

Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Tempe di Desa Cimaung

Doni Pernanda^{*1}, Meddy Robiansya², Difa Wiratama³, Imelda Al Fathir⁴

^{1,2,3,4}Universitas Bina Bangsa

Email: dpernanda@gmail.com

Abstract

Efforts to introduce and develop Micro, Small and Medium Enterprises (MSME) have an important role and strategy in national economic development. In addition to playing a role in economic growth, it also plays a role in the absorption of labor on a large scale. Cimaung village has a very wide agricultural land. So that the community can take advantage of the results of their village to raise village MSME. This Community Service Activity (MSME) is carried out with outreach activities and implementation methods such as observation and interviews, lectures and discussions, as well as demonstrations and practices. Based on the phenomenon of existing thinking, efforts are needed to increase public interest in MSME and provide motivation to the community to continue to run a business or take advantage of existing opportunities to open a business. This outreach also explained the importance of marketing on social media and also utilizing technology for business development.

Keyword: Socialization, Development, MSME

Abstrak

Upaya memperkenalkan dan mengembangkan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran dan strategi penting dalam pembangunan ekonomi nasional. Selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi, ia juga berperan dalam penyerapan tenaga kerja dalam skala besar. Desa Cimaung memiliki lahan pertanian yang sangat luas. Sehingga masyarakat dapat memanfaatkan hasil desanya untuk mengangkat UMKM desa. Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (UMKM) ini dilaksanakan dengan kegiatan sosialisasi dan metode implementasi seperti observasi dan wawancara, perkuliahan dan diskusi, serta demonstrasi dan praktik. Berdasarkan fenomena pemikiran yang ada, diperlukan upaya untuk meningkatkan minat masyarakat terhadap UMKM dan memberikan motivasi kepada masyarakat

untuk terus menjalankan bisnis atau memanfaatkan peluang yang ada untuk membuka usaha. Sosialisasi ini juga menjelaskan pentingnya pemasaran di media sosial dan juga memanfaatkan teknologi untuk pengembangan bisnis.

Kata Kunci: Sosialisasi, Pengembangan, UMKM

PENDAHULUAN

Salah satu prioritas pembangunan dalam Rencana Kerja Pemerintah (RKP) adalah pengembangan Usaha Menengah, Kecil dan Mikro (UMKM). Hal ini didasarkan fakta bahwa UMKM telah banyak berkontribusi dalam perekonomian nasional. Pengembangan Usaha Menengah, Kecil dan Mikro (UMKM) menjadi sangat strategis karena potensinya yang besar dalam menggerakkan kegiatan ekonomi masyarakat, dan sekaligus menjadi tumpuan sumber pendapatan sebagian besar masyarakat dalam meningkatkan kesejahteraannya. Tumbuh dan berkembangnya usaha kecil dan menengah menjadikannya sebagai pertumbuhan kesempatan kerja dan kesejahteraan masyarakat. Menyadari pentingnya

peran UMKM, maka perlu upaya pemberdayaan UMKM. dalam rangka percepatan pembangunan ekonomi daerah dan pusat serta peningkatan daya saing produk

Keberadaan UMKM tidak dapat dihapuskan ataupun dihindarkan dari masyarakat bangsa saat ini. Karena keberadaannya sangat bermanfaat dalam hal peningkatan pendapatan masyarakat. Selain itu juga mampu menciptakan kreatifitas yang sejalan dengan usaha untuk mempertahankan dan mengembangkan unsur-unsur tradisi dan kebudayaan masyarakat setempat. Pada sisi lain, UMKM mampu menyerap tenaga kerja dalam skala yang besar mengingat jumlah penduduk Indonesia yang besar sehingga hal ini dapat mengurangi tingkat pengangguran. Dari sinilah terlihat bahwa keberadaan UMKM yang bersifat padat karya, menggunakan teknologi yang sederhana dan mudah dipahami mampu menjadi sebuah wadah bagi masyarakat untuk bekerja UMKM

Pengembangan UMKM menjadi sangat strategis dalam menggerakkan perekonomian nasional, mengingat kegiatan usahanya mencakup hampir semua lapangan usaha sehingga kontribusi UMKM menjadi sangat besar bagi peningkatan pendapatan untuk kelompok masyarakat berpendapatan rendah.

Pengabdian kepada masyarakat yang berlokasi di desa Cimaung Kecamatan Cikeusl Kabupaten Serang yang mana wilayah tersebut memiliki kearifan lokal yang dapat dimanfaatkan dan dijadikan untuk peluang bisnis atau usaha. Selain itu, terdapat potensi alam yang bisa dioptimalkan apabila dikelola dengan baik.

Desa Cimaung adalah desa yang mayoritas penduduknya bekerja sebagai petani, karena desa Cimaung memiliki lahan pertanian yang sangat luas. Luas pertanian itu bisa di bilang sangat berpotensi dalam mengembangkan ekonomi masyarakat desa. Selain di bidang pertanian masyarakat juga ada yang menjadi pedagang, buruh migran, karyawan swasta dll. Dalam hal ini, penulis berupaya untuk membantu masyarakat desa Cimaung untuk memanfaatkan hasil desa mereka dengan memberikan sosialisasi untuk membangkitkan UMKM desa tersebut.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini adalah masyarakat di Desa Cimaung yang sudah memiliki usaha UMKM, terutama para remaja yang memilih bertani setelah tamat sekolah menengah dan juga ibu-ibu rumah tangga yang tidak memiliki

kegiatan. Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini dilakukan dengan kegiatan sosialisasi dan metode pelaksanaan yang dilakukan adalah:

1. Observasi dan Wawancara

Metode ini dilakukan dengan masyarakat Desa Sukajaya, kampung kemayungan untuk melihat sejauh mana pemahaman dan pengetahuan mereka terhadap berbagai peluang usaha di masa kini dan aktifitas pemasaran yang dapat dilakukan untuk UMKM.

