

PENDAMPINGAN PELATIHAN DIGITALISASI GOOGLE BISNISKU UNTUK MENINGKATKAN SUMBER DAYA MANUSIA PADA UMKM DI DESA PUSAKA JAYA UTARA KECAMATAN CILEBAR

July Yuliawaty¹.
Agus Martin²

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis

july.yuliawaty@ubpkarawang.ac.id
Mn19.agusmartin@mhs.ubpkarawang.ac.id

Abstrak

Tujuan Pendampingan pelatihan digitalisasi adalah untuk menambah pengetahuan para UMKM di Desa Pusakajaya Utara Kecamatan Cilebar tentang digitalisasi google bisnisku untuk meningkatkan sumber daya manusia pada umkm di desa pusaka jaya utara kecamatan cilebar. Kegiatan Pendampingan dilaksanakan di Desa Pusakajaya Utara di wilayah Kecamatan Cilebar Kabupaten Karawang di bantu Mahasiswa KKN Fakultas Ekonomi dan Bisnis pada hari minggu, tanggal 24 juli 2022. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode wawancara (*interview*), pengamatan (*observasi*) dan dokumentasi (*documentation*) secara langsung pada para pelaku UMKM atau PKK Desa dari masyarakat sekitar di Desa Pusakajaya Utara dan dihadiri oleh 15 peserta.

Hasil dari kegiatan ini para umkm kerupuk mangrove dan budidaya ikan lele yaitu pembuatan akun Google Bisnisku yang dapat digunakan UMKM dalam memasarkan produknya melalui mesin pencarian Google serta memberikan pendampingan pelatihan kepada pemilik usaha agar memiliki kemampuan mengoperasikan Google Bisnisku. Kegiatan ini berhasil menjangkau calon konsumen lebih luas serta meningkatkan wawasan pemasaran UMKM Kerupuk Mangrove PKK Desa Pusakajaya Utara melalui Google Bisnisku.

Kata Kunci : UMKM, Digitalisasi, Desa Pusakajaya Utara,KKN. Google Bisnisku,

Abstract

The purpose of the digitalization training assistance is to increase the knowledge of MSMEs in North Pusakajaya Village, Cilebar District, about digitizing Google My Business to improve human resources for MSMEs in Pusakajaya Utara Village, Cilebar District. Mentoring activities were carried out in Pusakajaya Utara Village in the Cilebar Subdistrict, Karawang Regency, assisted by KKN Students from the Faculty of Economics and Business on Sunday, July 24, 2022. The methods used in this study were interviews, observations and documentation. documentation) directly to MSME or Village PKK actors from the surrounding community in North Pusakajaya Village and was attended by 15 participants.

The results of this activity are the MSMEs for mangrove crackers and catfish farming, namely the creation of a Google My Business account that can be used by MSMEs in marketing their products through the Google search engine and providing training assistance to business owners to have the ability to operate Google My Business. This activity succeeded in reaching a wider range of potential consumers and increasing Karawang, 28 Februari 2023

marketing insights for MSMEs Mangrove Crackers PKK in North Pusakajaya Village through Google My Business.

Keywords: UMKM, Digitalization, North Pusakajaya Village, KKN. Google My Business.

Pendahuluan

Kuliah Kerja Nyata (KKN) merupakan kegiatan intrakurikuler 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, 2021).

Tema Kuliah Kerja Nyata (KKN) yang dilakukan oleh mahasiswa Universitas Buana Perjuangan Karawang terutama kelompok KKN di Desa Pusakajaya Utara Kecamatan Cilebar, untuk melakukan inovasi di sector UMKM dan memanfaatkan era digital yang semakin berkembang sebagai bentuk mewujudkan masyarakat yang mandiri. Kuliah Kerja Nyata diharapkan dapat meningkatkan persepsi mahasiswa tentang relevansi antara materi kurikulum yang mereka pelajari di kampus dengan realita pembangunan di tengah masyarakat.

