

**PENGEMBANGAN DAN INOVASI PRODUK UMKM
KERIPIK PANGSIT DUA PUTRA
DI DESA KIARA KECAMATAN CILAMAYA KULON**

¹ Guky Guztaman Munzi, ² Banny Abdillah, ³ Dewi Agustin, ⁴ Eliah Herawati, ⁵ Reza Rafsanjani, ⁶ Nelia Wulan Safitri, ⁷ Teguh Santoso, ⁸ Tarisa Putri Bustami, ⁹ Balqis Tsania Bararah, ¹⁰ Bellin Halima Agtira, ¹¹ Tania Puspa Rahayu Sanjaya, ¹² Imam Nurhuda Thoyib, ¹³ Ahmad Junaedi, ¹⁴ Firman Ahmad Riyanto, ¹⁵ Firmansyah, ¹⁶ Ismutiah Suryadi

^{1, 10, 11} Teknik Informatika, ^{2, 16} Ilmu Hukum, ^{3, 6, 8, 14} Manajemen, ⁴ Farmasi, ⁵ Akuntansi, ^{7, 15} Teknik Industri, ⁹ Psikologi, ¹² Sistem Informasi, ¹³ Teknik Mesin.

Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer, UBP Karawang

Jl. HS.Ronggo Waluyo, RT.014/RW.009, Puseurjaya, Telukjambe Timur, Kabupaten Karawang, Jawa Barat 41361

- ¹ guky.guztaman@ubpkarawang.ac.id
² hk19.bannyabdillah@mhs.ubpkarawang.ac.id
³ mn19.dewiagustin@mhs.ubpkarawang.ac.id
⁴ fm19.eliahherawati@mhs.ubpkarawang.ac.id
⁵ ak19.rezarafsanjani@mhs.ubpkarawang.ac.id
⁶ mn19.neliasafitri@mhs.ubpkarawang.ac.id
⁷ ti19.teguhsantoso@mhs.ubpkarawang.ac.id
⁸ mn19.tarisabustami@mhs.ubpkarawang.ac.id
⁹ ps19.balqisbararah@mhs.ubpkarawang.ac.id
¹⁰ if19.bellinagtira@mhs.ubpkarawang.ac.id
¹¹ if19.taniasanjaya@mhs.ubpkarawang.ac.id
¹² si19.imamthoyib@mhs.ubpkarawang.ac.id
¹³ tm19.ahmadjunaedi@mhs.ubpkarawang.ac.id
¹⁴ mn19.firmanriyanto@mhs.ubpkarawang.ac.id
¹⁵ ti17.firmansyah@mhs.ubpkarawang.ac.id
¹⁶ hk19.ismutiahsuryadi@mhs.ubpkarawang.ac.id

Abstrak

Desa Kiara merupakan salah satu Desa di Kecamatan Cilamaya Kulon, Kabupaten Karawang yang memiliki banyak pelaku UMKM seperti peternak telur bebek, pengrajin mebel, penjual keripik pangsit dan lain-lain. Dalam pengabdian ini difokuskan pengembangan digitalisasi pada UMKM yang menjual keripik pangsit. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan pemilik UMKM tersebut dijelaskan bahwa produknya masih dijual secara konvensional sehingga hanya mencakup pasar di sekitar saja. Untuk itu perlu dibuatkan pengembangan produk seperti pengemasan, branding, hingga inovasi produk agar produk tersebut dapat berkembang hingga mencakup pangsa pasar yang lebih luas. Selain itu juga diharapkan mampu meningkatkan ekonomi masyarakat dan mendorong pelaku UMKM lainnya agar terus berinovasi dalam membuat produk-produk yang berkualitas dan dapat bersaing di pasar global.

Kata kunci: *Kripik Pangsit, Kiara, UMKM*

Abstract

Kiara Village is one of the villages in Cilamaya Kulon District, Karawang Regency which has many MSME actors such as duck egg breeders, furniture craftsmen, Kripik Pangsit's sellers) and others. In this service, the focus is on the development of digitalization on MSMEs that sell Kripik Pangsit. Based on the results of interviews conducted with the MSME owners, it was explained that their products are still sold conventionally so that they only cover nearby markets. For this reason, it is necessary to develop product development such as packaging, branding, to product innovation so that these products can develop to cover a wider market share. In addition, it is also expected to be able to improve the community's economy and encourage other MSME actors to continue to innovate in making quality products that can compete in the global market.

Keywords—*3-6 Kripik Pangsit, MSME, Kiara*

PENDAHULUAN

Desa Kiara merupakan Desa yang terletak di kecamatan Cilamaya Kulon Kabupaten Karawang. Desa Kiara terdiri dari dua dusun yaitu Jarong Kulon dan Jarong Wetan dengan jumlah 14 RT. Mata pencaharian masyarakat umumnya berprofesi sebagai petani, pengrajin, guru, maupun wiraswasta. Adapun industri rumahan yang cukup berkembang saat ini adalah pengrajin mebel, peternak telur asin, hingga usaha kripik pangsit. Dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini difokuskan ke usaha kripik pangsit yang mana dari hasil pengamatan memiliki potensi yang cukup besar untuk dikembangkan. Salah satu program pengabdian ini adalah mengembangkan kripik pangsit tersebut menjadi produk yang memiliki *value* lebih yaitu dengan cara melakukan *branding* atau memberi merk label produk menjadi Kripik Pangsit Dua Putra. Selain itu, diberikan penambahan varian rasa seperti keju, balado, bahkan cokelat. Dari sisi pengemasan dibuat lebih menarik sehingga dapat dipromosikan ke media penjualan *online* seperti Shopee dan Tokopedia maupun di jejaring sosial media.

ANALISIS SITUASI

Program pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan selama 1 bulan dengan melakukan pengamatan berdasarkan demografi Desa Kiara, Kecamatan Cilamaya Kulon, Kabupaten Karawang. Dari hasil pengamatan tersebut ditemukan permasalahan pada proses bisnis yang ada pada UMKM yaitu mengenai pemasaran produk yang masih dilakukan secara konvensional dengan cara menjual produk ke wilayah sekitar saja. Adapun focus pembinaan UMKM ini adalah pada usaha rumahan kripik pangsit.

Karawang, 28 Februari 2023

METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini dalam memperoleh kebutuhan masyarakat adalah dengan melakukan wawancara langsung dengan pelaku usaha UMKM keripik pangsit. Lalu mengundang masyarakat yang mempunyai usaha ke aula desa untuk mengikuti sosialisasi pengembangan UMKM dengan pemasaran digital. Dokumentasi pada kegiatan wawancara dan sosialisasi dapat dilihat pada **Gambar 1** dan **Gambar 2**.



Gambar 1. Foto Kegiatan Wawancara dengan UMKM Keripik Pangsit



Gambar 2. Foto Kegiatan Sosialisasi

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Pelaksanaan Kegiatan

Hasil pelaksanaan kegiatan dilakukan dengan beberapa tahapan sebagai berikut:

a. Memberi Label Produk

Desain logo produk merupakan identitas penting agar produk dapat dengan mudah dikenali oleh konsumen. Penambahan logo produk ini diharapkan mampu memberikan

identitas dan informasi yang jelas bagi konsumen yang berminat membeli keripik pangsit tersebut. Logo produk dapat dilihat pada **Gambar 3**.



Gambar 3. Logo Keripik Pangsit “Dua Putra”

b. Membuat Kemasan Produk

Pengembangan berikutnya adalah dengan mengubah kemasan produk agar lebih menarik dan mudah untuk dipasarkan. Sehingga diharapkan mampu menarik minat konsumen. Untuk foto contoh kemasan produk dapat dilihat pada **Gambar 4**.



Gambar 4. Foto Contoh Kemasan Baru Keripik Pangsit Dua Putra

c. Melakukan Inovasi Produk

Inovasi produk ini dilakukan dengan cara melakukan penambahan varian rasa baru, varian ukuran. Varian rasa diharapkan mampu menambah minat pembeli dengan mencoba berbagai pilihan rasa seperti jagung bakar, barbeque, keju manis, dan cokelat milo. Contoh inovasi produk dapat dilihat pada **Gambar 5**.



Gambar 5. Contoh Inovasi Penambahan Varian Rasa Baru

d. Membuat Akun Shopee

Langkah terakhir adalah melakukan penjualan secara online dengan *platform e-commerce* Shopee untuk mencakup jangkauan pasar yang lebih luas. Yaitu dengan membuat akun dan membuat etalase produk dan juga promosi pada platform tersebut. Gambar foto produk di Shopee dapat dilihat pada **Gambar 6**.



Gambar 6. Contoh Produk Keripik Pangsit yang dijual di Shopee

2. Pembahasan

Secara keseluruhan pelaksanaan kegiatan pengabdian ini berjalan secara lancar. Hal ini dikarenakan komunikasi dan koordinasi yang baik antara perangkat desa, tokoh masyarakat dan pelaku UMKM.

KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

Dengan adanya kegiatan KKN ini diharapkan mampu memberikan dampak positif bagi masyarakat sekitar khususnya pelaku UMKM di Desa Kiara. Sehingga mampu meningkatkan perekonomian warga sekitar dan juga mengenalkan produk ke pasar yang lebih luas.

2. Saran

Berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan selama program KKN berlangsung, dibutuhkan banyak pelatihan dan sosialisasi bagi masyarakat agar masyarakat mampu berinovasi dan berkarya baik dari pemerintah desa setempat maupun kecamatan.

DAFTAR PUSTAKA

Irrubai, L, M. 2015. Strategi Labeling, Packaging Dan Marketing Produk Hasil Industri Rumah Tangga. Mataram, Jurnal UIN Mataram

Kotler, Philip, 2000. Manajemen Pemasaran Jilid 2. Jakarta: Prenhallindo

Danger, E.P. 1992. Memilih Warna Kemasan. Jakarta: PT. Pustaka Bina Pressindo.

Taiminen, H. M., & Karjaluoto, H. 2015. The usage of digital marketing channels in MSMEs. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 22(4), 633-651.

Pemerintah Republik Indonesia. 1999. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan. Jakarta.