

MENGEMBANGKAN UMKM, KEWIRAUSAHAAN, DAN PEMASARAN HASIL USAHA PRODUK SIWANG REBON DI DESA SINGAJAYA INDRAMAYU

Agus Yudianto¹⁾, Meddy Nurpratama²⁾
Fakultas Ekonomi, Universitas Wiralodra Indramayu^{1), 2)}
agus.yudianto@unwir.ac.id , meddynurpratamafe@unwir.ac.id^{1), 2)}

Abstrak

Kewirausahaan kegiatan ini diartikan sebagai kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda dari yang lain, sehingga tim memutuskan untuk melakukan sosialisasi mengenai kegiatan pentingnya kewirausahaan di masa pasca pandemi covid-19. Selanjutnya pada program pembuatan produk ini merupakan kegiatan untuk menciptakan produk baru sehingga tim pengabdian memutuskan untuk melakukan praktek pembuatan produk. Pada program pemasaran produk kegiatan ini diarahkan untuk memasarkan produk ke media sosial sehingga tim memutuskan untuk melakukan pemasaran produk melalui media sosial yang diketahui oleh warga. Peningkatan kesadaran masyarakat terhadap program Kewirausahaan cukup menggembirakan. Program kewirausahaan dapat dikatakan berhasil karena dari 30% warga yang belum berani melakukan kegiatan kewirausahaan setelah sosialisasi kewirausahaan dapat meningkat menjadi 70%. Hal ini berdasarkan pengamatan oleh tim pengabdian. Peningkatan kesadaran masyarakat terhadap program pembuatan produk dapat dikatakan berhasil karena dari 50% warga yang belum melakukan pembuatan produk meningkat menjadi 70% setelah tim melakukan praktek pembuatan produk. Hal ini berdasarkan pengamatan oleh tim pengabdian. Peingkatan kesadaran masyarakat terhadap program pemasaran produk dapat dikatakan berhasil karena dari 30% warga yang belum memahami pemasaran secara online menjadi meningkat 80% setelah tim melakukan praktek pemasaran melalui media sosial. Hal ini berdasarkan pengamatan program oleh tim pengabdian.

Kata kunci: UMKM, Kewirausahaan, Pemasaran.

DEVELOPING MSME, ENTREPRENEURSHIP, AND MARKETING BUSINESS RESULTS OF SIWANG REBON PRODUCTS IN SINGAJAYA INDRAMAYU VILLAGE

Abstract

Entrepreneurship in this activity is defined as the ability to create something new and different from others, so the team decided to disseminate information about the importance of entrepreneurship in the post-covid-19 pandemic. Furthermore, this product manufacturing program is an activity to create new products so the team decides to carry out product manufacturing practices. In the product marketing program, this activity is directed to market products to social media so that it is announced to do product marketing through social media by residents. Increasing public awareness of the Entrepreneurship program which is quite encouraging. The entrepreneurship program can be said to be successful because of the 30% of residents who have not dared to carry out entrepreneurial activities after entrepreneurship socialization, it can increase to 70%. This is based on observations by the service team. The increase in public awareness of the product manufacturing program can be said to be successful because of the 50% of residents who have not yet made the product, it has increased to 70% after the team has practiced product making. This is based on observations by the service team. Increasing public awareness of the product marketing program can be said to be successful because from 30% of residents who do not understand online marketing, it has increased to 80% after the team has practiced marketing through social media. This is based on program observations by the service team.

Keywords: MSME, Entrepreneurship, Marketing.

A. PENDAHULUAN

Desa Singajaya adalah desa di Kecamatan Indramayu, Kabupaten Indramayu, Jawa Barat, Indonesia. Kelurahan ini terletak di jalur utama Indramayu-Balongan-Cirebon yang menghubungkan kota Indramayu dengan lokasi unit pengolahan minyak milik Pertamina di Balongan. Di kelurahan Singajaya terdapat kompleks perumahan Pertamina Bumi Patra yang selain perumahan juga memiliki fasilitas umum seperti rumah sakit dan *sport centre*.

