

# **PENDAMPINGAN PENGEMBANGAN UMKM SERBUK JAHE DAN KERUPUK PARU DESA CIKALONGSARI BERBASIS DIGITAL SEBAGAI INOVASI MEWUJUDKAN MASYARAKAT MANDIRI**

**Sari Marliani**

**Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas  
Buana Perjuangan Karawang**

[sari.marliani@ubpkarawang.ac.id](mailto:sari.marliani@ubpkarawang.ac.id)

## **Abstrak**

*Kuliah Kerja Nyata (KKN) merupakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di daerah tertentu sebagai implementasi dari penerapan Tri Dharma Perguruan Tinggi, dalam hal ini khususnya Universitas Buana Perjuangan Karawang. Berdasarkan hasil analisis dan temuan dilapangan tentang UMKM yang ada dan masih aktif di Desa Cikalongsari ini adalah serbuk jahe dan krupuk paru buatan PKK Desa Cikalongsari. Pemasaran yang terjadi di UMKM Serbuk Jahe dan krupuk paru masih dilakukan secara mandiri sehingga jangkauan pemasaran masih sedikit. Sehingga dipilih pendampingan pengembangan UMKM untuk menjadi bentuk pengabdian masyarakat. Hasil yang diperoleh adalah kedua UMKM tersebut dapat menjadi produk unggulan Desa yang di kelola PKK Desa. Kekurangan pada keduanya sistem pemasaran yang masih tradisional. Inovasi dan terobosan baru harus ada agar produk yang ditawarkan bisa lebih baik lagi dari waktu ke waktu.*

**Kata Kunci :** *Pengabdian, Masyarakat, Pendidikan, Digitalisasi*

## *Abstract*

*Real Work Lectures (KKN) are community service activities in certain areas as an implementation of the implementation of the Tri Dharma of Higher Education, in*

*this case in particular the University of Buana Perjuangan Karawang. Based on the results of the analysis and findings in the field, the existing and still active MSMEs in Cikalongsari Village are ginger powder and lung crackers made by PKK in Cikalongsari Village. Marketing that occurs in the Ginger Powder and Krupuk Pulung SMEs is still done independently so that the marketing reach is still small. So that MSME development assistance was chosen to be a form of community service. The results obtained are that the two MSMEs can become superior products of the Village managed by the Village PKK. Weaknesses in both marketing systems are still traditional. New innovations and breakthroughs must exist so that the products offered can be even better from time to time.*

**Key Words** : *Service, Community, Education, Digitization*

## **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 Cikalongsari Kecamatan Jatisari, 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 merupakan satu aspek yang menjadi sorotan tajam dalam menegakkan kesejahteraan hidup secara materiil, sehingga aspek ekonomi ini Karawang, 28 Februari 2023

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.

Digitalisasi mendorong masyarakat untuk terus bisa berinovasi dan berpikir kreatif untuk terus beradaptasi dengan mengikuti perkembangan zaman. Lambat laun pelaku usaha UMKM mulai bertransformasi untuk terus bisa berkembang mengikuti permintaan pasar. Umumnya pelaku UMKM masih belum terfokuskan untuk mengembangkan pemasaran digital dan masih terpaku dengan sistem pemasaran konvensional. Kurangnya pemahaman tentang digitalisasi membuat masyarakat enggan untuk menggunakannya dan memilih pemasaran konvensional yang mereka nilai lebih mudah.

Desa Cikalongsari memiliki potensi di bidang pengolahan makan dan aneka industri rumah tangga yang di kelola oleh UMKM, hal ini ini di buktikan dengan adanya beberapa produk UMKM yang sudah ada selama ini diantaranya Kerupuk Paru, Agar Kering, Keripik Pangsit, Bakpia Kacang ijo, Boba Drink, Wajit Jahe dan Serbuk Jahe. 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.

Potensi yang masih kurang di masyarakat adalah kurangnya pengetahuan masyarakat tentang digitalisasi di sektor penjualan produk. Pemanfaatan digitalisasi diharapkan mampu mendorong pemasaran UMKM Desa Cikalongsari untuk menjangkau pasar yang lebih jauh lagi dan mempermudah penyebaran informasi tentang produk yang mereka jual ke calon konsumen mereka.