Ekonomi yang menyeluruh merupakan satu aspek yang menjadi sorotan tajam dalam menegakkan kesejahteraan hidup secara materiil, sehingga aspek ekonomi ini perlu mendapat perhatian dari berbagai kalangan baik swasta maupun pemerintah. Persoalan ekonomi menjadi sesuatu yang cukup mendasar bagi manusia untuk meneruskan kelangsungan hidupnya, agar dapat hidup secara layak untuk menuju masyarakat yang sejahtera.

Untuk meningkatkan sumber daya manusia yang handal dan berkualitas dibutuhkan pelatihan dan pengembangan – Pengembangan dan pelatihan sering kita dengar di dunia kerja di industri/perusahaan, lembaga, instansi, atau organisasi. Hal tersebut bisa

diasumsikan jika pengembangan dan pelatihan penting sekali bagi sumber daya manusia selaku tenaga kerja agar lebih menguasai bidang pekerjaannya lebih baik. Sama halnya dengan instansi pendidikan misalnya, pengembangan dan pelatihan sering dilakukan dalam hal upaya meningkatkan kemampuan dan kinerja tenaga kerja dalam hal ini pendidikan.

Pendampingan Pelatihan dan pengembangan sendiri merupakan gabungan dari pelatihan dan pengembangan. Pengertian pelatihan ialah proses yang dirancang untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan secara teknis, maupun untuk meningkatkan kinerja karyawan. Sedangkan pengembangan ialah proses yang dirancang demi meningkatkan kemampuan secara konseptual, memperluas human relation, dan kemampuan dalam hal pengambilan keputusan. Pelatihan juga bisa dikatakan sebagai proses pendidikan dalam jangka pendek menggunakan prosedur yang sudah terorganisir dan sistematis, sehingga karyawan mempelajari keterampilan dan pengetahuan teknis dengan tujuan tertentu. Sementara, pengembangan adalah proses pendidikan dalam jangka panjang dengan menggunakan prosedur yang terorganisir dan sistematis, sehingga karyawan atau tenaga kerja dapat mempelajari pengetahuan teoritis dan konseptual untuk tujuan secara umum.

Oleh karena itu dengan pendampingan pelatihan menjadikan sumber daya manusia menjadi berkualitas, khususnya untuk UMKM di desa pusakajaya utara. Para umkm di desa dengan mengikuti pelatihan digital akan menambah pengetahuan akan pemasaran dan promosi lewat sarana media sosial. Digitalisasi mendorong masyarakat untuk terus bisa berinovasi dan berpikir kreatif untuk terus beradaptasi dengan mengikuti perkembangan zaman. Dengan pendampingan pelatihan digitalisasi kualitas dan produk para umkm dapat merasakan perubahan yang signifikan dimana produk yang dihasilkan dapat di kenal di seluruh Indonesia dan dengan begitu digital sangat penting dalam memajukan perekonomian suatu negara. Desa Pusakajaya Utara merupakan salah satu Desa di wilayah Kecamatan Cilebar Kabupaten Karawang. Desa Pusakajaya di sebelah utara berbatasan dengan DesaPusakajaya Selatan. Keadaan geografis Desa Pusakajaya Utara adalah desa yang terletak di Kecamatan Cilebar yang memiliki luas wilayah 911 Hektar. Dengan batas wilayah sebelah utara laut jawa, sebelah selatan Desa Kosambi Batu atau Desa Pusakajaya Selatan, sebelah timur Desa Mekar Pohaci, sebelah barat Desa Sungai Buntu. Desa Pusakajaya Utara ini memiliki luas tanah persawahan 330 Ha, tambak seluas 1.503 H, perhutanan seluas 85 Ha.. (Prodeskel. 2021).

