

MENGEMBANGKAN INOVASI DIGITALISASI PADA PELAKU UMKM PISANG BATIK DI DESA CIPURWASARI

Sinta Rhaudatul Maydah, Fitria Nurapriani, S.PD.,M.PD

Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Buana Perjuangan Karawang

Email : mn19.sintamaydah@mhs.ubpkarawang.ac.id

fitria.apriani@ubpkarawang.ac.id

Abstrak

Usaha yang dilakukan KWT (Kelompok Wanita Tani) yang berada di kp. Cikawung rt.13 rw.04 desa Cipurwasari kec. Tegalwaru kab. Karawang Barat merupakan sebuah usaha yang luar biasa karena produksi berupa keripik pisang yang berasal dari buah pisang Nangka dibuat melalui proses pengolahan yang sederhana yaitu masih menggunakan dengan alat yang seadanya. Kendala pada UMKM keripik pisang batik ini adalah belum maksimalnya pengetahuan mengenai digital marketing, yang mana pada digital marketing ini sangat penting bagi pelaku UMKM agar hasil produksinya bisa berkembang luas. Namun minimnya wawasan dan edukasi bagi para pengusaha UKM menyebabkan penggunaan internet yang kurang optimal dalam mendukung usahanya..Oleh karena itu, mahasiswa pemberi pelatihan dan pendidikan tentang pemanfaatan digital marketing dapat membantu pelaku UMKM untuk meningkatkan kemampuan pengusaha UMKM dalam pemanfaatan digital marketing. Teknologi digital sudah sangat familiar di era ini bahkan untuk segala usia. Pemanfaatan teknologi digital yang tepat dapat memberikan dampak positif bagi penggunanya. Salah satunya dengan memanfaatkan teknologi digital untuk mengembangkan pemasaran terhadap produk bisnis yang dimiliki oleh para pelaku UKM. Metode yang digunakan yaitu pelatihan dan pendampingan kepada pelaku UMKM.

Kata kunci: Keripik Pisang, UMKM, Digital Marketing

Pendahuluan

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) mempunyai peranan penting dalam perekonomian Indonesia. Keberadaan UMKM di Indonesia sangat penting dan diperhatikan oleh pemerintah karena UMKM mampu menampung banyak tenaga kerja serta merupakan sumber penghasilan bagi masyarakat golongan ekonomi menengah kebawah. Produktifnya UMKM

di suatu daerah tentu akan berimplikasi pada tersedianya lapangan pekerjaan dan tentunya akan memperkecil jumlah pengangguran yang ada. (Suindari & Ni Made Rai Juniarian, 2020)

Perkembangan teknologi pada masa kini sangat pesat sehingga menghasilkan permintaan proses dan data yang lebih berkualitas dan efisien dengan memanfaatkan teknologi digital. Dalam perkembangan pada UMKM juga pada sangat pesat salah satunya banyak sekali UMKM yang sudah berkembang pada digitalisasi contohnya seperti menjual hasil produksinya ke *marketpalce*. Tetapi dalam proses digitalisasi di Indonesia, ada beberapa tantangan yang harus dihadapi oleh masyarakat. Pertama, kurangnya sumber daya serta adanya kesulitan pada stuktual dalam adaptasi dan proses mengadopsi *new technologies* atau teknologi baru. Kedua, dari sisi finace atau pembiayaan, contohnya seperti adanya keterbatasan akses ke pendanaan *invests start-up*.

Desa Cipurwasari merupakan salah satu desa yang berada di Kecamatan Tegalwaru, Kabupaten Karawang Barat, Provinsi Jawa Barat, Indonesia. Desa Cipurwasari yang memiliki luas 13336 ha, jumlah penduduk 2600, kepadatan 3200. Desa Cipurwasari memiliki 14 RT dan 4 RW. Salah satunya yaitu pada RT 13 ada sekelompok ibu-ibu KWT (Kelompok Wanita Tani) yang membuka sebuah usaha yang bernama “Pisang Batik”

KWT (Kelompok Wanita Tani) yang diketui oleh ketua RT.13 yang bernama Ibu Ucah yang dimana kelompok KWT tersebut memanfaatkan hasil bumi dari petani lokal dan dikembangkan menjadi makanan khas Desa Cipurwasari dan itu sangat baik untuk meningkatkan taraf ekonomi Desa Cipurwasai, dan itu juga sangat menguntungkan bagi petani lokal dimana tidak dijual dan dipasarkan maka dikekola baik oleh KWT (Kelompok Wanita Tani).

Metode

Berdasarkan hasil survei kegiatan ini dilakukan secara “Outdoor Learning” yang dilakukan pada hari Jum’at tanggal 15 Juli 202. Pada saat dilakukannya kegiatan ini mahasiswa memberi arahan dan bimbingan kepada KWT (Kelompok Wanita Tani) bagaimana mengembangkan UMKM menuju digitalisasi agar UMKM tersebut lebih berkembang. Pada tahapan selanjutnya mahasiswa memberi pelatihan kepada KWT (Kelompok Wanita Tangguh) bagaimana cara mengelola UMKM pada digitalisasi. Metode yang digunakan pada KKN (Kuliah Kerja Nyata) ini yaitu melakukan pelatihan dan pendampingan kepada pihak UMKM.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pisang Batik merupakan sebuah UMKM yang dikelola oleh KWT (Kelompok Wanita Tani) berlokasi di Desa Cipurwasari yang memproduksi keripik pisang. Keripik pisang ini dibuat menggunakan pisang nangka. Pisang sendiri mempunyai banyak mengandung vitamin dan memiliki khasiat.

