

Pengembangan Bisnis Kue Kering Dan Basah Di Desa Karyawangi Kecamatan Parompong

**Muhammad Fikri Maulana¹, Siti Patimah², Alfina Audita Noviani³, Reflina Dwy
Pratiwi⁴**

^{1,2,3,4} Universitas Pasundan, Indonesia

Corresponding Author

Nama Penulis: Muhammad Fikri Maulana

E-mail: fikri.maulana@unpas.ac.id

Abstrak

Jumlah UMKM yang ada di Kabupaten Bandung Barat terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat, jumlah UMKM di Kabupaten Bandung Barat pada tahun 2019 adalah 12.119 unit, kemudian meningkat menjadi 12.005 unit pada tahun 2020, dan pada tahun 2021 meningkat lagi menjadi 22.366 unit. Peningkatan jumlah UMKM di Kabupaten Bandung Barat ini dapat disebabkan oleh beberapa faktor, antara lain: Perkembangan ekonomi Kabupaten Bandung Barat yang semakin pesat, sehingga membuka peluang usaha baru bagi Masyarakat, Dukungan pemerintah Kabupaten Bandung Barat dalam mengembangkan UMKM, seperti pemberian pelatihan dan bantuan modal dan Perkembangan teknologi yang memudahkan masyarakat untuk memulai usaha. UMKM berperan penting dalam menyerap tenaga kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, dan menggerakkan roda perekonomian daerah. UMKM di Kabupaten Bandung Barat memiliki potensi yang besar untuk berkembang. Namun, UMKM juga menghadapi berbagai tantangan, antara lain: Persaingan yang semakin ketat, Kurang terampilnya pelaku UMKM dalam mengelola usaha dan Kurangnya akses terhadap modal dan pasar. UMKM kue kering dan basah Bu Ani sebagai mitra karena Kecamatan Parompong dengan beberapa desa didalamnya menjalin kerjasama dan menjadi Kecamatan Binaan program studi Administrasi Bisnis UNPAS yang sudah bersepakat bekerjasama pada tahun 2022 sampai dengan saat ini.

Kata Kunci - UMKM, Digital Marketing, Peningkatan Daya Saing, Kue Kering

Abstract

The number of MSMEs in West Bandung Regency continues to increase from year to year. Based on data from the Central Bureau of Statistics of West Java Province, the number of MSMEs in West Bandung Regency in 2019 was 12,119 units, then increased to 12,005 units in 2020, and in 2021 it increased again to 22,366 units. This increase in the number of MSMEs in West Bandung Regency can be caused by several factors, including: The rapid economic development of West Bandung Regency, thus opening up new business opportunities for the community, West Bandung Regency government support in developing MSMEs, such as providing training and capital assistance and technological developments that make it easier for people to start a business. MSMEs play an important role in absorbing labor, increasing community income, and driving the regional economy. MSMEs in West Bandung Regency have great potential to develop. However, MSMEs also face various challenges, including: Increasingly fierce competition, lack of skill in managing businesses and lack of access to capital and markets. Bu Ani's dry and wet cake MSMEs as partners because Parompong District with several villages in it collaborates and becomes a sub-district fostered by the UNPAS Business Administration study program which has agreed to collaborate in 2022 until now.

Keywords - MSMEs, Digital Marketing, Increased Competitiveness, Cookies

PENDAHULUAN

Jumlah UMKM yang ada di Kabupaten Bandung Barat terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat, jumlah UMKM di Kabupaten Bandung Barat pada tahun 2019 adalah 12.119 unit, kemudian meningkat menjadi 12.005 unit pada tahun 2020, dan pada tahun 2021 meningkat lagi menjadi 22.366 unit. Peningkatan jumlah UMKM di Kabupaten Bandung Barat ini memiliki dampak positif bagi perekonomian daerah. UMKM berperan penting dalam menyerap tenaga kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, dan menggerakkan roda perekonomian daerah. Berdasarkan data dari Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah, Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Bandung Barat, sektor usaha yang paling banyak digeluti oleh UMKM di Kabupaten Bandung Barat adalah sektor perdagangan, yaitu sebesar 62,3%. Sektor lain yang juga banyak digeluti oleh UMKM adalah sektor pertanian, yaitu sebesar 18,5%, sektor jasa, yaitu sebesar 13,7%, dan sektor industri, yaitu sebesar 5,5%.

Peningkatan jumlah UMKM di Kabupaten Bandung Barat ini memiliki dampak positif bagi perekonomian daerah. UMKM berperan penting dalam menyerap tenaga kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, dan menggerakkan roda perekonomian daerah. Berdasarkan data dari Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah, Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Bandung Barat, sektor usaha yang paling banyak digeluti oleh UMKM di Kabupaten Bandung Barat adalah sektor perdagangan, yaitu sebesar 62,3%. Sektor lain yang juga banyak digeluti oleh UMKM adalah sektor pertanian, yaitu sebesar 18,5%, sektor jasa, yaitu sebesar 13,7%, dan sektor industri, yaitu sebesar 5,5%. UMKM di Kabupaten Bandung Barat juga memiliki beragam jenis usaha, antara lain: Usaha makanan dan minuman, seperti warung makan, restoran, kafe, dan toko kue, Usaha fashion, seperti toko pakaian, butik, dan salon, Usaha kerajinan tangan, seperti pembuatan tas, sepatu, dan perhiasan dan Usaha jasa, seperti jasa transportasi, jasa perhotelan, dan jasa boga. UMKM di Kabupaten Bandung Barat memiliki potensi yang besar untuk berkembang. Namun, UMKM juga menghadapi berbagai tantangan, antara lain: Persaingan yang semakin ketat, Kurang terampilnya pelaku UMKM dalam mengelola usaha dan Kurangnya akses terhadap modal dan pasar.

Salah satu pengusaha kue kering dan basah yaitu Bu Ani Sumarni yang beralamatkan di Kampung Karyawangi Desa Karyawangi Kecamatan Parompong Kabupaten Bandung Barat. Beliau sudah menjalankan usaha kue kering dan basah ini selama 13 tahun terhitung dari tahun 2010 sampai dengan saat ini. Awalnya tidak hanya berjualan kue kering dan basah saja, akan tetapi ada lini bisnis lainnya yaitu Coklat Karakter, yang Dimana membuat coklat dengan karakter – karakter kartun yang disukai oleh anak – anak. Usaha Coklat karakternya ini mengalami kendala yang cukup sulit, karena saat permintaan banyak, tidak semua bisa membuat coklat karakter ini. Untuk sampai saat ini kue kering dan kue basah yang masih berjalan.

Alasan tim mengajukan UMKM kue kering dan basah Bu Ani sebagai mitra karena Kecamatan Parompong dengan beberapa desa didalamnya menjalin kerjasama dan menjadi Kecamatan Binaan program studi Administrasi Bisnis UNPAS yang sudah bersepakat bekerjasama pada tahun 2022 sampai dengan saat ini.

METODE

Metode Pendekatan

1. Metode Pelatihan

Metode pelatihan, ditujukan untuk mentransfer Ilmu pengetahuan dan teknologi (Iptek) dalam mengatasi permasalahan melalui peningkatan wawasan, pemahaman. Tempat pelatihan direncanakan di kampus Universitas Pasundan ataupun langsung dilaksanakan pada rumah Bu Ani. Adapun Pelatihan – pelatihan yang akan dilaksanakan, sebagai berikut : Pelatihan produksi, Pelatihan Digital Marketing.

2. Metode Bimbingan Teknis dan Pendampingan

Metode pendekatan ini, ditujukan untuk mentransfer iptek agar mitra mampu mempraktekan hasil dari pendekatan pelatihan- pelatihan diatas, dimana metode pendekatan ini di laksanakan di lapangan (tempat Mitra). Tim pengusul bertindak secara aplikatif untuk mengarahkan, membimbing proses dan tahapan, memberi contoh, kepada Mitra/Pegawai dalam penerapanya yang diterapkan.

3. Metode Pendekatan Fasilitasi

Metode pendekatan ini, ditujukan untuk mempermudah, meringankan, memperlancar, menghubungkan, membuatkan (mendesain), mendapatkan, dan memiliki sesuai yang dibutuhkan mitra. Pendekatan Fasilitasi ini digunakan untuk mencapai Target luaran Solusi, Berikut Fasilitasi bagi Mitra PKM Kue Kering Bu Ami : 1. Fasilitasi teknologi informasi berupa, Merancang Market Place dan Sosial Media. Fasilitasi : Produksi, Distribusi, Digital Content di E-Commerce Web dan Singkronisasi.

Tahapan kegiatan Program Kemitraan Masyarakat berupa peningkatan kapasitas usaha Kue Kering dan Basah Parompong Kabupaten Bandung Barat yaitu sebagai berikut.

1. Tahap Rapat Koordinasi Tim dan Mitra

Rapat koordinasi, untuk menentukan Metode yang tepat untuk solusi masalah mitra, pembagian tugas tim dan rancangan persiapan, pelaksanaan, evaluasi sampai pada penyusunan laporan.

2. Tahap Pelaksanaan

Pelaksanaan Program ini, direncanakan selama 8 Bulan dengan pertimbangan Solusi yang diajukan atas permasalahan mitra, dan kegiatan yang harus ditempuh mulai dari persiapan, pelaksanaan program (Penerapan Metode), monev, penyusunan laporan kegiatan serta pemenuhan luaran program baik wajib maupun tambahan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebagai dasar untuk evaluasi pelaksanaan program PKM ini, tim pengusul menetapkan keberhasilan pelaksanaan program dengan membandingkan, sebelum dan sesudah terlaksananya program sebagai berikut :

Tabel 1.

Evaluasi Perbandingan Sebelum Dan Sesudah Pelaksanaan Pada Usaha Kue Kering dan Basah

SEBELUM	SESUDAH
Pemasaran Digital dan Pemanfaatan Teknologi (60%)	Pemasaran dan Pemanfaatan Teknologi (80%)
Produksi (40%)	Produksi (80%)

Atas dasar hasil evaluasi ini, tim pelaksana menetapkan keberlanjutan program pendampingan lanjutan paska kegiatan program PKM ini, agar mitra dalam menjalankan usahanya tidak menghadapi kendala, dan permasalahan, serta daya saing usaha Kue Kering dan Basah ini Meningkatkan.



Gambar 1.

Foto Pelatihan Penggunaan Sosial Media dan Pelatihan *Digital Marketing*

TARGET LUARAN PERMASALAHAN

A. Pemasaran

1. Meningkatkan Pemasaran secara Online:
 - a. Meningkatnya Pengetahuan dan Skill mitra dalam Teknologi Informasi dan Digital Marketing Konten.
 - b. Meningkatnya pengetahuan pemanfaatan *social media* dalam promosi
 - c. Meningkatnya pengetahuan untuk produksi konten di sosial media.
 - d. Mitra Memiliki Teknologi Informasi berupa teknik pengambilan foto produk, Merancang E-Commerce (Alamat Web, Branding di laman awal web/apps, Profil, Integrasi dengan jasa pengiriman & system pembayaran, Fasilitas Fast Respons, Foto produk, Testimoni, WA Business, Google Maps.)
 - e. Mitra Memiliki Produksi, Distribusi, Digital Content di E-Commerce Web & Apps (Foto & Video), akun Official store di Sosial Media (Facebook Pages & Instagram dan akun Official store di Marketplace (Tokopedia/ Bukalapak/ Shopee/ Tiktok).
 - f. Mitra mendapatkan sinkronisasi keseluruhan akun sosial media dan platform *digital*.
2. Peningkatan konsumen dan pelanggan baru

Peningkatan konsumen dan pelanggan baru adalah tujuan yang sangat penting bagi UMKM karena bertujuan untuk meningkatkan pendapatan, dan exposure. Upaya pemasaran, promosi, dan strategi bisnis lainnya dilakukan untuk menarik perhatian calon pelanggan, mengedukasi mereka tentang produk – produk yang ditawarkan, dan mendorong mereka untuk mencoba. Meningkatkan konsumen dan pelanggan baru dalam wisata melibatkan berbagai strategi, termasuk pemasaran digital, kampanye pemasaran konten, kerjasama dengan mitra bisnis, penyediaan layanan dan pengalaman berkualitas, serta upaya untuk menciptakan kesan positif dan mendapatkan ulasan yang baik dari pelanggan. Dengan peningkatan jumlah konsumen dan pelanggan baru, bisnis dapat mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan, meningkatkan pengalaman pelanggan, memperkuat basis pelanggan mereka, dan memperluas dampak ekonomi positif bagi komunitas setempat.

B. Produksi

1. Meningkatkan pengetahuan dan kemampuan mitra dalam produksi.

Meningkatkan pengetahuan dan kemampuan mitra dalam produksi kue kering dan basah merupakan langkah krusial dalam memajukan usaha mereka. Mitra yang memiliki pengetahuan dan kemampuan yang mumpuni akan lebih mampu menghasilkan produk berkualitas tinggi, inovatif, dan sesuai dengan permintaan pasar.
2. Mitra mendapatkan peluang fasilitas untuk mengembangkan usahanya melalui Akses Pasar.

Segmentasi pasar sangat penting bagi mitra karena dapat membuat proses dan upaya untuk memperluas pasar menjadi lebih terarah, focus, dan efektif. Dengan segmentasi pasar mitra dapat menemukan peluang baru, dapat memantau produk yang menargetkan segmen yang sama, dan strategi pemasaran lebih terarah.

KESIMPULAN

UMKM kue kering dan basah Bu Ani setelah menjalin kerja sama dan menjadi Kecamatan Binaan program studi Administrasi Bisnis UNPAS dan mendapat program pendampingan lanjutan paska kegiatan program PKM ini, agar mitra dalam menjalankan usahanya tidak menghadapi kendala, dan permasalahan, serta daya saing usaha Kue Kering dan Basah ini Meningkatkan. Mitra akan meraih perhatian pelanggan, dengan memanfaatkan perkembangan teknologi yang sangat pesat, orang berbelanja menggunakan *platform digital* seperti *e-commerce*, menggunakan *social media* yang dimana akan mempermudah konsumen untuk pencarian dari produk kue kering dan basah tersebut.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih Kepada FISIP UNPAS yang telah membantu kami dalam terwujudnya Program Kemitraan Masyarakat dan kepada UMKM Kue Kering yang ada di Desa Karyawangi Parompong.

DAFTAR PUSTAKA

- Berbagai Sumber Website /Seputar UMKM Kota Bandung & Kabupaten Bandung / yang di Olah, 2019 – 2023. Diakses Juli 2023.
- Dindin Abdurohim 2018. SME's development indicators and organizational capability, Jurnal Human Systems Management. <https://content.iospress.com/articles/human-systems-management>
- DRTPM (2024). Panduan Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Tahun 2024. Direktorat Riset, Teknologi, dan Pengabdian kepada Masyarakat Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi. Jakarta.
- Kotler, Philip. 2010. Manajemen Pemasaran. Edisi tiga belas Bahasa Indonesia. Jilid 1 dan 2. Jakarta : Erlangga.
- Panduan Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat Dosen Yang Melibatkan Mahasiswa Edisi I Fisip Unpas 2021