

STRATEGI INOVASI DAN PENGEMBANGAN PRODUK BERBASIS DIGITAL PADA UMKM DI DESA JATIMULYA KABUPATEN KARAWANG

Lia Amaliya, Muhamad Ihza Maulana, Elsa Tiarawati, Sofyan Darmawan, Daffa Nazmi Alwan, Ai Teti, Tanti Wijayanti, Muhammad Aji Finaldy, Jannus Manurung, Andariningtyas Putri F, Fikiana, Winda Yulyani, Izzatul Maula, Novan Andi Pratama, Novia Denada, Asep Mulyana, Ferdiansyah Hidayat, Rizal Fachrudin K

Universitas Buana Perjuangan Karawang
liaamalia@ubpkarawang.ac.id

Abstrak

Pemanfaatan teknologi informasi menjadi tantangan tersendiri bagi UMKM di masa pandemi dan era adaptasi baru. Karena UMKM harus melakukan substitusi pemasaran tradisional ke bentuk digital. Tantangan yang dihadapi adalah kemampuan pelaku UMKM dalam menguasai teknologi dan juga ketersediaan infrastruktur teknologi yang sudah tidak dapat ditawar. Di Desa Jatimulya banyak berkembang industri dengan jenis olahan dan skala usaha yang beragam, satunya usaha UMKM nya adalah “GORING (Goreng Kering)” dan “Kripik Pisang” yang memiliki lebel “Zidan Snack”. UMKM di Desa Jatimulya Kabupaten Karawang belum bisa memanfaatkan perangkat digital sebagai Strategi inovasi dalam pengembangan produknya. Pendampingan yang telah dilakukan di Desa Jatimulya adalah Membantu pembuatan kemasan produk dengan menarik, Mengenalkan dan membantu membuat Media Sosial dan Mengenalkan dan membantu pembuatan flyer kepada Pelaku usaha UMKM di Desa Jatimulya Kecamatan Pedes Kabupaten Karawang.

Kata Kunci: Inovasi Digital, Pengembangan Produk, UMKM

PENDAHULUAN

Kegiatan usaha kecil dan menengah (UKM) di Indonesia diharapkan menjadi pilar dasar dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Kontribusi pelaku usaha kecil memiliki peran dalam membuka kesempatan kerja dan menambah

Karawang, 28 Februari 2023

pendapatan negara terutama pada sektor non migas. Peranan dalam ekonomi kreatif berbasis Usaha Kecil Menengah (UKM) yang semakin meningkat membutuhkan bentuk-bentuk inovasi, baik yang bersifat fisik maupun nonfisik.

Konsep tentang usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) merujuk pada aturan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, artinya secara legal formal, peran UMKM sudah dimuat dan diatur dalam bentuk perundang-undangan.

Pemanfaatan teknologi informasi menjadi tantangan tersendiri bagi UMKM di masa pandemi dan era adaptasi baru. Karena UMKM harus melakukan substitusi pemasaran tradisional ke bentuk digital. Tantangan yang dihadapi adalah kemampuan pelaku UMKM dalam menguasai teknologi dan juga ketersediaan infrastruktur teknologi yang sudah tidak dapat ditawar.

Pelaku bisnis mulai menggunakan teknologi informasi dan telekomunikasi untuk menjalankan maupun menunjang kegiatan bisnis mereka. Pergerakan dan perubahan cara berbisnis yang kian cepat ke arah digitalisasi ini memaksa pelaku bisnis untuk beradaptasi mengikuti perubahan tersebut. Bagi perusahaan besar, perubahan pola bisnis yang mengarah pada proses digitalisasi ini tidak terlalu mengalami kendala dikarenakan dengan karakteristik perusahaan besar yang memiliki sumber daya yang cukup baik. Namun, bagi UMKM proses digitalisasi ini akan membutuhkan banyak persiapan. Kemampuan penguasaan perangkat digital dan internet ini merupakan hal mutlak yang harus dikuasai oleh UMKM jika ingin bertahan dalam persaingan ¹

Kondisi ini menjadi salah satu alasan untuk membantu pelaku UMKM Desa Jatimulya Kabupaten Karawang dengan melakukan bantuan berupa pendampingan dalam strategi inovasi dan pengembangan produk berbasis digital pada UMKM Di Desa Jatimulya.

¹ Yusyida Munsa Idah, Muliasari Pinilih, *Strategi Pengembangan Digitalisasi UMKM*, Prosiding Seminar Nasional dan Call for Papers “Pengembangan Sumber Daya Perdesaan dan Kearifan Lokal Berkelanjutan IX”, Purwokerto, 19- 20 November 2019, hlm. 196
Karawang, 28 Februari 2023

METODE

Metode yang digunakan pada pengabdian ini adalah dengan bentuk metode Pendampingan yang bertemakan Pengenalan “Strategi Inovasi Dan Pengembangan Produk Berbasis Digital”, dengan judul pengabdian “Strategi Inovasi Dan Pengembangan Produk Berbasis Digital Pada UMKM Di Desa Jatimulya Kabupaten Karawang”. Pengabdian masyarakat ini dilaksanakan di Desa Jatimulya Kecamatan Pedes, Kabupaten Karawang yang terdiri dari beberapa UMKM diantaranya adalah: Gorin (Goring Kering) dan Keripik pisang Zidan, dengan melakukan kegiatan Pengenalan Media Digital serta pemanfaatan media digital sebagai sarana untuk memperluas pemasaran produk UMKM serta pembuatan label dan Fryer.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Desa Jatimulya adalah salah satu desa di Kecamatan Pedes, Kabupaten Karawang, Provinsi Jawa Barat, Indonesia. Di Desa ini terdapat 5 Dusun, yaitu Kamurang 1, Kamurang 2, Babakan Krajan, Babakan Kadaung, Cioter. Jumlah penduduk Desa Jatimulya berdasarkan data terakhir hasil sensus pendataan SDGs 2021 tercatat sebanyak 10.251 Jiwa. Dimana dari 10.251 Jiwa tersebut terdapat 5.153 Jiwa yang merupakan laki - laki dan 5.093 Jiwa yang merupakan perempuan.

Di Desa Jatimulya banyak berkembang industri dengan jenis olahan dan skala usaha yang beragam, sehingga Desa Jatimulya merupakan tempat tumbuhnya berbagai macam bentuk industri yang salah satunya usaha UMKM nya adalah “GORING (Goreng Kering)” dan “Kripik Pisang” yang memiliki lebel “Zidan Snack”.

Goring (goreng kering) merupakan UMKM yang berasal dari dusun Babakan Kadaung yang dipelopori oleh Bunda Farel, dengan bahan dasar tepung tapioka dan tepung terigu yang diolah menjadi bahan keripik dan digoreng hingga krispi, memiliki 4 varian rasa yaitu original, balado, jagung bakar, dan pedas. Dan Keripik pisang Zidan Snack merupakan UMKM yang berasal dari dusun Krajan desa Jatimulya yang merupakan produksi rumahan Ibu Mariam, selain keripik pisang UMKM ini juga

Karawang, 28 Februari 2023

memproduksi keripik sukun, keripik talas, keripik singkong, dan telur gabus hanya saja produksi keripik-keripik tersebut hanya dilakukan secara musiman karena bahan baku yang cukup sulit didapatkan.

Dalam melakukan kunjungan ke UMKM Gorin (Goreng Kering) dan Zidan Snack, ditemukan permasalahan bahwa UMKM tersebut dalam memasarkan produknya masih dilakukan secara konvensional dan belum beralih ke pemasaran digital. Dari segi desain produk masih terdapat kekurangan seperti tidak adanya komposisi, desain kemasan yang kurang menarik, dan label produk terbuat dari kertas dan dimasukkan ke dalam produk yang nantinya akan dimakan oleh konsumen.

Strategi inovasi digital berbasis online menjadi solusi dalam mengatasi permasalahan yang tengah dihadapi para UMKM di desa Jatimulya, manfaat penggunaan media digital atau media sosial dapat mempromosikan produk-produk UMKM, serta Pengembangan produk dari label, desain produk yang lebih menarik membantu meningkatkan penjualan serta memperluas pasar para mitra UMKM.

Pemasaran digital memungkinkan pelaku UMKM bergerak ke arah horizontal dan sosial dengan cara menciptakan pasar yang lebih inklusif. Pemasaran digital menghilangkan hambatan geografis dan demografis, memungkinkan orang untuk terhubung dan berkomunikasi, berinovasi maupun berkolaborasi kapan pun tanpa dibatasi waktu.²

Selama ini pemasaran UMKM Goring dan Zidan Snack, masih secara konvensional yaitu hanya menjual dengan menipkan produk tersebut ke warung-warung disekitar tempat produksi.

Proses pendampingan yang dilakukan sebagai upaya strategi inovasi dan pengembangan produk berbasis digital pada UMKM di desa jatimulya yaitu:

1. Membantu pembuatan kemasan produk dengan menarik. Dalam hal ini dilakukan terhadap UMKM Gorin (Goreng Kering), dan Zidan Snack dengan

² Hironimus Leong, Berta Berti Retnawati, Bernadeta Irmawati, *Inovasi Pemasaran Digital Bagi UMKM di Masa Adaptasi Kebiasaan Baru: Kajian Deskriptif UMKM Kerajinan Bahan Baku Alam Wilayah Magelang*, [6.pdf \(untan.ac.id\)](https://untan.ac.id)
Karawang, 28 Februari 2023

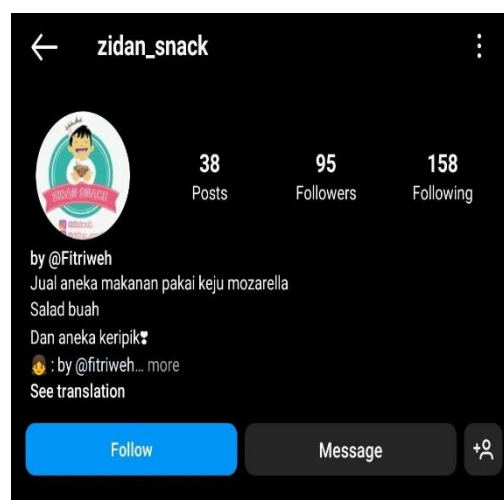
menggunakan kemasan mika plastik serta penggunaan logo dalam bentuk stiker, fungsi Penggunaan sebuah logo pada produk atau kemasan produk akan membantu konsumen mengingat produk lebih mudah.

Gambar. 1 Produk Gorin dan Zidan Snack



2. Mengenalkan dan membantu membuat Media Sosial yang dapat dimanfaatkan dalam mengembangkan Usahanya khususnya kepada UMKM Zidan Snack.

Gambar. 2 Akun Instagram



Karawang, 28 Februari 2023

3. Mengenalkan dan membantu pembuatan flyer, flyer digunakan sebagai salah satu alat promosi yang digunakan UMKM.

Gambar. 3 Flyer



KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Pergerakan dan perubahan cara berbisnis yang kian cepat ke arah digitalisasi ini memaksa pelaku bisnis untuk beradaptasi mengikuti perubahan tersebut. Namun, bagi UMKM proses digitalisasi ini akan membutuhkan banyak persiapan. Kemampuan penguasaan perangkat digital dan internet ini merupakan hal mutlak yang harus dikuasai oleh UMKM jika ingin bertahan dalam persaingan. UMKM di Desa Jatimulya Kabupaten Karawang belum bisa memanfaatkan perangkat digital sebagai Strategi inovasi dalam pengembangan produknya. Pendampingan yang telah dilakukan di Desa Jatimulya adalah Membantu pembuatan kemasasan produk dengan menarik, Mengenalkan dan membantu membuat Media Sosial dan Mengenalkan dan membantu pembuatan flyer kepada Pelaku usaha UMKM di Desa Jatimulya Kecamatan Pedes Kabupaten Karawang.

Karawang, 28 Februari 2023

Saran

Melakukan sosialisasi dan pelatihan terkait materi teknologi seperti pengenalan internet, pengenalan sosial media (sosmed), dan pengenalan aplikasi jual beli dalam website yang nantinya akan di pasarkan oleh pelaku UMKM

DAFTAR PUSTAKA

Hironimus Leong, Berta Berti Retnawati, Bernadeta Irmawati, *Inovasi Pemasaran Digital Bagi UMKM di Masa Adaptasi Kebiasaan Baru: Kajian Deskriptif UMKM Kerajinan Bahan Baku Alam Wilayah Magelang*, [6.pdf \(untan.ac.id\)](https://untan.ac.id)

Yusyida Munsa Idah, Muliasari Pinilih, *Strategi Pengembangan Digitalisasi UMKM*, Prosiding Seminar Nasional dan Call for Papers “Pengembangan Sumber Daya Perdesaan dan Kearifan Lokal Berkelanjutan IX”, Purwokerto, 19- 20 November 2019