Desa Pusakajaya Utara memiliki potensi di bidang pengolahan makan yang di kelola oleh UMKM, hal ini ini di buktikan dengan adanya beberapa produk UMKM yang sudah ada selama ini diantaranya Kerupuk Mangrove, Dodol Mangrove, dan Sirup Mangrove. Selain itu UMKM yang ada di pusaka jaya bukan hanya produk kerupuka

mangrove saja tetapi di desa pusaka jaya banyak umkm seperti keripik pisang, ranginang, kue basah, ikan koi, ikan bandeng, budi daya ikan lele dll, tetapi dalam hal pemasaran yang di lakukan untuk produk – produk tersebut selama ini hanya menggunakan sistem pemasaran konvensional dan informasi yang disampaikan hanya sebatas melalui mulut ke mulut, dan tidak menggunakan teknologi. Berikut adalah umkm yang

Tabel 1.1 UMKM Desa

Jenis UMKM	UMKM
Makanan ringan	Kerupuk mangrove
Perikanan	Budidaya ikan lele
	Budidaya ikan moli
	Budidaya ikan patin
	Budidaya ikan bandeng
	Budidaya udang
Produk olahan	Ikan cue
	Terasi
	Pakan ikan

Sedangkan permasalahan yang di rasakan oleh para umkm di desa pusaka jaya utara yaitu kurangnya pengetahuan digitalisasi dalam memasarkan produknya dan penjualan sehingga mereka hanya mengandalkan penjualan secara konvensional , dari segi kemasan pun masih tradisional menggunakan plastik biasa yang hanya di kemas seadanya dan logo nama produk hanya dari kertas foto copian .

Berdasarkan permasalahan tersebut perlu adanya pengetahuan akan inovasi produk baik dari kemasan dan inovasi dari produk tersebut dan penggunaan digital untuk meningkatkan penjualan dan pendapatan serta promosi produk umkm . salah satunya dengan mengikuti pelatihan yaitu **PENDAMPINGAN PELATIHAN DIGITALISASI GOOGLE BISNIKU UNTUK MENINGKATKAN SUMBER DAYA MANUSIA PADA UMKM DI DESA PUSAKA JAYA UTARA KECAMATAN CILEBAR**

ANALISIS SITUASI

Berdasarkan observasi dan wawancara dilapangan UMKM yang masih aktif di Desa Pusakajaya Utara Kecamatan Cilebar Kabupaten Karawang adalah Kerupuk

Karawang, 28 Februari 2023

Mangrove buatan PKK Desa Pusakajaya Utara dan Budi daya Ikan Lele oleh Karang Taruna Desa Pusakajaya Utara Kecamatan Cilebar . Kendala yang di alami oleh para umkm di pusaka jaya kematan cilebar adalah :

1. UMKM Kerupuk Mangrove

Krupuk Mangrove merupakan Kuliner warga Pustakajaya Utara yang berbahan baku dari Daun Mangrove dan Bahan baku pendamping yaitu terigu, tapioca , undang , dan bumbu lainnya . cara pembuatan krupuk mangrove masih menggunakan cara tradisional . UMKM (Usaha Micro Kecil dan Menengah) Krupuk Mangrove Milik Ustad Nuryaman Yang Bernama Krupuk Mangrove Al-Ikhkas sudah Berdiri Sejak tahun 2017 Kurang Lebih sudah 5 tahun usaha tersebut berjalan .

Permasalahan yang sering terjadi di umkm kerupuk mangrove adalah pemasaran yang hanya di sekitar wilayah kecamatan cilebar saja , dan itu pun produksinya hanya sesuai pesanan saja. Selain pemasaran yang perlu di benahi adalah dari kemasan dan logo umkm yang hanya menggunakan plastik kiloan dan untuk logo masih menggunakan kertas foto copy. Dari citarasa hanya 1 varian saja yaitu original tidak adanya inovasi dalam memproduksi produk krupuk mangrove. Kurangnya pengetahuan pemilik UMKM bagaimana memasarkan dengan digital dan inovasi produk menghambat peningkatan penjualan produk dan promosi krupuk mangrove. Dengan pelatihan digital produk umkm yang ada di pusaka jaya lebih menjangkau pasar yang lebih luas dan mempermudah penyebaran informasi tentang produk yang dihasilkan di desa pusaka jaya utara kecamatan cilebar.

2. Budi Daya Ikan Lele

UMKM Pertenakan Benih lele milik Karang Taruna yang telah Berdiri sejak Tahun 2020 hampr 1,5 tahun berdiri , dengan Nama usaha tersebut adalah LELE JUMBO. Awal Usaha karang taruna Melihat Kondisi lahan di lingkungan Masnyarakat di Desa Pusakajaya Utara yang kurang produktif , Kemudian Karang taruna berinisiatif untuk menyewa lahan tersebut Untuk di jadikan suatu usaha yaitu kolam budidaya lele.

Modal awal dari Benih lele yang diberi Oleh BLUPPB (Balai Layanan Usaha Produksi Perikanan Budidaya) dan Dari uang khas karang taruna . Untuk budi daya ikan lele strategi pemasaran masih konvesional dan tidak secara luas. Penjualan dan promosi hanya melalui telpn atau dikirim ke pasar atau di jual disekitar wilayah cilebar. Oleh karena itu untuk memasarkan lebih luas lagi , kami melakukan pelatihan digital

dan mempermudah dengan pelatihan digital bisnisku dan media sosial lainnya seperti facebook, youtube, lazada, marketplace dll.

Permasalahan pada budi daya Ikan Lele yaitu dalam segi pemasaran kami membantu memperluas pangsa pasar dengan menggunakan sosial media seperti memasarkan lewat aplikasi Facebook dengan membuat akun Facebook bisnis untuk UMKM Budidaya Ikan Lele, selain itu kami juga mendaftarkan UMKM ini ke dalam Bisnisku google sehingga dapat memudahkan konsumen dalam menemukan UMKM ini ketika konsumen mencarinya di *search engine* google. Tidak hanya membantu dalam segi pemasarannya saja kami juga membina kepada Karang Taruna selaku pengelola UMKM Budidaya Ikan Lele tentang bagaimana menggunakan dan mengaplikasikan kegunaan dari *smartphone* yang mereka pegang sebagai alat bantu untuk memasarkan produk. Dapat dilihat pada gambar berikut yang merupakan akun sosial media UMKM Budidaya Ikan Lele:

3. Permasalahan Umum

a. UMKM Krupuk Mangrove Al-Ikhlas

1) Pemasaran yang tidak luas.

Pada UMKM Krupuk Mangrove Al-Ikhlas dalam memasarkan produk masih kurang dan tidak meluas dikarenakan proses pemasaran hanya dari mulut ke mulut (*word of mouth*) sehingga konsumen UMKM ini hanya dari sekitar daerah tersebut dan orang yang dikenal saja, lalu dalam memasarkan pemasarnya pun hanya ada pesanan saja.

2) Pembaharuan dan Kelengkapan Isi Logo.

Pada UMKM Krupuk Mangrove ini dalam pemasaran produk menggunakan logo yang kurang menarik dan kurangnya kelengkapan isi seperti netto, manfaat, sosial media, no Handphone, kata – kata menarik untuk meningkatkan keunikan tampilan produk.

3) Tidak ada Pengembangan Inovasi Rasa dan Warna tampilan pada Krupuk Mangrove

Pada UMKM Krupuk Mangrove ini pengetahuan dalam berinovasi ini masih kurang, tidak ada pengembangan inovasi rasa dan warna tampilan pada krupuk yang dilakukan dalam produk UMKM ini. Produk yang dijual pun terpaku pada rasa yang original sehingga rasa dan tampilan krupuk terlihat monoton.

4) Tidak Menariknya Tampilan Banner Penjualan di Toko

Pada tempat UMKM Krupuk Mangrove ini dalam menjualkan produk ini kurang menarik di karenakan banner yang di gunakan sudah lama sehingga terlihat tidak enak di pandang , ukurannya kecil, desain yang tidak menarik.

b. UMKM Perikanan Lele

1) Pemasaran Yang Tidak Luas

Pada UMKM Perikanan Lele ini dalam pemasaran Ikan Lele masih kurang dan tidak meluas dikarenakan proses pemasaran hanya dari mulut ke mulut (word of mouth) sehingga yang memesan Ikan Lele ini dalam jumlah besar hanya langganan saja tidak meluas kemana-mana.

2) Tidak Adanya Logo Jual

Pada UMKM Perikanan Lele ini dalam memasarkan ikan lele ini tidak adanya logo yang dapat membuat pembeli penasaran dan ketertarikan untuk membeli ikan lele ini.

