

Pendampingan Usaha Ekonomi Kerakyatan – Pusat Jajanan Tradisional Bagi Peserta Didik Majelis Ta’lim Asy-Syifa

Abdul Yusuf^{1*}, Rina Maria Hendriyani²

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Singaperbangsa Karawang

² Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Singaperbangsa Karawang

Email: abdul.yusuf@staff.unsika.ac.id¹, rina.maria@fe.unsika.ac.id²

*Corresponding author: abdul.yusuf@staff.unsika.ac.id¹

ABSTRAK

Kegiatan ekonomi produktif di Karawang saat ini semakin menggeliat, ditandai dengan semakin tingginya dukungan pemerintah daerah dalam mempromosikan produk unggulan Kabupaten Karawang dengan menyelenggarakan Gebyar Koperasi UMKM Kabupaten Karawang. Geliat sektor UMKM sejauh ini berkembang sampai tempat belajar agama yang peserta didiknya belajar disela-sela menjalankan usaha. Mitra kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah kaum ibu yang menjadi peserta didik pada majlis ta’lim asy-syifa dan memiliki ketrampilan namun sulit untuk mengembangkan usaha karena sulit memiliki lokasi yang strategis.

Kata Kunci: Ekonomi kerakyatan; Pengembangan usaha; Jajanan tradisional.

ABSTRACT

Economic activities in Karawang is now more massive, it is marked with the higher support from the local government in promoting preeminent products of Karawang with organizing Gebyar Koperasi UMKM Karawang (an exhibition of cooperation and MSME in Karawang). The massive movement of MSME today is developing until a religious educational institution where the students are also doing business during the interval. The partner of this community service is the old-lady community who becomes the students of this Asy-Syifa Islamic Council and has skills yet hard to develop their business because of having difficulties in owning a strategic location.

Keywords: *democratic economy; business development; traditional snacks.*

PENDAHULUAN

Majlis ta'lim biasanya tidak hanya dijadikan tempat menuntut ilmu, tapi juga sebagai wadah untuk saling menjaga komunikasi antar warga. Majlis ta'lim sendiri biasanya dipenuhi oleh banyak peserta didik mulai dari anak kecil sampai kepada manula. Keunikan tersendiri sering dapat dilihat dari dominasi ibu-ibu yang menjadi peserta didik. Di Karawang sendiri banyak terdapat majlis ta'lim yang dimanfaatkan oleh kaum ibu untuk menambah ilmu pengetahuan dan juga persaudaraan. Biasanya jadwal pengajian di majlis ta'lim itu sendiri disesuaikan dengan kebiasaan dan kesibukan kaum ibu.

Selain menambah ilmu pengetahuan dan mempererat tali persaudaraan, majlis ta'lim juga dapat dijadikan sebagai sarana meningkatkan potensi ekonomi para peserta didiknya, terlebih jika beberapa dari pesertanya memiliki keterampilan tertentu khususnya yang diperlukan untuk menjalankan sebuah bisnis. Dengan menjalankan usaha, variasi ide akan muncul dan memicu nilai tambah yang menjanjikan kepada para pelaku bisnis (Weinman, 2015).

Kesempatan berwirausaha adalah situasi di mana barang, jasa, bahan, atau metode baru dapat diperkenalkan kepada komunitas/kaum untuk menghasilkan lebih banyak nilai ketimbang biaya yang ditawarkan. Telah disetujui bahwa kewirausahaan adalah sebuah proses, dalam kata lain, merupakan

sebuah rangkaian kegiatan yang menghasilkan perkembangan satu atau lebih individu dengan kompetensi relevan dari sebuah ide bisnis atau dari sebuah idea dalam memecahkan masalah yang dihadapi sebuah segmen dari komunitas/kaum (Mauricio, 2017)

Dari semua kaum, kewirausahaan wanita dapat menunjukkan dari sisi berbeda dari biasanya, sesuai dengan luasnya perbedaan konteks dan geografi, serta wanita di seluruh dunia sudah menambah sebuah cara baru dalam pengalaman berwirausaha atas hak akses mereka terhadap setiap kesempatan, pasar, dan juga sumber daya (Welter, 2011). Maka dari itu, wanita dirasa harus diberdayakan mengingat kesempatan usaha selalu ada di negara dengan tingkat konsumsi yang besar ini.

Lebih dalam lagi, Rajagopal (2019) menambahkan bahwa usaha yang dimiliki oleh para wanita melesat dan merubah wajah dari perusahaan rumahan di negara berkembang kaerna inisiatif global pada kewirausahaan wanita dan pertumbuhan kesediaan sosiopolitik untuk memperkecil *gender gap* dalam dunia usaha. Kepemilikan dan kepemimpinan wanita meningkatkan partisipasi wanita dalam sebuah usaha rumahan dan menjadikan mereka pekerja *full time*. Para pengusaha wanita dirasa meningkatkan produktifitas terhadap usaha mereka dan penekanan yang lebih pada unsur

filantropi terhadap komunitas mereka.

Sejalan dengan teori Allen dan Longwitz (2003) bahwa organisasi usaha di bawah kepemimpinan wanita lebih jarang ditemui karena, dan hal ini membuat mereka memiliki komitmen dan loyalitas lebih tinggi yang mendorong produktifitas lebih tinggi seiring berjalannya waktu. Lebih dalam lagi, di negara maju dan berkembang, kewirausahaan wanita dapat diartikan sebagai cara untuk mengatasi ekonomi yang kurang berkembang dan kesetaraan gender (Aramand, 2011).

Hal ini lah yang melatar belakangi pengusul untuk memberdayakan kaun ibu peserta didik pada majlis ta’lim melalui program pengabdian kepada masyarakat.

Jika biasanya program pengabdian ditujukan untuk menambah keterampilan diri, terlebih pada aspek produksi. Pada program ini pengusul bertujuan untuk mawadahi keterampilan yang ada pada peserta didik, menyatukannya dan dijadikan sebagai usaha ekonomi kerakyatan yang dikelola oleh mereka sendiri.

Luaran yang ingin dicapai pada program ini adalah para peserta didik mampu bekerjasama untuk mewujudkan ekonomi kerakyatan berbasis jajanan tradisional dan mengintegrasikannya dan mampu mengembangkan pasar, sehingga dapat mengembangkan usahanya.

METODE PENELITIAN

Analisis Situasi

Majlis ta’lim Asy-Syifa merupakan salah satu pusat belajar agama yang berada di Desa Duren, Kecamatan Klari, Kabupaten Karawang, pagi hari diisi oeh peserta didik anak dan sabtu malam diisi oleh kaum ibu. Kegiatan lain yang sering dilakukan adalah peryaan hari besar keagamaan dan wisuda peserta didik.

Terdapat sekitar 30 orang dari kaum ibu yang menjadi peserta didik di Majlis Ta’lim Asy-Syifa. Beberapa diantara mereka memiliki keterampilan dan bidang usaha masing-masing:

Tabel 1: Sasaran/Mitra Pengabdian

N o	Keterampil an	Metode /Tempat Berdagang
1	Aneka Gorengan	Di rumah
2	Lontong dan Bongko	Berkeliling
3	Kue Basah	Di pinggir jalan besar
4	Nasi Uduk	Di dekat sekolah
5	Donat kentang	Dititipkan di warung-warung
6	Es kelapa	Di pengajian
7	Pepes	Berkeliling
8	Cemilan	Di rumah (warung)
9	Risoles	Dititipkan di warung-warung
1	Agar-agar	Di rumah
0	dan puding	
1	Kue kering	Dititipkan di toko
1		

Permasalahan Mitra

Peserta didik yang memiliki keterampilan memiliki tenaga dan modal terbatas untuk mengembangkan pasar pada usahanya, padahal peserta lain yang tidak memiliki keterampilan dapat diajak kerjasama untuk menjadi tenaga penjual dan memperluas wilayah pemasarannya. Hal ini sejalan dengan pendapat Anderson et al., (2010) yang menyatakan bahwa untuk memimpin di pasar lokal, sebuah usaha harus mempunyai *local partner* sehingga akan tercipta koeksistensi yang mendukung pemasarannya. Kepemilikan ganda dinilai dapat mengembangkan usaha, bahkan mendapatkan lebih banyak perilaku kerjasama untuk meraih keuntungan bersama-sama (Datta dan Gailey, 2012).

Selain itu, tidak adanya lokasi pasti juga menjadi hambatan untuk pengembangan usaha dan lokasi strategis yang mampu dijangkau oleh para pelanggan. Hal ini sejalan dengan pendapat Hechavarria et al. (2019) bahwa lokasi menjadi salah satu kunci berjalannya suatu bisnis karena lokasi berkaitan erat dengan sistem usaha, wirausaha, sumber daya, dan juga pertumbuhan usaha.

Metode Pelaksanaan

Metode pelaksanaan program ini dibagi menjadi tiga tahapan:

1. Pelatihan manajemen pemasaran dan strategi produk dan harga satu.
2. Pelatihan promosi dan penjualan personal

3. Strategi lokasi untuk usaha ekonomi kerakyatan – jajananan tradisional

Rencana Kegiatan

Kegiatan ini diprakarsai untuk menyambut bulan ramadhan, sehingga kegiatan ini dianggap cocok untuk tahap awal pengembangan usaha ekonomi kerakyatan – jajananan tradisional.

Diawali dengan adanya pelatihan bagi peserta didik, pendampingan selama proses penyusunan rencana, dan pemilihan lokasi yang strategis dilanjutkan kembali dengan pendampingan setelah menemukan lokasi penjalan. Hal tersebut sejalan dengan pendapat Mulyadi (2011) bahwa analisis bisnis harus dilakukan untuk memperkirakan hasil penjualan yang benar-benar akurat pada suatu periode waktu.

Solusi yang Ditawarkan

Bertitik tolak dari analisis situasi yang telah dikemukakan di atas, maka tujuan kegiatan pengabdian pada masyarakat ini adalah sebagai berikut:

1. Memberi pemahaman bahwa bekerjasama dapat meningkatkan produktifitas
2. Strategi produk penting untuk menarik pelanggan
3. Lokasi yang strategis yang menjadi wadah untuk penjualan produk yang mitra hasilkan.
4. Strategi harga sama agar pengelolaan dapat dilakukan dengan mudah oleh siapa pun peserta didiknya.

Target Luaran

Diharapkan setelah mengikuti kegiatan pelatihan ini mitra mendapatkan hal-hal sebagai berikut:

1. Implementasi perencanaan pemasaran
2. Menentukan kelayakan usaha dari berbagai aspek bisnis
3. Menyusun business plan dengan sasaran mitra bisnis, reseller, sales agent, dan investor.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil atau Dampak yang Dicapai

Ekonomi kerakyatan dianggap menjadi salah satu cara pemberdayaan masyarakat untuk tetap tumbuh di tengah kondisi perekonomian yang semakin sulit. Program ini dibagi menjadi beberapa tahapan yang tergambar pada bagan di bawah ini



Gambar 1. Tahapan Kegiatan

Seleksi peserta dimaksudkan untuk menentukan siapa saja pelaku usaha yang masih membutuhkan pendampingan serta memetakan masalah yang dihadapi dan potensinya sehingga pendampingan yang dilakukan sesuai dan tepat sasaran.

Pemberian materi dilakukan dengan pendekatan pembelajaran

orang dewasa dengan pola diskusi sederhana pada waktu pengajian rutin di majlis ta'lim Asy-syifa.

Pendampingan dilakukan dengan melibatkan mahasiswa agar proses pendampingan menjadi lebih efektif karena semua sasaran/pelaku usaha bisa berdiskusi memecahkan masalah selama proses pendampingan. Di sisi lain, mahasiswa juga mendapatkan wadah untuk melakukan pengabdian dan implementasi keilmuan selama perkuliahan.

Dengan dilakukannya pelatihan dan pendampingan pada sasaran dan mitra kegiatan pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini, maka diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Mitra kegiatan yang dalam hal ini adalah peserta didik pada majlis ta'lim Asy-syifa mampu bekerjasama dalam satu wadah/saluran distribusi sehingga memiliki lokasi yang dapat dijadikan tempat menjajakan produk yang dihasilkan.
2. Mitra mampu membuat produk dengan tampilan/kemasan yang menarik
3. Mitra mampu memilih lokasi yang strategis untuk menitipkan/ produk yang dihasilkan, beberapa diantaranya menitipkan menjual pada penjual sarapan dan aneka jajanan pagi hari di pinggir jalan.
4. Mitra mampu menentukan harga yang sesuai sehingga dapat menjadi daya Tarik tersendiri. Salah satu contohnya ada harga

yang membuat harga paket lontong dan gorengan, paket sarapan dengan harga yang kompetitif.

Hambatan Kegiatan

Dalam menjalankan kegiatan peserta lebih banyak diberi pendampingan berupa konsultasi dan diskusi, namun terdapat beberapa kendala saat pelaksanaan pengabdian pada masyarakat tersebut:

1. Di awal kegiatan, mitra masih memiliki motivasi yang rendah karena keterbatasan waktu dan modal, hal tersebut merupakan implikasi dari adanya target produksi yang dinaikkan dan waktu produksi yang diawalkan.
2. Setelah diberikan bantuan berupa bahan baku, peserta mulai menunjukkan geliat namun terdapat beberapa yang masih kurang termotivasi karena masih harus mengurus pekerjaan rumah tangga.
3. Belum mampu memisahkan antara keperluan bisnis dengan rumah tangga, sehingga pengeluaran dan pemasukan dari berjualan masih disatukan dengan hasil usaha.

SIMPULAN

Secara umum, pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini sudah mampu merubah pola pikir mitra untuk memiliki jiwa wirausaha sehingga strategi pemasaran dan daya saing disadari sebagai kebutuhan utama dalam menjalankan bisnis. Memahami saluran pemasaran yang berimplikasi pada harga dan strategi

produk membuat mitra sadar pada tuntutan pasar yang harus mereka sesuaikan.

Saran

Pelatihan dan pendampingan yang dilakukan baru sebatas manajemen pemasaran sehingga mereka perlu disadarkan pada kepentingan manajemen keuangan UMKM agar bisnis yang dijalankan menjadi lebih terkendali.

DAFTAR PUSTAKA

- Allen, E. I., & Longwitz, N. S. 2003. *Women in Family Owned Business*. Babson Park, MA: Babson College Press.
- Anderson, J., Markides, C. C., & Kupp, M. 2010. *The Last Frontier: Market Creation in Conflict Zones, Deep Rural Areas, and Urban Slums*. California Management Review, 52(4), 6-28.
- Aramand, M. 2011. *Women Entrepreneurship in Mongolia: The Role of Culture on Entrepreneurial Motivation*. Equality, Diversity, and Inclusion: An International Journal, 32(1), 68-82.
- Datta, P., & Gailey, R. 2012. *Empowering Women Through Social Entrepreneurship: Case Study of a Women's Cooperative in India*. Entrepreneurship Theory and Practice, 30(5), 595-621.
- Hechavarria, D., Bullough, A., Brush, C., & Edelman, L. 2019.

High-Growth Women's Entrepreneurship: Fueling Social and Economic Development. Journal of Small Business Management, 57(1), 5-13.

Mauricio, E. 2017. *Factors Affecting the Success of Women's Entrepreneurship: A Review of Literature.* International Journal of Gender and Entrepreneurship, 9(1), 1-46.

Mulyadi. 2011. *Kewirausahaan: Bertindak Kreatif dan Inovatif.* Palembang: Rafah Press.

Rajagopal. 2019. *Transgenerational Marketing: Evolution, Expansion, and Experience.* Cham: Palgrave Macmillan.

Weinman, J. 2015. *Digital Disciplines: Attaining Market Leadership via the Cloud, Big Data, Social, Mobile, and the Internet of Things.* NJ:Wiley.

Welter, F. 2011. *Contextualizing Entrepreneurship-Conceptual Challenges and Ways Forward.* Entrepreneurship Theory and Practice, 35(1), 165-184.