

# MSME Development Strategy to Improve Competitiveness in the Digital Era and Product Innovation of MSMEs Desa Belawa

Erwin Budianto<sup>1</sup>, Ananda Putri Hasanah<sup>2</sup>, Wenda Surya Lugina<sup>3</sup>, Titin Trisnawati<sup>4</sup>, Erly Cantika<sup>5</sup>

<sup>1,2,3</sup>Universitas Swadaya Gunung Jati

<sup>4,5</sup>Universitas Sebelas April

[erwinbudianto@ugj.ac.id](mailto:erwinbudianto@ugj.ac.id), [anandaputrih31@gmail.com](mailto:anandaputrih31@gmail.com), [wendasurya831@gmail.com](mailto:wendasurya831@gmail.com),  
[titintrisnawati7@gmail.com](mailto:titintrisnawati7@gmail.com), [erlycntkaa@gmail.com](mailto:erlycntkaa@gmail.com)

---

## Article Info

### Article history:

Received Jul 12, 2024

Revised Aug 21, 2024

Accepted Sep 28, 2024

### Keywords:

BUMDES, Packaging Innovation, Product Innovation, Marketing Network Expansion

## ABSTRACT

*In the Thematic Real Work Lecture (KKN-T) the group of 53 conducted research on the Village Owned Enterprises (BUMDES) Manisan Cikuya (Manciya) of Belawa Village, Lemahabang District, with the aim to develop product innovation and increase competitiveness in the current digital age. The activities of KKN-T are carried out by descriptive research method with qualitative approach accompanied by information from internal and external factors with the acquisition of relevant y/y data in the form of packaging innovation, innovation of product results and expansion of marketing network. In this packaging innovation develops creative new ideas in designing, selecting materials, as well as determining the packaging function of a product. During KKN-T's activities, we as students of KKN-T group 53 provided extension and mentoring of the venture. With this activity, hopefully it can benefit partners in developing their business*



Copyright © 2022 JOBIM. All rights reserved.

---

## Corresponding Author:

Erwin Budianto,  
Program Studi Manajemen,  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis,  
Jl. Jl. Pemuda No. 32, 45132 Cirebon  
Email: [erwinbudianto@ugj.ac.id](mailto:erwinbudianto@ugj.ac.id)

---

## Introduction

Desa Belawa Kecamatan Lemahabang Kabupaten Cirebon, menjadi salah satu desa penghasil mangga terbesar di Cirebon. Melihat potensi hasil alamnya, pemerintah Desa Belawa membentuk Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) yang berfokus untuk membuat olahan yang berbahan baku buah tersebut. Meskipun demikian pemanfaatan buah tersebut sebagai bahan baku olahan Desa Belawa masih belum optimal, karena sampai saat ini olahan bahan baku tersebut yang dihasilkan oleh BUMDES baru ada dua produk yaitu, manisan mangga basah dan manisan mangga kering.

Dalam era digital saat ini kemampuan suatu individu, organisasi atau negara untuk bersaing dan unggul dalam lingkungan bisnis yang semakin terhubung secara global dan didominasi oleh teknologi digital. Era digital telah membawa perubahan besar bagi dunia bisnis, termasuk UMKM. Disatu sisi era digital membuka peluang yang sangat luas bagi UMKM untuk berkembang dan bersaing di pasar yang lebih luas. Dalam hal ini, para BUMDES Belawa diberikan pengarahan mengenai pemasaran yang didasarkan dengan teknologi digital seperti Shopee dan Tiktok.

Kemudian, melihat lanskap bisnis saat ini yang semakin kompetitif, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) khususnya yang menjadi bagian dari BUMDES Belawa dituntut untuk terus berinovasi dan beradaptasi terhadap dinamika pasar yang terus berubah. Untuk bertahan dan terus tumbuh dalam menghadapi tantangan bisnis yang semakin kompleks pemilik bisnis atau satu strategi bisnis dinilai efektif dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat dan dapat dijadikan upaya dalam memaksimalkan pemanfaatan olahan berbahan baku buah mangga adalah diversifikasi produk. Diversifikasi produk merujuk pada upaya perusahaan atau UMKM untuk mengembangkan berbagai jenis produk baru atau variasi produk yang telah ada, guna memperluas pangsa pasar dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Maka, sebagai upaya membantu pemerintahan Desa Belawa dalam melakukan diversifikasi produk olahan berbahan baku buah tersebut, kami Mahasiswa Kuliah Kerja Nyata Tematik (KKN-T) Universitas Swadaya Gunung Jati Tahun 2024 Kelompok 53 di Desa Belawa, membuat selai mangga. Dengan adanya diversifikasi produk, selain untuk meningkatkan daya saing UMKM, optimalisasi olahan produk dengan bahan baku buah mangga di Desa Belawa diharapkan dapat tercapai.

## **Method**

Metode penelitian ini menggunakan metode yang sesuai dengan pokok permasalahan dalam penelitian yang dilakukan, agar diperoleh data yang relevan untuk dibahas lebih lanjut. Penelitian dimaksudkan untuk memperoleh gambaran secara menyeluruh mengenai pengembangan Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) melalui fasilitas pihak eksternal dan potensi internal pada kelompok “Manciya” di Desa Belawa, Kecamatan Lemahabang, Kabupaten Cirebon. Penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif.

Fokus dalam penelitian ini yaitu:

1. Pengembangan Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) melalui fasilitasi pihak eksternal dan pihak internal pada kelompok “Manciya” di Desa Belawa, Kecamatan Lemahabang, Kabupaten Cirebon, diantaranya :
  - 1) Inovasi kemasan
  - 2) Inovasi hasil produksi
  - 3) Perluasan jaringan pemasaran
2. Kendala dalam pengembangan Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) yang dilakukan oleh kelompok usaha Desa Belawa, Kecamatan Lemahabang, Kabupaten Cirebon, diantaranya :
  - 1) Kurangnya akses pemasaran produk
  - 2) Sumber daya manusia yang terbatas

## **Result and Discussion**

1. Pengembangan Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) melalui fasilitasi pihak eksternal dan pihak internal pada kelompok “Manciya” di Desa Belawa, Kecamatan Lemahabang, Kabupaten Cirebon  
BUMDES (Badan Usaha Milik Desa) adalah badan usaha yang seluruh atau sebagian besar modalnya dimiliki oleh desa melalui penyertaan langsung yang bersumber dari dana kekayaan desa yang sudah dipisahkan tersendiri guna mengelola aset, jasa pelayanan dan usaha lainnya untuk dapat digunakan sebesar-besarnya dalam kesejahteraan masyarakat. BUMDES dapat dijadikan sebagai wadah masyarakat desa dalam melakukan pemberdayaan dan kemandirian suatu desa dari berbagai potensi desa yang dapat ditawarkan. BUMDES merupakan suatu lembaga yang ditugaskan desa untuk menyejahterakan masyarakat, mampu menyediakan kebutuhan dan manfaat bagi masyarakat. Pembentukan suatu BUMDES diharapkan dapat menjadi penggerak ekonomi lokal didasarkan dari kebutuhan, potensi, dan kapasitas desa, untuk dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Pendirian BUMDES dapat didasarkan atas prakasa desa yang mempertimbangkan inisiatif pemerintahan desa dan masyarakat desa tersebut, potensi usaha ekonomi desa, sumber daya alam desa, sumber daya manusia yang dapat mengelola bumdes dan juga penyertaan modal dari pemerintahan desa dalam bentuk pembiayaan dan kekayaan desa yang diserahkan untuk dikelola sebagai usaha dari BUMDES. Dalam pengembangan Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) melalui fasilitasi pihak eksternal dan pihak internal pada kelompok “Manciya” di Desa Belawa, Kecamatan Lemahabang, Kabupaten Cirebon diantaranya :
  - 1) Inovasi kemasan adalah proses pengembangan ide-ide baru dan kreatif dalam mendesain, memilih bahan, serta menentukan fungsi kemasan suatu produk. Tujuan utama dari inovasi kemasan adalah untuk meningkatkan daya tarik produk, memberikan pengalaman unik bagi konsumen, serta menjaga kualitas produk itu sendiri.



- 2) Inovasi hasil produk mengacu pada perubahan signifikan yang dilakukan pada suatu produk, baik dalam hal desain, fungsi, atau materialnya. Perubahan ini bertujuan untuk meningkatkan nilai tambah produk, membuatnya lebih menarik bagi konsumen, atau memecahkan masalah yang sebelumnya belum teratasi.



- 3) Perluasan jaringan pemasaran adalah upaya suatu perusahaan untuk meningkatkan jangkauan pasarnya dengan cara memperluas distribusi produk atau layanan ke area geografis yang lebih luas, segmen pasar baru, atau saluran distribusi yang berbeda. Tujuan utama dari perluasan ini adalah untuk meningkatkan penjualan, pangsa pasar, dan visibilitas merek.



2. Kendala dalam pengembangan Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) yang dilakukan oleh kelompok usaha Desa Belawa, Kecamatan Lemahabang, Kabupaten Cirebon
  - 1) Kurangnya akses pemasaran produk mengacu pada kondisi di mana suatu produk atau layanan mengalami kesulitan untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Hal ini bisa disebabkan oleh berbagai faktor, baik internal maupun eksternal perusahaan. Yang menghambat produk tersebut untuk dikenal, diakses, dan dibeli oleh konsumen.
  - 2) Sumber daya manusia (SDM) yang terbatas merujuk pada kondisi di mana jumlah atau kualitas tenaga kerja yang tersedia tidak mencukupi untuk memenuhi kebutuhan suatu organisasi, industri, atau bahkan suatu negara. Ini bisa terjadi karena berbagai faktor dan memiliki dampak yang signifikan terhadap berbagai aspek kehidupan.

## References

- Administrasi Publik, J. (n.d). Kecamatan Blimbing, Kota Malang) Feni Dwi Anggraeni, Imam Hardjanto, Ainul Hayat. In JAP) (Vol. 1, Issue 6) UMKM.
- Arifin, S., Kisdayanti, L., Darim, A., Widjatmiko, A. G., Chotima, S. N., Maulidya, E., Halisya, P., Tinggi, S., & Pemuda, I. E. (2003).
- Bambang Hadinugroho, & Brillian Raiszhul Firdaus. (2023). Pemberdayaan UMKM Digital Tingkat Desa : Pengabdian KKN Melalui Pendampingan Digitalisasi UMKM di Desa Gaum, Tasikmadu, Karanganyar. *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Kreatif*, 1(4), 45–56. <https://doi.org/10.59024/jumek.v1i4.217>
- Has'ad Rahman Attamimi, Yunita Lestari, & Nikodimus Margo Rinenggantyas. (2024). Pentingnya Kemampuan Komunikasi Dalam Pelayanan Kesehatan. *Compromise Journal : Community Professional Service Journal*, 2(1), 25–29. <https://doi.org/10.57213/compromisejournal.v2i1.169>
- Jayati, A., Gofar, I. H. A., Chintya Siska Febrina, & Dwita Razkia. (2021). Strategi Peningkatan Penjualan Produk UMKM Kerupuk Rambak RW 15 Kelurahan Rejosari. *Jurnal Pengabdian UntukMu NegeRI*, 5(2), 163–167. <https://doi.org/10.37859/jpumri.v5i2.3108>
- Priyatna, C., Ari, F. X., Prastowo, A., & Syuderajat, D. F. (n.d.). DIGITAL MARKETING UNTUK USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (Studi Kasus Pada Coffeestrip Bandung). In *Desember* (Vol. 9, Issue 4).