang ada dalam pemikirannya, dan bisa dilihat dari peluang yang 4 baru apa yang belum ada di produk tersebut atau bisa disebut sebagai penemuan baru selain berinovasi Pemanfaatan teknologi informasi sudah merambah ke bidang digital marketing bagi para pelaku usaha. Salah satu alat digital marketing adalah media sosial. Media sosial inilah yang dapat membantu bagi para pelaku usaha dalam melakukan promosi dan penjualan produk, salah satunya adalah pelaku UMKM. Desa sindangmukti merupakan salah satu desa yang berada pada wilayah Administratif Kecamatan Kutawaluya Kabupaten Karawang Jawa Barat. Desa Sindangmukti merupakan desa yang membutuhkan pengembangan baik segi pendidikan, teknologi, dan ekonomi, terutama di UMKM harus di kembangkan di desa tersebut di karena minimnya pengetahuan tentang UMKM dan cara pemasaran dengan cara konvensional dengan cara promosi dari mulut kemulut membuka lapak dan membuka bazar, oleh karena itu Strategi Pemasaran melalui media digital sekarang dapat meningkatkan UMKM dan menarik konsumen untuk melakukan pembelian. Maka harus menerapkan Strategi Pemasaran yang tepat dengan kondisi pasar yang di hadapin dan perlu adanya cara untuk memajukan penjualan melalui promosi media digital selain itu Umkm juga harus berinovasi lagi untuk menarik minat konsumen agar tidak ketinggalan zaman dan bisa bersaing di pasaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Buku Panduan Kuliah Kerja Nyata Online Tahun 2022. (2022). Buku Panduan. Diakses pada tanggal 07 Agustus 2022
- Heri Nurranto, Fajar Kurniadi, A. M. G. (2019). TINGKAT INOVASI SEBAGAI STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ilmu Pendidikan dan Pengetahuan Sosial Universitas Indraprasta PGRI, 11(1), 1–15. Diakses pada tanggal 07 Agustus 2022.
- Inda Lestari, M. A. (2019). PENGARUH INOVASI DAN ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING UMKM KULINER. Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis Vol.4 No.1. Diakses pada tanggal 07 Agustus 2022