

# PENGEMBANGAN POTENSI UKM DI DESA PANGULAH SELATAN AKIBAT DAMPAK COVID-19

**Annisa Indah Pratiwi<sup>1</sup>, Akda Zahrotul Wathoni<sup>2</sup>, N. Neni Triana<sup>3</sup>,  
Muhamad Sayuti<sup>4</sup>**

<sup>1,2,4</sup>Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer, Universitas Buana Perjuangan Karawang

<sup>3</sup>Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Buana Perjuangan Karawang

annisa.indah@ubpkarawang.ac.id <sup>1</sup>

## ABSTRAK

Pandemi covid-19 yang telah berlangsung lebih dari satu tahun memberikan dampak bagi semua sektor tidak terkecuali bagi pelaku UMKM di Indonesia. UMKM Topi milik Pak Endang merupakan satu dari 20 UMKM yang berada di Desa Pangulah Selatan, Kecamatan Kotabaru Karawang yang mengalami penurunan sebesar 50% selama pandemi. Sebelum pandemi, Pak Endang dapat mengirimkan 300 kodi tetapi saat ini hanya bisa mengirimkan 150 kodi setiap minggunya. UMKM ini memiliki 9 pegawai dan sudah berdiri sejak tahun 2017. Saat ini UMKM Topi memiliki satu konsumen tetap dari Bandung yang mengambil produk dalam jumlah besar. Ada beberapa potensi yang dapat dikembangkan di UMKM ini antara lain perbaikan kualitas dan perbaikan digital marketing.

**Kata kunci:** UMKM Topi, Potensi, Kualitas, Digital Marketing.

## ABSTRACT

The COVID-19 pandemic, which has lasted more than a year, has had an impact on all sectors, including MSMEs in Indonesia. Mr. Endang's Hat MSME is one of 20 MSMEs located in South Pangulah Village, Kotabaru Karawang District which experienced a 50% decline during the pandemic. Before the pandemic, Mr. Endang could send 300 scores but currently he can only send 150 scores per week. This UMKM has 9 employees and has been established since 2017. Currently, the Topi UMKM has one regular customer from Bandung who takes products in large quantities. There are several potentials that can be developed in this MSME, including improving quality and improving digital marketing.

**Keywords:** MSME Hats, Potential, Quality, Digital Marketing.

## PENDAHULUAN

Perkembangan UMKM di Indonesia merupakan salah satu hal yang mendorong pendapatan negara. Pemerintah memberikan perhatian khusus untuk pelaku UMKM salah satunya adalah pemberian dana bantuan yang dapat digunakan untuk pengembangan potensi UMKM. Tidak dapat dipungkiri bahwa UMKM dapat membuka lapangan pekerjaan baru. Menurut Rudjito dalam Hamidah et al menyampaikan bahwa Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah usaha yang punya peranan penting dalam perekonomian Negara Indonesia, baik dari sisi lapangan kerja yang tercipta maupun dari sisi jumlah usahanya. sedangkan menurut Halim (2020) secara umum

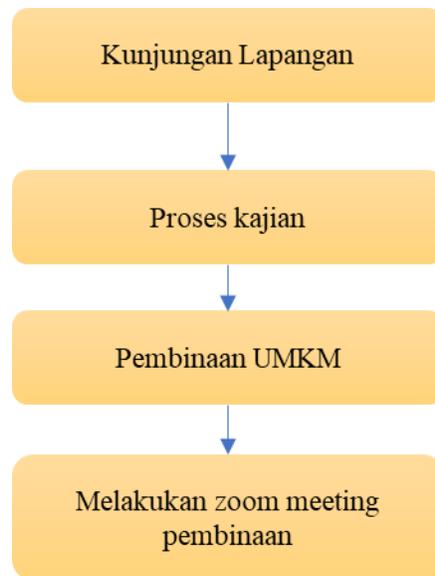
pengertian usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) adalah usaha yang memproduksi barang dan jasa yang menggunakan bahan baku utama berbasis pada pendayagunaan sumber daya alam, bakat dan karya seni tradisional dari daerah setempat.

Salah satu mata pencaharian penduduk di Desa Pangulah Selatan Kecamatan Kotabaru, Kabupaten Karawang adalah sebagai pelaku UMKM. Di desa tersebut terdapat sedikitnya 20 UMKM yang bergerak di segala bidang salah satunya UMKM Topi dan Ikan Hias. Tetapi akibat pandemi yang sudah berlangsung lebih dari satu tahun ini membuat pendapatan UMKM menurun mencapai 50%. Agar dapat tetap bertahan harus adanya inovasi yang dilakukan oleh UMKM. Dalam artikel ini akan membahas potensi apa saja yang dapat dikembangkan oleh UMKM agar dalam Pandemi Covid-19.

