

SOSIALISASI PENERAPAN DIGITAL MARKETING PADA UMKM HFHERBS DAN MAMAYU SWEET BAKING DI DESA BENGLE

Tia Latifatu Sadiyah¹, Reynaldi Fahmi²,

¹Pendidikan Guru Sekolah Dasar, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan

²Teknik Informatika, Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer

Universitas Buana Perjuangan Karawang

tia.latifatu@ubpkarawang.ac.id¹, ti18.reynaldifahmi@mhs.ubpkarawang.ac.id²

Abstrak

Salah satu masalah dari UMKM di Kecamatan Lemahabang tepatnya di desa Kedawung yaitu logo kemasan yang kurang menarik dan kurang inovatif. Peran penting dari logo kemasan sangat penting untuk mendapatkan kesan pertama sebelum produk UMKM tersebut dikonsumsi. Logo kemasan suatu produk akan mendukung dalam hal ciri khas yang membedakan dan membuat konsumen lebih tertarik untuk membeli produk tersebut. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini difokuskan untuk kegiatan pendampingan serta pembuatan logo kemasan produk UMKM berupa opak ketan dan rengginang sebagai upaya peningkatan daya saing pemasaran industri UMKM di desa Kedawung Kecamatan Lemahabang. Luaran yang dihasilkan yaitu berupa logo kemasan produk UMKM opak ketan dan rengginang yang lebih menarik dan inovatif.

Kata kunci: Logo Kemasan Produk, Opak Ketan & Rengginang

Abstract

One of the problems of UMKM in Lemahabang District, precisely in Kedawung village, is the packaging logo which is less attractive and less innovative. The important role of the packaging logo is very important to get a first impression before the UMKM product is consumed. The packaging logo of a product will support the characteristics that distinguish and make consumers more interested in buying the product. This community service activity is focused on mentoring activities and making logos for UMKM product packaging in the form of sticky rice opak and rengginang as an effort to increase the marketing competitiveness of the UMKM industry in Kedawung Village, Lemahabang District. The output produced is in the form of a more attractive and innovative UMKM product packaging logo for sticky rice and rengginang.

Keywords : Product packaging logo, Opak Ketan & Rengginang

PENDAHULUAN

Desa Bengle merupakan salah satu desa yang berada di wilayah Kecamatan Majalaya Kabupaten Karawang. Desa Bengle berbatasan langsung dengan Desa Majalaya Kecamatan Majalaya di sebelah utara, sebelah selatan berbatasan langsung dengan Desa Klari Kecamatan Karawang Timur, di sebelah timur berbatasan dengan Desa Lemah Mulya Kecamatan Majalaya, dan di sebelah barat berbatasan dengan desa Kondang Jaya Kecamatan Karawang Timur.

Desa Bengle memiliki luas wilayah sekitar 392,81 Ha. Mayoritas luas wilayah tersebut diisi oleh tanah sawah sebanyak 328,81 Ha (83,71%) kemudian diikuti oleh pemukiman seluas 55,80 Ha, tegal/ladang sebesar 1,5 Ha dan luas tanahkas desa sebesar 6,7 Ha. Desa Bengle memiliki jumlah penduduk sebanyak 28,131 orang yang terdiri dari 14.454 laki-laki dan 13.677 perempuan dengan jumlah kepala keluarga sebanyak 10.473 KK dan kepadatan penduduk sebesar 5.437 Jiwa/Km². Berdasarkan penyebaran kelompok usianya, mayoritas penduduk terdapat pada rentang usia 26-40 tahun. (Kemendagri, 2020)

Desa Bengle juga memiliki potensi yang cukup tinggi dalam hal kewirausahaan, masyarakat yang memiliki profesi sebagai pengusaha kecil, menengah, dan besar menempati posisi kedua profesi dengan jumlah terbanyak setelah karyawan swasta atau sebesar 5.81% dari jumlah masyarakat dengan profesi. Hal ini dapat dimanfaatkan dengan memberikan dukungan kepada pelaku usaha untuk bisa memanfaatkan teknologi yang ada pada saat ini, seiring dengan berkembangnya UMKM pada Desa Bengle, akan berdampak pada meningkatnya pendapatan domestik bruto dan meningkatkan penyerapan tenaga kerja

Kuliah Kerja Nyata (KKN) merupakan kegiatan intrakulikuler yang merupakan pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi Universitas Buana Perjuangan Karawang. KKN ini didasari pada Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional pada Pasal 20 Ayat 2 yang menyatakan bahwa, “Perguruan tinggi berkewajiban menyelenggarakan pendidikan, penelitian, dan pengabdian masyarakat”. Begitu pula pada Pasal 24 Ayat 2 disebutkan, “Perguruan tinggi memiliki otonomi untuk mengelola sendiri lembaga sebagai pusat penyelenggaraan pendidikan tinggi, penelitian ilmiah dan pengabdian kepada masyarakat” (BP-KKN, 2016).

Tema Kuliah Kerja Nyata (KKN) yang dilakukan oleh mahasiswa Universitas Buana Perjuangan Karawang terutama kelompok KKN di Desa Bengle Kecamatan Majalaya adalah “Sinergi Kebangkitan Ekonomi Kerakyatan di Era New Normal”. Tema ini ditujukan untuk menggali potensi dan merevitalisasi kondisi perkonomian kerakyatan khususnya UMKM di desa sasaran yang terdampak oleh pandemi COVID-19. Selain itu, di masa pandemi COVID-19 ini, kegiatan KKN telah mengikuti dan menerapkan protokol kesehatan dengan melakukan *social distancing*, mencuci tangan dengan sabun, dan memakai masker selama pelaksanaan kegiatan KKN, dan juga pelaksanaan KKN ini

dilakukan dengan mengutamakan kegiatan secara daring (*online*). Kuliah Kerja Nyata diharapkan dapat meningkatkan persepsi mahasiswa tentang relevansi antara materi kurikulum yang mereka pelajari di kampus dengan realita pembangunan di tengah masyarakat.

Adapun tujuan dilaksanakannya kegiatan KKN ini secara umum adalah pemenuhan salah satu nilai yang terdapat pada Tri Dharma Perguruan Tinggi yaitu pengabdian kepada masyarakat dengan cara menjalin hubungan antara lembaga Perguruan Tinggi dengan masyarakat sebagai mitra kerja sehingga eksistensi dari Perguruan Tinggi benar-benar dapat dipercaya dan diyakini masyarakat tempat KKN.

METODE PELAKSANAAN

Semenjak wabah COVID-19 menyebar ke seluruh dunia, perilaku konsumen untuk berbelanja *online* mengalami kenaikan. Itulah sebabnya mengapa sebuah bisnis perlu melakukan strategi *digital marketing* selama pandemi. *Digital marketing* adalah salah satu cara untuk mempromosikan produk dan jasa menggunakan internet. Selain dapat mempromosikan produk, *internet marketing* juga dilakukan untuk meningkatkan penjualan, meningkatkan branding, serta membina hubungan dengan konsumen. Menurut Sanjaya dan Tarigan (2009), *Digital marketing* adalah kegiatan pemasaran termasuk branding yang menggunakan berbagai media. Sebagai contoh yaitu blog, *website*, *e-mail*, *adwords*, dan berbagai macam jaringan media sosial.

Penggunaan media sosial mengalami peningkatan selama masa pandemi karena orang-orang melakukan *social distancing* untuk mencegah penularan virus. Melihat tren penggunaan media sosial di masa pandemi ini, pemilik bisnis dan marketing seharusnya dapat menjadikannya sebagai peluang untuk menjangkau lebih banyak pelanggan baru. Salah satu platform media sosial yang sedang populer dan digunakan banyak orang untuk pemasaran digital adalah TikTok. Selain itu, beberapa platform media sosial lain yang bisa digunakan adalah Facebook, Instagram, dan Youtube. Selama masa pandemi ini, orang-orang tertarik dengan konten yang menghibur, jadi sediakan konten pemasaran dengan tampilan yang menarik dan kreatif mungkin agar konsumen tertarik menggunakan produk tersebut. Selain itu, manfaatkan juga media sosial untuk berinteraksi dengan *follower* sehingga bisnis yang dijalankan bisa tetap terhubung dengan pelanggan.

Maka dari itu, penggunaan jaringan media sosial dalam menjalankan UMKMSaat

ini dirasa sangat penting terutama dalam hal perluasan pangsa pasar. Tim KKN Desa Bengle UBP Karawang 2021 melakukan inisiatif berupa edukasi kepada pelaku UMKM binaan di Desa Bengle mengenai pentingnya *digital marketing* dalam hal pengembangan usaha. Tim KKN Desa Bengle UBP Karawang membuat video edukasi pentingnya *digital marketing*, strategi pemasaran yang dapat

dilakukan oleh pelaku UMKM, langkah-langkah pembuatan akun jejaring sosial, serta hal-hal yang harus diperhatikan dalam melakukan *digital marketing*, seperti membuat konten yang menarik, membuat promosi-promosi berupa diskon, menentukan segmentasi pasar, dan menentukan media jejaring sosial yang akan digunakan.

Adapun langkah-langkah dalam membuat akun jejaring sosial adalah sebagai berikut, dalam hal ini tim KKN Desa Bengle UBP Karawang menjabarkan melalui *platform* Facebook

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan berdasarkan identifikasi masalah dengan mitra UMKM desa Bengle yang menghasilkan kesepakatan untuk mendampingi dan membuat kemasan produk opak ketan dan rengginang. Adapun tahapan pelaksanaannya yaitu :

- a. Tahapan pertama yaitu mahasiswa didampingi oleh dosen pembimbing lapangan melakukan kunjungan ke mitra UMKM desa Kedawung Kecamatan Lemahabang terkait tentang pembuatan kemasan produk opak ketan dan rengginang. Pada tahapan ini diperoleh izin dan perjanjian sepakat untuk dilakukannya pendampingan serta pembuatan produk kemasan dalam upaya peningkatan daya saing di pasar.
- b. Tahapan kedua adalah persiapan pendampingan dan pembuatan kemasan produk opak ketan dan rengginang dengan melaksanakan koordinasi dengan pihak UMKM desa Kedawung. Persiapan dari pihak mahasiswa dan dosen, serta pihak UMKM desa dalam rangka pelaksanaan pendampingan dan pembuatan kemasan produk opak ketan dan rengginang.
- c. Tahapan ketiga yaitu pelaksanaan pendampingan dan pembuatan kemasan produk opak ketan dan rengginang yang bertujuan agar kemasan produk yang baru dapat menarik konsumen dan dapat memasarkan tidak hanya di Kabupaten Karawang saja tetapi di luar kabupaten Karawang. Adapun aplikasi yang digunakan dalam pembuatan logo kemasan dengan menggunakan aplikasi Adobe Illustrator.
- d. Tahapan keempat yaitu monitoring dan evaluasi kemasan produk UMKM desa Kedawung yaitu opak ketan dan rengginang. Diharapkan monitoring dan evaluasi ini, dosen pendamping lapangan dapat melihat keseriusan dan kemasan baru produk UMKM guna menarik konsumen dan agar dapat lebih berdaya saing dengan produk yang lainnya.

Berikut ini logo kemasan produk baru UMKM desa Kedawung yaitu:



Gambar 1 Logo Kemasan Produk Rengginang
(Sumber: Penulis)



Gambar 2 Logo Kemasan Produk Opak Ketan
(Sumber: Penulis)

Menurut Permana (Anekawati et al., 2021) UMKM memegang peranan penting dalam pertumbuhan ekonomi khususnya di Indonesia. Izha (Anekawati et al., 2021) menambahkan bahwa UMKM di Indonesia jumlahnya sangat banyak. Mulai dari produk makanan, minuman, kerajinan, pakaian, dan lain-lain.

Berdasarkan hasil temuan pengamatan lapangan yang dilakukan oleh perwakilan mahasiswa yang telah mendapatkan izin dari aparat setempat maka diperoleh langkah-langkah atau tindakan yang ditempuh untuk mengatasi permasalahan kedua unit UMKM .

- a. Tim mahasiswa membuat dan memberikan desain kemasan untuk kedua unit UMKM ini.

- b. Tim mahasiswa memberikan pembekalan tentang bagaimana caranya agar proses produksi mampu berjalan lebih efektif dengan waktu yang sama tetapi jumlah produksi lebih meningkat yaitu dengan menambahkan cetakan untuk opak.
- c. Dalam desain kemasan tim mahasiswa mencantumkan nomor yang pemilik usaha mikro agar mempermudah pembeli yang akan memesan produknya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Pelaksanaan pengabdian masyarakat pada pendampingan dan pembuatan logo kemasan produk UMKM desa Kedawung Kecamatan Lemahabang adalah sebagai berikut:

1. Mitra UMKM desa Kedawung mempunyai keinginan atau motivasi yang kuat untuk memajukan UMKM miliknya, dengan cara membuat logo kemasan yang lebih menarik dan inovatif agar dapat bersaing dengan produk lain serta dapat dipasarkan tidak hanya di kabupaten Karawang melainkan ke berbagai kota di Indonesia.
2. Pendampingan dan pembuatan logo kemasan produk UMKM desa Kedawung yaitu opak ketan dan rengginang ini diharapkan dapat memberikan solusi yang baik untuk UMKM desa Kedawung Kecamatan Lemahabang.
3. Kegiatan pendampingan dan pembuatan logo kemasan produk opak ketan dan rengginang dapat menghasilkan luaran yang diharapkan yaitu logo kemasan yang menarik dan inovatif serta pelaku atau mitra UMKM lebih mampu mengelola manajemen pemasaran UMKM dengan lebih baik.

Saran

Saran bagi UMKM desa Kedawung Kecamatan Lemahabang agar dapat menginovasi logo kemasan berjalan dengan baik yaitu:

- a. Diperlukan semangat dari para anggota pelaku UMKM desa Kedawung untuk dapat membuat logo kemasan produk yang lebih menarik dan baik.
- b. Pendampingan dan pembuatan logo kemasan yang intensif dari UMKM, guna tercapainya UMKM yang maju.
- c. Diharapkan pendanaan yang diberikan dapat digunakan sebagai bantuan dalam menginovasi logo kemasan dan produk opak ketan dan rengginang desa Kedawung.

DAFTAR PUSTAKA

Agustina, R., Dwanoko, Y. S., & Suprianto, D. (2021). *PELATIHAN DESAIN LOGO DAN*

KEMASAN PRODUK. 4, 69–76.

- Anekawati, A., Yuliaslina, R., Isdiantoni, I., Syahril, S., Purwanto, E., & Hidayaturrahman, M. (2021). Pemberdayaan Umkm Di Kecamatan Ra'As Melalui Pendampingan Standarisasi Produk Dan Kemasan. *Jurnal ABDIRAJA*, 4(1), 23–29. <https://doi.org/10.24929/adr.v4i1.1273>
- Arifudin, O., & Tanjung, R. (2020). *Pendampingan Peningkatan Inovasi Produk Makanan khas Subang Jawa Barat*. 4(6), 7–12.
- Kurniawan, D. T., Anugrahani, I. S., Prasasti, A., & Fitri, R. (2021). *Pelatihan dan Pendampingan UMKM di Desa Gajahrejo dalam Pembuatan Desain Kemasan Inovatif Oleh-Oleh Khas Malang Untuk Meningkatkan Daya Saing Produk di Desa Gajahrejo terletak di Kecamatan berbatasan langsung dengan Samudra Hindia sehingga memiliki kawasa*. 3(April).
- Sari, A. M., Yudistirani, S. A., Sudarwati, W., & Aqli, W. (2020). Solusi Bertahan bagi UKM Produk Susu Kedelai di Masa Pandemi Alvika. *Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat LPPM UMJ*, 1–8.
- Wahmuda, F., & Hidayat, M. J. (2020). Redesain Logo Dan Media Promosi Sebagai Citra Produk Makanan Ringan Ukm Benok. *ANDHARUPA: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, 6(02), 147–159. <https://doi.org/10.33633/andharupa.v6i02.3307>