



---

## OPTIMALISASI UMKM MELALUI PENINGKATAN INOVASI DAN PEMASARAN PADA MASA PANDEMI DI DESA CIBEUREUM KECAMATAN CISARUA KABUPATEN BOGOR

Oleh

Ismartaya<sup>1)</sup>, Ade Supriatna<sup>2)</sup>, Agung Ferdiansyah<sup>3)</sup>, Ari Nurpratomo<sup>4)</sup>, Asep Suryana<sup>5)</sup>, Ipat Latipah<sup>6)</sup>, Mohamad Hafid Zakaria<sup>7)</sup>, Muhammad Abian Nurdiansyah<sup>8)</sup>, Muhammad Syahrul Ramadhana<sup>9)</sup>, Siti Firda Parida<sup>10)</sup> & Pena<sup>11)</sup>

1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11 Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Djuanda. Bogor

Email: [ismartaya@unida.ac.id](mailto:ismartaya@unida.ac.id)

---

### Article History:

Received: 15-10-2020

Revised: 15-11-2020

Accepted: 25-12-2021

**Keywords:** *MSMEs, Product Innovation & Marketing Management*

**Abstract:** Optimization UMKM through increased innovation and marketing during the pandemic in Cibereum Village, Cisarua District, Bogor Regency (a case study on the "Gemblong" business group in Cibereum Village, Cisarua District, Bogor Regency). Development of increased innovation and digital marketing during the Covid 19 pandemic is carried out so that business players who The majority are classified as businesses that are threatened with closure due to the inability to spin capital money to carry out production, the price of raw materials is increasing but they do not have a stable market share. the tourism potential of the Puncak Bogor route. the incessant marketing through internet media, it is hoped that the name gemblong will stick as the Iconic Cibereum Village. Apart from being time efficient, this marketing medium is also known to be cost-effective. however, some entrepreneurs are constrained by limited human resources and facilities. to market the product.

---

## PENDAHULUAN

Keberadaan UMKM tidak dapat dihapuskan dari masyarakat Indonesia saat ini. Peran dalam sebuah desa juga tidak bisa kita pandang sebelah mata banyak pelaku usaha yang menggunakan tenaga kerja di lingkungan sekitar tentu hal ini akan menghasilkan lowongan pekerjaan. Selain itu UMKM juga bisa menciptakan kreatifitas yang sejalan dengan usaha untuk menjaga dan mengembangkan unsur-unsur tradisi dan kebudayaan masyarakat setempat. Kegiatan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) merupakan salah satu bidang usaha yang dapat berkembang dan konsisten dalam perekonomian nasional. Pelaku usaha ini biasanya tidak terlalu menetapkan standar persyaratan tertentu dalam memperkerjakan orang lain seperti pendidikan, keahlian ( keterampilan ) dan penggunaan modal relatif lebih sedikit, serta teknologi yang digunakan cenderung sederhana. Kota Bogor merupakan salah satu daerah tujuan pariwisata karena kesejukannya alam pegunungan, pesonanya bisa menarik wisatawan lokal maupun manca negara. Kesempatan ini dimanfaatkan oleh pelaku usaha dalam mengembakan produk hasil olahannya. Ada beberapa kendala yang dihadapi oleh produksi gemblong dalam



pengembangan usahanya hal ini yang menjadi pertimbangan peneliti untuk melakukan penelitian ini, permasalahan yang paling mendasar berada pada aspek sumber daya manusia yang kurang memiliki *basic* pemasaran sehingga produk yang dihasilkan untuk dijual yang dikemas masih sangat sederhana, permasalahan barang tidak laku, hingga bahan pokok produksi yang kian menaik setiap bulannya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, mendeskripsikan, dan meng-analisis pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) melalui inovasi produk turunan yang dipasarkan secara *digital marketing* pada pelaku usaha gemblong di Desa Cibereum. Kecamatan Cisarua Kabupaten Bogor.

Permasalahan yang ada di UMKM Desa Cibereum Kecamatan Cisarua Kabupaten Bogor, Meliputi:

1. Usaha milik masyarakat masih banyak yang belum memiliki perizinan resmi atau legalitas UMKM ?
2. Perlunya pendampingan terhadap pihak UMKM dalam membuat inovasi usaha ?
3. Pelaku UMKM kurang memperhatikan pentingnya pengelolaan keuangan ?
4. Pelaku UMKM belum memaksimalkan pemasaran Online?

