

Pendampingan Pendistribusian Produk Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Dalam Upaya Peningkatan Penjualan di Desa Malangsari

Wahyudin^{1*}, Helysia Ananda Pinem², Hafidz Naufal Ar-rabbani³, Dhini Khasanah⁴, Devi Melisabeth Bu Ulolo⁵, Ardiatama Iedha Aradhea⁶, Johannes Siburian⁷, Dwi Pratiwi⁸, Vinda Febryani⁹, Angelita Ramadhani¹⁰

¹Prodi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Singaperbangsa Karawang, Indonesia

^{2,3,4}Prodi Manajemen Pendidikan Islam, Fakultas Agama Islam, Universitas Singaperbangsa Karawang, Indonesia

⁵Prodi Teknik Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Singaperbangsa Karawang, Indonesia

^{6,7}Prodi Teknik Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Singaperbangsa Karawang, Indonesia

^{8,9}Prodi Teknik Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Singaperbangsa Karawang, Indonesia

* Penulis Korespondensi : wahyudin@ft.unsika.ac.id

Abstrak

Kewirausahaan menjadi salah satu pendorong utama dalam meningkatkan perekonomian di Indonesia, terutama melalui sektor Usaha Menengah Kecil dan Mikro (UMKM). Di Kabupaten Karawang, upaya untuk mendukung pertumbuhan UMKM tidak hanya sebatas memberikan pelatihan, tetapi juga pendampingan secara menyeluruh dari awal hingga akhir. Tujuan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah untuk memfasilitasi perkembangan UMKM di wilayah tersebut. Metode yang diterapkan mencakup identifikasi masalah, pelatihan, pendampingan, serta monitoring dan evaluasi. Hasil identifikasi masalah menunjukkan bahwa pendampingan dalam distribusi produk menjadi kebutuhan utama bagi UMKM di Desa Malangsari. Melalui pendampingan tersebut, pelaku UMKM diberikan pemahaman yang lebih baik tentang cara meningkatkan penjualan produk mereka. Hasil monitoring dan evaluasi menunjukkan bahwa pelaku UMKM di Desa Malangsari telah memperoleh pemahaman yang baik tentang distribusi produk dan berhasil meningkatkan penjualan, serta mulai mengaplikasikan pengetahuan tersebut dalam usaha mereka. Harapannya, upaya pengabdian kepada masyarakat ini dapat memberikan manfaat yang signifikan bagi para pelaku UMKM di Desa Malangsari, Kecamatan Pedes, Kabupaten Karawang.

Kata kunci: *Wirausaha, UMKM, Pendampingan, Distribusi*

Abstract

Entrepreneurship is one of the main drivers in improving the economy in Indonesia, especially through the Small and Medium Enterprises (MSME) sector. In Karawang Regency, efforts to support the growth of MSMEs are not only limited to providing training, but also comprehensive assistance from start to finish. The aim of this community service activity is to facilitate the development of MSMEs in the region. The methods applied include problem identification, training, mentoring, as well as monitoring and evaluation. The results of problem identification show that assistance in product distribution is a major need for MSMEs in Malangsari Village. Through this assistance, MSME players are given a better understanding of how to increase sales of their products. The results of monitoring and evaluation show that MSME actors in Malangsari Village have gained a good understanding of product distribution and have succeeded in increasing sales, and have begun to apply this knowledge in their businesses. The hope is that this community service effort can provide significant benefits for MSMEs in Malangsari Village, Pedes District, Karawang Regency..

Keywords: *Entrepreneurship; MSMEs; Accompaniment; Distribution*

A. PENDAHULUAN

Desa Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah istilah umum dalam dunia usaha yang merujuk pada bisnis ekonomi produktif milik perseorangan atau perusahaan, sesuai dengan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008. Rentang UMKM mencakup bisnis yang dijalankan oleh individu, rumah tangga, atau badan usaha kecil. Klasifikasi UMKM didasarkan pada parameter seperti omset tahunan, total aset, dan jumlah karyawan. Sebaliknya, usaha yang tidak termasuk dalam kategori UMKM atau dianggap

sebagai usaha besar adalah unit usaha dengan total kekayaan bersih atau omset tahunan yang melebihi batas yang ditetapkan untuk UMKM. (Cahyani et al. 2023)

