

PELATIHAN UMKM GORING (GORENG KERING) DAN PEMANFAATAN BERBARIS DIGITALISASI DIDESA JATIMULYA DUSUN KADAUNG

Sofyan Darmawan
Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Buana Perjuangan Karawang
Mn19.sofyandarmawan@mhs.ubpkarawang.ac.id

Abstrak

UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) di Indonesia menjadi salah satu sektor usaha yang cukup mendominasi dijalankan oleh pelaku usaha. Namun, UMKM mengalami tantangan dalam menghadapi persaingan digitalisasi di bidang bisnis agar mampu bertahan di tengah persaingan. Salah satu hal yang permasalahan dan penting dimiliki pelaku UMKM adalah kemampuan untuk melakukan pemasaran melalui internet. Di Era digital ini orang cenderung lebih memilih untuk membeli produk lewat Online, untuk itulah penting bagi para pelaku UMKM memiliki ketrampilan marketing lewat internet. Agar produk yang dipasarkan lebih banyak dikenal orang, dan dapat meningkatkan penjualan. Maka dari itu salah satu tujuan dari Kuliah Kerja Nyata (KKN) ini adalah untuk mengenalkan penggunaan digitalisasi dan mengaplikasikannya pada pelaku UMKM. Proses sosialisasi dilakukan secara serentak dan bersama di rumah pelaku UMKM. Metode dalam kegiatan ini adalah penyuluhan, tutorial, diskusi, pendampingan dan asesmen.

Kata kunci: Pelatihan, Pemanfaatan, Digitalisasi, UMKM

Pendahuluan

UMKM merupakan singkatan dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Pada dasarnya, UMKM adalah arti usaha atau bisnis yang dilakukan oleh individu, kelompok, badan usaha kecil, maupun rumah tangga. Indonesia sebagai negara berkembang menjadikan UMKM sebagai pondasi utama sektor perekonomian masyarakat, hal ini dilakukan untuk mendorong kemampuan kemandirian dalam berkembang pada masyarakat khususnya dalam sektor ekonomi. UMKM Goring (Goreng kering). Goring ini terbuat dari bahan dasar tepung dan tapioka yang diolah menjadi satu kemudian direbus, lalu di masukan kedalam lemari pendingin selama satu malam, kemudian diiris tipis-tipis dengan menggunakan alat pemotong khusus dan digoreng dengan api sedang hingga berubah warna menjadi kecoklatan, Goring memiliki 3 varian rasa yaitu original, pedas, jagung manis dan balado. Dikemas menggunakan pouch dengan berbagai jenis ukuran.¹

¹ Kurniasih, Wida Pengertian UMKM: Kriteria Aturan, Peran dan Contoh.

Digital marketing merupakan salah satu usaha untuk memasarkan atau mempromosikan sebuah produk melalui media internet agar bisa menjangkau konsumen maupun calon konsumen dengan cepat. Media internet yang sekarang ini populer digunakan untuk pemasaran produk antara lain, Facebook, Youtube, Instagram, dan media sosial yang lain. Manfaat yang didapatkan dengan digital marketing selain bisa menjangkau pasar yang lebih luas dan mengefektifkan biaya pemasaran, juga membuat ruang dan waktu pemasaran yang tidak terbatas. Selain itu, digital marketing bersifat real time sehingga pengusaha dapat langsung memperhatikan minat dan feed back dari pasar yang dituju, serta dapat memutuskan strategi penyesuaian terkait konten iklan untuk hasil yang lebih baik dengan lebih cepat.²

Untuk menggerakkan digitalisasi dan mempermudah pelaku UMKM dalam menghadapi iklim perubahan yang terjadi saat ini, meningkatkan kemudahan jaringan dan melakukan pertukaran teknologi kepada pelaku UMKM agar mampu bertahan di dalam persaingan bisnis. Agar dapat lebih berkembang dengan mengikuti pasar dan trend saat ini, sosialisasi dilakukan dengan menerangkan pentingnya meleak digital sebagai acuan pemasaran yang sangat luas cangkupannya dan dapat diakses oleh siapa saja dan dimana saja.

