PELATIHAN DAN PENGEMBANGAN PEMASARAN ONLINE UMKM KERIPIK PISANG TEH NUR KE MARKETPLACE SHOPEE

Irma Afriani
Universitas Buana Perjuangn
Email : mn19.irmaafriani@mhs.ubpkarawang.ac.id

Abstrak

Desa Karangjaya merupakan salah satu desa yang ada di Kecamatan Pedes, Kabupaten Karawang. Desa Karangjaya memiliki luas 4,23 km2 dengan jarak ke kantor kecamatan 3,20 km serta jarak 30,00 km ke kantor Bupati, Metode yang digunakan dalam laporan ini penelitian ini menggunakan metode deskriptif observasi. Menjelaskan bahwa metode deskriptif merupakan metode yang bertujuan unytuk memberikan deskripsi, penjelasan mengenai yang ditengah diteliti. UMKM keripik pisang diberi nama usaha " Keripik Pisang Teh Nur" yang dimana pemilik dari usaha tersebut bernama ibu nur atau biasa di sapa teh nur, melalui observasi yang dilakukan mahasiswa (KKN) di rumah tempat ibu nur memproduksi keripik pisangnya, mahasiswa melalui wawancara bersama ibu nur dan bapak sekretaris desa yang ada di karangjaya, hasil observasi mahasiswa UBP karawang terhadap pelaku UMKM di Desa Karangjaya tersebut, yang sebelumnya ditemukan minimnya pengetahuan akan teknologi digital untuk memasarkan produk melalui digitalisasi. Sebelumnya Keripik pisang Teh nur tidak memiliki packaging khusus hanya menggunakan plastik biasa dan belum memiliki label. Keripik pisang teh nur ini biasanya hanya dijual ke warung dan hanya membuat jika ada pesanan.Produk ini sudah di kemas dengan rapi namun belum memiliki merek dan pemasarannya hanya dijual di sekitar daerah karangyjaya saja, belum sampai keluar kota maupun melalui media sosial yang ada. Hal ini menjadi masalah yang dihadapi oleh UMKM tersebut.

Kata Kunci: UMKM, Pengembangan Pemasaran Online, Digital

Pendahuluan

Kuliah Kerja Nyata (KKN)merupakan salah satu agenda akademik yang setiap tahunnya diselenggarakan oleh Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM). Tahun ini merupakan KKN ke-5 yang diadakan di Universitas Buana Perjuangan Karawang dengan jumlah 84 Desa di 16 Kecamatan.

Desa Karangjaya merupakan salah satu desa yang ada di Kecamatan Pedes, Kabupaten Karawang. Desa Karangjaya memiliki luas 4,23 km^2 dengan jarak ke kantor kecamatan 3,20 km serta jarak 30,00 km ke kantor Bupati, Desa Karangjaya menjadi salah satu desa sasaran dalam kegiatan KKN *hybrid* pada tahun 2022 ini di karenakan hasil survei BPS yang membuktikan bahwa desa karangjaya ini termasuk ke dalam desa dengan tingkat kemiskinan yang tinggi. Jumlah Kepala Keluarga Desa Karangjaya berjumlah 2.737, dengan jumlah laki-laki sebanyak 4.095 jiwa dan jumlah perempuan 4.296 jiwa dengan total jumlah penduduk 8.391 jiwa.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu bagian penting dari perekonomian suatu Negara ataupun suatu daerah, tidak terkecuali di Indonesia. Pengembangan sektor Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) memberikan makna tersendiri pada usaha peningkatan pertumbuhan ekonomi serta dalam usaha menekan angka kemiskinan suatu negara. Pertumbuhan dan pengembangan sektor UMKM sering diartikan sebagai salah satu indikator keberhasilan pembangunan, khususnya bagi negara-negara yang memiliki income perkapita yang rendah. Sebagai gambaran pada tahun 2011-2012, walau sumbangannya dalam output nasional (PDB) hanya sebesar 57,94 persen, namun UMKM memberi kontribusi sebesar 99,9 persen dalam jumlah badan usaha di Indonesia serta mempunyai andil 97,24 persen dalam penyerapan tenaga kerja. Dan salah satu UMKM yang dikembangkan di Desa Karangjaya, Kec. Pedes adalah UMKM Keripik Pisang Teh Nur.