UMKM merupakan kegiatan usaha yang memiliki potensi untuk memperluas lapangan kerja. Melalui penyediaan layanan ekonomi, UMKM dapat berperan aktif dalam masyarakat, turut serta dalam proses penyesuaian dan peningkatan pendapatan masyarakat. Selain itu, UMKM juga memainkan peran penting dalam mempromosikan pertumbuhan ekonomi dan berkontribusi pada mencapai stabilitas nasional. (Susilo et al. 2022)

Usaha Kecil merupakan aktivitas ekonomi yang dilakukan oleh masyarakat dengan skala yang terbatas, dan memenuhi kriteria tertentu terkait kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan, serta kepemilikan, sebagaimana diatur dalam Undang-Undang No. 9 Tahun 1995 tentang Usaha Kecil. (Presiden Republik Indonesia, Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 1995. Indonesia, 1995). (Marantika, Hasan, and Apriani 2021)

Dalam konteks arus globalisasi dan persaingan yang semakin ketat, pemberdayaan UMKM menjadi krusial. UMKM harus memiliki kemampuan untuk menghadapi tantangan global dengan meningkatkan inovasi produk dan jasa, mengembangkan sumber daya manusia dan teknologi, serta memperluas area pemasaran. Tindakan ini diperlukan untuk meningkatkan nilai tambah UMKM, terutama dalam upaya bersaing dengan produk asing yang semakin mengalir ke sentra industri dan manufaktur di Indonesia. Pentingnya hal ini ditekankan karena UMKM merupakan sektor ekonomi yang memberikan kontribusi besar dalam penyerapan tenaga kerja di Indonesia. (Seftianti and Imam Abdul Aziz 2021)

UMKM merupakan kelompok usaha terbesar dalam perekonomian Indonesia yang terbukti memiliki ketahanan terhadap berbagai krisis ekonomi. Kriteria untuk klasifikasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah telah diatur dalam payung hukum, termasuk dalam Keputusan Menteri Keuangan Nomor 316/KMK.016/1994 tanggal 27 Juni 1994. (Mahpudin, Endang; Agnia n.d., 2021)

Kabupaten Karawang, dengan 30 kecamatan, 12 kelurahan, dan 297 desa serta luas wilayah mencapai 1.652.20 km², memiliki populasi sebanyak 2.370.488 jiwa pada tahun 2020 menurut BPS. Terkenal sebagai penghasil padi terbesar di Indonesia, Kabupaten Karawang juga dikenal memiliki Kawasan Industri baik skala Nasional maupun Internasional. Kehadiran kawasan industri ini berdampak pada berbagai kebutuhan seperti pangan, pendidikan, perumahan, dan hiburan, serta mendorong perkembangan berbagai jenis usaha baik individu maupun berkelompok di sekitarnya. Usaha-usaha ini, termasuk UMKM, berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi, baik di tingkat desa maupun di sekitar kota Karawang. (Tukino; Huda, Baenil; Fauzi, Ahmad; Eclrina, 2023)

Desa Malangsari merupakan salah satu desa di Kecamatan Pedes Kabupaten Karawang yang terbentuk pada tanggal 18 Juli 1984, Desa Malangsari merupakan desa pemekaran dari 3 desa di wilayah Kecamatan Pedes. Adapun dasar hukum pemekaran dan pembentukan desa saat itu berdasarkan ketentuan Pasal 2 UU Nomor 5 Tahun 1979 tentang Pemerintahan Desa, Permendagri Nomor 10 tahun 1984 tentang penetapan batas wilayah desa/kelurahan, sehingga terbentuklah Desa Malangsari, Kecamatan Pedes dengan nomor desa: 300. (Marantika, Hasan, and Apriani 2021)

Desa Malangsari, yang terletak di Kecamatan Pedes, Kabupaten Karawang, Jawa Barat, secara umum memiliki ciri khas wilayahnya yang didominasi oleh luasnya pesawahan. Mayoritas masyarakatnya bekerja sebagai petani, peternak, dan pelaku usaha UMKM. Kondisi air di Desa Malangsari cenderung memiliki rasa asin dan tekstur gelap, yang mempengaruhi beberapa kampung seperti Kampung Walungan Asin. Terdapat beberapa sungai di wilayah Desa Malangsari yang mengairi pesawahan dan memenuhi kebutuhan masyarakat. Masyarakatnya dikenal memiliki tradisi gotong royong dan kekeluargaan yang kuat, tercermin dari adanya rapat minggon yang diadakan setiap minggunya, menjadi ciri khas dalam aspek Sumber Daya Alam Desa Malangsari.

Fokus utama dalam pengabdian kepada masyarakat di Desa Malangsari adalah pengembangan UMKM, khususnya produksi kripik singkong dan kripik sukun. Observasi dilakukan melalui wawancara dengan pelaku UMKM serta pihak pusat oleh-oleh Karawang untuk memahami tantangan pemasaran dan distribusi produk UMKM Desa Malangsari. Salah satu masalah yang diidentifikasi adalah kesulitan dalam pemasaran dan pendistribusian produk ke pusat oleh-oleh Karawang. Berdasarkan hasil observasi, langkah awal pembinaan UMKM dilakukan dengan mengidentifikasi masalah yang dihadapi, sehingga dapat merumuskan program kerja untuk meningkatkan pemberdayaan UMKM kripik singkong dan kripik sukun di Desa Malangsari.

Berdasarkan penjelasan sebelumnya, tujuan dari pengabdian ini adalah memberikan pendampingan dalam pendistribusian produk ke pusat oleh-oleh Karawang dengan tujuan meningkatkan penjualan produk

UMKM kripik singkong dan kripik sukun, sehingga dapat berkontribusi dalam membangkitkan perekonomian Desa Malangsari.

B. METODE

Dalam rangka pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM), survei lapangan dilakukan terlebih dahulu ke lokasi UMKM di Desa Malangsari untuk membahas transformasi peningkatan penjualan/pendistribusian UMKM. Hasil diskusi menghasilkan kesepakatan bahwa masyarakat/pelaku usaha di Desa Malangsari perlu diberi pengetahuan dan keterampilan dalam mengoptimalkan penjualan/pendistribusiannya ke pusat oleh-oleh Karawang. Pelaksanaan PkM dilakukan melalui dua metode: (Ilahi, Tanjung, and Basri 2020), seminar dan pendampingan penjualan. Seminar dilakukan dengan memberikan ceramah tentang strategi pemasaran/penjualan untuk UMKM, sementara pendampingan dilakukan melalui praktek berkomunikasi dan mengantar produk melalui pusat oleh-oleh Karawang, serta pengelolaan penjualan yang baik. Peserta diberi tugas untuk membuat konten pemasaran sesuai dengan jenis usaha mereka. Suasana seminar dan pendampingan terlihat santai namun terarah, dengan interaksi yang aktif antara narasumber dan peserta, yang juga antusias untuk mencoba praktik yang diajarkan.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) di Desa Malangsari, Kecamatan Pedes, Kabupaten Karawang, Jawa Barat, berlangsung pada hari Senin, 20 Januari 2024, diikuti oleh para ibu-ibu PKK/Kelompok Wanita Tani (KWT) Srimawar Smurp.

Kegiatan dimulai dengan berkoordinasi dengan tokoh setempat yang kemudian menjadi penghubung dengan Kelompok KWT Srimawar Smurp. Setelah koordinasi dilakukan, dilakukan sosialisasi kepada Mahasiswa KKN tentang produk yang ada dan masalah yang dihadapi. Mahasiswa KKN merespons dengan menjelaskan program kerja yang mereka rancang, dengan harapan dapat terwujud selama kerjasama tersebut. Tujuan dari kerjasama ini adalah untuk memberdayakan produk lokal asli Desa Malangsari. Kedua produk tersebut diproduksi tanpa bahan pengawet, menggunakan kripik singkong pilihan, sementara produk sukun dibuat sesuai prosedur kesehatan. Harapannya, produk ini dapat tetap bersaing dan eksis di pasar lokal maupun luar kota. Mahasiswa KKN dari Universitas Singaperbangsa Karawang memasarkan produk UMKM KWT Srimawar Smurp Desa Malangsari ke pusat oleh-oleh di Tuparev, Karawang. Pengelola pusat oleh-oleh merasa bahwa produk ini memiliki daya saing dan dapat diterima oleh pasar.





Gambar 1. Kegiatan Pembuatan Kripik Singkong dan Sukun

Selain berperan dalam memasarkan produk tersebut, mahasiswa KKN juga turut serta dalam proses pembuatan produk UMKM KWT Srimawar Smurp. Produk ini merupakan produk lokal yang bersaing dengan produk sejenis lainnya, dengan harga yang terjangkau mulai dari 5 ribu hingga 10 ribu rupiah. Pemasaran produk dilakukan secara *offline* dan *online*, dengan prosedur pemesanan melalui platform e-commerce. Pesanan yang diterima oleh masyarakat segera disampaikan kepada UMKM KWT Srimawar Smurp, sehingga produksi produk yang dipesan dapat dilakukan secara efektif. Dengan demikian, manfaat dari produk UMKM KWT Srimawar Smurp dapat dirasakan oleh masyarakat Desa Malangsari serta mahasiswa KKN Unsika. Program kerja ini terbukti berhasil baik dari segi ekonomi, sosial, maupun aspek lainnya.



Gambar 2. Kegiatan Pendampingan dan Hasil produk Kripik

D. KESIMPULAN

Melalui kolaborasi antara mahasiswa KKN dan Kelompok KWT Srimawar Smurp Desa Malangsari, berhasil dilakukan pemberdayaan produk lokal, khususnya kripik singkong dan kripik sukun. PkM tidak hanya terlibat dalam memasarkan produk, tetapi juga turut serta dalam proses pembuatan produk tersebut. Produk-produk lokal ini berhasil bersaing di pasar dengan harga yang terjangkau, dan pemasarannya dilakukan secara *offline* dan *online* melalui *platform e-commerce*. Kolaborasi ini membawa manfaat ekonomi bagi kelompok UMKM dan juga memberikan pengalaman berharga bagi mahasiswa KKN. Program kerja ini dapat dianggap berhasil dari berbagai aspek, termasuk ekonomi, sosial, dan lainnya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan Kami ingin mengungkapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Unsika, Kapala Desa Malangsari, serta Pengurus dan Pengelola UMKM PKK/Kelompok Wanita Tani (KWT) Srimawar Smurp, atas kesempatan yang telah diberikan kepada kami.

Kontribusi berharga dari Saudara tidak hanya menciptakan sebuah PkM yang bermakna, tetapi juga membentuk pemahaman mendalam kami akan pentingnya memajukan ekonomi kerakyatan (UMKM) untuk masa depan yang lebih baik.

Terima kasih atas waktu, pengetahuan, dan komitmen yang telah Saudara berikan dalam membimbing kami melalui perjalanan PkM ini. Harapan kami, hasil dari PkM ini dapat memberikan kontribusi positif yang signifikan dalam mewujudkan kesejahteraan masyarakat secara lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Cahyani, Rianti et al. 2023. "Pendampingan Pemasaran UMKM Camilan Di Kampung Jamuju Desa Sindulang Kecamatan Cimanggung Kabupaten Sumedang." *Jurnal Pusat Inovasi Masyarakat (PIM)* 5(2): 150–58.
- Ilahi, Rahmat, Amries Rusli Tanjung, and YM Basri. 2020. "Analisis Strategi PT Bank BRI TBK Dalam Menghadapi Financial Teknologi." *Jurnal Akuntansi* 9(1): 90–102.
- Mahpudin, Endang; Agnia, Annisa; Riskawati. m. "Pendampingan UMKM Di Kabupaten Karawang Dalam Memaksimalkan Insentf Pajak."
- Marantika, A, S Hasan, and E Apriani. 2021. "Pendampingan Peningkatan Pemasaran Usaha UMKM Melalui Media Online Di Kabupaten Kampar Strategi Masa Pandemi Covid-19." *NEAR: Jurnal ...* 1(1).
[https://repo.stiebangkinang.ac.id/id/eprint/108%0Ahttps://repo.stiebangkinang.ac.id/108/1/Pendampingan Peningkatan Pemasaran Usaha UMKM Melalui Media Online di Kabupaten Kampar Strategi Masa Pandemi Covid-19.pdf](https://repo.stiebangkinang.ac.id/id/eprint/108%0Ahttps://repo.stiebangkinang.ac.id/108/1/Pendampingan%20Peningkatan%20Pemasaran%20Usaha%20UMKM%20Melalui%20Media%20Online%20di%20Kabupaten%20Kampar%20Strategi%20Masa%20Pandemi%20Covid-19.pdf).
- Seftianti, Asri, and Imam Abdul Aziz. 2021. "Pendampingan Produksi UMKM Dalam Meningkatkan Usaha Sale Pisang Di Desa Padamulya." *ALMUJTAMAE: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 1(1): 40–45.
- Susilo, Joko Hadi et al. 2022. "Pendampingan Digital Marketing Dan Legalitas." 6(1): 93–110.
- Tukino; Huda, Baenil; Fauzi, Ahmad; Eclrina, Natali. "Pendampingan Umkm Dalam Penggunaan Digital Marketing Pada Koperasi Di Kabupaten Karawang."