Berdasarkan uraian diatas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa UMKM yang ada di Desa Cikalongsari saat ini masih belum melek digital dan terkendala pada sistem pemasaran tradisional. Untuk itu adanya pengabdian ini bertujuan mendampingi UMKM Desa Cikalongsari agar bisa bertransformasi dari pemasaran tradisional ke pemasaran digital dengan menggunakan internet sebagai perantaranya. Sistem pemasaran digital dapat membantu UMKM Desa Cikalongsari menjangkau pasar yang lebih luas dan akhirnya dapat terus

berinovasi mengikuti permintaan pasar sehingga nantinya akan timbul masyarakat yang mandiri.

## **ANALISIS SITUASI**

Berdasarkan hasil observasi dan temuan dilapangan, UMKM yang ada dan masih aktif di Desa Cikalongsari ini adalah Serbuk Jahe dan Krupuk Paru buatan PKK Desa Cikalongsari. Serbuk Jahe dan Krupuk paru dan diantara kedua mengalami persoalan dan masalahnya masing-masing :

### **1. Serbuk Jahe**

Pembuatan Serbuk jahe masih menggunakan cara tradisional yaitu diaduk selama 5 jam menggunakan tenaga manusia dan kurangnya pemasaran secara Digital atau e-commerce. Pemasaran yang terjadi di UMKM Serbuk Jahe masih dilakukan secara mandiri sehingga jangkauan pemasaran masih sedikit.

Masalah yang sudah pasti menghambat kemajuan bisnis Serbuk Jahe adalah kurangnya pengetahuan manajemen bisnis tentang bagaimana cara mengembangkan usaha dan legalitas produk. Alhasil, hanya fokus dalam proses produksi tanpa berusaha meningkatkan level bisnis.

### **2. Krupuk Paru**

Kemasan dari Kerupuk Paru Permasalahn yang di alami oleh Kerupuk Paru hampir sama dengan UMKM Serbuk Jahe. Pemasaran yang terjadi di UMKM Kerupuk Paru masih dilakukan secara mandiri sehingga jangkauan pemasaran masih sedikit. Masalah yang sudah pasti menghambat kemajuan bisnis Serbuk Jahe adalah kurangnya pengetahuan manajemen bisnis tentang bagaimana cara mengembangkan usaha secara digital dan Legalitas produk belum ada.

### **3. Permasalahan Umum**

Modal usaha untuk produksi produk UMKM masih menggunakan iuran di antara anggota UMKM tersebut di atas sehingga untuk modal produksi terbatas.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada dasarnya UMKM yang ada di desa Cikalongsari yaitu Serbuk Jahe dan Kerupuk Paru mampu untuk berkembang lebih baik lagi, dengan sumber daya manusia yang memadai dan penggunaan bahan yang baik maka UMKM Serbuk Jahe dan Kerupuk Paru dapat menghasilkan produk yang berkualitas. Selain produk yang berkualitas, pengembangan UMKM juga harus didukung dengan metode pemasaran yang baik.

Sistem pemasaran digital membuka peluang untuk pelaku UMKM bisa mencoba cara baru untuk memasarkan produknya di era digitalisasi hari ini. Dengan bantuan internet sebagai perantaranya kegiatan jual beli dapat dilakukan kapan pun dan dimanapun. UMKM Desa Cikalongsari hari ini kesulitan untuk beradaptasi dengan perkembangan zaman yang cenderung maju dari waktu ke waktu, kesulitan ini timbul karena UMKM Desa Cikalongsari masih belum melek digital dan perlu adanya pendampingan serta pengenalan tentang digitalisasi secara menyeluruh.

Pendampingan ini bermaksud untuk mengembangkan UMKM Desa Cikalongsari khususnya produk Serbuk Jahe dan Krupuk Paru untuk bisa melakukan pemasaran berbasis digital sebagai langkah inovasi untuk mewujudkan masyarakat yang mandiri.



**Gambar 1. Pendampingan UMKM**



**Gambar 2. Pendampingan UMKM**



**Gambar 3. Pendampingan UMKM**



**Gambar 4. Pendampingan UMKM**

Pada Tanggal 30 Juli 2022 terlaksana pendampingan UMKM Desa Cikalongsari yang mengangkat tema “Manfaat dan kandungan Serbuk Jahe, Serta Cara Pemasaran Melalui Aplikasi Sakurir.id“. Pendampingan ini sebagai bentuk dari pengabdian kepada masyarakat Desa Cikalongsari dengan harapan pengabdian ini dapat memberikan output yang bermanfaat dan dapat di terapkan serta di jalankan dalam kehidupan berniaga. Mengenal lebih jauh manfaat dari produk yang kita jual menjadi salah satu keharusan dari kita penjual untuk menyakinkan calon pembeli kita dengan produk yang kita tawarkan.

Pendampingan ini juga mengenalkan masyarakat Desa Cikalongsari kepada aplikasi ekspedisi. Aplikasi ekspedisi dimaksudkan untuk mempermudah pemasaran dan pengiriman produk ke konsumen juga sebagai pemanfaatan digitalisasi pemasaran. Dikarnakan Desa Cikalongsari tidak terjangkau oleh aplikasi Gojek dan Grab yang sudah umum digunakan oleh masyarakat luas. Maka menggunakan aplikasi lokal yang serupa dengan Gojek dan Grab yang bisa menjangkau Desa Cikalongsari yaitu aplikasi Sakurir.id



**Gambar 2. Logo Sakurir.id**

Sakurir adalah aplikasi penyedia layanan transportasi online, ekspedisi, kurir food, PPOB, toko online dan jasa yang telah hadir di Indonesia dan berkembang ael start up di Cilamaya Wetan Karawang Jawabarat. Dengan

menggunakan aplikasi sakurir.id diharapkan bisa meningkatkan jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

Hasil yang diperoleh berdasarkan kegiatan KKN yang telah dilaksanakan di Desa Cikalongsari dapat ditarik kesimpulan bahwa produk Serbuk Jahe dan Krupuk Paru dapat menjadi produk unggulan dari Desa Cikalongsari. Kedua produk tersebut jika konsisten dan berkelanjutan dapat mengangkat perekonomian masyarakat desa sebab, kedua UMKM ini dikelola langsung oleh PKK Desa. PKK Desa selalu aktif mendorong penggiat UMKM untuk terus bisa aktif berproduksi dan selalu memberikan bantuan baik itu materi dan non materi.

Kekurangan yang ada pada kedua UMKM tersebut adalah kurangnya pemasaran secara digital, padahal dengan melakukan pemasaran secara digital kedua UMKM tersebut dapat menjangkau lebih banyak lagi pelanggan. Hal tersebut terjadi karena kurangnya kesadaran para pelaku UMKM terkait pentingnya pemasaran digital, tentunya para pelaku UMKM membutuhkan bimbingan dari pihak desa setempat agar para pelaku UMKM dapat mempelajari terkait pentingnya pemasaran digital.

Penerapan pengembangan potensi UMKM dapat dilakukan dengan melakukan pemasaran digital, sebagai contoh dengan menggunakan sosial media, mempelajari cara menaikkan interaksi dengan pengguna di sosial media, selain itu juga dapat dilakukan pembuatan situs untuk memaparkan informasi lebih banyak. Untuk pengabdian selanjutnya pada UMKM Serbuk Jahe memberikan usul membuat akun sosial media kusus bisnis dan toko di ecommerce. Sedangkan untuk UMKM Kerupuk Paru, memberikan usul Up Date desain produk yang menarik agar menarik konsumen dan pemasarannya di perluas ke market place yang lainnya.

Dari data dan fakta yang telah ditemukan adanya kendala, selanjutnya memberikan saran terkait temuan-temuan untuk mengatasi kendala dari UMKM Serbuk Jahe dan Kerupuk Paru sebagai berikut:

### **1. Serbuk Jahe**

- Mengikuti perkembangan zaman di era digitalisasi, seperti melakukan penjualan online melalui platform Instagram maupun e-commerce sakurir.id
- Menggunakan mesin pengaduk saat proses produksi Serbuk jahe dan pembaharuan label produk.
- Melengkapi perizinan usaha dan perizinan pembuatan produk.
- Modal usaha dapat dana dari bungdes.

## 2. Kerupuk Paru

- Memaksimalkan penggunaan media social platform Instagram, Facebook dan Sakurir.in dalam media promosi dan penjualan.
- Mendesain kembali kemasan dan label produk yang lebih menarik.
- Melengkapi perizinan usaha dan perizinan pembuatan produk.
- Modal usaha dapat dana dari bungdes.

## DAFTAR PUSTAKA

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/>

(Diakses pada tanggal 18 Agustus 2022)

Tim Penyusun. (2022). *Buku Panduan Kuliah Kerja Nyata*. Karawang:  
Universitas Buana Perjuangan.

Reni Agustina Harahap, S.St., M.Kes. 2021. *Buku Saku Digitalisasi UMKM*.  
Universitas Islam Negeri Sumatra Utara. Sumatra Utara.

Bambang Arianto. 2020. *Pengembangan UMKM Digital Di Masa Pandemi Covid-19*. *Journal Administrasi Bisnis*. vol 6.