Pemanfaatan teknologi internet saat ini merupakan salah satu solusi untuk meningkatkan perkembangan pasar UMKM dengan bantuan yang diberikan oleh kelompok bisnis dan pelaku usaha yang menyoroti bidang sosial. Sehingga diperlukan suatu tempat untuk menampung hasil UMKM berupa produk-produk, peningkatan pemasaran yang dapat meningkatkan perputaran dan perkembangan industri UMKM dalam negeri. (Fitriyana et al., 2021). Terdapat 5 (lima) unsur dari media sosial, yaitu: adanya pengguna, jaringan, informasi/konten, teknologi, dan interaksi antar pengguna. Kelima unsur ini mendukung berjalannya penggunaan media sosial (Maria Nila Anggia & Muhammad Rifki Shihab, 2019)

Menurut Gomes (2003:197), pelatihan adalah setiap usaha untuk memperbaiki performansi pekerja pada suatu pekerjaan tertentu yang sedang menjadi tanggung jawabnya, atau satu pekerjaan yang ada kaitannya dengan pekerjaannya Menurut Robbins, Stephen P, (2001:282), Training meant formal training that's planned in advanced and has a structured format. Ini menunjukkan bahwa pelatihan yang dimaksudkan disini adalah pelatihan formal yang direncanakan secara matang dan mempunyai suatu format pelatihan yang terstruktur.

Metode

Metode yang digunakan dalam laporan ini penelitian ini menggunakan metode deskriptif observasi. Menjelaskan bahwa metode deskriptif merupakan metode yang bertujuan unytuk memberikan deskripsi, penjelasan mengenai yang ditengah diteliti. Untuk memperoleh data-data yang dibutuhkan, dilakukan observassi dengan cara pendekatan pada pelaku UMKM Kerpik Pisang Teh Nur di Desa Karangjaya. Sasaran dalam observasi ini merupakan untul memberikan pemahan kepada UMKM Keripik Pisang Teh Nur dalam memasarkan produk melalui Marketplace.

Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Sumber Daya Alam di Desa Karangjaya memiliki sumber daya alam yang melimpah terutama dalam pemanfaatan tanah yang dapat digunakan untuk dan lahan pertanian. Sedangkan dalam bidang SDM, masyarakat Desa Cikuntul memiliki semangat usaha dibidang makanan. Alangkah baiknya, potensi tersebut dapat membantu masyarakat dalam perekonomian.

UMKM keripik pisang diberi nama usaha " Keripik Pisang Teh Nur" yang dimana pemilik dari usaha tersebut bernama ibu nur atau biasa di sapa teh nur, melalui observasi yang dilakukan mahasiswa (KKN) di rumah tempat ibu nur memproduksi keripik pisangnya, mahasiswa melalui wawancara bersama ibu nur dan bapak sekretaris desa yang ada di karangjaya, hasil observasi mahasiswa UBP karawang terhadap pelaku UMKM di Desa Karangjaya tersebut, yang sebelumnya ditemukan minimnya pengetahuan akan teknologi digital untuk memasarkan produk melalui digitalisasi.

Penjualan yang sudah sejak lama dijalankan oleh teh nur ini membuat banyak pelanggan untuk membeli produk keripik pisang tersebut, namun penjualan keripik pisang teh nur hanya dijual atau dipasarkan secara langsung mulai dari warung ke warung, pemesanan melalui whatsapp yang pelanggannya pula ada dari luar karawang, hingga untuk pengirimannya melalui jasa kirim pos.

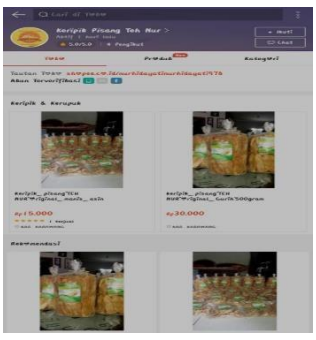
Untuk itu kami dari peserta KKN Universitas Buana Perjuangan Karawang membantu memasarkan produknya, dengan memberikan beberapa solusi media penjualan/promosi untuk mempermudah dalam hal pemasaran. Solusi pemasaran yang diberikan yaitu, dengan melakukan digital marketing caranya mempromosikan melalui media sosial seperti marketplace shopee, pembuatan WhatsApp bisnis dan facebook. Pembuatan marketplace produk UMKM di desa karangjaya yang bertujuan agar produk ini di ketahui oleh banyak orang dan lebih banyak lagi konsumen yang membelinya.

Kondisi nyata yang terjadi dalam proses pengembangan UMKM dengan segala permasalahan yang dihadapi bermuara pada masalah seperti strategi yang diambil, masalah permodalan, masalah pemasaran dan dari segi packaging. Kemudian dalam upaya pengembangan UMKM ini dengan membuat label baru serta membuat packaging yang baru dengan menggunakan Plastik Standing Pouch dan keripik pisang teh nur sekarang tidak hanya dijual diwarung tapi di aplikasi shoppe juga. Berikut beberapa dokumentasi hasil dari kegiatan:

Gambar 1. Pendaftaran ke marketplace shopee

Dalam Proses Pendaftaran ke Marketplace shopee membutuhkan persyaratan yang harus ada untuk bisa masuk akses pendaftarn, berikut beberapa persyaratnnya :

1. Email aktif, nanti berguna untuk memverifikasi akun lebih lanjut.
2. Nomor handphone yang masih aktif, sebagai persyaratan verifikasi.
3. KTP, nantinya berguna untuk verifikasi atau untuk mengambil dana yang ada di shopee guna kita alihkan ke ATM.
4. Buku dan nomor rekening, ini berfungsi untuk nantinya mendaftarkan rekening bank kita ke shopee seller center.
5. Nama akun untuk jualan.



Gambar 2. Akun shopee Kerpik Pisang Teh Nur

Gambar 3. Produk Makanan

Gambar 4. Label Makanan

Kesimpulan Dan Rekomendasi

Berdasarkan seluruh hasil tahapan Penelitian yang dilakukan dengan cara Observasi mengenai pelatihan dan pengembangan dan produk pada UMKM pada Ketpik Pisang Teh Nur di Desa Karangjaya. Dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. strategi yang diambil, masalah permodalan, masalah pemasaran masih manual
2. Sebelumnya Keripik pisang Teh nur tidak memiliki packaging khusus hanya menggunakan plastik biasa dan belum memiliki label. Keripik pisang teh nur ini biasanya hanya dijual ke warung dan hanya membuat jika ada pesanan.
3. Produk ini sudah di kemas dengan rapi namun belum memiliki merek dan pemasarannya hanya dijual di sekitar daerah karangyjaya saja, belum sampai keluar kota maupun melalui media sosial yang ada. Hal ini menjadi masalah yang dihadapi oleh UMKM tersebut.

Sebagai meningkatkan penjualan dari UMKM di Desa Karangjaya dengan memberikan beberapa solusi media penjualan/promosi untuk mempermudah dalam hal pemasaran. Solusi pemasaran yang diberikan yaitu, dengan melakukan digital marketing caranya mempromosikan melalui media sosial seperti marketplace shopee, pembuatan WhatsApp bisnis dan facebook. Pembuatan marketplace produk UMKM di desa karangjaya yang

bertujuan agar produk ini di ketahui oleh banyak orang dan lebih banyak lagi konsumen yang membelinya.

Daftar Pustaka

Ramdhan. 2021. *Metode Penelitian.* Surabaya: Cipta Media Nusantara. https://books.google.co.id/books?id=Ntw_EAAAQBAJ&lpg=PR1&ots=f2qM9PPuav&dq=macam%20macam%20metode%20penelitian%20menurut%20para%20ahli&lr&hl=id&pg=PR1#v=onepage&q=macam%20macam%20metode%20penelitian%20menurut%20para%20ahli&f=false

Wibowo, D. H., & Zainul Arifin, S. (2015). Analisis strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing UMKM (Studi pada Batik Diajeng Solo). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, *29*(1).

Suratman, S., & Eriyanti, E. (2020, May). Peningkatan Sumber Daya Manusia Melalui Pelatihan. In *Prosiding Seminar Nasional Program Pascasarjana Universitas PGRI Palembang*.

Riduwan, A. 2016. Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat Oleh Perguruan Tinggi. Jurnal Ekonomi Dan Keuangan. Researchgate. https://www.researchgate.net/publication/313778436_PELAKSANAAN_KEGIATAN_PENGABDIAN_KEPADA_MASYARAKAT_OLEH_PERGURUAN_TINGGI

Kadeni, Srijani. (2020). Peran UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. Jurnal Equilibrium. Vol. 8. No. 2. Hal 191-200. http://doi.org/10.25273/equilibrium.v8i2.7118