Dari rumusan masalah diatas, kami merangkum tujuan penelitian, sebagai berikut :

1. Membantu dalam pembuatan perizinan kepada kepala desa.
2. Dengan membuat inovasi rasa yaitu inovasi rasa keju dan coklat.
3. Dengan dibuatkan laporan keuangan sederhana dan meberikan pemahaman penggunaanya.
4. Dengan pembuatan akun E-commerce seperti instagram dan website.

Manfaat Pengabdian

1. Bagi usaha mikro  
Untuk memberikan masukan yang dapat dipertimbangkan oleh pemilik usaha mikro dalam mempromosikan produk tersebut.
2. Bagi akademik  
Hasil penelitian ini dapat menjadi wawasan tambahan dalam perkuliahan dan dapat menjadi literature tambahan bagi penelitian selanjutnya..
3. Bagi Penulis  
Sebagai jendela wawasan baru dan pengalaman turun ke lapangan mengetahui langsung realita yang terjadi dan juga sebagai bahan pembuktian pengujian teori- teori pada mata kuliah yang telah dipelajari serta sebagai salah satu syarat kelulusan salah satu mata kuliah yaitu KKN (Kuliah Kerja Nyata).

## METODE

Jenis Penelitian, Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah survey, Study Kasus dengan Metode Deskriptif. Tempat dan Waktu Pengabdian.

Kegiatan ini dilaksanakan mengikuti lamanya masa KKN, yaitu satu bulan yang dimulai dari tanggal 1 Agustus sampai dengan 31 Agustus 2020. Kegiatan yang meliputi survey, persiapan, pengumpulan data, menganalisis data, dan penyusunan laporan. Waktu dan kegiatan ini bersifat fleksibel .Tempat (Objek) pada penelitian ini yaitu gemblong dan wingko yang terletak di Desa Cibereum, kec. Cisarua, Kab.Bogor.

Jenis Pengumpulan Data, Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Data



Subyek. Untuk Sumber Data yang digunakan adalah Data primer dan Data Sekunder

a Data Primer

Sumber Data Primer diperoleh melalui wawancara dengan para informan. Informan adalah orang yang dimintai keterangan tentang suatu fakta atau pendapat melalui Tanya jawab/ wawancara. Informan dalam penelitian ini adalah pemilik gemblong dan wingko. Dalam penelitian ini Data Primer yang digunakan adalah observasi dan wawancara langsung dengan para informan selama di lapangan.

b Data Sekunder

Data Sekunder didapat dari objek mengenai sejarah, profil, peraturan dan kebijakan, serta dokumentasi kegiatan- kegiatan yang berkaitan dengan tempat usaha mikro di Desa cilember, kec. Cisarua, Kab.Bogor

Teknik Pengumpulan Data Studi Lapangan, Penelitian lapangan merupakan teknik pengumpulan data dan informasi dengan cara mengadakan peninjauan dan penelitian langsung di lapangan.

a Observasi

Observasi dilakukan agar mendapatkan informasi di lapangan yang berkaitan dengan pelaku usaha mikro dalam memproduksi bunga kayu, peneliti menggunakan teknik observasi secara langsung. Dalam hal ini peneliti terjun ke lapangan mencari berbagai informasi yang dibutuhkan, sehingga penelitian ini bersifat riil atau fakta dan sesuai dengan apa yang terjadi di lapangan.

b Wawancara

Wawancara digunakan sebagai media dalam mengumpulkan data agar dapat menggali atau memperoleh informasi untuk memenuhi kebutuhan penelitian, antara lain mengenai bagaimana sumber daya manusia yang dilakukan oleh pengelola kerajinan bunga kayu kinohana, peneliti langsung mencari informan yang menurutnya berkaitan dengan apa yang dibutuhkan dalam produksi kerajinan bunga kayu, wawancara dilakukan dengan cara terstruktur dan terukur.

c Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan dengan cara memotret keadaan dan proses yang sedang dilakukan di usaha mikro bunga kayu sebagai bukti nyata bahwa peneliti benar-benar meneliti tempat tersebut. Dokumentasi dapat digunakan sebagai bahan acuan dan data awal dalam melakukan wawancara dengan melakukan penelusuran tentang kegiatan yang terjadi dalam data yang ada melalui observasi dan wawancara, sekaligus dapat dijadikan sebagai bahan pendamping dari informasi yang telah diperoleh sebelumnya melalui observasi dan wawancara.