2. Ceramah dan Diskusi

Metode ini dipilih agar saat sosialisasi dapat dengan mudah menyajikan konsep penting agar dapat dipahami dan dengan mudah para peserta sosialisasi dapat menguasainya. Metode ceramah melalui penyampaian presentasi dengan menampilkan gambar dan display yang menarik serta relatif padat, cepat, dan mudah menarik perhatian peserta sehingga aktif melakukan diskusi. Materi-materi ceramah dan diskusi berupa pengetahuan tentang apa itu UMKM, Kriteria UMKM, Faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan UMKM, Contoh UMKM di Indonesia.

3. Demonstrasi dan Praktik

Metode ini menunjukkan proses pemasaran yang dapat dilakukan oleh para UMKM untuk menunjang pemasaran produk, dimana terdapat berbagai pembatasan ruang gerak seperti dengan penggunaan teknologi digital sebagai media pemasaran yang mudah dan tidak berbayar, melalui telepon pintar yang digunakan. Dengan ini peserta juga diajak aktif melakukan secara langsung program dari konsep yang diajarkan tersebut.

Adapun bahan sosialisasi serta diskusi yang diajukan mengarah pada munculnya sebuah ide bisnis yang memanfaatkan hasil desa berupa tempe. Oleh karena itu terbentuklah ide bisnis untuk mengelola tempe menjadi kripik tempe yummy karena kripik tersebut bisa dikonsumsi banyak kalangan dari kalangan anak-anak hingga orang tua. Untuk ide UMKM bisnis kripik tempe yummy bisa dilihat pada gambar berikut.



Gambar 1. Logo UMKM Kripik Tempe

Bahan-bahan yang diperlukan untuk pembuatan kripik tempe yummy



Gambar 2. Komposisi Bahan kripik tempe yummy

Dalam PKM ini juga melibatkan seluruh mahasiswa Universitas Bina Bangsa Banten yang sedang menjalani Kuliah Kerja Mahasiswa (KKM) di Desa Cimaung.

HASIL DAN PEMBAHASAN PELAKSANAAN

Kegiatan “ Pengembangan UMKM Di Era Digital Dan Pemanfaatan Teknologi Tepat Guna, Serta Launching Website Desa Cimaung telah dilaksanakan pada 27 Agustus 2022

yang bertempat di kantor desa setenpat. Dalam sosialisasi ini seluruh mahasiswa KKM Universitas Bina Bangsa terlibat.

Sasaran kegiatan sosialisasi ini yakni masyarakat yang berminat pada UMKM yang ada di Desa Cimaung. Penetapan sasaran ini merupakan suatu upaya dalam menyampaikan pengetahuan serta pemahaman kepada para peserta tentang berbagai peluang usaha UMKM dan ekonomi kreatif serta strategi pemasaran yang memungkinkan.

Secara resmi, pengertian usaha mikro, kecil, menengah diatur dalam Undang-undang nomor 20 Tahun 2008. Yang menyatakan bahwa setiap usaha diberikan batasan tertentu sehingga ada kategori tertentu dalam menentukan apakah usaha tersebut termasuk ke dalam usaha mikro, kecil, maupun menengah. Usaha mikro berdasarkan undang-undang ini yakni usaha produktif milik perorangan atau badan usaha perorangan. Kegiatan UMKM memberikan dampak bagi kehidupan masyarakat dengan konsep kemandiriannya, serta menjadi pangkal dalam berkreasi. Kegiatan pengabdian ini mendapat dukungan yang besar dari kades dan juga warga, hal ini karena materi kegiatan pengabdian mendukung desa untuk menjadi inovatif. Hasil dari sosialisasi ini dapat dilihat pada gambar berikut.



Gambar 3. Banner Sosialisasi



Gambar 4. Pemaparan Materi Sosialisasi



Gambar 5. Peserta Sosialisasi



Gambar 6. Hasil Produk UMKM Kripik Tempe Yummy

KESIMPULAN

Kegiatan sosialisasi ini sangat diminati oleh peserta yang mana ditunjukkan dengan antusiasnya peserta ingin menciptakan ide-ide kreatif untuk UMKM desa mereka dengan

memanfaatkan hasil daerah yang mereka punya. Masyarakat Desa Cimaung juga tertarik dalam menentukan sebuah merek produk dan ingin memasarkannya lewat media social

DAFTAR PUSTAKA

- Hafsah, M. Jafar, (2004). Upaya Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM). Diakses pada tanggal 3 April 2018 pukul 22.15 wib dari www.smeccda.com.
- Citrawati, (2021). Pengembangan UMKM Melalui Peningkatan Pemasaran Produk Kripik Tempe Di Desa Wooharjo Kabutaten Tanggamus. Jurnal Pengabdian kepada masyarakat, Vol.1, No.1, November 2021.
- Wisesa, (2022). Upaya Pengembangan UMKM Digital Keripik Tempe Pada Industri Kecil Di Desa Balet baru Kecamatan Sukowono. Jurnal Ilmiah Wawasan Kuliah Kerja Nyata, Vol.3, No.1, Juni 2022.
- Nita, (2021). Pembinaan Dalam Upaya Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Tempe di Kampung Karya Bakti. Community Engagement & Emergence Journal (CEEJ), Vol.3, No.1 tahun 2021