

PEMBENTUKAN USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH (UMKM) MELALUI FASILITAS PIHAK EKSTERNAL DAN POTENSI INTERNAL DI DESA LEBAK KEPUH DI ERA COVID 19

Ina Khodijah¹, Mawazi², Imar Marsiti³, Sri Wardatul Janah⁴, Nurul Musfiqoh⁵, Entin Suhartini⁶

Universitas Bina Bangsa, Banten, Indonesia

Email: linadec07@gmail.com

ABSTRACT

As a result of the COVID-19 pandemic, many traders have gone out of business so many people are experiencing economic difficulties. The economic difficulty is because all community activities are carried out at home, including culinary trade based on local wisdom originating from village potential. The solution to these problems is to form an MSME by utilizing the potential of the village to be more organized, directed, and easy to sell. However, to expand its marketing network, it requires facilities from external parties, namely the Office of Cooperatives and SMEs of Banten Province by providing guidance and training, product promotion activities, and expanding product marketing, as well as providing facilities and infrastructure. The methods used in this activity are; (1) Socialization, (2) Seminar and Training on MSME Product Manufacture and Product Packaging Strategy, (3) MSME Establishment, and (4) Marketing Strategy. This activity is expected to be a solution for the community to revive their economy during the pandemic.

Keyword: Ekonomi, Micro, UMKM, Community, Village.

ABSTRAK

Dampak pandemi covid 19 banyak para pedagang yang gulung tikar sehingga banyak masyarakat yang mengalami kesulitan ekonomi. Kesulitan ekonomi tersebut dikarenakan seluruh aktifitas masyarakat dilakukan di rumah saja termasuk perdagangan kuliner berbasis kearifan local yang berasal dari potensi desa. solusi dari permasalahan tersebut adalah dengan membentuk sebuah UMKM dengan memanfaatkan potensi desa agar lebih terorganisir, terarah dan mudah untuk menjualnya. Namun untuk memperluas jaringan pemasarannya, membutuhkan fasilitas dari pihak eksternal yaitu dari Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Banten dengan pemberian pembinaan dan pelatihan, kegiatan promosi produk, dan memperluas pemasaran produk, serta menyediakan sarana dan prasarana. Metode yang dilakukan dalam kegiatan ini adalah; (1) Sosialisasi, (2) Seminar dan Pelatihan Pembuatan Produk UMKM dan Strategi Pengemasan Produk, (3) Pembentukan UMKM dan (4) Strategi Pemasaran. Kegiatan ini diharapkan mampu menjadi solusi bagi masyarakat untuk membangkitkan ekonomi mereka di masa pandemi.

Kata kunci: Ekonomi, Mikro, UMKM, Masyarakat, Desa.

PENDAHULUAN

Lebak Kepuh adalah salah satu desa/kelurahan di Kecamatan Lebak Wangi, Kabupaten Serang, Provinsi Banten. Lebak Kepuh mempunyai kode wilayah menurut Kemendagri 36.04.35.2004 sedangkan kodeposnya adalah 42164. Masyarakat Lebak Kepuh Kecamatan Lebak Wangi mayoritas sebagai petani dengan hasil pertaniannya adalah padi. Padi merupakan tanaman sereal yang paling banyak dibudidayakan dan di konsumsi oleh setiap orang di dunia karena kemampuannya yang dapat tumbuh pada kondisi iklim dan tanah yang berbeda. Padi kerap dijadikan sebagai tanaman pangan pokok oleh sejumlah negara terutama Asia. Bahkan setengah dari penduduk dunia bergantung pada padi sebagai pangan utama. Sehingga padi juga bisa disebut merupakan pangan lokal yang paling utama bagi masyarakat lokal.