Studi kepustakaan adalah kegiatan untuk menghimpun informasi yang relevan dengan topik atau masalah yang menjadi obyek penelitian. Informasi tersebut dapat diperoleh dari buku-buku, karya ilmiah, tesis, disertasi, ensiklopedia, internet, dan sumber- sumber lain.



Gambar 1. Foto Kegiatan Pengabdian Masyarakat



## HASIL

Menciptakan Varian Produk, Menurut Kotler & Keller (2009:4), produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan, termasuk barang fisik, jasa, pengalaman, acara, orang, tempat, properti, organisasi, informasi, dan ide. Selama ini produk olahan gemblong sudah identik dikalangan masyarakat dengan rasa manis yang berasal dari gula merah, maka dari itu selama KKN di Desa ini kami mengembangkan produk olahan gemblong berupa inovasi produk yaitu turunan rasa sebelumnya. Kini dikembangkan menjadi dua varian rasa baru yaitu gemblong rasa coklat dan gemblong rasa keju yang tetap mempertahankan cita rasa gemblong yang berbahan dasar tepung ketan. Karena sangat besar harapan kami untuk membawa produk olahan gemblong misalnya untuk menjadi *iconic* desa Ciberum.

## Diskusi

Pembuatan Laporan Keuangan Sederhana, Pembukuan dalam perusahaan bisnis adalah dasar dari sistem akuntansi. Semua jenis bisnis dari skala kecil hingga skala besar perlu untuk membuat catatan keuangan. Pencatatan sederhana terkait dengan keuangan bisnis sangat berpengaruh pada perkembangan bisnis. Melalui pembukuan maka pemilik usaha dapat melihat kondisi keuangan bisnis, keuntungan, kerugian dan lain sebagainya.

## Pembuatan Media Pemasaran Online

Apa itu pemasaran online ? menurut Boone dan Kurtz pemasaran online merupakan





komponen dalam e-commerce. Dimana e-commerce adalah sistem jual beli online. Pemasaran online sebagai komponen dalam e-commerce yakni sebagai strategi produksi, distribusi, penetapan harga dan promosi melalui media digital dan dengan zaman yang semakin maju ini maka untuk mempermudah memasarkan produk serta lebih dikenal masyarakat banyak, maka kami membuat akun Instagram dan Website, Sehingga masyarakat bisa lebih mengetahui keberadaan dan informasi produk tersebut.

## KESIMPULAN

Program kuliah kerja nyata (KKN) Universitas Djuanda Bogor yang berlangsung pada tanggal 1- 31 Agustus 2020, yang bertempat di UMKM Desa Cibereum Kecamatan Cisarua Kabupaten Bogor. Kegiatan Kuliah kerja nyata (KKN) merupakan realisasi salah satu dari Tri Dharma perguruan tinggi untuk melakukan pengabdian terhadap masyarakat. Program Kuliah tersebut bertujuan untuk memberikan manfaat bagi masyarakat, melalui program kuliah kerja nyata (KKN) mahasiswa mengaplikasikan ilmu yang telah dipelajari di dalam ruangan kelas untuk kemudian di terapkan melalui ptaktek langsung di lapangan.

Berdasarkan dari uraian pelaksanaan kegiatan program kuliah kerja nyata (KKN) Universitas Djuanda Bogor 2020 kelompok 3 yang dilaksanakan di UMKM Desa Cibereum Kecamatan Cisarua Kabupaten Bogor. Maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Kuliah Kerja Nyata (KKN) merupakan bagian mata kuliah yang turun langsung kelapangan untuk mengabdikan kepada masyarakat.
2. Sebelum terjun kepada masyarakat, mahasiswa berdiskusi dengan pengurus desa terlebih dahulu untuk mendapatkan gambaran kepada mahasiswa tentang potensi dan sumber daya yang berada di desa Cibereum.
3. Program Kuliah Kerja Nyata (KKN) yang telah terencana dapat berjalan dengan baik, walaupun ada penyesuaian waktu dengan kondisi yang sedang mengalami pandemi Covid-19.
4. Program kuliah kerja nyata (KKN) dapat meningkatkan ilmu pengetahuan serta menggambarkan masyarakat dalam bidang spiritual.
5. Membentuk mahasiswa menjadi lebih tanggung jawab dalam menyikapi permasalahan dan dapat memahami bagaimana hidup bermasyarakat. Selain itu dapat membentuk kepribadian yang mandiri dan bertanggung jawab terhadap tugas yang ada dan membentuk jiwa kepemimpinan.
6. Mahasiswa mendapatkan pengalaman dan ilmu bermasyarakat yang tidak didapatkan di bangku kuliah dan dapat menyerap ilmu bermasyarakat yang dimiliki mahasiswa dalam meningkatkan wawasan mereka untuk diterapkan di kemudian hari.

Berbagai program kerja dalam kegiatan KKN ini semoga dapat memberikan manfaat bagi UMKM di Desa Cibereum Kecamatan Cisarua Kabupaten Bogor dan untuk membantu perekonomian dimasyarakat Cibereum. Sehingga dapat memajukan perekonomian Indonesia.

## Saran

Setelah berakhirnya kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) ini semoga selama satu bulan sebelumnya dapat membantu UMKM di Desa Cibereum. Pihak UMKM hendaknya mengerti bahwa kegiatan KKN ini sangat berpengaruh terhadap kepentingan usahanya, sehingga pihak usaha dapat mendukung secara penuh program kerja yang dilaksanakan mahasiswa selama KKN.



Saran untuk UMKM :

1. Pelaku UMKM diharapkan dapat memastikan produknya agar tetap higienis dalam proses produksi
2. Diperlukan kerjasama antara UMKM dengan pihak terkait untuk mengurus legalitas usahanya supaya lebih berkembang
3. Pelaku usaha sebaiknya memperhatikan protokol kesehatan saat berjualan diluar selama pandemi Covid-19 ini.

### PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Kami ucapkan terimakasih kepada seluruh pihak yang telah membantu kami dalam melaksanakan program KKN dan dalam penyusunan laporan kegiatan ini, terutama kepada :

1. Dr. Dede Kardaya, Ir.,M.Si. Sebagai Rektor Universitas Djuanda
2. Dr. Lucky Hikmat Maulana, SE. M.Si. Sebagai Dekan Fakultas Ekonomi
3. Endang Silaningsih, SE.,MM. Sebagai Ketua Program Studi Manajemen
4. Ade Budi Setiawan, SE.,MM. Sebagai Ketua Program Studi Akuntansi
5. Dr. Ismartaya, MM. Sebagai Dosen Pembimbing Lapang dan sekaligus membantu dalam mengarahkan penelitian
6. Rakhmat Hamami, S.IP. Sebagai Kepala Desa Cibeureum Kecamatan Cisarua
7. Supri Haryoko, Sebagai Kepala Urusan Perencanaan Desa Cibeureum Kecamatan Cisarua
8. Julaekha, A.Md. Sebagai Ketua UMKM Desa Cibeureum sekaligus sebagai pemilik UMKM produk Wingko di Desa Cibeureum Kecamatan Cisarua
9. Mamat, Sebagai pemilik UMKM Produk Gemblong di Desa Cibeureum Kecamatan Cisarua
10. Seluruh Warga Masyarakat Desa Cibeureum.

### DAFTAR REFERENSI

- [1] Bppt, kelair. 2000. Format Penulisan Artikel Untuk Jurnal. Jurnal Teknologi Lingkungan, vol. 1, No. 1, Januari 2000: 1-3.
- [2] <http://www.kelair.bppt.go.id/Jtl/layout.pdf> (diakses pada 28 Agustus 2020)
- [3] Dahlan, M.S., 2010. *Besar Sampel dan Cara Pengambilan Sampel*. Jakarta: Salemba Medika
- [4] Marketing, educate. 2017. Definisi Produk Menurut Para Ahli. <https://marketingeducate.blogspot.com/2017/10/definisi-produk-menurut-para-ahli.html> (diakses pada 25 Agustus 2020)
- [5] Kotler Philip, dan Gary Armstrong. 2014. *Principles Of Marketing*, Globa Edition, 14 Edition, Pearson Education
- [6] Kurniawan, kanada. 2020. Pengertian Strategi Pemasaran. <https://projasaweb.com/pengertian-strategi-pemasaran> (diakses pada 25 Agustus 2020)
- [7] Noviyanto. 2018. Macam-macam Strategi Pemasaran Online. <https://koinworks.com/blog/macam-macam-strategi-pemasaran-online/> (diakses



pada 26 Agustus 2020)

- [8] Safuan, Ismartaya. (2019), *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung Penerbit Alfabeta.
- [9] Stanton, William J. 2013. *Prinsip Pemasaran*. Alih Bahasa oleh Buchari Alma. Jilid Satu. Edisi Kesepuluh. Jakarta : Erlangga.



**HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN**