

Pemberdayaan masyarakat desa dalam mewujudkan sustainability business UMKM rengginang desa karangsari

Arief Teguh Nugroho¹, Novi Fitria Hermiati², Maha Putra³, Anna Wulandari⁴
^{1), 2), 3), 4)}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pelita Bangsa, Indonesia

Article Info	Abstrak
Article history	
Received : Mar 02, 2023	<i>Usaha Kecil dan Menengah (UKM) merupakan sekelas usaha swasta dari masyarakat yang dapat menciptakan lapangan kerja. Usaha Kecil dan Menengah (UKM) pada tingkat daerah menjadi tumpuan bagi masyarakat daerah karena dinamika ekonomi usahanya dapat berhubungan dengan aktivitas masyarakat disekitar usahanya. Usaha Kecil dan Menengah (UKM) menjadi mitra bagi masyarakat daerah dalam meningkatkan pendapatan. Pengabdian Masyarakat ini dilakukan untuk meningkatkan kemampuan pengusaha kecil dan menengah teknik tata kelola pemasaran Rengginang di Desa Karangsari Kecamatan Cikarang Barat Kabupaten Bekasi Provinsi Jawa Barat.</i>
Revised : Mar 16, 2023	
Accepted : Mar 30, 2023	
	Abstract
Kata Kunci: UMKM; SMEs; Sustainability Business;	<i>Small and Medium Enterprises (SMEs) are a class of private businesses from the community that can create jobs. Small and Medium Enterprises (SMEs) at the regional level become the foundation for local communities because the economic dynamics of their business can be related to the activities of the community around their business. Small and Medium Enterprises (SMEs) are partners for local communities in increasing income. This Community Service is carried out to improve the ability of small and medium entrepreneurs to manage Rengginang marketing techniques in Karangsari Village, West Cikarang District, Bekasi Regency, West Java Province.</i>

Corresponding Author:

Arief Teguh Nugroho,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Manajemen
Universitas Pelita Bangsa
Cikarang, Kabupaten Bekasi
ariefteguhnugroho@gmail.com

This is an open access article under the CC BY-NC license.



PENDAHULUAN

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) merupakan sekelas usaha swasta dari masyarakat yang dapat menciptakan lapangan kerja. Usaha Kecil dan Menengah (UKM) pada tingkat daerah menjadi tumpuan bagi masyarakat daerah karena dinamika ekonomi usahanya dapat berhubungan dengan aktivitas masyarakat disekitar usahanya. Usaha Kecil dan Menengah (UKM) menjadi mitra bagi masyarakat daerah dalam meningkatkan pendapatan.

UMKM harus dapat mengikuti perkembangan zaman, di era yang menuntut berbagai perubahan UMKM harus mampu beradaptasi dengan perubahan. Perkembangan dalam dunia usaha di Indonesia saat ini yang semakin cepat dan pesat Berdampak pada perubahan budaya organisasi yang semakin dinamis, Oleh sebab itu. organisasi dituntut untuk selalu beradaptasi sesuai dengan perubahan permintaan masyarakat yang akan datang budaya yang membedakan dengan organisasi lain yang sejenis. Inovasi merupakan salah satu pilihan korporasi dalam menghadapi persaingan pasar

dan pengelolaan yang berkelanjutan. Menurut Sutarno, inovasi adalah transformasi pengetahuan kepada produk, proses dan jasa baru, tindakan menggunakan sesuatu yang baru. Dengan kata lain inovasi adalah modifikasi atau penemuan ide untuk perbaikan secara terus-menerus serta pengembangan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan (Widjaja & Winarso, 2019). Hal ini merupakan sebuah upaya dalam menghasilkan kesejahteraan bagi pelaku UMKM sebagai kompensasi dari hasil penjualan. Menurut Arifudin, bahwa kompensasi inilah yang akan dipergunakan karyawan itu untuk memenuhi kebutuhan hidupnya (Cahayuning et al., 2022).

Pertumbuhan UKM merupakan masalah kompleks dan multidimensi dalam lingkup dan karakter. Hal ini mencakup konvergensi dari ambisi pemilik/manajer, kompetensi, faktor-faktor internal organisasi, sumber daya dan infrastruktur, hubungan eksternal dan jaringan (Sarwoko, 2008). Faktor yang mempengaruhi keberhasilan UKM penting untuk diketahui karena masih rendahnya tingkat keberhasilan usaha. (O'Regan et al., 2004) menyatakan bahwa penciptaan UKM lebih berpotensi menciptakan lapangan kerja baru, meningkatkan perdagangan dan peningkatan PDB di wilayah tersebut.

Penerapan praktik model sustainability business merupakan salah satu bentuk komitmen pelaku bisnis yang diterapkan dengan cara memiliki tata kelola yang etis dan senantiasa berkontribusi terhadap perkembangan ekonomi dan tidak mengesampingkan kualitas kehidupan tenaga kerja, komunitas lokal dan masyarakat sekitar. Sustainability business ini pada umumnya hanya diterapkan oleh perusahaan besar yang telah stabil secara finansial, namun tidak menutup kemungkinan bahwa UMKM juga mampu mengaplikasikannya. Penguatan aspek value proposition, value creation, dan value capture maka UMKM di Indonesia mampu bertahan secara jangka panjang (Battistella et al., 2018). Integrasi keberlanjutan yang menjadi inti bisnis dapat diciptakan melalui nilai sosial, lingkungan, dan ekonomi yang seimbang dengan pemetaan nilai dikembangkan untuk membantu perusahaan membuat proposisi nilai yang lebih cocok untuk keberlanjutan (Bocken et al., 2014).

Rengginang merupakan sejenis kerupuk tebal yang dibuat dari nasi dan beras ketan yang dikeringkan dibawah sinar matahari lalu digoreng pada minyak panas dengan jumlah yang banyak, rengginang tidak dihancurkan seperti pembuatan tepung tapioca, produknya masih tampak seperti nasi. Dibeberapa pulau jawa, seperti jawa tengah mereka mengolah rengginang atau intip nasi, mereka menggunakan beras sisa dari proses memasak nasi yang melekat didandang. Di Jawa Barat dikenal juga dengan bentuk serupa, tetapi bahan baku yang dibuat bukan dari nasi melainkan singkong dan gapplek yang disebut renggining, berkembangnya zaman proses pembuatan rengginang yang awalnya dari bahan tersebut berkembang menjadi sebuah produk yang bernilai jual tinggi yang bahan bakunya dari beras ketan.

Usaha Rengginang ini dipastikan akan sangat di minati di lingkungan masyarakat umum di Desa Karangsari khususnya yang juga daerah industri. Usaha ini profesional dan juga adanya inovasi kemasan yang membuat minat pembeli meningkat, serta memperhatikan strategi pasar dengan baik dan benar maka akan dipastikan Usaha Rengginang ini akan banyak ditekuni baik oleh masyarakat local dan luar dari Desa Karangsari. Rengginang yang dihasilkan ini memiliki nilai ekonomi yang cukup tinggi karena dengan Strategi Pemasaran dan Penguatan Rasa yang khas, usaha Rengginang ini menjadi suatu kegiatan yang sangat bermanfaat untuk masyarakat dan memberikan suatu peluang usaha yang tentunya bisa meningkatkan pendapatan masyarakat di Desa Karangsari yang hasilnya bukan saja diminati oleh orang – orang yang dari desa ini tapi juga masyarakat yang ada di Kabupaten Bekasi. Usaha Rengginang yang ada di desa Karangsari ini hasil Produksinya dipasarkan melalui promosi door to door, terima pesanan, ataupun di promosikan melalui media elektronik.

Kendala saat ini sangat krusial adalah kelompok UKM ini masih belum mengetahui teknik tata kelola pemasaran Rengginang dengan efektif dan efisien. Selain itu, ruang lingkup penjualan yang masih sempit membuat usaha UMKM Rengginang ini belum mendatangkan keuntungan maksimal. Usaha ini adalah sebagai mata pencarian pokok bagi sebagian masyarakat Desa Karangsari yang sebagai ciri khas makanan tradisional. Mengacu kepada kualitas bahan baku seperti beras ketan yang berkualitas baik, hanya saja usaha ini belum menunjukkan tata kelola yang berbasis good corporate.

Dilatar belakangi hal-hal diatas, maka untuk meningkatkan kemampuan pengusaha kecil dan menengah

teknik tata kelola pemasaran Rengginang di Desa Karangsari Kecamatan Cikarang Barat Kabupaten Bekasi Provinsi Jawa Barat pelaksana pengabdian ini akan membahas tentang “Pemberdayaan Masyarakat Desa Dalam Mewujudkan Sustainability Business UMKM Rengginang Desa Karangsari”.

METODE

Metode yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian ini adalah pelatihan dengan beberapa alat bantu yang digunakan, diantaranya adalah smartphone, laptop, dan infokus. Materi disampaikan dengan metode ceramah, praktik mengelola Instagram secara langsung, sesi tanya jawab dan mendiskusikan apa yang menjadi pertanyaan dari peserta. Langkah-langkah pelaksanaannya sebagai berikut:

1. Metode Observasi

Tapakan observasi/refleksi meliputi evaluasi pelaksanaan pelatihan diantaranya sejauh mana peserta dapat memahami materi pelatihan yang disampaikan, kekurangan dan kelebihan, serta kritik dan saran terhadap pelatihan sebagai masukan untuk pelatihan di masa mendatang (Safitri et al., 2022). Observasi merupakan pengamatan yang dilakukan secara sengaja dan sistematis mengenai fenomena-fenomena sosial dengan gejala psikis untuk kemudian dilakukan pencatatan. Menurut Nana Sudjana observasi adalah pengamatan dan pencatatan yang sistematis terhadap gejala-gejala yang diteliti (Nugroho, 2019). Observasi sebagai alat pengumpulan data yang dapat dilakukan dengan secara spontan dan dapat pula dengan daftar isian yang telah disiapkan sebelumnya. Selanjutnya data yang telah dikumpulkan diolah dan di analisis secara deskriptif kualitatif yakni dengan menyajikan data secara terprinci kemudian melakukan interpretasi teoritis sehingga mendapatkan gambaran suatu penjelasan dan kesimpulan yang memadai. Dengan menggunakan metode ini, peneliti berusaha untuk mengamati permasalahan-permasalahan yang berkaitan dengan perkembangan tata kelola umkm Rengginang dalam mewujudkan sustainability business, peneliti mengamati bagaimana perkembangan umkm Rengginang di desa Karangsari untuk mencapai sustainability business.

2. Metode Wawancara

Wawancara adalah salah satu teknik pengumpulan data yang digunakan penulis guna mendapatkan data berupa keterangan lisan, semacam percakapan yang bertujuan memperoleh informasi. Menurut Yunus (2010), agar wawancara efektif, maka terdapat beberapa tatapan yang harus dilalui seperti pengenalan diri, menjelaskan maksud kedatangan, menjelaskan materi wawancara serta mengajukan pertanyaan. Wawancara adalah teknik pengumpulan data melalui proses tanya jawab lisan yang berlansung satu arah , artinya pertanyaan datang dari pihak yang mewawancara dan jawaban diberikan oleh yang diwawancara (Adiele, 2012). Teknik wawancara yang diarahkan pada suatu masalah yang menjadi pusat penelitian akan menghasilkan informasi secara langsung dan mendalam sebagai data primer. Wawancara mendalam ini dilakukan dengan informan yang dianggap memiliki kriteria cukup dari yang sudah ditentukan. Disini peneliti mengadakan wawancara kepada Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah Rengginang yang berada di desa Karangsari untuk mengetahui strategi apa yang dilakukan para Pelaku UMKM untuk mengembangkan Rengginang dalam mewujudkan sustainability business.

3. Metode Pelatihan

Pelatihan merupakan suatu konsep terencana yang terintegrasi, yang cermat, yang dirancang untuk menghasilkan pemahaman yang diperlukan untuk meningkatkan kinerja pekerja (Elfiranto, 2016). Untuk mempelajari pengetahuan, keterampilan, perilaku serta kemampuan, pelatihan merupakan salah satu proses sistematis yang digunakan dalam mengetahui tujuan pribadi dan organisasi. Pelatihan juga suatu kegiatan yang bermaksud untuk memperbaiki dan mengembangkan sikap, tingkah laku keterampilan, dan pengetahuan dari karyawannya sesuai dengan keinginan perusahaan. Disini para dosen yang melaksanakan pengabdian kepada masyarakat memberikan pelatihan dengan tema pentingnya literasi digital yang dapat memberikan manfaat di antaranya: Kegiatan mencari dan memahami informasi dapat menambah wawasan individu. Meningkatkan kemampuan individu untuk lebih kritis dalam berfikir serta memahami informasi. Menambah penguasaan “kosakata” individu dari berbagai informasi yang dibaca. Meningkatkan kemampuan verbal individu. Literasi digital dapat meningkatkan daya focus serta konsentrasi individu. Menambah kemampuan individu dalam membaca,

merangkai kalimat serta menulis informasi (Fitriyani & Nugroho, 2022)

4. Metode Penyuluhan

Metode penyuluhan adalah cara yang sistematis untuk mencapai suatu tujuan yang telah direncanakan melalui diskusi, rapat dan pertemuan praktik. Setiap orang belajar melalui banyak cara yang berbeda – beda sesuai dengan kemampuan menangkap pesan yang diterima, ada yang cukup mendengar saja, atau melihat dan juga ada yang harus mempraktekkan dan kemudian mendistribusikannya bermaksud untuk memperbaiki dan mengembangkan sikap, tingkah laku keterampilan, dan pengetahuan dari anggota sesuai dengan keinginan organisasi.

Pada sesi penyuluhan, para dosen yang melaksanakan pengabdian masyarakat memberikan materi penyuluhan mengenai wawasan lingkungan, dimana dalam Environmental Science (Chiras, 1985) menyatakan bahwa etika lingkungan merupakan landasan keberlanjutan kelompok masyarakat. Etika berwawasan lingkungan adalah kesadaran bahwa sumber daya alam di bumi bersifat terbatas. Manusia adalah bagian dari alam, dan oleh karenanya harus bijaksana dalam mengelola alam untuk kelangsungan hidupnya. Alam dan bumi bukan untuk dikuasai (Nurdin, 2014).

HASIL DAN PEMBAHASAN

UKM Rengginang Mak Erja merupakan salah satu UKM yang bergerak di bidang makanan. Dimana dalam pengabdian kali ini, tim melakukan pengembangan UKM tersebut dengan cara memberikan pelatihan tentang cara pemasaran secara online dan mengembangkan pemasaran secara offline dengan cara menitipkan Rengginang tersebut di tempat wisata, dan tempat keramaian contohnya di area jalan desa Karangsari. Dan untuk pemasaran online pemilik UKM bisa melakukannya dengan cara mempromosikan Rengginang di social media seperti Whatsapp, facebook dan Instagram .Berikut adalah gambar kemasan Rengginang Mak Erja dan Penjualan yang dilakukan.



Gambar 1 .Promosi dan Penjualan Rengginang Mak Erja

Selain itu juga, tim pengabdian memberikan pelatihan tentang bagaimana cara untuk menarik konsumen dalam segi desain kemasan yaitu dengan pemberian logo, dan kemasan yang cukup menarik. Pengabdian Masyarakat ini dapat Mewujudkan Sustainability Business. Berikut adalah gambar logo pada kemasan Rengginang :



Gambar 2 .Logo Kemasan Rengginang

UKM Rengginang Mak Erja merupakan salah satu UKM yang bergerak di bidang makanan. Dimana dalam pengabdian kali ini, tim melakukan pengembangan tersebut dengan cara ikut serta dalam proses pembuatan dan inovasi pengemasan produk. Dalam pemasaran produk Rengginang Mak Erja, Desa Karangsari berinisiatif untuk memasarkan secara langsung juga secara online supaya dapat menjangkau pasaran yang luas hingga seluruh Indonesia. Dalam pemasaran secara online Desa Karangsari memasarkan pada e-commerce seperti shopee, dan Toko pedia, juga dalam social media seperti facebook, Instagram dan juga whatsapp. Untuk pemasaran offline, Desa Karangsari memasarkan secara langsung dengan cara menawarkan produk, kepada masyarakat sekitar dan rekan kerja setiap anggota. Dalam inovasi dari Desa Karangsari berikan, terdapat hasil yang memuaskan dalam keuntungan penjualan Rengginang. Berikut adalah hasil keuntungan yang diterima.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada Masyarakat Universitas Pelita Bangsa yang terdiri dari tim dosen dan mahasiswa menfokuskan pada pengembangan Kualitas Tata Kelola UMKM Rengginang Desa Karangsari dalam mewujudkan sustainability business, didapatkan beberapa hasil sebagai berikut:

Pada awalnya UKM Rengginang Mak Erja tidak memahami pembuatan strategi pengembangan usaha dan strategi pemasaran. Setelah diadakan pelatihan dan penyuluhan maka UKM Mak Erja mulai memahami strategi pemasaran secara online sehingga luang lingkup pangsa pasarnya menjadi luar tidak hanya dijual disekitar desa Karangsari saja.

Telah dilakukan pelatihan mengenai strategi untuk menarik konsumen dengan cara pemberian kemasan dan logo yang menarik, sehingga UKM tersebut tidak kalah saing dengan UKM lainnya yang sudah berkembang.

Referensi

- Adiele, K. C. (2012). New Product Development and Consumer Innovative Behaviour: an Empirical Validation Study. *European Journal of Business and Social Sciences*, 1(6), 97–109. <http://www.ejbss.com/recent.aspx>
- Battistella, C., Cagnina, M. R., Cicero, L., & Preghenella, N. (2018). Sustainable business models of SMEs: Challenges in yacht tourism sector. *Sustainability (Switzerland)*, 10(10), 1–20. <https://doi.org/10.3390/su10103437>
- Bocken, N. M. P., Short, S. W., Rana, P., & Evans, S. (2014). A literature and practice review to develop sustainable business model archetypes. *Journal of Cleaner Production*, 65, 42–56. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2013.11.039>
- Cahayaning, Y., Suhermin, S., Budiyanto, B., & Subardjo, A. (2022). Etika Bisnis Dan Inovasi Produk Makanan Dan Minuman UMKM Di Kecamatan Semampir Surabaya. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1), 229–235. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v6i1.9313>
- Chiras, D. D. (1985). *Environmental science : a framework for decision making* (Politik li). Cummings Publishing.
- Elfiranto. (2016). Manajemen Pelatihan Sumber Daya manusia Dalam Meningkatkan Mutu. *Jurnal EduTech*, 2(2), 46–58.
- Fitriyani, F., & Nugroho, A. T. (2022). Literasi Digital di Era Pembelajaran Abad 21. *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(3), 213–220. <https://doi.org/10.47467/elmujtama.v2i3.1088>
- Nugroho, I. S. (2019). Analisis dan Perencanaan Sumber Daya Manusia pada Perusahaan Distribusi. *Jurnal Penelitian Fakultas Teknik UNINUS*, 1, 1–16.
- Nurdin. (2014). Pengaruh Metode Penyuluhan Dan Tingkat Pendidikan Terhadap Pengetahuan Berwawasan Lingkungan. *Jurnal Ilmu Pendidikan*, 20(2), 201–206.
- O'Regan, N., Ghobadian, A., & Sims, M. (2004). THE LINK BETWEEN LEADERSHIP, STRATEGY, AND PERFORMANCE IN MANUFACTURING SMEs. *Journal of Small Business Strategy*, 15(2), 45–57.
- Safitri, W., Hermiati, N. F., Huda, M., & Nugraha, A. T. (2022). Pelatihan Surat Menyurat Digital Bagi Perangkat Desa Mekarmukti Kecamatan Cikarang Utara Kabupaten Bekasi untuk Mengurangi Penggunaan Kertas. *Bubungan Tinggi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 487. <https://doi.org/10.20527/btjpm.v4i2.5178>
- Sarwoko, E. (2008). KAJIAN FAKTOR-FAKTOR PENENTU KEBERHASILAN SMALL BUSINESS. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 4(3 SE-Articles), 226–239. <https://ejournal.unikama.ac.id/index.php/JEKO/article/view/233>
- Widjaja, Y. R., & Winarso, W. (2019). *Bisnis Kreatif dan Inovasi*. 117. http://repository.ubharajaya.ac.id/2949/1/BUKU_KREATIFITAS_DAN_INOVASI %282%29.pdf