3) Tidak Adanya Nama Ciri Khas Pada UMKM Budidaya Lele

Pada UMKM Perikanan Lele ini tidak adanya Nama Ciri Khas dalam memasarkan produk sehingga tidak adanya keunikan nama dalam memasarkan produk.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Usaha Mikro Kecil Menengah atau yang biasa disebut (UMKM). Berdasarkan Undang-Undang No.20 tahun 2008 bisa dideskripsikan UMKM sebagai bisnis yang dioperasikan oleh pelaku usaha secara individu atau badan usaha berskala kecil. UMKM mempunyai skala usaha yang lebih besar jika dibandingkan dengan UKM, dan UMKM sendiri memiliki peranan penting dalam menyumbang pertumbuhan ekonomi negara.

UMKM tidak bisa dipandang sebelah mata, walaupun tergolong usaha kecil, namun UMKM keberadaannya hampir di setiap pelosok daerah dan kota, UMKM telah terbukti mampu bertahan di saat krisis ekonomi menyerang Indonesia pada tahun 1997-1998. Dan yang masih bertahan di masa inflasi dan krisis ekonomi adalah UMKM.

Salah satunya karena UMKM tidak bergantung pada modal besar atau pinjaman dalam mata uang asing, sehingga krisis ekonomi tidak banyak mempengaruhi keberlangsungan UMKM. Pasca krisis ekonomi, keberadaan UMKM di dalam Karawang, 28 Februari 2023

perekonomian semakin menjadi perhatian pemerintah dengan diterbitkannya UU Nomor 20 Tahun 2008 mengenai Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Dengan terbitnya Undang-Undang ini, dukungan terhadap perkembangan UMKM semakin besar. Walau tidak melibatkan modal besar, UMKM adalah bagian penting dari roda perekonomian negara. Sifatnya yang fleksibel dan tidak menuntut modal besar membuatnya cocok sebagai alternatif usaha, terutama di tengah situasi sulit seperti pada masa pandemi sekarang ini. (Primadhita, Y & Budi Ningsih, S. 2020)

Berdasarkan hasil observasi dan analisis di lapangan ternyata yang masih berjalan umkm secara kontinyu adalah umkm kerupuk mangrove dan budi daya ikan lele . untuk umkm kerupuk mangrove tidak hanya menjadi olahan kerupuk tetapi bisa menjadi olahan dodol dan sirup mangrove yang di buat oleh kelompok Ibu PKK Desa Pusakajaya Utara, sedangkan untuk umkm budidaya ikan lele pemasarannya hanya mengandalkan dari teman dan wilayah sekitar kecamatan cilebar.

Pemasaran yang terjadi di UMKM Kerupuk Mangrove,Dodol Mangrove dan Sirup Mangrove masih dilakukan secara mandiri sehingga jangkauan pemasaran masih sedikit. Masalah yang sudah pasti menghambat kemajuan bisni kepada para umkm yang ada di desa pusaka jaya Kerupuk Mangrove adalah kurangnya pengetahuan manajemen bisnis tentang bagaimana cara mengembangkan usaha dan legalitas produk. Alhasil, hanya fokus dalam proses produksi tanpa berusaha meningkatkan level bisnis. Permasalahan juga dialami oleh kerupuk Mangrove masih dilakukan secara mandiri sehingga jangkauan pemasaran masih sedikit.

Pendampingan ini bermaksud untuk mengembangkan pengetahuan para UMKM Desa Pusakajaya Utara khususnya produk Kerupuk Mangrove dan Budidaya Ikan Lele dapat melakukan pemasaran berbasis digital sebagai langkah inovasi untuk mewujudkan masyarakat yang mandiri.

Adapun waktu pelaksanaan Pendampingan Pelatihan Digital Google Bisnisku dimulai pada hari Minggu tanggal 24 juli sampai 2022 dengan tempat di Desa Pusakajaya Utara Kecamatan Cilebar Kabupaten Karawang yang menjadi target/sasaran adalah pelaku UMKM atau PKK Desa Pusakajaya Utara Cilebar. .