Kemajuan teknologi adalah sesuatu yang tidak bisa dihindari dalam kehidupan saat ini karena kemajuan teknologi akan berjalan sesuai dengan kemajuan ilmu pengetahuan. Setiap inovasi diciptakan untuk memberikan manfaat positif, memberikan banyak kemudahan, serta memberi cara baru dalam melakukan aktivitas bagi kehidupan manusia. Digitalisasi bisnis sudah menjadi salah satu strategi untuk dapat menjangkau pasar yang lebih luas. Dengan adanya teknologi dan jangkauan pasar yang lebih luas maka muncul yang disebut dengan Digital Marketing. Hal ini dapat didefinisikan sebagai kegiatan marketing, termasuk branding, yang menggunakan berbagai media berbasis web. Digital marketing merupakan pemasaran dengan menggunakan penerapan teknologi secara digital. Salah satu bentuk marketing digital dengan menggunakan media elektronik atau internet adalah internet marketing (e-marketing) (Qamari et al., 2021).

² Wijoyo, Hadion 2020. Digitalisasi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Era Pandemi Covid-19.

Metode

Kegiatan penyuluhan, pendampingan dan konsultasi dilakukan di rumah pelaku UMKM, Jl Dusun Babakan Kadaung Desa Jatimulya, Kecamatan Pedes, Kabupaten Karawang, Jawa Barat, Waktu Penyuluhan dilakukan di tanggal 4 Juli pukul 10.00 s.d selesai. Pelaksanaan kegiatan Kuliah Kerja Nyata ini dilakukan dengan metode penyuluhan, tutorial, diskusi, pendampingan dan konsultasi.

Kegiatan Pengabdian Masyarakat ini adalah sebagai berikut :

1. Langkah 1 (Metode Ceramah) : Peserta diberikan materi gambaran umum tentang pemasaran UMKM dalam dunia Marketplace.
2. Langkah 2 (Metode Tutorial) : Peserta pelatihan diberikan cara membuat produk UMKM dan materi mengenai Marketplace yang ada di Indonesia mulai dari pengenalan.
3. Langkah 3 (Metode Diskusi) : Peserta pelatihan diberikan kesempatan untuk mendiskusikan permasalahan yang berkaitan dengan pemasaran produk UMKM yang selama ini dihadapi.
4. Langkah 4 (pendampingan dan konsultasi) : Peserta diberi kesempatan untuk bertemu dengan para mentor di waktu dan tempat yang telah disepakati.
5. 5.Langkah 5 (Evaluasi/ Assesment) : tahap pertama evaluasi, peserta ditinjau tingkat penjualannya melalui marketplace.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) ini adalah meningkatkan perekonomian masyarakat dengan memanfaatkan teknologi digital dalam pengembangan UMKM. sebagaimana diketahui bahwa Peran UMKM sangat penting untuk meningkatkan perekonomian. Peningkatan perekonomian desa terhadap UMKM bisa dilakukan dengan mengadakan Koordinasi dan konsultasi secara intensif mengenai strategi pengembangan UMKM terhadap seluruh lapisan masyarakat pedesaan, serta mampu menjelaskan pentingnya menggali potensi pendatapan asli daerah dari rencana pembangunan desa yang dilakukan serta dampak yang akan ditimbulkan dari kegiatan ini. Selama pendampingan banyak diskusi yang dilakukan mulai dari bagaimana cara promosi dan pemanfaatan media sosial sehingga pemasaran lebih maksimal.³

³ Tiarawati, Elsa 2022. Pengembangan UMKM di Desa Jatimulya dalam Implementasi Tujuan KKN Universitas Buana Perjuangan Karawang 2022

Mahasiswa melakukan sosialisasi yang diselenggarakan dibalai desa dengan mengundang masyarakat terutama pelaku UMKM, dengan mengusung judul "Digital Marketing untuk Masyarakat yang lebih Mandiri dan Profesional" agar dapat lebih berkembang dengan mengikuti pasar dan trend saat ini, sosialisasi dilakukan dengan menerangkan pentingnya melek digital sebagai acuan pemasaran yang sangat luas cangkupannya dan dapat diakses oleh siapa saja dan dimana saja.



