

PENGUATAN UMKM BERBASIS DIGITAL DAN KEARIFAN LOKAL UMKM DESA KANEKES LEUWIDAMAR LEBAK BANTEN

Endang Silaningsih¹⁾, Dwi Gemina²⁾, Ade Budi Setiawan³⁾, Tun Susdiyanti⁴⁾, Wawi⁵⁾, M. Zainil Muhsin⁶⁾, Andika Haikal Fikri⁷⁾, Rafly Damar Sandi⁸⁾, Jihad Fikri⁹⁾, M. Prima Jaya¹⁰⁾

^{1,2,3,5,6,7,8,9,10)}Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Djuanda

⁴⁾Program Studi Kehutanan, Fakultas Kehutanan Universitas Nusa Bangsa

wawialvito7@gmail.com

Abstract

Strengthening and mentoring for Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in Kanekes Baduy Village has significant value in maintaining cultural heritage and improving the local economy. The strengthening of MSMEs is directed at developing aspects of production, management and marketing by taking into account local cultural values. Meanwhile, assistance by making a business logo and making a Business Identification Number (NIB). The implementation of this mentoring activity includes interviews and discussions directly with MSMEs regarding the problems faced and how to solve them. Thus, efforts to strengthen and assist MSMEs in Kanekes Baduy Village have had a positive impact on achieving local prosperity and preserving traditions.

Keywords: MSMEs, Digital, Local Wisdom.

Abstrak

Penguatan dan pendampingan bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Kanekes Baduy memiliki nilai signifikan dalam menjaga warisan budaya dan meningkatkan ekonomi lokal. Penguatan UMKM diarahkan untuk mengembangkan aspek produksi, manajemen, dan pemasaran dengan mempertimbangkan nilai-nilai budaya lokal. Sementara itu, pendampingan dengan membuat logo usaha serta pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB). Pelaksanaan kegiatan pendampingan ini meliputi wawancara dan berdiskusi secara langsung dengan UMKM perihal masalah-masalah yang dihadapi dan cara penyelesaiannya. Dengan demikian, upaya penguatan dan pendampingan UMKM di Desa Kanekes Baduy menghasilkan dampak positif dalam mencapai kesejahteraan lokal dan pelestarian tradisi.

Keywords: UMKM, Digital, Kearifan Lokal.

PENDAHULUAN

Pengabdian pada masyarakat merupakan kegiatan yang berguna bagi perluasan wawasan serta peningkatan keahlian mahasiswa yang tentunya juga berdampak terhadap pemberdayaan masyarakat, khususnya masyarakat pada desa yang tertinggal. Kegiatan

yang kali ini terfokus pada penguatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang bertujuan untuk pemberdayaan masyarakat guna meningkatkan daya saing usaha.

Pemberdayaan masyarakat bertujuan untuk peningkatan daya saing juga membuat masyarakat menjadi mandiri dalam pengelolaan

UMKM. Hal ini yang menjadi tujuan serta fokus utama adanya pemberdayaan yang dilakukan .

Pada dasarnya, kegiatan KKN adalah bentuk pengimplementasian Tri Dharma perguruan tinggi yang terdapat pada point ke-3, yaitu pengabdian pada masyarakat. Pada kegiatan ini, mahasiswa dituntut untuk mengentaskan apa yang menjadi permasalahan pada lokasi pengabdian.

UMKM pada dasarnya merupakan usaha yang digeluti oleh perorangan, kelompok, badan usaha kecil maupun rumah tangga. UMKM dapat dikatakan sebagai ujung tombak perekonomian. Mengapa demikian? karena jumlah UMKM di Indonesia mendominasi unit usaha-usaha yang ada, dan juga memberikan kontribusi PDB dan penyerapan tenaga kerja yang besar.

Oleh karena itu, kegiatan pengabdian serta pemberdayaan masyarakat cukup penting dilakukan, khususnya pada daerah-daerah yang masih tertinggal guna meningkatkan indeks pembangunan manusia, perekonomian juga hal-hal yang menjadi pusat sentral dalam penentu kemajuan suatu daerah.

METODE

Pelaksanaan program kerja pada kegiatan KKN yang dilakukan di Desa Kanekes, Kecamatan Leuwidamar, Kabupaten Lebak, Provinsi Banten ini dilakukan dengan berbagai metode, meliputi survey, observasi, diskusi, dan konsultasi.

Metode survey dilakukan dengan cara berkunjung ke kediaman Kepala Desa atau biasa disebut oleh masyarakat setempat sebagai Jaro untuk mendapatkan berbagai informasi seputar UMKM yang berada di Desa Kanekes. Lalu dilanjutkan dengan

mengunjungi para pelaku UMKM yang nantinya akan dilakukan pendampingan.

Metode observasi dilakukan dengan cara mendatangi langsung para pelaku UMKM untuk melakukan wawancara, hal ini bertujuan untuk mendapatkan informasi dimana letak kekuatan, kelemahan, peluang maupun ancaman dari usaha yang digeluti tersebut.

Metode diskusi diawali dengan dilakukannya pertemuan dengan Ketua RT atau biasa disebut sebagai Kuwu. Hal ini dilakukan secara komunikasi dua arah guna mendapatkan solusi yang nantinya dapat diimplementasikan untuk meningkatkan daya saing UMKM yang berada pada Desa Kanekes.

Metode konsultasi dilakukan dengan cara diskusi dua arah dengan para pelaku UMKM yang mempunyai keluhan terkait kekurangan-kekurangan pada usaha yang mereka miliki.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Masyarakat Baduy mayoritas bekerja sebagai petani, pengrajin dan penjual tenun. Tak hanya itu, masyarakat yang berwirausaha pun tergolong relatif banyak. Dalam sektor kerajinan, komoditi yang menjadi unggulan adalah tenun ciri khas Baduy. Sebagian masyarakat Baduy merupakan pengrajin, hanya saja konsep pemasaran para pengrajin masih sangat konvensional sehingga kurang mampu dalam memaksimalkan pendapatan.

Dengan fenomena permasalahan ini, para Tim KKN Universitas Djuanda membuat Program kerja yang bertujuan untuk belajar memahami kesulitan yang dihadapi sekaligus masyarakat khususnya bagi para pelaku UMKM. Dalam melaksanakan program kerja Tim KKN kami melakukan pendampingan pembuatan logo *design* untuk beberapa UMKM (Kios Samin,

Kios Sarinah, Kios Sani, Ibu Sarnah, Ibu Anih, Ibu Lati, Kios Abah Dani, Neng sari) serta melakukan pendampingan pendaftaran surat izin legalitas usaha yang berupa Nomor Induk Berusaha (NIB). Hasil yang didapatkan oleh Tim KKN adalah terbentuknya para pelaku UMKM yang dapat memahami proses pembuatan perizinan NIB.

Hasil evaluasi secara keseluruhan bahwa kegiatan pendampingan yang dilakukan oleh Tim KKN memberikan dampak positif khususnya bagi para pelaku UMKM Masyarakat Desa Kenekes. Keberhasilan program tidak terlepas atas partisipasi aktif mitra dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat, seperti adanya dukungan dari pemerintah kecamatan dan desa serta masyarakat yang kooperatif dalam memberikan informasi terkait survei. Selain itu, melalui program kerja yang telah dicanangkan oleh Tim KKN dapat memberikan pengetahuan dan pemahaman yang signifikan bagi masyarakat, karena berbagai masalah dapat berhasil diselesaikan. Masalah konsep pemasaran yang masih konvensional terselesaikan, bahkan beberapa jenis usaha telah memiliki surat izin usaha berupa NIB. Diharapkan pengetahuan dan keterampilan yang telah Masyarakat bahkan para pelaku UMKM dapatkan, mampu dijaga dan diterapkan secara baik dan berkesinambungan serta dapat memotivasi produktivitas masyarakat Desa Kenekes guna menjadikan desa yang lebih maju dan berkembang.



KKN 19 UNIDA FEB 2023



NENG SARI SHOP
Oleh-Oleh Rhas Baduy



KKN FEB UNIDA KELOMPOK 19

Gambar 1. Hasil pembuatan logo produk UMKM



Gambar 2. Dokumentasi pendampingan pembuatan NIB

SIMPULAN

Program KKN-Tematik di Desa Kenakes ini diharapkan dapat melatih para pelaku UMKM agar mampu memasarkan produk-produk unggulannya dengan memanfaatkan platform teknologi internet yang ada saat ini. Dari pelatihan tersebut diharapkan ada perubahan yang diharapkan masyarakat untuk dapat memasarkan produknya melalui cara lain yang dapat meningkatkan penjualan dan meningkatkan pendapatannya, dengan menjadi peserta komersial. di masyarakat luas serta dapat menggunakan metode pemasaran baru yang lebih banyak dikenal masyarakat luas.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis ucapkan terimakasih kepada UMKM Desa kanekes Baduy yang telah memberikan kesempatan kepada kami untuk melakukan pendampingan terhadap UMKM setelah kegiatan pendampingan UMKM dapat membantu para pelaku usaha UMKM kedepannya serta berpengaruh terhadap kepentingan usahanya.

DAFTAR PUSTAKA

- Analia, D., Syaukat, Y., Fauzi, A., & Rustiadi, E. (2019). Modal Sosial (Network) Upaya Meningkatkan Kinerja Usaha Mikro Kecil (UMK) di Kota Padang Sumatera Barat. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 3(1), 108–117. <https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2019.003.01.11>.
- Ayodya, W (2020). *UMKM 4.0* Jakarta: Penerbit Rajawali Press.
- Gumilang, R. R. (2019). Implementasi digital marketing terhadap peningkatan penjualan hasil home industri. *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 10(1), 9–14.
- Ismanto. (2020). *Manajemen Pemasaran I Ed Tangerang: Unpam Press*.
- Mansir , F., & Tumin . (2022). Pemberdayaan UMKM Sebagai Usaha Meningkatkan Kualitas Pemasaran Produk Di Padukuhan Dukuhsari Wonokerto Turi Sleman . *Jurnal Pengabdian Nusantara* , 656-664.
- Nurjanah, A., & Sakir. (2021). Pemberdayaan UMKM Payak Santoso Imogiri Bantul Melalui Digital Marketing. *Yogyakarta Jurnal Pengabdian Masyarakat Membangun Negeri*.
- Tafrilyanto, Septi & Sri (2022). Pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) bagi UMKM Branat Tinggi, Tlanka, Pemaksan Madura. *Junal Pengabdian Kepada Masyarakat*.
- Sayekti, Intan & Shofwan. (2022). Pendampingan Pembuatan E-Commerce dalam produk UMKM Koyo Coffe Desa Bareng Kecamatan Bareng Kabupaten Jawa Timur. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*.
- Tjipotono, F., & Dian, A. (2020). *Pemasaran Yogyakarta: Penerbit ANDI*.
- Wiowo. (2019). *Manajemen dari Fungsi Dasar ke Inovasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.