Pendampingan Pelatihan Digital yang dilaksanakan di desa pusakajaya utara Cara dengan metode wawancara (*interview*), pengamatan (*observasi*) dan dokumentasi (*documentation*) secara langsung pada para pelaku UMKM atau PKK Desa dari masyarakat sekitar di Desa Pusakajaya Utara. Pendampingan pelatihan ini adalah Karawang, 28 Februari 2023

pelatihan digitalisasi google bisnisku yang sekarang banyak di gunakan oleh para umkm karena vitur dan cara mengunanya sangat mudah.

Menurut (Patria.R, 2021), ada beberapa manfaat yang akan diperoleh dari Google Bisnisku, yaitu 1) membantu menampilkan informasi yang akurat tentang usaha atau bisnis kita, bisnis kita akan dipromosikan di Google Maps, 2) kesempatan mendapat review (rating) dari pelanggan tentang bisnis kita, 3) menarik pelanggan baru sehingga meningkatkan pengunjung toko.

Selanjutnya menurut (Orenzi, B, 2018) manfaat yang akan diperoleh dari Google Bisnisku, 1) selain itu pembukaan akun Google Bisnisku tidak dipungut biaya. 2) pendaftaran akun Google Bisnisku dengan mudah dilakukan, cukup menggunakan satu akun gmail saja, 3) di Google Bisnisku, pelanggan bisa mengajukan pertanyaan di fitur Ask & Question dan penjual bisa menjawab setiap pertanyaan yang diajukan di sana. Jadi, pelanggan lainnya (pelanggan 5 baru) bisa mengetahui berbagai hal soal produk dan jasa yang ditawarkan, tanpa perlu bertanya, cukup membaca ulasan-ulasan yang tersedia di Google Bisnisku, 4) dapat melakukan analisis konsumen.

Google Bisnisku menyediakan fitur 'Insight' yang berfungsi untuk melihat performa bisnis kamu dibandingkan bisnis lain. Selain itu, kamu juga bisa melihat jumlah pelanggan yang menemukan bisnis kamu, dari mana mereka berasal dan bagaimana konsumen menemukan bisnis kamu. 5) Google Bisnisku sudah di support dengan mobile friendly. Sehingga, akan sangat memudahkan calon client untuk menemukan bisnis kita kapanpun dan dimanapun menggunakan smartphone atau tablet yang mereka gunakan.

Google Bisnisku adalah sebuah media yang telah disediakan oleh google untuk mendaftarkan sebuah produk,nama tempat,nama usaha dan sejenisnya agar dapat lebih mudah di temukan oleh orang-orang yang mencari informasi melalui Google dengan kata kunci tertentu. Dengan menggunakan aplikasi Google Bisnisku diharapkan bisa meningkatkan jangkaun pasar dan meningkatkan penjualan.

Setelah mendapatkan pendampingan pelatihan digital para umkm melakukan strategi ;

1. UMKM Kerupuk Mangrove

Strategi yang dilakukan untuk pengembangan UMKM Kerupuk Mangrove yaitu dengan cara berinovasi seperti menambahkan varian rasa dari yang hanya rasa original kami memberikan varian rasa yang lebih beragam seperti rasa jagung

manis, balado dan pedas.



Gambar 1. Inovasi Rasa pada Kerupuk Mangrove

Dalam segi *packaging* kami menggunakan *packaging* yang lebih kekinian dan mengganti logo yang sudah ada dengan logo yang lebih menarik perhatian konsumen. Dapat dilihat pada gambar berikut yang merupakan inovasi kemasan produk dan logo kerupuk mangrove:

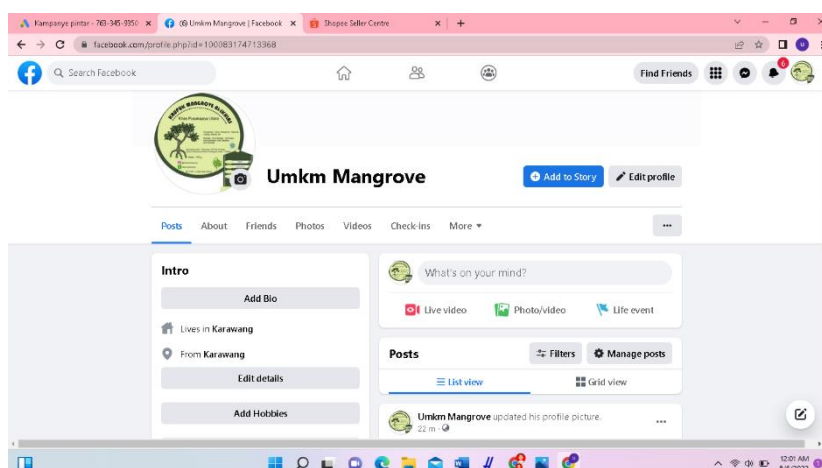


Gambar 2. Inovasi Kemasan Kekinian



Gambar 3 Logo Kemasan Krupuk Mngrove

Dalam pemasarannya kami membantu memperluas pangsa pasar dari UMKM kerupuk mangrove melalui strategi media sosial. Mempromosikan lewat Facebook serta mempromosikan lewat *marketplace*. Strategi media sosial ini merupakan strategi yang sering dipakai oleh pelaku UMKM untuk mengenalkan produknya ke masyarakat luas, karena strategi ini biayanya sangat terjangkau sehingga tidak begitu menyulitkan para pelaku UMKM. Tidak hanya melalui Facebook saja kami juga mendaftarkan UMKM Kerupuk Mangrove ke dalam website Bisnisku Google, sehingga 1242etika konsumen mencari melalui *search engine* google maka aka nada di peringkat atas dan dapat ditemukan di google maps.



Gambar 4 Facebook UMKM Mangrove



Gambar 5 Goggle Bisnisku UMKM Krupuk Mangrove

2. UMKM Budidaya Ikan Lele

Strategi yang dilakukan untuk pengembangan UMKM Budidaya Ikan Lele yaitu dalam segi pemasaran kami membantu memperluas pangsa pasar dengan menggunakan sosial media seperti memasarkan lewat aplikasi Facebook dengan membuat akun Facebook bisnis untuk UMKM Budidaya Ikan Lele, selain itu kami juga mendaftarkan UMKM ini ke dalam Bisnisku google sehingga dapat memudahkan konsumen dalam menemukan UMKM ini ketika konsumen mencarinya di *search engine* google.

Tidak hanya membantu dalam segi pemasarannya saja kami juga membina kepada Karang Taruna selaku pengelola UMKM Budidaya Ikan Lele tentang bagaimana menggunakan dan mengaplikasikan kegunaan dari *smartphone* yang mereka pegang sebagai alat bantu untuk memasarkan produk. Dapat dilihat pada gambar berikut yang merupakan akun sosial media UMKM Budidaya Ikan Lele:

Dalam segi inovasi kelompok kami mengembangkan produk dari UMKM Budidaya Ikan Lele dengan cara membuat brosur atau *flyer* yang lebih menarik agar dapat digunakan dalam pemasarannya baik menggunakan sosial media ataupun dengan cara konvensional atau tradisional.

Tidak hanya itu kami juga membuatkan logo dan memberikan nama yang lebih menarik untuk UMKM Budidaya Ikan Lele, sehingga tidak monoton dan dapat bersaing

Karawang, 28 Februari 2023

dengan 1244etika1244tor lainnya. Dapat dilihat gambar berikut yang merupakan logo dan brosur UMKM Budidaya Ikan Lele:



Gambar 6 Brosur



Gambar 7. Logo



Gambar 8. Logo Budidaya Leli



Gambar 9. Pendampingan Digitalisasi UMKM



Gambar 10 . Pendampingan Diitalisasi UMKM



. Google Bisnisku Budidaya Ikan Lele

Kesimpulan

UMKM adalah usaha menengah yang sangat penting bagi kelangsungan Karawang, 28 Februari 2023

perekonomian di Indonesia karena umkm mampu bertahan walaupun perekonomian sedang kurang baik. Khususnya UMKM yang ada di desa Pusakajaya Utara yaitu Kerupuk Mangrove, Dodol Mangrove, dan Sirup Mangrove mampu untuk berkembang lebih baik lagi, dengan sumber daya manusia yang memadai dan penggunaan bahan yang baik maka UMKM Kerupuk Mangrove, Dodol Mangrove, dan Sirup Mangrove dan budi daya Ikan Lele dapat menghasilkan produk yang berkualitas. Selain produk yang berkualitas, pengembangan UMKM juga harus didukung dengan metode pemasaran yang baik. Melalui Google bisnisku di harapkan umkm yang berada di Desa Pusakajaya Utara Kecamatan Cilebar dapat berkembang lebih baik lagi .

Hasil dari kegiatan pendampingan ini yaitu pembuatan akun Google Bisnisku yang dapat digunakan UMKM dalam memasarkan produknya melalui mesin pencarian Google serta memberikan pelatihan kepada pemilik usaha agar memiliki kemampuan mengoperasikan Google Bisnisku. Kegiatan ini berhasil menjangkau calon konsumen lebih luas serta meningkatkan wawasan pemasaran UMKM Kerupuk Mangrove PKK Desa Pusakajaya Utara melalui Google Bisnisku.

Rekomendasi

Dari data dan fakta yang telah kami temukan adanya kendala, kami memberikan rekomendasi solusi mengenai temuan-temuan untuk mengatasi kendala dari UMKM Kerupuk Mangrove, Dodol Mangrove, dan Sirup Mangrove sebagai berikut:

1. Kerupuk Mangrove, Dodol Mngrove, Sirup Mangrove

- Mengikuti perkembangan zaman di era digitalisasi, seperti melakukan penjualan *online* melalui *platform* Instagram, Facebook, Whatsapp dll.
- Menggunakan mesin pengaduk saat proses produksi Kerupuk Mangrove dan pembaharuan label produk.
- Melengkapi perizinan usaha dan perizinan pembuatan produk.
- Modal usaha dapat dana dari bungdes.
- Memaksimalkan penggunaan media social *platform* Instagram, Facebook Whatsapp, dan Google Bisnisku dalam media promosi dan penjualan.
- Mendesain kembali kemasan dan label produk yang lebih menarik.
- Melengkapi perizinan usaha dan perizinan pembuatan produk.

2, Budi Daya Ikan Lele

- Pakan susah di dapat

Karawang, 28 Februari 2023

- Harga tidak Fleksibel
- Pembinaan Kurang dari desa maupun pemerintah setempat
- Para pemuda tidak tergerak untuk berwirausaha
- Pemasaran masih konvensional
- Lahan yang digunakan untuk budidaya ikan
- Surat izin usaha belum ada
- Masing masing kelompok saling mengandalkan satu sama lain

DAFTAR PUSTAKA

- Fauzi, S., & Lina, L. F. (2021). Peran Foto Produk, Online Customer Review Dan Online Customer Rating Pada Minat Beli Konsumen Di E-Commerce. *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis*, 2(1), 21.
<https://doi.org/10.24853/jmmb.2.1.151-156>
- Pendidikan.co.id. (2021). *UMKM: Pengertian, Ciri, Kriteria, Jenis, Contoh Lengkap*.
[Www.pendidikan.co.id](http://www.pendidikan.co.id)
<https://pendidikan.co.id/pengertian-umkm/>
(Diakses pada tanggal 30 Juli 2022)
- Prodeskel. (2022). *Desa Cikalongsari: Profil Desa Cikalongsari*.
[Www.prodeskel.binapemdes.kemendagri.go.id](http://www.prodeskel.binapemdes.kemendagri.go.id)
<http://prodeskel.binapemdes.kemendagri.go.id/>
- Tim Penyusun. (2022). *Buku Panduan Kuliah Kerja Nyata*. Karawang:
Universitas Buana Perjuangan.
- Yuliani, N., & Novita, D. (2022). Pemanfaatan Google Bisnisku Sebagai Upaya Meningkatkan Rangkings Bisnis Lokal (Studi Kasus: UMKM Gresik, Jawa Timur). *IKRA-ITH ABDIMAS*, 5(1), 138-145.