

**PENGEMBANGAN POTENSI KREATIVITAS UMKM KE MASYARAKAT DESA  
TALAGAMULYA (STUDI KASUS PADA UMKM KRIPIK BOLU)**

Reynalda Suryono<sup>1</sup>, Ade Astuti Widi Rahayu<sup>2</sup>

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis<sup>1</sup>

Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik<sup>2</sup>

[Mn20.reynaldasuryono@mhs.ubpkarawang.ac.id](mailto:Mn20.reynaldasuryono@mhs.ubpkarawang.ac.id)<sup>1</sup>

[ade.widiastuti@ubpkarawang.ac.id](mailto:ade.widiastuti@ubpkarawang.ac.id)<sup>2</sup>

**Ringkasan**

Kuliah Kerja Nyata (KKN) yaitu kegiatan ekstra dari perkuliahan yang berasaskan kepada pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi yaitu Pendidikan, Penelitian, dan Pengabdian Masyarakat, karena dari hal tersebut maka KKN ini merupakan kegiatan ekstra yang wajib diikuti oleh semua mahasiswa program strata 1 (S1) yang ada di lingkup Universitas Buana Perjuangan Karawang (UBP Karawang). Kabupaten Karawang memiliki luas wilayah 1.753,27 km<sup>2</sup> terbagi menjadi 30 kecamatan dengan total 297 desa dan kelurahan. Desa Talagamulya ini terdapat di Kecamatan Telagasari Kabupaten Karawang. Wilayah Desa Talagamulya didominasi oleh tanah sawah sehingga untuk tanah kering rumah penduduk skalanya lebih kecil dibandingkan dengan tanah persawahan. Potensi yang dimiliki Desa Talagamulya yakni berupa Hasil pertanian dan UMKM. Tanah desa yang didominasi oleh tanah persawahan dan perkebunan maka sebagian besar masyarakat bekerja sebagai petani. Hasil pertanian desa sangat tinggi yang mampu menjadi sumber pendapatan yang menguntungkan. Disisi lain ada juga UMKM yang berdiri di Desa Talagamulya, seperti olahan makanan keripik bolu, dll. Maka dari itu perlu pengembangan potensi kreativitas pada sumber daya manusia maupun pada produk UMKM

**Kata Kunci :** KKN, UMKM, Sumber daya manusia

**Pendahuluan**

Kuliah Kerja Nyata (KKN) adalah salah satu kegiatan mengabdikan kepada masyarakat yang dilakukan mahasiswa dengan pendekatan lintas literasi dan wilayah pada waktu, dan daerah tertentu di Indonesia. Durasi kegiatan KKN dilaksanakan selama 1 bulan dan bertempat pada struktural setingkat desa (Febrian et al., n.d.). Adapun tema dari KKN pada tahun 2023 yaitu “Gotong Royong Membangun Desa Berkarya dan Berdaya Menuju Tercapainya SDGs Desa”.

Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs) merupakan penyempurnaan dari Tujuan Pembangunan Milenium (Millennium Development Goals/MDGs) yang lebih komprehensif. Saat ini memasuki era Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs) dimulai dengan pertemuan yang dilaksanakan pada tanggal 25-27 September 2015 dalam sidang PBB (Perserikatan Bangsa-Bangsa) ke 70 di New York, Amerika Serikat. SDGs adalah program pembangunan yang menjaga peningkatan kesejahteraan ekonomi masyarakat secara berkesinambungan, pembangunan yang menjaga keberlanjutan kehidupan sosial masyarakat, pembangunan yang menjaga kualitas lingkungan hidup serta pembangunan yang menjamin keadilan dan terlaksananya tata kelola yang mampu menjaga peningkatan kualitas hidup dari satu generasi ke generasi berikutnya. Kesejahteraan dalam lingkup ekonomi merupakan masalah yang sudah tidak asing lagi di Indonesia, sudah menjadi fenomena yang sejak dahulu ada bahkan seakan tidak terpisahkan dengan realita kehidupan di Indonesia. Pendataan desa merupakan suatu hal yang penting untuk dilakukan, karena untuk mengetahui segala komponen yang ada di dalam desa itu tersendiri, mulai dari komponen individu setiap masyarakat, mengenai sosial budaya di dalam masyarakat, kemudian ekonomi masyarakat yang berada di desa, dan serta kondisi lingkungan yang ada di desa. Pendataan desa akan dijadikan acuan dalam proses pembangunan berkelanjutan untuk menentukan sasaran yang tepat dalam merumuskan suatu kebijakan yang tepat guna sesuai kebutuhan yang ada di dalam masyarakat. Dalam merealisasikan pembangunan desa, saat ini dibutuhkan arahan yang lebih sesuai dengan kondisi lapangan, yaitu secara detail atau bisa disebut mikro.

Menurut William J. Stanton Pemasaran adalah sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan pembeli yang ada maupun pembeli potensial.

Sumber daya manusia bukan hanya sebagai alat produksi tetapi juga sebagai penggerak dan penentu berlangsungnya proses produksi dan segala aktivitas organisasi (Willianti, 2020). Sumber daya manusia memiliki andil besar dalam menentukan maju atau berkembangnya suatu organisasi. Oleh karena itu, kemajuan suatu organisasi ditentukan pula bagaimana kualitas dan kapabilitas SDM di dalamnya. Dengan demikian sumber daya manusia merupakan asset terpenting didalam suatu organisasi atau perusahaan skala besar maupun kecil (Kotler and Armstrong, 2003). Namun didalam pelaksanaannya tidak mudah bagi organisasi ataupun perusahaan untuk menjadikan sumber daya manusia sebagai asset yang bermanfaat. Dalam kenyataannya masih banyak organisasi atau perusahaan yang menganggap sdm hanya sebagai alat produksi semata. Hingga saat ini masih

banyak perusahaan-perusahaan yang menjalankan praktek manajemen sdm secara konvensional, sehingga terciptanya konflik antara pihak manajemen dengan pegawai memberikan dampak buruk terhadap kelangsungan suatu organisasi atau perusahaan. Mengingat pentingnya sumber daya manusia didalam organisasi tersebut, maka kompetensi merupakan salah satu aspek yang dapat menentukan keberhasilan suatu organisasi atau perusahaan (bintoro, 2019). Dengan kompetensi tinggi yang dimiliki oleh SDM dalam suatu organisasi atau perusahaan tentunya akan menentukan kualitas SDM yang dimiliki dan pada akhirnya akan menentukan kompetitif perusahaan itu sendiri. Begitu pula pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) , kompetensi SDM juga memiliki peranan penting dalam perkembangan UMKM tersebut.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah atau UMKM memegang peranan yang sangat besar dalam memajukan perekonomian Indonesia. Selain sebagai salah satu alternatif lapangan kerja baru,UMKM juga berperan dalam mendorong laju pertumbuhan ekonomi pasca krisis moneter tahun 1997 di saat perusahaan-perusahaan besar mengalami kesulitan dalam mengembangkan usahanya. UMKM di Indonesia sendiri adalah usaha yang paling banyak di Indonesia yaitu sekitar kurang lebih 90% dilakukan oleh pelaku usaha di Indonesia, dan sisanya 10% adalah Usaha Besar. Dengan jumlah unit usaha yang cukup besar ini dan kemampuannya untuk menyerap tenaga kerja maka memperlihatkan peran UMKM dalam memberantas pengangguran dan kemiskinan serta mendorong kesejahteraan masyarakat. Perlu digaris bawahi bahwa UMKM adalah usaha yang lahir dari industri atau usaha rumahan. Hal itu terjadi karena mayoritas usaha kecil dan menengah berawal dari industri rumahan. Industri rumahan atau industri rumah tangga merupakan industri padat karya yang berhasil menghasilkan berbagai produk dan juga menyerap tenaga kerja khususnya di daerah pedesaan sehingga keberadaan UMKM berperan dalam pemerataan pendapatan (Febrian et al., n.d.).

UMKM telah menjadi tulang punggung perekonomian Indonesia dan ASEAN. Sekitar 88,8-99,9% bentuk usaha di ASEAN adalah UMKM dengan penyerapan tenaga kerja mencapai 51,7-97,2%. UMKM memiliki proporsi sebesar 99,99% dari total keseluruhan pelaku usaha di Indonesia atau sebanyak 56,54 juta unit. Oleh karena itu, kerjasama untuk pengembangan dan ketahanan UMKM perlu diutamakan. Berdasarkan hal tersebut, betapa pentingnya kompetensi sumber daya manusia UMKM dalam menciptakan wirausaha yang dapat bersaing di era industri 4,0 ini. Dimana di era industri tersebut menggunakan dan memanfaatkan sistem teknologi digital. Tentunya hal tersebut menjadi tantangan terbesar bagi pelaku UMKM. Dengan kompetensi SDM yang professional dan mampu bersaing, diharapkan dapat meningkatkan kinerja UMKM. Dari beberapa

hal yang telah disampaikan di atas, terlihat peluang bagi mahasiswa untuk memberikan sebuah sesi sharing, dengan tujuan membangun pondasi untuk menyusun sebuah rencana dalam pembangunan potensi kreativitas UMKM ke masyarakat . Selain itu memang di perlukan sosialisasi tambahan terkait tentang sifat yang harus di miliki oleh pelaku UMKM dan sosialisasi sebuah produk yang sudah ada fisik dan kajiannya, maka produk yang di siapkan adalah Keripik Bolu (Kribo) (Widjaja et al., 2018).

## **Metode**

Kajian yang disampaikan melalui sosialisasi pada Hari Senin 24 Juli 2023 Pukul 15.00 – selesai yang bertempat di Desa Talagamulya, Kec.Telagsari, Kab. Karawang dengan materi yang disampaikan terdiri dari beberapa materi salah satunya mengenai Sosialisasi Pengembangan Potensi Kreativitas UMKM ke Masyarakat dalam 1 hari kepada warga desa Talagamulya.

## **Hasil Penelitian dan Pembahasan**

Keripik bolu (Kribo) Bu Ida Nazia merupakan salah satu UMKM yang ada di desa Talagamulya, Telagasari. Awal mula berdirinya UMKM tersebut merupakan usaha yang dibangun oleh Ibu Ida Nazia untuk menambah penghasilan keluarga dan meningkatkan kesejahteraan serta memberdayakan masyarakat sekitar untuk lebih aktif dan kreatif.

Kripik bolu (Kribo) Bu Ida Nazia dipasarkan di beberapa toko oleh – oleh yang berada di beberapa daerah, seperti Subang, Bandung dan Majalengka, adapun beberapa reseller di karawang dan juga kripik bolu Ibu Ida Nazia sudah memasuki gerai – gerai Alfamart di Karawang, ada di sekitar Desa Talagamulya, beberapa ada yang langsung memesan untuk beberapa acara besar seperti bazar di Dinas Perdagangan Kab. Karawang, bahkan UMKM ini mempunyai beberapa reseller di toko oleh – oleh di luar kota, seperti di Subang, Bandung, dan Majalengka, dan produk UMKM Bu Ida Nazia telah masuk pasaran minimarket bahkan telah memasuki pasaran luar negeri. Kendala yang saat ini kerap dirasakan Bu Ida Nazia selaku pemilik UMKM Keripik Bolu (Kribo) dalam mengembangkan usahanya cukup variatif mulai dari masalah permodalan, sampai sumberdaya manusia. Strategi promosi yang dapat dilakukan adalah dengan membuat Spanduk yang bisa di pasang di halaman rumah dan membuat Goddy Bag. Di Spanduk diberi catatan yang berisi keterangan tentang produk tersebut dan juga terdapat nomor Handphone dari UMKM Kribo Bu Ida Nazia. Hal ini menjadi daya tarik dari promosi dimana pengunjung dapat mengetahui informasi

mengenai Keripik Bolu yang di produksi oleh UMKM Ibu Ida Nazia di desa Talagamulya.

Adapun kelemahan UMKM Keripik Bolu Bu Ida Nazia adalah alamat lokasi UMKM sulit ditemukan karena berada di ujung perumahan.



**Gambar 1.** Pemberian Banner Kepada Owner Kribo



**Gambar 2.** Pemberian Goddy Bag Kepada Owner Kribo



**Gambar 3.** Sosialisasi Peningkatan Potensi Desa Melalui UMKM Di Desa Talagamulya Dengan Inovasi Dan Kreativitas Di Era Digital.

### **Kesimpulan dan Rekomendasi**

Manajemen adalah ilmu yang memanfaatkan semua sumber daya yang dimilikinya untuk mencapai tujuan secara efektif dan efisien. Sumber daya manusia bukan hanya sebagai alat produksi tetapi juga sebagai penggerak dan penentu berlangsungnya proses produksi dan segala aktivitas organisasi. Peluang penggunaan sosial media terhadap penjualan produk UMKM pada Desa Talagamulya dapat berpengaruh, apabila dilakukan secara optimal dari segi lamanya waktu promosi dan adanya pengembangan dalam strategi pemasaran seperti halnya meningkatkan kreatifitas produk sehingga semakin beragam produk yang bisa dijual.

Rekomendasi yang penulis tawarkan pada UMKM Kribo Bu Ida Nazia di Desa Talagamulya ini adalah pentingnya pengembangan serta inovasi yang lebih kreatif guna meningkatkan daya saing pada setiap produk yang dihasilkan, sehingga dapat mencapai pasar sasaran yang lebih luas lagi. Dengan pemanfaatan teknologi dan informasi melalui media sosial serta melakukan pengembangan produk, diharapkan setiap produk yang dipasarkan dapat memiliki ciri khas dan mudah dikenal oleh para konsumen. Hal tersebut didasari oleh semakin tingginya persaingan di era globalisasi seperti saat ini, sehingga pemanfaatan teknologi tersebut dinilai sangat efektif dan efisien guna menunjang kegiatan ekonomi pada UMKM Bu Ida Nazia di Desa Talagamulya.

### **Daftar Pustaka**

Bintoro. (2019). Manajemen sumber daya manusia Eri Susan 1. *Jurnal Manajemen Pendidikan*, 9(2), 952–962.

- Febrian, D., Astuti, A., Rahayu, W., Febrian, D., Astuti, A., Rahayu, W., Manajemen, P. S., & Ranganing, K. (n.d.). Sosialisasi pentingnya digitalisasi 2(2), 5766–5771.
- Kotler and Armstrong. (2003). Dasar - dasar manajemen.pdf (pp. 1–273). [http://digilib.uinsgd.ac.id/4002/1/Dasar - dasar manajemen.pdf](http://digilib.uinsgd.ac.id/4002/1/Dasar-dasar-manajemen.pdf)
- Widjaja, Y. R., Alamsyah, D. P., Rohaeni, H., & Sukajie, B. (2018). Peranan Kompetensi SDM UMKM Dalam Meningkatkan Kinerja UMKM Desa Cilayung Kecamatan Jatinangor, Sumedang. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(3), 465–476.
- Willianti. (2020). Bab ii kajian pustaka bab ii kajian pustaka 2.1. Bab Ii Kajian Pustaka 2.1, 12(2004), 6–25.