Dengan diadakannya kegiatan ini diharapkan masyarakat dapat lebih memahami metode pemasaran digital, karena internet dan digitalisasi sangat luas cangkupannya dan dapat diakses oleh siapa saja dan dimana saja sehingga dapat menjadi lahan subur bagi para pelaku UMKM khususnya di desa Jatimulya hingga membuat desa dan produk yang dihasilkan dari desa dapat lebih diketahui oleh masyarakat luas.

Respon baik disampaikan salah satu peserta sosialisasi UMKM, Bunda Farel (Goring) beliau menyampaikan bahwa adanya sosialisasi ini membuat kita menjadi semakin paham dan melek digital karena sebelumnya beliau memasarkan produknya hanya menggunakan whatsapp dan cod di sekitar tempat tinggalnya.⁴

Kesimpulan dan Rekomendasi

Kegiatan Pelatihan UMKM bagi usaha mikro, kecil, menengah (UMKM) Sekaligus memperkenalkan perkembangan digital marketing kepada pelaku UMKM. Selain promosi yang perlu diperhatikan untuk memanfaatkan marketplace yakni tampilan produk yang menarik dan proses layanan terhadap pelanggan.

Keterampilan dalam menyajikan produk yang ditawarkan dalam menjalankan bisnis penting dilakukan untuk menarik pelanggan, membangun minat beli konsumen, membedakan produk kita dengan para pesaing, serta memberikan peluang pada usaha yang dijalankan untuk tumbuh di dalam market kita. Kunci dari kepuasan konsumen salah satunya tercipta dari atribut

⁴ Tiarawati, Elsa 2022. KKN Mahasiswa UBP: Peningkatan UMKM Berbaris Digitalisasi di Desa Jatimulya

produk yang berorientasi pada pembuatan produk yang berkualitas, perancangan produk dan pengemasan yang sebaik mungkin.

Mengutip dari Tjiptono (2001) Promosi merupakan upaya setiap pemilik usaha untuk memperkenalkan produk dengan memberikan informasi, memengaruhi konsumen dan membujuk konsumen untuk memutuskan membeli produk yang ditawarkan. Strategi yang dapat diterapkan dalam kegiatan promosi adalah pertama, menentukan siapa yang menjadi target market produk yang ingin dicapai, kedua adalah mengenali keunggulan produk dari berbagai aspek, manfaat apa yang dapat diberikan kepada konsumen serta hal yang berbeda dari para pesaing, ketiga menentukan sumber daya yang tersedia, seperti biaya produksi, SDM. Kelima yaitu menentukan metode pemasaran untuk mempromosikan nilai produk, dan menentukan strategi yang efektif.

Daftar Pustaka

- Tiarawati, Elsa 2022. Pengembangan UMKM di Desa Jatimulya dalam Implementasi Tujuan KKN Universitas Buana Perjuangan Karawang 2022
- Tiarawati, Elsa 2022. KKN Mahasiswa UBP: Peningkatan UMKM Berbasis Digitalisasi di Desa Jatimulya
- Kurniasih, Wida Pengertian UMKM: Kriteria Aturan, Peran dan Contoh.
- Wijoyo, Hadion 2020. Digitalisasi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Era Pandemi Covid-19.

Lampiran

Lampiran 1 Tutorial Pembikinan Produk Goring (Goreng Kering)





Lampiran 2 Label Produk UMKM Goring (Goreng Kering)



Lampiran 3 Digitalisasi Penjualan Facebook



(Sumber Facebook : Farel Asditya)