Pandemi Covid-19 menyebabkan krisis ekonomi, yang secara langsung dialami oleh masyarakat khususnya dalam hal ini adalah masyarakat desa lebak kepuh. Hal ini dibuktikan dengan menurunnya angka produksi para pelaku usaha yang ada di desa Lebak Kepuh, mereka merasa kesulitan untuk memasarkan dagangan yang telah mereka produksi. Di masa pandemi seperti yang terjadi saat ini. Sebagai alternatif pemecahan masalah tersebut maka diperlukan solusi yang tepat. Salah satu cara yang dapat ditempuh adalah dengan membentuk UMKM di sekitar desa Lebak Kepuh. Pembentukan UMKM ini dilakukan sebagai sarana masyarakat pelaku ekonomi untuk dapat menjual dagangannya secara luas, bersama-sama, terarah, dan terstruktur. Hal ini selain sebagai solusi juga dapat digunakan sebagai sarana pengembangan ekonomi desa.

Perekonomian nasional ditopang oleh pergerakan berbagai usaha diantaranya Usaha Kecil dan Menengah (UKM). UKM mampu menyerap tenaga kerja dan menjadi sumber penghasilan tidak hanya bagi tenaga kerja namun juga pelaku usaha. Menurut Undang-undang No 20 Tahun 2008, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan kegiatan usaha yang mampu memperluas lapangan pekerjaan dan memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat dan dapat berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, guna mendorong pertumbuhan ekonomi dan berperan dalam mewujudkan stabilitas nasional. Menurut Badan Pusat Statistik (2022), usaha kecil memiliki jumlah tenaga kerja 5-19 orang dan usaha menengah memiliki 20-99 orang. Penggolongan perusahaan pengolahan ini semata – mata hanya didasarkan kepada banyaknya tenaga kerja yang bekerja, tanpa memperhatikan apakah perusahaan itu menggunakan mesin tenaga atau tidak, serta tanpa memperhatikan besarnya modal perusahaan tersebut.

Dalam pembentukan UMKM bahan olahan berbasis kearifan lokal ini, nantinya masyarakat akan mendapatkan berbagai macam pelatihan, seperti pelatihan pembuatan produk dengan memanfaatkan potensi internal, strategi pengemasan dan pemasaran sehingga masyarakat akan mendapatkan bekal terkait hal tersebut, agar usaha mereka tetap berjalan di masa pandemi yang masih terjadi saat ini. Masyarakat akan lebih mudah memasarkan dagangannya secara bersamaan, masyarakat juga lebih mudah bekerjasama dengan masyarakat lainnya untuk bersama-sama memasarkan dagangannya dan mencari pelanggan secara dalam jaringan (daring), karena media daring atau online saat ini sangat diunggulkan dalam hal ekonomi. Masyarakat juga dapat memasarkan dagangannya secara daring melalui media sosial atau e-commerce, terlebih di masa pandemi Covid-19 di mana masyarakat sangat dibatasi untuk beraktivitas di luar rumah.

Pengabdian ini bertujuan untuk memberikan motivasi agar bangkit dan membentuk umkm yang baru sebagai solusi dari para pelaku usaha yang gulung tikar dan sebagai recovery dari pandemic covid 19 serta pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) melalui fasilitasi pihak eksternal dan potensi internal yaitu dengan mengolah hasil pertanian berupa beras menjadi olahan makanan ringan yaitu keripik beras yang harapannya kelak akan menjadi produk unggulan desa Lebak Kepuh Kecamatan Lebak Wangi Kabupaten Serang.

METODE PENGABDIAN

Metode pelaksanaan yang dilakukan dalam pengabdian ini adalah sebagai berikut:

Pertama, proses pendataan masyarakat sekaligus sosialisasi kepada masyarakat terkait program ini. Metode ini dilaksanakan untuk mengetahui seberapa banyak masyarakat yang menjadi pelaku usaha di bidang kuliner kearifan lokal. Selanjutnya dalam tahapan pertama ini dilakukan juga metode sosialisasi kepada masyarakat khususnya pelaku usaha bidang kuliner kearifan lokal di desa Lebak Kepuh. Kegiatan sosialisasi dilakukan untuk memberikan informasi kepada masyarakat terkait pelaksanaan application, mulai dari awal hingga akhir kegiatan pengabdian.

