

PERANCANGAN DAN PENGEMBANGAN PADA UMKM TELUR ASIN ABAH DI DESA JATIWANGI

Dela Rochmat, Lusiana Rahmatiani, Afif Hakim
Teknik Industri, Fakultas Teknik
E-mail : ti19.delarochmat@mhs.ubpkarawang.ac.id
lusiana.rahmatiani@ubpkarawang.ac.id
afif.hakim@ubpkarawang.ac.id

Abstrak

Kegiatan perancangan dan pengembangan produk ini merupakan bagian dari program KKN (Kuliah Kerja Nyata) kegiatan ini dilakukan di lingkungan Desa Jatiwangi. Adapun tujuan kegiatan ini adalah memberikan pengetahuan dan pemahaman akan pentingnya pengembangan suatu produk di era ekonomi digital dan menambah daya saing bagi pelaku UMKM. Metode yang digunakan dalam tulisan ini yaitu wawancara dan kuisioner. Pembinaan ini diikuti oleh pelaku UMKM Telur Asin Abah dan juga UMKM lain yang ada di Desa Jatiwangi. Hasil dari pengabdian ini adalah menunjukkan bahwa kemajuan teknologi pada era ekonomi digital (Revolusi Industri 4.0) memang tidak dapat dihindari, khususnya dalam perkembangan kemasan produk serta pemasaran digital yang semakin pesat. Kemasan yang menarik tentunya akan menambah daya saing dan daya tarik konsumen terhadap suatu produk, Kemudian sistem pemasaran digital memiliki kelebihan dan kekurangan. Tetapi secara umum, kelebihan dari sistem pemasaran digital lebih besar daripada kekurangannya. Hadirnya sistem pemasaran digital ini bukan berarti menghilangkan eksistensi pemasaran di warung-warung tetapi, dengan adanya sistem pemasaran digital ini juga dapat meminimalisir terjadinya berkurangnya pendapatan pelaku UMKM serta berkurangnya pelanggan akibat persaingan produk yang sama beredar di masyarakat.

Kata kunci: UMKM, Telur Asin, Kemasan, Pemasaran Digital.

Pendahuluan

KKN adalah suatu bentuk Tri Darma Perguruan Tinggi di laksanakan untuk memberdayakan potensi masyarakat yang bertujuan meningkatkan kualitas hidup masyarakat. Berdasarkan hasil observasi Yang dilakukan oleh Mahasiswa KKN Universitas Buana Perjuangan Karawang di Desa Jatiwangi Kecamatan Jatisari , dengan program kerja yang akan dilaksanakan sesuai dengan tema KKN yaitu “Inovasi dan digitalisasi UMKM” Meliputi program kerja Pendampingan UMKM dengan inovasi pengemasan,digitalisasi Pemasaran melalui media sosial dan *marketplace online*, Dengan dilaksanakan program kerja ini diharapkan dapat meningkatkan kreatifitas dan potensi masyarakat Desa Jatiwangi.

UMKM dipaksa untuk bisa segera berinovasi dan beradaptasi, antara lain dengan mengadopsi model bisnis digital. Hingga saat ini terdapat 132 juta pengguna internet di Indonesia (Kasali, 2018). UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) merupakan salah satu penggerak ekonomi negara yang mana COVID-19 lalu mendapatkan dampak yang sangat baik

bagi pertumbuhan ekonomi negara. Tak hanya itu UMKM juga turut andil dalam peningkatan peluang kerja yang keberadaannya kini mendapatkan perhatian khusus oleh pemerintah. Pemerintah membuat kebijakan- kebijakan seperti BANSOS (Bantuan Sosial) bagi pelaku UMKM seperti Alat-alat penunjang operasional dan juga berupa uang tunai, kemudian pemerintah membuat kebijakan kredit KUR (Kredit Usaha Rakyat) yang dimana pelaku UMKM dapat meminjam dana dan mendapatkan keringanan pembayaran cicilan dikarenakan pelaku UMKM sebagian besar sering mengalami masalah keuangan.

Ada banyak pelaku UMKM di Kabupaten Karawang salah satunya di Desa Jatiwangi yaitu Telur Asin Abah yang bertempat di Dusun bambu Haji Amin RT 01 / RW 07 Desa Jatiwangi Kecamatan Jatisari Kabupaten Karawang.

Telur Asin Abah ini berdiri sejak tahun 2012, Yang melatar belakangi berdirinya usaha Telur Asin Abah karena melihat potensi wilayah Jatiwangi ini mendukung dikarenakan sebagian wilayahnya Sawah dan Irigasi yang dimana sangat cocok dengan habitat Bebek sebagai penghasil telur, Serta di Desa Jatiwangi pada saat itu belum ada pelaku UMKM Telur Asin.

Rumah yang saat ini menjadi tempat beroperasi telur asin merupakan milik pribadi, Pemilik Telur Asin Abah mengatakan bahwa pada awalnya pelanggan hanya warga sekitar dan dalam jangkauan pemasarannya hanya sekitar Desa Jatiwangi.

Dalam hal ini penulis melakukan inovasi pengembangan produk tersebut yang berjudul “Perancangan dan Pengembangan UMKM Telur Asin Abah di Desa Jatiwangi”

Metode

Penulis menggunakan metode wawancara dan metode kuisioner kepada pelaku UMKM Penelitian ini dilakukan pada UMKM Telur Asin yang bertempat di Dusun Bambu Haji Amin RT 01 / RW 07 Desa Jatiwangi Kecamatan Jatisari Kabupaten Karawang. Waktu penelitian dilaksanakan selama kegiatan KKN (Kuliah Kerja Nyata) berlangsung, yakni pada tanggal 1-31 Juli 2021. Metode diskriptif dengan pendekatan kualitatif merupakan jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini. Maksud dari penelitian ini agar peneliti dapat menggambarkan keadaan yang sebenarnya sesuai dengan kenyataan, menggali, dan menganalisis lebih mendalam terkait strategi pengembangan produk dan inovasi produk Telur Asin Haji Juli. Wawancara, observasi dan dokumentasi adalah pendekatan kualitatif yang diperoleh oleh peneliti. Menurut Poerwandari (2005), penelitian kualitatif menghasilkan dan mengolah data yang sifatnya deskriptif, seperti transkripsi wawancara dan observasi.

Hasil Penelitian dan Pembahasan



(Gambar 1.1 Telur Asin Abah, 2022)



(Gambar 1.2 Telur Asin Abah, 2022)

Setelah dilakukannya penelitian dapat disimpulkan bahwa Telur Asin Abah perlu di berikan sentuhan inovasi pada bagian *packaging* produk sejalan dengan tema KKN UBP Karawang inovasi dan digitalisasi UMKM, maka dilakukan inovasi dengan menambahkan kemasan serta logo pada Telur yang sebelumnya tidak memiliki logo ataupun kemasan hal ini membuat Telur Asin terlihat kurang menarik bagi konsumen.

Pada logo pun diberi inovasi Scan Barcode Lokasi, Nomor Handphone dan Harga. semula hanya label berukuran kecil lalu dibuatkan sticker label yang menutupi sepertiga botol agar lebih jelas dan menarik dengan ditambah barcode yang dimana Ketika di scan akan terbuka market place shopee milik Telur Asin Abah dimana bisa memperluas penjualan.

Tahapan Inovasi

1. Desain Inovasi pada logo



(Gambar 1.3 Dela Rochmat, 2022)

Semula Telur Asin Abah tidak memiliki logo hal ini membuat konsumen tidak bisa mengetahui produk tersebut. Kemudian penulis membuat Logo yang didalam nya terdapat nama produk, alamat dan nomor handphone.

2. Inovasi pengemasan Produk



(Gambar 1.4 Kemasan Telur Asin Abah 2022)

Pada awalnya Telur Asin Abah hanya menggunakan tempat telur biasa, hal ini membuat produk tersebut kurang higienis dan pada saat proses pengiriman luar daerah telur asin rawan pecah. Kemudian penulis melakukan inovasi dengan memberikan kemasan berubahan mika plastik agar telur asin lebih menarik dan terjaga.

3. Pemasaran Digital



(Gambar 1.5 Dela rochmat, 2022)

Pada awalnya telur asin abah hanya memasarkan dari warung ke warung dan hanya memasarkan via *whatsapp* saja, hal ini membuat target pasar telur asin sangat terbatas.

Penulis melakukan inovasi dengan membuat iklan pemasaran telur asin abah lalu memasarkan via *marketplace* seperti Tokopedia, Shoope, Lazada kemudian penulis juga memasarkan di *platform social media* seperti Facebook, Instagram dan Tiktok.

Kesimpulan dan Rekomendasi

Diharap kedepannya desa dapat membina dan memfasilitasi para pelaku UMKM lainnya mengenai pengembangan dan inovasi produk agar dapat bersaing dengan produk yang serupa diluar daerah. Kemudian pihak desa harus lebih sering melakukan edukasi serta pelatihan bagi UMKM hal ini akan membantu masyarakat Desa Jatiwangi dan mengurangi pengangguran.

Daftar Pustaka

- Kasali Rhenald. 2018. *The Great Shifting*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Poerwandari, Kristi, (2005). *Pendekatan Kualitatif untuk Penelitian Perilaku Manusia*. Jakarta: Fakultas Psikologi UI.