Metode penyuluhan dan sosialisasi pengabdian pada pelaku UMKM Pisang Batik dilakukan untuk memberikan pengetahuan atau penjelasan tentang ekonomi kreatif. Penyuluhan ini dilakukan untuk memberikan gambaran umum kepada masyarakat terkait tujuan dan hasil yang akan didapatkan dalam progam pengabdian dan memberikan penjelasan kepada pelaku UMKM mengenai mengembangkan inovasi digitalisasi.



Selama pengabdian kepada pelaku UMKM juga mahasiswa dibimbing bagaimana cara membuat keripik pisang oleh pelaku UMKM.

Pada kegiatan ini mahasiswa memberikan arahan dan bimbingan kepada pihak UMKM bagaimana cara mengembangkan hasil produksi Pisang Batik pada digitalisasi yaitu

memasarkan atau menjual hasil produksi keripik pisang ke *marketplace* sebagai salah satu pemasaran produk pisang batik pada digitalisasi.

Program ini dilaksanakan bertujuan untuk memberikan informasi dasar mengenai sosial digital yang dapat digunakan sebagai *marketplace* yang bisa digunakan atau dipakai alat alternative penjualan offline atau penjualan yang mengharuskan konsumen datang langsung ke lokasi. Dimasa pandemic sebagian besar UMKM beralih penjualannya yang dari penjualan offline menjadi online (sosial media/*marketplace*) sehingga pihak UMKM tetap mendapatkan pendapatan dari penjualan digital marketing. Mahasiswa menyampaikan 4 strategi dasar digital marketing yang mudah dilakukan pembisnis pemula, dengan cara antara lain :

1. Memanfaatkan digital marketing wajib hukumnya
2. Mengaktifkan email
3. Penerapan Teknik *Search Eegine Optimizetion* (SEO)
4. Memasang Iklan

Sejumlah gagasan dan ide kontribusi pemikiran yang lahir dari kajian mahasiswa dapat melahirkan program lanjutan yang luas dan berkepanjangan oleh pihak UMKM.

Melalui program ini para pelaku UMKM akan termotivasi untuk berpartisipasi aktif dan bisa meningkatkan kreativitas para pelaku UMKM dalam digital marketing.

Kesimpulan dan Rekomendasi

Selama satu bulan pengabdian maka dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan pengabdian bisa berjalan sesuai dengan program yang telah direncanakan meskipun terdapat sedikit kendala tetapi hal tersebut dapat diatasi, dari kegiatan-kegiatan sebagai berikut :

1. Bermula dari survei pada pelaku UMKM Pisang Batik dapat mengidentifikasi permasalahan. Sehingga rancangan dan pelaksanaan program selama 1 bulan berjalan dengan lancar.
2. Penerapan digital marketing dapat terlaksana dengan baik.
3. Setelah adanya pelatihan dan pembekalan atas digital marketing pelaku UMKM bisa lebih memahami dengan baik.

Rekomendasi

Rekomendasi yang diusulkan dalam kegiatan KKN (Kuliah Kerja Nyata) diharapkan peranan dari Pemerintah Desa Cipurwasari harus memberikan dorongan dan motivasi kepada pelaku UMKM di daerahnya dan lebih memperhatikan dengan mengadakan sosialisasi rutin atau

pendampingan secara langsung kepada pihak pelaku UMKM agar tercapai pemberdayaan melalui pembangunan ekonomi dengan cara memfalsifikasi pelaku UMKM dengan baik.

Daftar Pustaka

Suindari, N. M., & Ni Made Rai Juniarian. (2020). *PENGLOLOLAAN KEUANGAN, KOMPETENSI SUMBER DAYA MANUSIA DAN STRATEGI PEMASARAN DALAM MENGUKUR KINERJA USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM)*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Warmadewa, Denpasar, Bali-Indonesia: Jurnal KRISNA: Kumpulan Riset Akuntansi;. Retrieved from

Hendradi, Erwin. 2022. "Tantangan dan Inovasi Didigitalisasi Indonesia", :

<https://www.qubisa.com/microlearning/tantangan-dan-inovasi-digitalisasi-indonesia#showSummary>, diakses pada 14 Agustus 2022

Ernawati , M., Hasrul, A., Muhammad, R., Rudi, A., Asrianti, D., Ani., et al. (2021).

PROGRAM

KEMITRAAN MASYARAKAT USAHA KERIPIK PISANG DI DESA WAOWANGI KECAMATAN SAMPOLAWA. *Communnity Development Journal*, 2(1), 72-75.

<file:///C:/Users/User/Downloads/1456-3470-1-PB.pdf>

Ninny, S., Kamaludin, L., & Nuril, M. (2020). *Community Service in Banana Chips Business, Limau Manis Village, Tanjung Morawa District, Deli Serdang Regency*. 2(1), 37-44.

<http://ojs.uma.ac.id/index.php/pelitamasyarakat/article/view/4194/pdf>

Robie, F., & Rivani S. (2021). *Melatih Pelaku UMKM Dalam Memanfaatkan Digital Marketing Upaya Mengembangkan Usaha Berbasis Teknologi Di Dusun VII Manunggal*. 2(1), 1179-1184.

<http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/snk/article/view/8457>