

# PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN KERIPIK PARE DI DESA CIKAMPEK UTARA

Dwiki Abastian

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Buana Perjuangan Karawang

[mn19.dwikiabastian@mhs.ubpkarawang.ac.id](mailto:mn19.dwikiabastian@mhs.ubpkarawang.ac.id)

089507091427

## ABSTRAK

Artikel ini dibuat bertujuan untuk melatih ketajaman analisis mahasiswa peserta KKN (Kuliah Kerja Nyata) 2022 dalam melihat fakta yang ada di desa. Kegiatan KKN dilakukan di desa cikampek utara atau cikutra yang terkenal dengan banyaknya masyarakat yang menjadi pengrajin boneka dan banyak sekali toko-toko boneka yang berjejeran dipinggir jalan raya cikutra sehingga dikenal dengan Kampung Boneka. Namun selain adanya UMKM boneka, sebenarnya banyak UMKM jenis lain yang sistem produksinya dibuat oleh para masyarakat cikutra juga tetapi belum terlalu dikenal luas oleh masyarakat dalam maupun luar desa cikutra. Salah satu UMKM nya adalah UMKM yang bergerak di bidang kuliner yaitu Keripik Pare Panineungan. Metode yang digunakan dalam artikel ini adalah deskriptif kualitatif dengan 4 metode diantaranya: observasi, wawancara, teori dan praktek. Berdasarkan hasil dari analisis yang telah dilakukan oleh mahasiswa kkn cikutra disimpulkan bahwa pemasaran dari UMKM masih terbatas, sehingga mahasiswa kkn melakukan sebuah pengembangan dengan cara digitalisasi untuk membantu pemasaran UMKM tersebut.

**Kata Kunci** : desa cikampek utara, digitalisasi, kentang mustofa, keripik pare panineungan, kuliah kerja nyata, pengembangan, pemasaran, UMK.

## ABSTRACT

*This article was created with the aim of training the analytical sharpness of students participating in the 2022 KKN (Real Work Class) in seeing the facts in the village. Community service activities are carried out in the village of North Cikampek or Cikutra which is famous for its many people who become doll craftsmen and lots of doll shops that line the side of the Cikutra highway so it is known as the Doll Village. However, in addition to the existence of puppet UMKM, there are actually many other types of UMKM whose production systems are made by the Cikutra community as well but are not yet widely known by the people inside and outside the Cikutra village. One of the UMKMs is UMKM engaged in the culinary field, namely Pare Panineungan Chips. The method used in this article is descriptive qualitative with 4 methods including: observation, interviews, theory and practice. Based on the results of the analysis conducted by cikutra community service students, it was concluded that the marketing of UMKMs was still limited, so that KKN students carried out a development by means of digitalization to assist the marketing of these UMKMs.*

**Keywords:** northern cikampek village, digitalization, mustofa potatoes, panineungan bitter gourd chips, real work lectures, development, marketing, UMK.

## PENDAHULUAN

Kecamatan Kotabaru merupakan salah satu kecamatan dari total keseluruhan 30 kecamatan yang ada di Kabupaten Karawang. Kecamatan Kotabaru terdiri dari 9 kelurahan dengan jumlah penduduk pada tahun 2020 yaitu sebanyak 133.367 jiwa (jumlah penduduk berjenis kelamin laki-laki sebanyak 68.083 jiwa dan perempuan sebanyak 65.284 jiwa).

Desa cikampek utara adalah salah satu desa yang berada di kecamatan kotabaru, kabupaten karawang. Desa cikampek utara terkenal dengan masyarakatnya yang berprofesi sebagai pengrajin boneka dengan industri rumahannya UMKM (Usaha Mikro Keci dan Menengah). Karena banyak masyarakat yang berprofesi sebagai pengrajin boneka sehingga desa ini sering disebut Kampung Boneka oleh masyarakat luar.

Akan tetapi selain boneka, desa cikutra juga memiliki banyak potensi UMKM yang bergerak dibidang kuliner dengan memanfaatkan hasil pertanian masyarakat sekitar. Beberapa UMKM kuliner di desa cikampek utara diantaranya adalah Keripik Pare dan Kentang Mustofa. UMKM keripik pare diciptakan oleh ibu-ibu UPPKS (Unit Peningkatan Pendapatan Keluarga Sejahtera) bidang ekonomi desa cikampek utara yang tempat produksinya terletak di perumahan cikampek berseri, sedangkan UMKM Kentang Mustofa diciptakan oleh anggota UPKKS juga namun legalitas usahanya adalah milik perseorangan atau mandiri.

## METODE

Metode pelaksanaan kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) dengan Tema “Inovasi dan Digitalisasi UMKM menuju Masyarakat Mandiri” di Desa Cikampek Utara, Kecamatan Kotabaru, Kabupaten Karawang, Jawa Barat menggunakan beberapa metode diantaranya:

No	Metode	Kegiatan	Jumlah mahasiswa terkait
1	Observasi	1. Pengenalan lingkungan wilayah desa Cikampek Utara.	17 Mahasiswa

		2. Mencari potensi dari UMKM yang belum dikenal luas oleh masyarakat dalam dan luar desa Cikampek Utara.	
2	Wawancara	1. mewawancarai pihak desa terkait potensi UMKM yang dimiliki oleh desa Cikampek Utara.  2. mewawancarai para pelaku usaha mengenai perkembangan dalam pemasaran produk tersebut.	17 Mahasiswa
3	Teori	Menyelenggarakan seminar dengan tema “Strategi Pengembangan Digitalisasi Pemasaran Seta Hak dan Kewajiban Bagi Pelaku UMKM”	17 Mahasiswa
4	Praktek	Pelatihan cara penggunaan media social untuk pemasaran produk.	17 Mahasiswa

## Hasil dan Pembahasan

Pare yang identik dengan rasanya yang pahit sering kali banyak orang tidak menyukainya. Namun beda cerita, pare yang rasanya pahit tersebut disulap oleh ibu-ibu UPPKS cikutra yang diketuai oleh Ibu Yuli menjadi olahan cemilan yang enak dan gurih. Tidak hanya rasanya yang enak dan gurih, produk keripik pare tersebut dinamai dengan “PANINEUNGAN”, keripik tersebut memiliki banyak khasiat diantaranya: menurunkan gula darah, menekan pertumbuhan sel kanker, menyembuhkan luka dan jamur, dan anti mikroba. Keripik pare mempunyai komposisi diantaranya: pare, tepung terigu, tepung tapioca, tepung beras, telur, daun jeruk, dan bumbu rempah-rempah. Produk tersebut sudah memenuhi administrasi standar baik secara legalitas sudah memiliki NIB dan sudah mengantongi sertifikasi halal.

Permasalahan yang dialami oleh pelaku usaha yaitu kurang dikenalnya produk-produk yang di kelola oleh pelaku UMKM, hal ini dikarenakan pelaku usaha hanya melakukan pemasaran secara konvensional. Salah satu metode pemasaran yang

digunakan dengan menggunakan aplikasi Whatsapp, dimana produk hanya di pesan oleh teman atau tetangga yang ada di sekitar tempat pembuatannya produk UMKM.

## **Kesimpulan dan Saran**

Desa cikampek utara adalah salah satu desa yang berada di kecamatan Kotabaru, Kabupaten Karawang. Desa Cikampek Utara terkenal dengan masyarakatnya yang berprofesi sebagai pengrajin boneka dengan industri rumahannya UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah). Selain boneka, Desa Cikampek Utara juga memiliki potensi UMKM yang bergerak dibidang kuliner diantaranya keripik pare. Usaha ini dilakukan untuk meningkatkan ekonomi keluarga serta untuk memanfaatkan hasil perkebunan sekitar yang melimpah.

Solusi untuk permasalahan yang dialami oleh pelaku UMKM yaitu dengan menggunakan strategi pemasaran promosi digital, yaitu upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa dengan tujuan menarik calon konsumen untuk membeli atau mengkonsumsinya. Salah satu metode promosi yang bisa digunakan dengan menggunakan internet serta memanfaatkan media sosial seperti Facebook, Instagram untuk mempromosikan produknya. Selain itu, dengan dibuatnya marketplace sebagai sarana untuk menjual produk agar produk yang dihasilkan oleh para pelaku UMKM bisa dikenal dan mencakup capaian yang luas di masyarakat.

## **Daftar Pustaka**

- Ascharisa Mettasatya Afrilia. 2018. *Digital Marketing Sebagai Strategi Komunikasi. Jurkom, Riset Komunikasi 1 (1)*. Hal 147–157.
- Purwana ES, Dedi, Rahmi, Aditya, S. 2017. *Pemanfaatan Digital marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM)*. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM) 1(1)*. 1–17.