Singajaya sebagian besar masyarakat nya adalah petani tambak, tetapi mereka masih mengirim hasil tambaknya ke pihak lain, seharusnya agar bisa memajukan desa, masyarakatnya bisa memproduksi sendiri hasil tambaknya. Desa Singajaya juga terkenal akan usaha bengkel Las, tetapi cara pemasarannya masih dengan cara biasa atau langsung. Saat ini, kita memasuki era 4.0 dimana dalam segala hal digunakan dengan menggunakan digital, apalagi sekarang sudah banyak *e-commerce*. Jadi, seharusnya usaha bengkel las bisa menggunakan dengan cara penjualan secara *online*. Masih banyak pemuda di desa singajaya yang tidak mempunyai pekerjaan karena semakin sempitnya lowongan pekerjaan, sehingga kita mempunyai program untuk memberikan edukasi mengenai berwirausaha kepada pemuda-pemudi yang ada di desa singajaya.

Program yang akan dilaksanakan oleh tim pengabdian masyarakat Kewirausahaan, Produk dan Pemasaran Produk. Program pengabdian masyarakat tentang kewirausahaan juga dapat dikatakan layak karena selama pasca pandemi banyak masyarakat yang di PHK, demikian dengan adanya sosialisasi Kewirausahaan bisa membuat warga terutama pemuda dapat berwirausaha sendiri tanpa bergantung dengan perusahaan. Program pembuatan produk juga bisa dikatakan layak, karena dengan program ini ada hubungannya dengan kewirausahaan tersebut, yaitu warga mempunyai referensi produk apa yang akan dijual. Program Pemasaran Produk dikatakan layak, karena masih berhubungan dengan produk, Sehingga warga mengetahui cara pemasaran produk secara *online*.

B. METODE PELAKSANAAN

Setelah tim melakukan penelusuran di desa Singajaya, masih ada permasalahan yang belum terselesaikan, yaitu dimasa pasca pandemi ini warga. Kurang nya pengetahuan khusus mengenai kewirausahaan sehingga warga belum terlalu membuka mata untuk berwirausaha sendiri. Target luaran yang dihasilkan dari pelaksanaan program kewirausahaan adalah Laporan. Target luaran kegiatan program pembuatan produk yaitu Siwang (Terasi Bawang). Target luaran yang dihasilkan dari pelaksanaan kegiatan program pemasaran produk adalah Laporan. Indikator capaian program pembuatan produk adalah warga memahami tentang bagaimana cara membuat produk yang banyak diminati oleh konsumen. Hal ini dapat dilihat

dari perilaku warga. Indikator program pembuatan produk yaitu warga mulai melakukan pembuatan produk sendiri untuk memulai berwirausaha. Indikator capaian program pemasaran produk adalah warga memahami tentang bagaimana cara memasarkan produk melalui media sosial. Hal ini dapat dilihat dari perilaku warga. Indikator program pembuatan produk yaitu warga mulai melakukan pemasaran produk melalui media sosial. Indikator capaian program kewirausahaan adalah warga memahami pentingnya informasi mengenai kewirausahaan. Hal ini dapat dilihat dari perilaku warga. Indikator program kewirausahaan yaitu melakukan beberapa kegiatan kewirausahaan.

1. Kegiatan dan Pelaksanaan

Dengan cara mendatangi rumah warga dan memberikan informasi serta penyuluhan mengenai program kerja baik program kewirausahaan. Ikut serta dalam kegiatan-kegiatan yang ada pada Desa Singajaya. Target luaran kegiatan program pembuatan produk yaitu Siwang (Terasi Bawang). Target luaran yang dihasilkan dari pelaksanaan kegiatan program pemasaran produk adalah produksi siwang.

2. Waktu dan Tempat Pengabdian kepada masyarakat

Kegiatan ini dilaksanakan pada desa Singajaya yang beralamat di Jl.Ponpes Al-Fattah No.10 RT/RW 04/01 Desa Singajaya kecamatan Indramayu Kabupaten Indramayu 45218. Jadwal pelaksanaan program kerja Sosialisasi Kewirausahaan dilaksanakan pada: untuk pelaksanaan yaitu tanggal 27 Juli 2021 dengan tempat di Balai desa Singajaya, Kemudian untuk jadwal pelaksanaan program pendampingan Praktek Pembuatan Produk Siwang Rebon dilaksanakan pada: 6 Agustus 2021, Jadwal pelaksanaan program Praktek Pembuatan Produk Siwang Rebon dilaksanakan pada: 10 Agustus 2021.

3. Mitra/Subjek Pengabdian

Mitra yang menunjang kegiatan ini adalah karang taruna dengan jumlah 8 orang dan mitra masyarakat desa, karang taruna, organisasi kemasyarakatan, ibu-ibu rumah tangga dan para santri. Indikator capaian program pembuatan produk adalah warga memahami tentang bagaimana cara membuat produk yang banyak diminati oleh konsumen. Hal ini dapat dilihat dari perilaku warga. Indikator program pembuatan produk yaitu warga mulai melakukan pembuatan produk sendiri untuk memulai berwirausaha. Indikator capaian program pemasaran produk adalah warga memahami tentang bagaimana cara memasarkan produk melalui media sosial. Hal ini dapat dilihat dari perilaku warga. Indikator program pembuatan produk yaitu warga mulai melakukan pemasaran produk melalui media sosial. Indikator capaian program kewirausahaan adalah warga memahami pentingnya informasi mengenai kewirausahaan. Hal ini dapat dilihat dari perilaku warga. Indikator program kewirausahaan yaitu melakukan beberapa kegiatan kewirausahaan.

4. Prosedur

Melihat dari potensi di desa singajaya mengenai gambaran umum pelaksanaan program pemasaran secara *online* yang tertuang dalam metode pengabdian.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kewirausahaan kegiatan ini diartikan sebagai kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda dari yang lain, sehingga tim memutuskan untuk melakukan sosialisasi mengenai kegiatan pentingnya kewirausahaan di masa pasca pandemi covid-19. Selanjutnya pada program pembuatan produk ini merupakan kegiatan untuk menciptakan produk baru sehingga tim pengabdian memutuskan untuk melakukan praktek pembuatan produk. Pemberdayaan UMKM sangat penting dan strategis dalam mengantisipasi perekonomian terutama dalam memperkuat struktur perekonomian nasional (Ukkas, 2017). Menurut Sugiyanto et al., (2021) bahwa UMKM merupakan salah satu sektor yang mempunyai peranan penting dalam pembangunan ekonomi. Sektor UMKM merupakan salah satu kekuatan utama dan vital yang mampu pendorong pembangunan ekonomi dan lapangan pekerjaan (Supardi et al., 2021). Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah diharapkan dapat memberikan kontribusi yang besar terhadap pertumbuhan perekonomian sehingga perlu lebih diperhatikan karena mengemban misi menciptakan pemerataan kesempatan kerja dan berusaha, melestarikan budaya dan mendukung ekspor nasional (Goso & Bachri, 2016).

Pada program pemasaran produk kegiatan ini di arahkan untuk memasarkan produk ke media sosial sehingga tim memutuskan untuk melakukan pemasaran produk melalui media sosial yang diketahui oleh warga.

Tabel 1 Program Perencanaan Pelaksanaan dan Evaluasi

No	Program	Perencanaan	Pelaksanaan	Evaluasi
1	Produk	Pada tahap ini dilaksanakan pada tanggal 06 Agustus 2021. Dilaksanakan di kantor aula balai desa setempat Untuk Pembuatan produk.	Dilaksanakan pada tanggal 06 agustus 2021. Di kantor aula balai desa setempat pada waktu 10.00-12.00	Kegiatan berlangsung lancar, warga telah Mengetahui cara membuat produk untuk dijual kembali
2	Pemasaran Produk	Pada tahap ini dilaksanakan pada tanggal 10 Agustus 2021. Dilaksanakan di posko kantor aula bali desa setempat Untuk validasi pemasaran produk secara <i>online</i> .	Dilaksanakan pada tanggal 10 agustus 2021. Di posko pada waktu 10.00-12.00	Kegiatan berlangsung lancar, warga telah Mengetahui cara pemasaran produk secara <i>online</i>

Deskripsi Produk Program Pendukung Produk “SIWANG REBON” bahan-bahan: bawang merah ¼ kg, bawang putih 2 siung, kemiri 2 butir, cabe kriting 3 biji, terasi ½ bungkus, rebon secukupnya, penyedap rasa secukupnya, gula secukupnya. cara pembuatan: iris tipis-tipis bawang merah, kemudian rendam dengan air garam. Iris cabe kriting sesuai selera. Uleg bawang putih, kemiri dan terasi sampai halus, pisahkan. Setelah bawang direndam, goreng bawang dengan api kecil sampai setengah matang. Selanjutnya masak bumbu halus sampai tercium bau harum, kemudian campur irisan cabe dan rebon. Masak sebentar lalu tambahkan bawang goreng yang sudah digoreng sebelumnya. Aduk-aduk sampai rata. Koreksi rasa. Angkat. Siwang Rebon siap disajikan.



Gambar 1. Foto-foto Pelaksanaan Praktek Pembuatan Produk “Siwang Rebon”

Melihat dari potensi di desa singajaya yang masih memerlukan banyak wawasan atau pengetahuan mengenai kemajuan teknologi saat ini, kami memutuskan untuk memberikan beberapa pengetahuan yang ketahui mengenai UMKM kepada pengusaha kecil yang ada di desa singajaya, memberikan gambaran motivasi dan wawasan kepada pemuda-pemudi di desa

singajaya dan memberikan cara pemasaran hasil usaha yang ada di desa singajaya. Serta memberikan sedikit ilmu mengenai produksi dari pengolahan. Tujuan dari kegiatan program pengabdian diantaranya Sebagai bentuk keikutsertaan masyarakat diwakili oleh karang taruna dan santri serta ibu rumah tangga dalam mengembangkan potensi Sumber Daya Alam (SDA) maupun Sumber Daya Manusia (SDM) yang terdapat di desa itu sendiri. Ada manfaat yang dirasakan di dalam kegiatan program pengabdian pendampingan masyarakat sebagai bentuk partisipasi dalam pengembangan potensi desa. Sebagai bentuk pendewasaan, pola berfikir dan penalaran masyarakat khususnya pemuda dalam menghadapi suatu kondisi pada lingkungan masyarakat. Bagi Masyarakat dan Pemerintah, Sebagai bentuk inovasi tambahan untuk merencanakan serta penerapan pengembangan SDA dan SDM yang dimiliki. Sebagai fasilitator dalam bentuk sharing atau bertukar pendapat tentang pengambilan langkah keputusan untuk pengembangan dan kemajuan desa. Sebagai bentuk pengalaman secara bersama – sama khususnya dalam bersinergi mewujudkan kesejahteraan masyarakat melalui program desa maupun program pemerintah. Sebagai bentuk edukasi terhadap masyarakat tentang keberhasilan taraf pendidikan sehingga dapat bersinergi bersama dalam mewujudkan program yang telah dicanangkan sebelumnya. Sebagai bentuk jalinan silaturahmi antar lembaga pendidikan dengan masyarakat daerah khususnya dalam program pengembangan dan pemberdayaan SDA maupun SDM yang telah tersedia di lingkungan daerah.

Memberikan motivasi warga untuk berwirausaha sendiri tanpa bergantung pada perusahaan. Meningkatkan wirausahawan muda yang ada di desa singajaya. Pembuatan Produk memberikan referensi warga untuk membuat produk yang akan dijual. Warga bisa membuat produk sendiri. Pemasaran produk memberikan pengetahuan mengenai cara pemasaran dengan menggunakan sistem *online*. Warga bisa lebih mudah dalam menjual produknya.

