

POLA BERFIKIR INOVASI UMKM SINDANG HEULA (KERAMAHAN LOKAL MASYARAKAT KABUPATEN SERANG BANTEN)

Ade Manggala Hardianto¹, Suheli², Cipi Nurhayana³, Sam Sidik⁴, Yusuf Wibisono⁵, Ana Maulana Mus⁶, Eva Muti'ah⁷, Basrowi⁸, Bambang Dwi Suseno⁹

^{1,2,3,4,5,6,7,8,9}Universitas Bina Bangsa

Email: ademanggalahardianto78@gmail.com

Abstract

Covid-19 membawa dampak diberbagai bidang terutama UMKM pedesaan atau UMKM menengah kebawah. Banyak pedagang dan pengrajin yang mengalami kegagalan dalam melanjutkan usahanya akibat pandemi tersebut. Beragam upaya dilakukan untuk meningkatkan kembali usaha masyarakat namun belum mendapatkan hasil yang memuaskan. Perlu adanya peningkatan kemampuan masyarakat baik dibidang pemasaran dan inovasi produk sehingga mampu bersaing dengan produk lain. Tujuan pengabdian kepada masyarakat ini untuk mengetahui sejauh mana pengaruh sosialisasi pengembangan produk umkm terhadap peningkatan pendapatata masyarakat. metode yang digunakan pada pengabdian kepada masyarakat ini adalah sosialisasi dan praktik. Teknik pengumpulan data melalui pre-test dan pos-test. Hasil pengabdian kepada masyarakat ini yaitu terdapat peningkatan yang signifikan pengetahuan masyarakat tentang inovasi produk untuk meningkatkan pendapatan masyarakat.

Kata Kunci: UMKM, inovasi produk, Peningkatan Ekonomi

Abstract

Covid-19 has had an impact on various fields, especially rural MSMEs or middle to lower MSMEs. Many merchants and craftsmen failed to continue their business due to the pandemic. Various efforts have been made to improve community efforts but have not yielded satisfactory results. There needs to be an increase in the ability of the community both in the field of marketing and product innovation in order to compete with other products. The purpose of this community service is to find out the extent of the influence of socialization of MSME product development on improving public opinion. The methods used in community service are socialization and practice. Data collection techniques through pre-test and post-test. The result of this community service is a significant increase in public knowledge about product innovation to increase people's income.

Keywords: MSMEs, product innovation, Economic Improvement

PENDAHULUAN

Selama Covid 19, masyarakat kabupaten Serang merupakan salah satu yang merasakan kehilangan mata pencahariannya. Kondisi UMKM mengalami penurunan misalnya usaha kecil makanan dari 4.300 tahun 2019 menjadi 1.432 (tahun 2020) dan tahun 2021 turun menjadi 854 usaha kecil. Usaha kecil bidang minuman juga mengalami penurunan dari tahun 2019 sebanyak 3.905, tahun 2020 turun menjadi 1.231 dan tahun 2021 menjadi 586. Usaha kecil bidang Pakaian juga mengalami penurunan, pada tahun 2019 sebanyak 2.359, tahun 2020 turun menjadi 832, dan tahun 2021 turun menjadi 487. Usaha kecil yang paling terpuruk adalah di bidang jasa, karena usaha kecil di bidang jasa melayani

konsumen dan pelanggan secara langsung, seperti tukang potong rambut, tukang pijat, dan berbagai jasa lain yang sangat sulit untuk menjaga tingkat permintaan jasa. Tahun 2019 sebanyak 1.232, tahun 2020 turun menjadi 354, dan tahun 2021 turun lagi menjadi 232. Apabila dilihat dari Indek Keberlanjutan usaha kecil

Jenis usaha kecil	2019	2020	2021
Makanan	0,96	0,37	0,37
Minuman	0,95	0,35	0,36
Pakaian	0,93	0,29	0,29
Jasa	0,96	0,37	0,38
Manufaktur	0,97	0,35	0,35
Rata-rata	0,96	0,36	0,37

Sumber: Disperindagkop Kab. Serang, 2019-2021

Usaha kecil tidak dapat memberikan kontribusi yang baik kecuali jika kinerjanya memuaskan. Seperti yang sudah ditunjukkan, itu adalah kinerja mereka yang benar-benar berkontribusi pada wirausahawan individu dan masyarakat secara keseluruhan (Ren et al., 2015). Oleh karena itu, kinerja usaha kecil merupakan hal yang perlu mendapat perhatian. Meskipun usaha kecil umumnya merupakan kontributor penting bagi pembangunan nasional, studi ini berfokus pada kinerja usaha kecil manufaktur karena sektor ini dianggap sebagai pilar pertumbuhan ekonomi kontemporer. Dengan demikian, usaha kecil dianggap sebagai pilar pertumbuhan ekonomi kontemporer (Chege & Wang, 2020).

Selama beberapa dekade terakhir, penelitian terkait dengan bisnis telah mengalami pertumbuhan yang stabil dan berkontribusi secara teoretis dan empiris terkait dengan konsep model bisnis, evolusinya, dan aplikasinya (Massa et al., 2017; Wirtz et al., 2016; Zott et al., 2011). Tinjauan terbaru dari literatur tentang model bisnis, menunjukkan konvergensi definisi sehinggalah ini terdapat konsensus bersama dalam mendefinisikan model bisnis sebagai desain, nilai, pengiriman, dan mekanisme dari sebuah organisasi (Teece, 2010). Mengikuti definisi ini, minat seputar model bisnis telah melintasi berbagai bidang penelitian (misalnya, manajemen strategis, kewirausahaan, inovasi, keberlanjutan perusahaan), sektor

bisnis dan non-bisnis (misalnya, ekonomi sirkular, e-bisnis, transportasi, perawatan kesehatan, pendidikan tinggi), dan perspektif penggunaan (misalnya, strategi dan desain organisasi, narasi dan pemahaman, alat inovasi, kinerja dan pengendalian), sehingga saat ini menjadi unit analisis baru yang berbeda (Foss & Saebi, 2017).

METODE PELAKSANAAN

Metode yang digunakan yaitu penyuluhan informasi kegiatan inovasi produk (Suwarno et al., 2020) dan praktik pembuatan produk dengan memanfaatkan sumber daya yang ada (Soenyono & Basrowi, 2020) yaitu lidi kelapa. Pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan pada tanggal 11 September – 30 November 2022 bertempat di Desa Sindang Heula Kecamatan Pabuaran Kabupaten Serang. Dengan jumlah peserta 30 orang.

Proses pengumpulan data dilakukan dua tahap (Marwanto et al., 2020) yaitu pre-test dan post-test (Adri, 2020). Pre-test dilakukan untuk mengukur kemampuan awal yang sudah dimiliki oleh sasaran. Sedangkan post-test untuk mengetahui sejauhmana pemahaman materi pelatihan yang sudah diberikan (Basrowi & Utami, 2020).

Proses analisis data dilakukan dengan menggunakan uji perbandingan rata-rata pengetahuan (Basrowi & Maunnah, 2019) dan keterampilan sasaran antara sebelum dan sesudah (Lanini, & Syafiuddin, 2020).

HASIL DAN PEMBAHASAN PELAKSANAAN

Proses peningkatan Keterampilan Masyarakat

Kegiatan pelatihan dilakukan di rumah warga Desa Sindang Heula Kecamatan Pabuaran Kabupaten Serang yang diikuti oleh 30 orang. Pelatihan berjalan dengan baik, peserta yang ikut dalam pelatihan tersebut sangat antusias dan bersemangat untuk mengetahui informasi tentang materi yang disampaikan.

Tabel 2. Pemahaman peserta tentang inovasi produk

Deskripsi	Sebelum sosialisasi	Sesudah sosialisasi
Sangat kurang paham	15	3
Kurang Paham	5	3
Cukup	5	9

paham	5	10
Sangat paham	0	5
Jumlah	30	30

Berdasarkan tabel di atas dapat dipahami bahwa, pemahaman peserta pada sebelum pelatihan masih sangat kurang, terbukti masih ada 15 orang yang sangat kurang paham dan 5 orang yang kurang paham. Setelah penyuluhan, pemahaman peserta sudah mulai baik. Dari 30 orang, sudah ada 5 orang yang sangat paham, 10 paham, dan 9 orang cukup paham. Hanya ada 3 orang yang kurang paham dan masih ada 3 orang yang sangat tidak paham. Mereka yang sangat tidak paham tersebut disebabkan mereka tidak hadir dalam pemberian materi pelatihan dan Kembali pada saat post-test dilakukan.

Pada materi kedua yaitu memilih produk dengan sumberdaya melimpah, hasil pemahaman peserta pelatihan tampak sebagai berikut.

Tabel 3 pemahaman memilih produk dengan sumber daya melimpah

Deskripsi	Sebelum sosialisasi	Sesudah sosialisasi
Sangat kurang paham	7	0
Kurang Paham	6	2
Cukup paham	5	5
Sangat paham	6	13
Jumlah	30	30

Berdasarkan tabel di atas dapat dipahami bahwa, pemahaman sasaran tentang memilih produk dengan sumber daya melimpah sebelum pelatihan masih sangat kurang, terbukti masih ada 13 orang yang sangat kurang paham dan kurang paham. Setelah sosialisasi, pemahaman peserta sudah sangat baik. Dari 30 orang, sudah ada 10 orang yang sangat paham, 18 paham, dan cukup paham. Hanya ada 2 orang yang kurang paham.

Pada materi ketiga yaitu praktik membuat sapu lidi yang benar hasil pemahaman peserta pelatihan tampak sebagai berikut.

Tabel 4. Peraktik pembuatan sapu lidi

Deskripsi	Sebelum sosialisasi	Sesudah sosialisasi
Sangat kurang paham	15	1
Kurang Paham	8	2
Cukup paham	3	7
Sangat paham	3	10
Jumlah	1	10
	30	30

Berdasarkan tabel di atas dapat dipahami bahwa, pemahaman sasaran tentang praktik pembuatan sapu lidi sebelum pelatihan masih sangat kurang, terbukti masih ada 23 orang yang sangat kurang paham dan kurang paham. Setelah sosialisasi, pemahaman peserta sudah sangat baik. Dari 30 orang, sudah ada 10 orang yang sangat paham, 17 paham, dan cukup paham. Hanya ada 2 orang yang kurang paham dan 1 orang yang sangat kurang paham karena usia peserta yang sudah cukup tua yakni 57 tahun.

Pada materi keempat yaitu marketing produk, hasil pemahaman peserta pelatihan tampak sebagai berikut.

Tabel 5 pemahaman marketing produk

Deskripsi	Sebelum sosialisasi	Sesudah sosialisasi
Sangat kurang paham	12	1
Kurang Paham	9	1
Cukup paham	5	6
Sangat paham	4	15
Jumlah	0	7
	30	30

Berdasarkan tabel di atas dapat dipahami bahwa, pemahaman sasaran tentang penggunaan sosial media sebagai alat pemasaran produk sebelum pelatihan masih sangat kurang, terbukti masih ada 21 orang yang sangat kurang paham dan kurang paham. Setelah sosialisasi, pemahaman peserta sudah sangat baik. Dari 30 orang, sudah ada 7 orang yang sangat paham, 21 paham, dan cukup paham. Hanya ada 1 orang yang kurang paham dan 1 orang yang sangat kurang paham karena usia peserta yang sudah cukup tua yakni 57 tahun.

Kegiatan pelatihan digambarkan sebagai berikut:



KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis terdapat perubahan dari sebelum dan sesudah pelatihan. Para peserta pelatihan menjadi sangat paham tentang pentingnya mengetahui informasi inovasi produk dan cara memasarkan produk yang benar. Sehingga produk dapat bersaing dan menjangkau pelanggan lebih luas. Serta fokus pada pemanfaatan sumber daya yang melimpah salah satunya adalah lidi kelapa. Bahan baku mudah didapat serta tidak sulit untuk diolah.

Peningkatan yang terjadi sebesar 30% dari rata-rata nilai 25% menjadi rata-rata 55%. Melalui kegiatan pengabdian ini, dapat dilakukan tindak lanjut, sehingga empat aspek yang dilatihkan tersebut dapat terlaksana dengan baik

Dengan kata lain, warga desa Sindang Heula yang mengikuti pelatihan menjadi lebih paham bagaimana membuat produk yang inovatif sehingga tidak tertinggal oleh produk lain. Masyarakat juga bisa memanfaatkan sumber daya local menjadi produk yang bernilai ekonomi. Tujuannya tentu untuk meningkatkan pendapatan masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Adri, F.R. 2020. Pengaruh Pre-test Terhadap Tingkat Pemahaman Mahasiswa Program Studi Ilmu Politik Pada Mata Kuliah Ilmu Alamiah Dasar. *Jurnal Menara Ilmu*. Vol XIV(no.1). (<https://jurnal.umsb.ac.id/index.php/menarailmu/article/download/1742/1491>)
- Basrowi, B., & Maunnah, B. (2019). The Challenge of Indonesian Post Migrant Worker's Welfare. *Journal of Advanced Research in Law and Economics; Vol 10 No 4 (2019): JARLE Vol X Issue 4(42) Summer 2019* DO - 10.14505//jarle.v10.4(42).07. <https://journals.aserspublishing.eu/jarle/article/view/4716>
- Basrowi, B., & Utami, P. (2020). Building Strategic Planning Models Based on Digital Technology in the Sharia Capital Market. *Journal of Advanced Research in Law and Economics; Vol 11 No 3 (2020): JARLE Volume XI Issue 3(49) Summer 2020* DO - 10.14505//jarle.v11.3(49).06. <https://journals.aserspublishing.eu/jarle/article/view/5154>
- Muna, et.al. 2022. Penguatan Pemberdayaan ekonomi Perempuan melalui Presidensi G20 pada era pandemic Covid-19 pada UMKM Bali. *Jurnal Manajemen dan sumberdaya*. Vol 1 (No.1). (<http://journal.ainarapress.org/index.php/lms/article/view/163>)
- Marwanto, I. G. G. H., Basrowi, B., & Suwarno, S. (2020). The Influence of Culture and Social Structure on Political Behavior in the Election of Mayor of Kediri Indonesia. *International Journal of Advanced Science and Technology*, 29(05 SE-Articles), 1035–1047. <http://sersec.org/journals/index.php/IJAST/article/view/9759>
- Soenyono, S., & Basrowi, B. (2020). Form and Trend of Violence against Women and the Legal Protection Strategy. *International Journal of Advanced Science and Technology*, 29(05 SE-Articles), 3165–3174. <http://sersec.org/journals/index.php/IJAST/article/view/11636>
- Suwarno, S., Basrowi, B., & Marwanto, I. G. G. H. (2020). Technology of Qualitative Analysis to Understand Community Political Behaviors in Regional Head Election in Wates District, Kediri, Indonesia. *International Journal of Advanced Science and Technology*, 29(05 SE-Articles), 2624–2635. <http://sersec.org/journals/index.php/IJAST/article/view/11159>
- Yulianti, et.al. 2022. Perempuan, Media digital dan penguatan ekonomi di masa pandemic covid-19. *Jurnal Pengabdian kepada masyarakat*. vol 7 (no.1). (<https://journal.umpr.ac.id/index.php/pengabdianmu/article/view/2286>)
- Zahara, et.al. 2022. Pemberdayaan perempuan pedesaan melalui optimalisasi kreatifitas berbasis produk unggulan bambu sebagai upaya peningkatan ekonomi keluarga. *Jurnal pengabdian nusantara*. Vol 6 no 2. (<https://ojs.unpkediri.ac.id/index.php/PPM/article/view/16189>)
- Zahrok & Suarmini, 2018. Peran Perempuan dalam Keluarga. *Journal of proceeding series*. Vol 1 (No.5). (<http://iptek.its.ac.id/index.php/jps/article/view/4422>)