Kedua, seminar dan pelatihan pembuatan produk local dan strategi pengemasan yang didampingi oleh Dinas Koperasi Usaha Kecil Menengah dan Perindustrian Provinsi Banten. Dalam metode ini masyarakat diajarkan bagaimana cara melakukan strategi pembuatan produk dari potensi desa agar tidak bingung memikirkan akan berjualan apa. Diberi pembekalan terkait dengan pengemasan produk agar produk yang mereka buat menarik pembeli di pasaran agar menjadi umkm berkelas dan beromset tinggi. Selain kegiatan tersebut, dalam metode ini masyarakat juga diberikan pelatihan untuk mengurus izin usaha melalui laman system OSS (*Online Single Submission*), kegiatan ini dibina langsung oleh pendamping atau fasilitator dari Dinas Koperasi Usaha Kecil Menengah dan Perindustrian Provinsi Banten.

Ketiga, metode pelaksanaan yang dilakukan dalam pengabdian ini adalah pembentukan UMKM. Pembentukan UMKM dilakukan agar muncul para pelaku usaha baru baik secara perorangan maupun kelompok di bidang kuliner lokal di desa Lebak Kepuh dengan memanfaatkan potensi desa. Diharapkannya dengan adanya pembentukan umkm ini memiliki struktur yang terorganisasi. Mereka pun dapat bekerjasama dan membentuk sebuah susunan organisasi yang dipimpin oleh seorang ketua layaknya struktur organisasi lainnya. Dalam kegiatan pengabdian Ini, menghasilkan struktur organisasi UMKM yang berisi ketua, sekretaris, Bendahara, dan para anggota.

Keempat, dalam metode ini masyarakat dibekali strategi pemasaran agar dapat menaikkan penjurannya. Selain itu juga diajarkan mengenai bagaimana cara pemasaran melalui laman digital, baik itu E-commerce, Instagram, YouTube, dan media sosial lainnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pendataan dan Sosialisasi



Gambar 1. Kegiatan Pendataan dan Sosialisasi

Kegiatan pendataan dan sosialisasi ini dilakukan dengan mengunjungi rumah – rumah masyarakat secara bergantian. Hal ini dilakukan untuk mengetahui secara jelas informasi yang disampaikan kepada masyarakat yang berkaitan dengan usahanya apakah masih berjalan atau tidak atau bahkan ingin memulai membangun usahanya sendiri. Selain itu kegiatan ini bertujuan untuk memberikan informasi terkait sosialisasi kegiatan pengabdian ini kepada masyarakat dengan tepat, agar program yang dijalankan sesuai dan tepat sasaran. Dalam kegiatan sosialisasi ini, masyarakat kami berikan informasi terkait berjalannya program pengabdian ini, baik itu tempat di mana program akan diadakan, waktu serta sasarannya siapa saja.

2. Kegiatan Seminar dan Pelatihan Pembuatan Produk dan Strategi Pengemasan



Gambar 2. Kegiatan Seminar dan Pelatihan Pembuatan Produk dan Strategi Pengemasan

Kegiatan seminar dan pelatihan ini dilakukan untuk memotivasi masyarakat dalam hal pembuatan produk umkm agar dapat memanfaatkan potensi internal yaitu padi hasil pertanian yang memang mayoritas masyarakat Desa Lebak Kepuh adalah petani. Dalam kegiatan ini masyarakat dibekali secara langsung oleh perwakilan dari dinas koperasi usaha kecil dan menengah Provinsi Banten dengan materi pembentukan umkm dengan memanfaatkan potensi internal yaitu mengolah padi menjadi keripik beras, pengembangan strategi pengemasan produk yang dijual dan strategi pemasaran melalui laman digital. Dalam kegiatan ini masyarakat juga pelaku usaha juga dibimbing untuk mendaftarkan usahanya dalam laman OSS. OSS sendiri merupakan laman yang digunakan untuk mendaftar dan mengurus perizinan usaha kecil (perizinan berusaha). Kegiatan ini diikuti oleh seluruh pelaku usaha bidang kuliner kearifan lokal yang ada di lingkungan desa Lebak Kepuh, dan dihadiri oleh kepala RT, sesepuh desa, perwakilan dari kelurahan dan ibu – ibu PKK dan sebagainya. Kegiatan dilakukan di kantor desa. dalam kegiatan ini, masyarakat bebas untuk bertanya dan berkonsultasi terkait kesulitan yang mereka hadapi dalam menjalani usaha kepada pihak dinas, sehingga dalam

kegiatan ini masyarakat mendapatkan arahan, saran dan bimbingan secara langsung oleh perwakilan dari dinas.

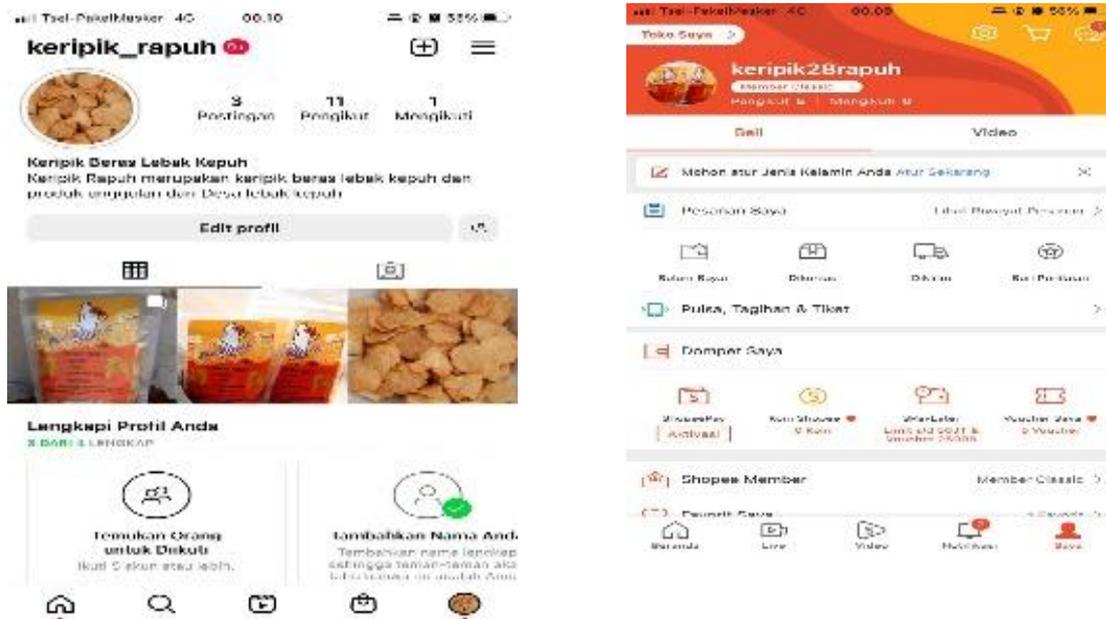
3. Pembentukan UMKM



Gambar 3. Pembentukan UMKM

Pembentukan UMKM ini hasil dari seminar yang dapat memotivasi masyarakat Lebak Kepuh yang belum memiliki usaha atau yang sudah memiliki usaha namun usahanya terhenti ketika pandemic covid 19. Pembentukan umkm ini langsung dibantu pengurusan perizinan usahanya sampai keluar dokumen Nomor Induk Berusaha nya dan sertifikat pemenuhan komitmen produksi pangan olahan industry rumah tangga (SPP-IRT). Umkm yang dibentuk ini bersifat individu yaitu Ibu Yayah yang memproduksi keripik beras hasil dari potensi internal desa yaitu padi.

4. Strategi Pemasaran



Gambar 4. Pemasaran Produk melalui Media Sosial dan E-Commerce

Dalam strategi pemasaran seperti disampaikan pada saat seminar dari Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Banten, bahwa pemasaran yang baik adalah memasarkan produk kepada keluarga terlebih dahulu dengan slogan 'Bela Beli', setiap keluarga harus bela beli agar produknya bisa laku. Setelah itu bisa mengembangkannya melalui media sosial salah satunya adalah dengan memanfaatkan Instagram yang pengerjaannya bisa meminta bantuan sanak sodaranya. Selain itu bisa juga pemasarannya dikembangkan melalui *e-commerce* yaitu dengan membuat akun Shopee agar pasarnya lebih luas lagi. Dengan begitu akan cepat menjadi UMKM yang berkelas dan beromset tinggi.

KESIMPULAN

Dalam kegiatan pengabdian ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kegiatan pendataan dan sosialisasi berjalan lancar dan sesuai sasaran.
2. Kegiatan seminar dan pelatihan pembentukan UMKM dan pengembangannya pun berjalan lancar dan sesuai target.
3. Hasil dari kegiatan seminar dan pelatihan tersebut membawa hasil dengan terbentuknya UMKM secara individu.
4. Strategi pemasaran dapat terwujud dengan terbuatnya Instagram untuk UMKM yang baru dan Shopee sebagai pengembangannya agar target market lebih luas.

SARAN

Diharapkannya agar pembentukan UMKM memiliki struktur yang terorganisasi. Sehingga para pelaku usaha dapat bekerjasama dan membentuk sebuah susunan organisasi yang dipimpin oleh seorang ketua layaknya struktur organisasi lainnya. Struktur organisasi UMKM yang berisi ketua, sekretaris, bendahara, dan para anggota. Selain itu para pelaku usaha mempunyai sentra kuliner di desa agar lebih memudahkan penjualan yang terarah dan tentunya lebih melejitkan omsetnya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kami ucapkan kepada Dinas Koperasi, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Prvinsi Banten, Universitas Bina Bangsa Banten khususnya Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LP2M) UNIBA dan para mahasiswa UNIBA yang turut membantu kegiatan pengabdian kami, Pemerintah Desa Lebak Kepuh, serta seluruh masyarakat desa Lebak Kepuh, Kecamatan Lebak Wangi, Kabupaten Serang, Provinsi Banten .

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik Indonesia. (2022). Industri Pengolahan. <https://www.bps.go.id/subject/170/industri-mikro-dan-kecil.html>. Diakses tanggal 15 Agustus 2022
- Effendy, A., & Sunarsi, D. (2020). Persepsi Mahasiswa Terhadap Kemampuan Dalam Mendirikan UMKM Dan Efektivitas Promosi Melalui Online Di Kota Tangerang Selatan. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 4(3), 702-714. <https://doi.org/10.31955/mea.vol4.iss3.pp702-714>
- Himawan Riswandi dkk, (2021). PEMBENTUKAN UMKM MELALUI PROGRAM HIBAH PHP2D KEMDIKBUD SEBAGAI RECOVERY DAMPAK COVID-19 DI DESA GILANGHARJO. *Jurnal Pengabdian Dharma Laksana Mengabdikan Untuk Negeri*. P-ISSN : 2621-7155 E-ISSN : 2621-7147. Vol. 3, No. 2, Januari 2021
- Karmini. (2019). Strategi Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah Kelompok Makanan, Minuman, dan Tembakau di Kota Tarakan. *Prosiding Seminar Nasional Pertanian 2019. Tantangan dan Peluang Menuju Pertanian Berkelanjutan*. Fakultas Pertanian, Universitas Mulawarman. Balikpapan, 7 Agustus 2019. 242-248
- Kikiy Srirejeki. (2016). Analisis Manfaat Media Sosial Dalam Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *Jurnal Masyarakat Telematika dan Informasi*. 7 (1), 57-68.
- Pemerintah Desa (2022). "Profil Desa Lebak Kepuh" <https://lebakkepuh.desa.id/profil/>, diakses tanggal 15 Agustus 2022.
- Sunarsi, D. (2020). *The Influence of Supply Chain Strategy on Employee Performance on Small and Medium Business in Beringharjo Market, Yogyakarta- Indonesia*. *International Journal of Supply Chain Management*. Vol. 9, No. 5
- Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah