

**STRATEGI MENINGKATKAN DAYA SAING EKONOMI PRODUK UMKM DAN  
WISATA BERBASIS *DIGITAL BUSINESS* DI DESA CIHIRUP, KECAMATAN  
CIAWIGEBANG, KABUPATEN KUNINGAN**

<sup>1)</sup>Robi Awaluddin, <sup>2)</sup>Yasir Maulana  
Program Studi Manajemen, Universitas Kuningan  
<sup>1)</sup>[Email : Awaluddin.robi@uniku.ac.id](mailto:Awaluddin.robi@uniku.ac.id),  
<sup>2)</sup>[Email : yasir@uniku.ac.id](mailto:yasir@uniku.ac.id)

**ABSTRAK**

Cihirup adalah desa di kecamatan Ciawigebang, Kuningan, Jawa Barat, Indonesia, Cihirup merupakan Desa yang paling ujung dari Kecamatan Ciawigebang bagian utara yang menjadi pusat perbatasan antara Kabupaten Kuningan dan Kabupaten Cirebon. Masyarakatnya sendiri mayoritas petani, selain itu penggunaan bahasa dan tradisinya pun masih kental terhadap bahasa dan tradisi sunda. Setelah survey ke lapangan, Di desa cihirup memiliki produk siomay kering, kremes ubi, nugget ayam, tahu hingga rintisan objek pariwisata bangong. Namun, perlu diketahui bahwa banyaknya wirausaha di desa cihirup tidak serta-merta menambah penghasilan masyarakat. Kegiatan wirausaha dilaksanakan dengan sangat tradisional, akses pemasaran terbatas hanya di dalam desa dan dikerjakan dengan proses produksi sederhana. Maka atas latar belakang tersebut, kami menyimpulkan bahwa perlu diadakannya proses pendampingan, pelatihan dan pengembangan skala usaha yang dimiliki oleh penduduk cihirup sehingga pada akhirnya proses bisnis mereka akan berkembang yang berdampak pada peningkatan pendapatan masyarakat.

**Kata Kunci : Daya Saing Ekonomi, Umkm, Digital Business**

## PENDAHULUAN

Cihirup adalah desa di kecamatan Ciawigebang, Kuningan, Jawa Barat, Indonesia, Cihirup merupakan Desa yang paling ujung dari Kecamatan Ciawigebang bagian utara yang menjadi pusat perbatasan antara Kabupaten Kuningan dan Kabupaten Cirebon. Masyarakatnya sendiri mayoritas petani, selain itu penggunaan bahasa dan tradisinya pun masih kental terhadap bahasa dan tradisi sunda. Di desa cihirup mayoritas penduduk adalah wiraswasta, data lengkapnya adalah sebagai berikut:

### MATA PENCAHARIAN POKOK

Jenis Pekerjaan	Laki-laki	Perempuan
Petani	185 orang	6 orang
Buruh Tani	216 orang	15 orang
Pegawai Negeri Sipil	8 orang	10 orang
Pedagang barang kelontong	96 orang	9 orang
Peternak	1 orang	0 orang
Montir	2 orang	0 orang
Dokter swasta	3 orang	0 orang
Perawat swasta	2 orang	1 orang
Bidan swasta	0 orang	2 orang
TNI	1 orang	0 orang
Guru swasta	5 orang	9 orang
Pedagang Keliling	40 orang	9 orang
Tukang Kayu	8 orang	0 orang
Pembantu rumah tangga	0 orang	523 orang
Karyawan Perusahaan Swasta	42 orang	28 orang

Karyawan Perusahaan Pemerintah	5 orang	0 orang
Wiraswasta	880 orang	85 orang
Konsultan Manajemen dan Teknis	0 orang	1 orang
Tidak Mempunyai Pekerjaan Tetap	153 orang	78 orang
Belum Bekerja	482 orang	458 orang
Pelajar	571 orang	509 orang
Ibu Rumah Tangga	orang	876 orang
Purnawirawan/Pensiunan	3 orang	4 orang
Perangkat Desa	6 orang	1 orang
Buruh Harian Lepas	133 orang	41 orang
Pemilik perusahaan	2 orang	0 orang
Pengusaha perdagangan hasil bumi	4 orang	0 orang
Buruh usaha jasa transportasi dan perhubungan	1 orang	0 orang
Pemilik usaha warung, rumah makan dan restoran	1 orang	1 orang
Jasa pengobatan alternatif	0 orang	1 orang
Sopir	11 orang	0 orang
Tukang Jahit	2 orang	1 orang
Tukang Kue	0 orang	1 orang
Tukang Rias	0 orang	1 orang
Karyawan Honorer	2 orang	3 orang
Pialang	1 orang	0 orang
Wartawan	1 orang	0 orang

Tukang Cukur	1 orang	0 orang
Tukang Las	3 orang	0 orang
Pemuka Agama	1 orang	0 orang
Apoteker	0 orang	1 orang
Bupati/walikota	1 orang	0 orang
<b>Jumlah Total Penduduk</b>	<b>5.556 orang</b>	

Dari data di atas, diketahui bahwa mayoritas penduduk cihirup adalah wiraswasta, disusul buruh tani dan petani. Setelah survey ke lapangan, Di desa cihirup memiliki produk siomay kering, kremes ubi, nugget ayam, tahu hingga rintisan objek pariwisata bangong. Namun, perlu diketahui bahwa banyaknya wirausaha di desa cihirup tidak serta-merta menambah penghasilan masyarakat. Kegiatan wirausaha dilaksanakan dengan sangat tradisional, akses pemasaran terbatas hanya di dalam desa dan dikerjakan dengan proses produksi sederhana. Maka atas latar belakang tersebut, kami menyimpulkan bahwa perlu diadakannya proses pendampingan, pelatihan dan pengembangan skala usaha yang dimiliki oleh penduduk cihirup sehingga pada akhirnya proses bisnis mereka akan berkembang yang berdampak pada peningkatan pendapatan masyarakat.

## **METODE**

### **Pemetaan**

Pemetaan potensi bisnis di desa cihirup dilakukan dengan survey langsung ke lapangan, menemui perangkat desa, pengurus Badan Usaha Milik Desa dan pemilik usaha local di desa cihirup yang dilakukan secara seksama.

### **Analisis Potensi UMKM Desa Cihirup**

Setelah pemetaan dilakukan, maka tahap selanjutnya adalah melakukan analisis potensi Usaha yang terdapat di desa cihirup, analisis dilakukan dengan cara FGD (Focus Group Discussion) antara Perangkat Desa, Karang Taruna, Pemilik Usaha dan Penulis.

### **Desain Kurikulum Pelatihan Bisnis**

Setelah melakukan analisis potensi UMKM di desa Cihirup maka langkah selanjutnya

adalah mendesain kurikulum pelatihan dan workshop bisnis untuk pelaku usaha UMKM yang potensial sehingga pada akhirnya usaha tersebut dapat naik kelas dan pendapatan masyarakatnya pun meningkat. Kurikulum pelatihan mencakup manajemen produksi dan operasional, manajemen keuangan untuk UMKM, Manajemen Marketing, Manajemen Sumber Daya Manusia, dan Manajemen Bisnis Digital.

### **Pengaplikasian dan Pengelolaan Produk Unggul**

Melakukan praktek Bisnis UMKM sesuai kurikulum yang diberikan sehingga lahir produk unggulan desa cihirup yang dapat bersaing di regional, nasional hingga internasional.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Pemetaan dan Analisis Produk Unggulan Desa Cihirup**

Cihirup merupakan desa paling ujung di sebelah utara yang terletak di kecamatan ciawigebang kabupaten Kuningan Jawa Barat. Desa Cihirup berbatasan langsung dengan kabupaten Cirebon. Secara demografis, mayoritas penduduk desa cihirup memiliki profesi sebagai pelaku usaha mikro. Hasil dari pemetaan dan Focus Group Discussion antara penulis, perangkat desa, dan pelaku usaha di desa cihirup, disimpulkan bahwa produk yang akan dijadikan sebagai produk unggulan adalah siomai kering mini dan keremes ubi hasil produksi local desa cihirup.

### **Kurikulum Pelatihan dan Workshop Bisnis UMKM di Desa Cihirup**

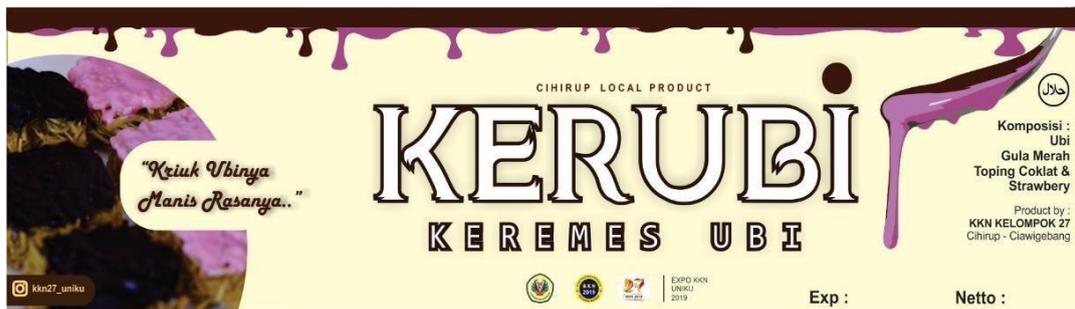
Setelah melakukan pemetaan dan analisis potensi bisnis di desa cihirup dan dihasilkannya dua produk unggulan hasil dari FGD antar stakeholder, yaitu produk siomay mini kering dan keremes ubi, maka kurikulum pelatihan bisnisnya adalah sebagai berikut:

1. Brand Management, memberikan pelatihan penciptaan brand yang inovatif sehingga produk dapat dikenal luas dengan mudah, produk dengan citra merek inovatif dan kreatif juga unik akan mudah dikenal oleh konsumen.
2. Manajemen Produksi, memberikan pelatihan manajemen produksi kepada para pelaku bisnis agar proses produksi lebih efisien, higienis dan terstruktur dengan baik.
3. Packaging Management, memberikan pelatihan dan pendampingan dalam pembuatan kemasan yang higienis, unik dan menarik serta aman untuk produk olahan pangan yang terdapat di cihirup

4. Pembentukan kelompok binaan tertarget untuk penerus / keberlanjutan usaha yang dikelola oleh BUMDES dan Karangtaruna serta pemilik usaha dan buruh tani yang mau dibimbing
5. Pelatihan digital marketing dan digital bisnis dengan tujuan mempermudah pemasaran dan kegiatan bisnis
6. Pelatihan manajemen keuangan berbasis digital, agar para pelaku usaha dapat mengetahui untung rugi serta cash flow usaha dengan bantuan teknologi mobile app.
7. Pelatihan kepariwisataan untuk mengelola rintisan objek wisata bangong.

### **Pengaplikasian dan Pengembangan Produk**

Setelah dilakukannya pelatihan /workshop kepada para pelaku usaha mikro di desa cihirup, maka hasil dari praktek nya adalah sebagai berikut:



Gambar 1: Inovasi Kemasan Produk Keremes Ubi

### **Inovasi Kerubi**

Inovasi Keremes Ubi menjadi Merek dagang **KERUBI**, dengan 3 varian topping yaitu Coklat, Stroberi dan Anggur. Keremes Ubi merupakan produk lokal desa cihirup yang sudah lama ada, eksistensinya sudah lebih dari sepuluh tahun, namun tidak adanya inovasi. Dengan adanya inovasi seperti pada gambar di atas yaitu inovasi pada kemasan produk jualan inovasi pada varian topping rasa berupa rasa coklat, stroberi dan anggur diharapkan dapat meningkatkan sales.

### **Inovasi Siomi**

Sementara itu siomay kering mini juga merupakan produk lokal cihirup, namun dengan tidak adanya varian rasa dan kemasan yang sangat sederhana, penjualan siomai mini kering pun stagnan bahkan hamper bangkrut, maka dari itu setelah dianalisis maka siomay mini perlu memiliki merek yang menarik, kemasan yang unik dan varian rasa yang enak agar dapat meningkatkan penjualan, merek dari siomai kering mini kami inovasi menjadi **SIOMI** (Siomay

kering mini)



Gambar 2: Desain Kemasan Siomi Rasa Sapi Panggang Pedas



Gambar 3 aneka varian rasa Siomi dengan inovasi kemasan baru



Gambar 4 Proses pembuatan Siomi dengan inovasi varian dan desain produk



Gambar 5 Poster Produk Unggulan Siomi



Gambar 6 Produk Unggulan Siomi

### Seminar Kewirausahaan



Gambar 7 Pelatihan dan workshop Kewirausahaan

Pada akhir pelatihan dan rangkaian kegiatan, diadakanlah seminar kewirausahaan

dengan focus pada pengaplikasian digital bisnis dengan inovasi produk yang telah dilakukan. Saat ini digital bisnis dalam pemasaran, pengemasan dan produksi sangat penting dilakukan karena dapat menjangkau konsumen yang sangat luas, lebih efisien dan efektif terutama bagi pelaku usaha UMKM di desa sehingga dapat dengan cepat dan mudah memasarkan produknya (Hidayat, 2017).

## **KESIMPULAN**

Hasil analisis dan pemetaan ditentukan dua produk asli desa cihirup yang akan diinovasi menjadi produk unggulan desa yaitu keremes ubi yang diinovasi menjadi Kerubi dan siomay mini yang diinovasi menjadi siomi. Produk unggulan tersebut diharapkan dapat bersaing dengan kualitas rasa dan kemasan yang unik. Sementara itu untuk pariwisata di desa cihirup masih dalam tahap pemetaan awal dikarenakan membutuhkan modal yang besar, sehingga pemetaannya pun harus dilakukan dalam kurun waktu jangka Panjang. Perlu dilakukan pengembangan lebih lanjut dan evaluasi pengembangan yang telah dilaksanakan. Pengembangan terutama harus dilakukan untuk bidang pariwisata karena saat ini masih tahap pembentukan awal, namun desa cihirup memiliki potensi pariwisata yang bagus yaitu bangong.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Alma, B. 2003. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Edisi 2. Bandung: ALFABETA
- Hidayat, A. (2017). Budaya Kerja, Kepuasan Kerja Dan Kinerja Pegawai Pt. Trijaya Medika Farma: Motivasi Sebagai Moderator. *Sains: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 10(1), 377–389.  
<https://doi.org/10.35448/jmb.v10i1.4274>
- Kotler, Philip. 2005. Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid I. Jakarta: Erlangga
- Kotler dan Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga
- Tjiptono, Fandy. 2008. Strategi Pemasaran, Edisi Ketiga. Andi, Yogyakarta