## **METODE**

Diawali dengan melakukan wawancara dengan kepala desa sehingga mendapatkan informasi bahwa ada 20 UMKM yang ada di Pangulah selatan. Dari 20 UMKM terdapat 2 UMKM yang terpilih untuk dilakukan penggalan informasi lebih lanjut yaitu UMKM Topi milik Bp Endang dan UMKM Ikan hias milik Pak Rudi. Metode yang dilakukan adalah observasi dengan wawancara langsung dan juga melakukan penyampaian materi pengembangan potensi UMKM melalui zoom meeting hal ini dikarenakan adanya PPKM sehingga membatasi untuk melakukan tatap muka.

Pemberian materi berupa video dan ceramah diharapkan dapat membantu pelaku UMK untuk dapat mengembangkan potensi yang dimiliki.



**Gambar 1. Metodologi Kegiatan**

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Berdasarkan observasi dan wawancara yang dilakukan kepada Bpk Endang dan Bpk Rudi bahwa UMKM mereka mengalami penurunan pendapatan akibat Pandemi mencapai 50%, contohnya sebelum Pandemi UMKM Topi milik Bpk Endang dapat mengirimkan 30 kodi setiap minggunya dan memiliki 2 pelanggan tetap yang mengambil hasil produksinya dalam jumlah besar tetapi saat ini beliau hanya mampu mengirim 15 kodi setiap minggu dengan harga jual per kodi Rp 180.000 sampai dengan Rp 290.000. Bpk Endang juga hanya tinggal memiliki satu pelanggan tetap dari Bandung. Hal serupa juga dirasakan oleh Bpk Rudi, omset yang didapatkan sangat menurun. Ikan hias miliknya menjadi sepi peminat dibandingkan sebelum pandemi. Salah satu hal yang dikeluhkan oleh mereka adalah kurangnya pengetahuan tentang strategi pemasaran digital. Bpk Endang pernah mencoba menawarkan produknya melalui Lazada tetapi karena kurangnya strategi sehingga tidak memberikan pendapatan yang signifikan juga saat pandemi.



**Gambar 2. Produk Topi Milik Bpk Endang**

Adapun Proses produksi topi milik bpk Endang antara lain:

1. Proses pembelian bahan.

Bahan baku dibeli disekitaran daerah Cikampek. pembelian dilakukan selama 3 hari sekali dan membutuhkan biaya kisaran Rp. 14.000.000 dalam sekali pembelian bahan.

2. Proses Menyetrika

Dalam proses ini, semua bahan yang dibutuhkan akan disetrika terlebih dahulu.

### 3. Proses Mengukur

Proses ini adalah mengukur semua bahan sesuai dengan pola yang dibutuhkan saat pembuatan topi.

### 4. Proses Memotong

Setelah bahan diukur sesuai pola topi, selanjutnya dilakukan proses memotong bahan tersebut sesuai pola topi yang telah ditentukan

### 5. Proses Menjahit

dalam proses ini setelah bahan melawati proses memotong selanjutnya dijahit oleh tenaga kerja sehingga berbentuk topi

### 6. Proses Brodir

pada proses ini para tenaga kerja melakukan border pada setiap topi dengan motif dan warna yang berbeda-beda yang sesuai dengan pesanan.

### 7. Proses Packing,

Proses terakhir yang dilakukan adalah menyatukan semua komponen topi dan packing.



**Gambar 3. UMKM Ikan Hias**

Permasalahan lain yang dihadapi oleh UMKM Topi adalah banyaknya produk cacat yang dihasilkan padahal konsumen dari Bandung fokus pada kualitas topi yang akan dibeli. Sedangkan permasalahan yang dihadapi oleh Bpk Rudi adalah kurangnya manajemen dalam pengolahan ikan sehingga sering terjadi kewalahan saat permintaan tinggi.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka akan dibuat analisis masalah menggunakan Analisis SWOT

|   |   |  |
|---|---|--|
|   | <b>Kekuatan (S)</b><br>1. Harga Terjangkau<br>2. Dapat Memproduksi dalam jumlah banyak  | <b>Kelemahan (W)</b><br>1. Masih sering terjadi cacat produksi terutama pada proses<br>2. Penjualannya masih menggunakan manual<br>3. Minimnya pengetahuan owner tentang media online  |
| <b>Peluang</b><br>1. Masih sedikit kompetitor produsen topi di area Jawa Barat<br>2. Konsumen Loyal<br>3. Konsumen biasanya membeli dalam jumlah banyak | <b>Strategi S-O</b><br>1. Strategi<br>2. Pembuatan SOP dan perbaikan kualitas (O1)  | <b>Strategi</b><br>1. Membuat Pemasaran menggunakan media online (W2,W3,O1)<br>2. Melibatkan pekerja dalam perbaikan proses produksi (W1,O2)<br>3. Menambah Kapasitas Produksi (W1,O3) |
| <b>Ancaman</b><br>1. Persaingan dengan penjualan menggunakan media online semakin banyak<br>2. Tidak adanya perbaikan yang jelas untuk mengurangi NG    | <b>Strategi S-T</b><br>1. Pembuatan Media Promosi Online (S1,T1)<br>2. Memperbaiki SOP (S2,T2)<br>3. Memberikan Teguran bagi karyawan yang tidak berhati-hati dalam proses produksi (S2,T2) | <b>Strategi W-T</b><br>1. Menyediakan Media Penjualan Online (W1,T1)<br>2. Memanfaatkan pola yang salah untuk membuat model topi yang lebih bervariasi (W2,T2)                         |

**Gambar 4. Analisis SWOT**

Berdasarkan hasil analisis SWOT yang telah dilakukan diatas, usulan yang dapat dilakukan oleh UKM untuk meningkatkan potensi yang dimiliki antara lain:

1. Pengembangan digital marketing untuk meningkatkan pasar

Pengertian dari e-commerce adalah menggunakan internet dan komputer dengan browser web untuk mengenalkan, menawarkan, membeli dan menjual produk. Manfaat dengan penerapan e-commerce sebuah perusahaan dapat memiliki sebuah pasar internasional. Bisnis dapat dijalankan tanpa harus terbentur pada batas negara dengan adanya teknologi digital. (Maulana,2015).

Terdapat berbagai macam e-commerce yang saat ini ada di Indonesia antara lain Lazada, shoppe dan Tokopedia. Selama pandemi perilaku masyarakat dalam membeli produk sudah mulai beralih mulai dari pembelian langsung menjadi pembelian online. Hal ini dapat dimanfaatkan oleh para pelaku UMKM untuk memasarkan produknya menggunakan media e-commerce agar dapat bersaing dalam pandemi seperti saat ini.

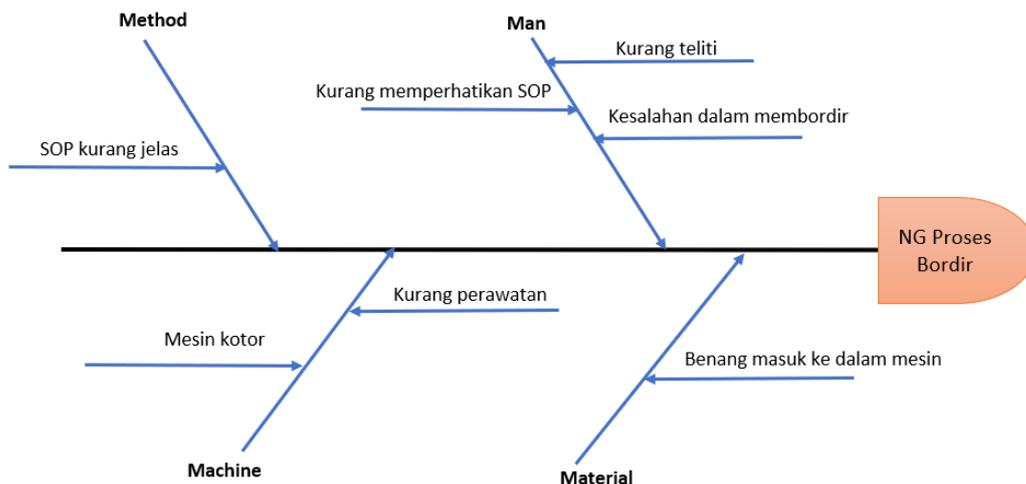
Untuk membantu UMKM yang ada di Desa Pangulah ini dibuat marketing menggunakan media online antara lain Instagram.



Gambar 5. Pemasaran melalui instagram

## 2. Perbaikan dan peningkatan kualitas

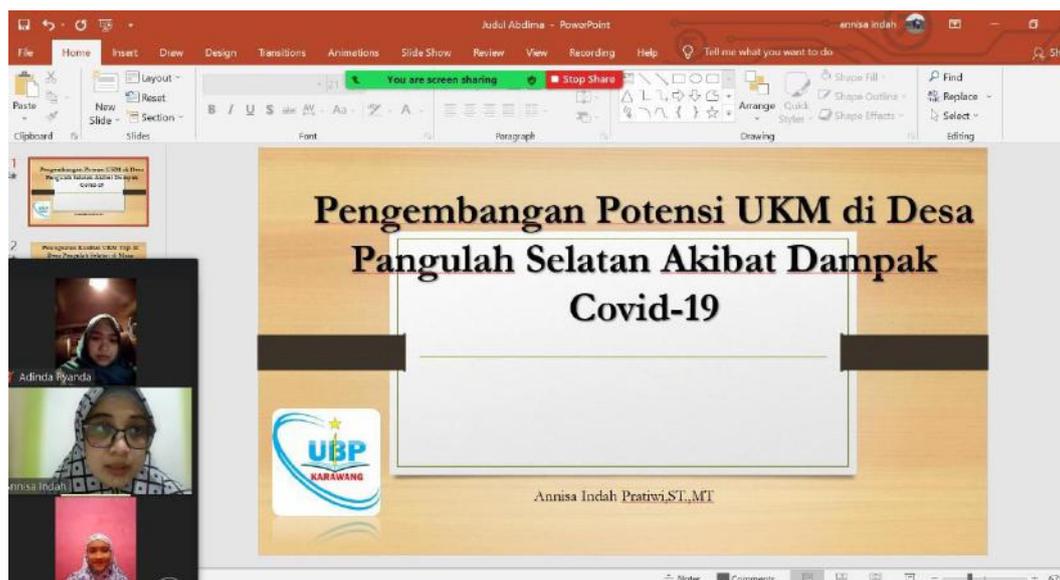
Menurut Juran dalam Chaeriah (2016) Kualitas adalah kecocokan penggunaan produk dalam memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan. Salah satu fokus permintaan dari konsumen tetap yang dimiliki oleh UMKM Topi adalah kualitas. Sehingga kualitas menjadi salah satu hal yang penting untuk diperhatikan. Menurut hasil wawancara, selama ini produk cacat yang terjadi akibat kesalahan dalam proses sablon. Saat ini produk yang cacat akan dijual ke pedagang asongan. Salah satu yang dapat diperbaiki oleh Bpk Endang adalah dibuat SOP yang jelas dalam proses kerja sehingga dapat meminimalkan kesalahan dalam proses border.



**Gambar 6. Analisis masalah menggunakan fishbone diagram**

### 3. Manajemen pengolahan ikan hias

Salah satu kesulitan yang dihadapi oleh Bpk Rudi dalam menjalankan UMKM ikan hias adalah manajemen pengolahan ikan hias. Hal ini terasa ketika permintaan tinggi, pemilik merasa kewalahan. Untuk hal ini dapat dilakukan pembinaan dengan berkerjasama pihak terkait dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat berikutnya.



**Gambar 7. Penyampaian Materi Pengembangan Potensi UMKM**

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

Pandemi Covid-19 telah memberikan dampak besar termasuk pada pelaku UMKM. Mereka harus dapat beradaptasi dengan kehidupan normal baru dan berinovasi dengan menggali dan mengembangkan potensi-potensi yang dimiliki. Pengabdian masyarakat yang dilakukan ini mencoba membantu mengevaluasi dan memberikan usulan yang dapat dilakukan untuk mengembangkan potensi UMKM sehingga dapat meningkatkan profit antara lain:

1. Pengembangan digital marketing untuk meningkatkan pasar
2. Perbaikan dan peningkatan kualitas
3. Manajemen pengelolaan ikan hias

Kendala yang belum dapat diselesaikan dapat menjadi masukan dan rencana untuk pengabdian masyarakat berikutnya dengan melibatkan pihak-pihak terkait.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Chaeriah, Ella Siti. 2016. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*. Vol 4 (2) : 1-9
- Halim, Abdul. 2020. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan*. Vol 1 (2): 157-172
- Hamidah, Qotrunnada Ratri, Agung Tri Pambudi Sejati, Ana Zulfatu Mujahidah. 2019. 4th National Seminar on Educational Innovation. Vol 2 (1): 345-349.
- Maulana, Shabur Miftah. 2015. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol 29 (1) : 1-9