Peningkatan kesadaran masyarakat terhadap program Kewirausahaan cukup menggembirakan. Program kewirausahaan dapat dikatakan berhasil karena dari 30% warga yang belum berani melakukan kegiatan kewirausahaan setelah sosialisasi kewirausahaan dapat meningkat menjadi 70%. Hal ini berdasarkan pengamatan oleh tim pengabdian. Peningkatan kesadaran masyarakat terhadap program pembuatan produk dapat dikatakan berhasil karena dari 50% warga yang belum melakukan pembuatan produk meningkat menjadi 70% setelah tim melakukan praktek pembuatan produk. Hal ini berdasarkan pengamatan oleh tim pengabdian.

Peningkatan kesadaran masyarakat terhadap program pemasaran produk dapat dikatakan berhasil karena dari 30% warga yang belum memahami pemasaran secara *online*

menjadi meningkat 80% setelah tim melakukan praktek pemasaran melalui media sosial. Hal ini berdasarkan pengamatan program oleh tim pengabdian.

D. SIMPULAN

Program pendampingan Rencana lanjutan Program Sosialisasi Kewirausahaan adalah perlu adanya kesadaran masyarakat untuk memulai usaha. Rencana lanjutan Program Pembuatan Produk “SIWANG REBON” adalah perlu adanya sosialisasi kembali untuk membuat produk makanan sendiri dirumah.

E. UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada pihak yang sepantasnya menerima ucapan tersebut Kepada lembaga Pengabdian masyarakat Universitas Wiralodra Indramayu, kepala desa Singajaya serta pimpinan pondok pesantren, karang taruna, masyarakat desa singajaya dan Ketua RW 02 Ahmad Qoan.

F. DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Malik. (2017). “Pengembangan Kewirausahaan berbasis potensi lokal melalui pemberdayaan masyarakat”. *Journal of Nonformal Education and Community Empowerment*. 1 (1), 87-101.
- Goso, Samsul Bachri, (2016), Implementasi Pemberdayaan Usaha Ekonomi Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palolpo*, Vol. 2, No.1. pp. 1-10.
- Tufik Hidayat. (2017). “Pentingnya Perilaku Hidup Bersih dan Sehat”. Nina Razad (ed), *Buku Saku Rumah Tangga Sehat dengan PHBS* (hal. 2). Pusat Promosi Kesehatan, Depkes RI, Jakarta.
- Soekirman, Prof.PhD (1999) “Arti kata Gizi dan Definisi Ilmu Gizi”, *Ilmu Gizi dan Aplikasinya*. Direktorat Jendral Pendidikan Tinggi, Departemen Pendidikan Nasional. (hlm.5). ISBN.
- Supardi, S., Nugraha, N. M., Susanti, N., Sumantri, M. B. A., & Mukhlis, T. I. (2021), *Peluang dan Perubahan Cara Berpikir Saat Pandemi* (Pengabdian Kepada UMKM Binaan Kadin Provinsi Jawa Barat), *Jurnal Pengabdian Dharma Laksana*, Vol. 3 No. 2, 162-168
- Sugiyanto, S., Putri, A., & Kartolo, R. (2021), *Potensi Kekayaan Intektual Pada Pemberdayaan UMKM dan Koperasi Kota Tangerang Selatan*, *Proceedings Universitas Pamulang*, Vol. 1 No. 1. pp. 502-520.

Ukkas, I. (2017), Strategi dan Upaya Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM), Berkemajuan: *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, Vol. 1 No. 1, pp. 24-27. Pemberdayaan masyarakat". *Journal of Nonformal Education and Community Empowerment*. 1 (1), 87-101.

Novian Agung Pratama. (2020). "Pengetahuan dan Perilaku Masyarakat Memaknai Social Distancing". *Journal Digital Media & Relationship* 2 (1).