



This is an open article under the
CC-BY-SA license

PEMBERDAYAAN MASYARAKAT BERSAMA GARDA NUSANTARA MENINGKATAN UMKM DI WILAYAH JAWA BARAT

Marista Oktaviani

Universitas Muhammadiyah Surabaya

maristaoktaviani@fe.um-surabaya.ac.id

Submitted : 3 Oktober 2021 Accepted: 16 Desember 2021 Published : 31 Desember 2021

Abstrak

Pemberdayaan masyarakat bersama garda nusantara meningkatkan UMKM di wilayah Jawa Barat. Mahasiswa KKN UMSurabaya yang berlokasi di Jawa Barat, sering disebut dengan tim garda nusantara. Pengabdian masyarakat ini dilakukan oleh mahasiswa KKN UMSurabaya berlokasi di Indramayu Jawa barat. Permasalahan adalah banyaknya kelompok ibu rumah tangga yang tidak memiliki pekerjaan, dengan tingkat perekonomian menengah kebawah sehingga tim garda nusantara memberikan sentuhan dan inovasi kepada UMKM di wilayah ini dengan tujuan meningkatkan penjualan dan memberikan motivasi ibu-ibu untuk terus menciptakan produk yang siap jual. Program tim adalah sosialisasi terkait UMKM, membuat produk siap jual dengan produk yang di hasilkan adalah *healty drink*, Penerapkan strategi pemasaran yang pertama memberikan diskon kepada konsumen, memberikan inovasi pada produk kripik pisang dapur bunda dengan cara mengganti pengemasan dan memberikan logo, dan membuat akun *e-commerce* untuk melakukan pemasaran secara *online*.

Kata Kunci : Pemberdayaan Masyarakat, Garda Nusantara, Meningkatkan UMKM

1. PENDAHULUAN

Pesaingan usaha saat ini sangat ketat, sehingga pelaku bisnis harus memiliki strategi guna pengembangan bisnis. Perkembangan bisnis di negara Indonesia tahun 2021 mengalami penurunan hal ini dikarenakan munculnya pandemi SARS-CoV-2 (Covid-19) pada awal tahun 2020. Covid merupakan penyakit yang menyerang pernapasan dengan mudah, namun dalam beberapa penelitian, telah menemukan bahwa tingkat kematian pada wabah ini disebabkan oleh adanya penyakit penyerta seperti hipertensi, diabetes mellitus, jantung koroner dan penyakit (Meri et al., 2020). Pemerintah Indonesia untuk mengatasi permasalahan pandemi covid tersebut dengan mengeluarkan beberapa kebijakan khususnya di bidang perekonomian salah satunya strategi kebijakan pemulihan ekonomi nasional (PEN) agar permasalahan pandemi covid-19 ini tidak mengakibatkan resesi ekonomi yang berkepanjangan. Perusahaan besar, menengah, dan kecil yang masih mampu bertahan melakukan beberapa langkah konkrit agar hasil produksinya tetap dapat dipasarkan (Rosmadi, 2021).

UMKM di masa pandemi dapat berinovasi melalui pemanfaatan teknologi digital tidak kecuali dalam pemasaran produk. Fakta di lapangan menunjukkan masih minimnya perhatian para pelaku UMKM terkait dengan informasi digital sistem pemasaran secara online hal ini disebabkan oleh minimnya pengetahuan terkait marketing (Bakhri & Futiah, 2020). *Digital marketing* merupakan hal yang baru di telinga para pelaku UMKM yang skala kecil, beda dengan halnya UMKM yang sudah memiliki nama atau brand, mereka pasti tidak asing terkait dunia digital marketing. Perkembangan dunia digital harus selalu dilatih sehingga masyarakat tidak akan teknologi (Farell et al., 2019).

Kuliah Kerja Nyata Universitas Muhammadiyah Surabaya tahun 2021, memiliki tema *Back to village* salah satu tim mendukung berlangsungnya KKn BTV adalah tim garda nusantara. Adanya program kerja yang dimiliki oleh garda nusantara adalah pemberdayaan masyarakat akan UMKM di era pandemi dan berbasis digitalisasi. Lokasi pelaksanaan program kerja garda nusantara di Kabupaten Indramayu, Jawa Barat. Indramayu Jawa Barat

merupakan salah satu kabupaten yang memiliki banyak UMKM dengan berbagai skala. Skala UMKM di bagi mejadi 3 skala mikro, kecil dan menengah (Darwanto, 2013).

Permasalahan yang muncul di kabupaten Indramayu, Sebagian UMKM di sana masih usaha mikro, mereka buta terkait teknologi misal jualan menggunakan e-commerce, atau pun desain sebuah produk. Oleh sebab itu pemberdaya masyarakat dalam meningkatkan UMKM di kabupaten Indramayu tim garda nusantara siap membantu dengan cara memberikan sosialisasi, dan pendampingan kepada pelaku usaha selama kurang lebih 1 (satu) bulan selama program KKN berlangsung.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian UMKM menurut Undang-Undang Republik Indonesia nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) menyebutkan bahwa usaha mikro adalah usaha produktif milik orang atau perorangan dan atau badan usaha perorangan. Sedangkan usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, dilakukan orang perorangan bukan merupakan anak perusahaan, bukan

cabang perusahaan yang dimiliki, dan bukan menjadi bagian langsung atau tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, dilakukan orang perorangan bukan merupakan anak perusahaan, bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dan bukan menjadi bagian langsung atau tidak langsung dari usaha kecil atau usaha besar.

Menurut Pasal 6 UU No.20 Tahun 2008 tentang kreteria UMKM yaitu usaha mikro modal paling banyak Rp. 50.000.000, usaha kecil kekayaan bersih melebihi Rp. 50.000.000, usaha menengah kekayaan bersih Rp. 500.000.000. Pasal 5 ayat(1), Pasal 20, Pasal 27 ayat (2), Pasal 33, UU No.9 Tahun 1995, Ketetapan Majelis Permusyawaratan Rakyat Republik Indonesia Nomor XVI/MPR-RI/1998 tentang Politik Ekonomi dalam rangka Demokrasi Ekonomi, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah perlu diberdayakan sebagai bagian integral ekonomi rakyat yang mempunyai kedudukan, peran, dan potensi strategis untuk mewujudkan struktur perekonomian nasional yang makin seimbang, berkembang, dan berkeadilan.

Tujuan pemberdayaan UMKM menurut UU No 20 Tahun 2008 tentang UMKM Bab II (Pasal 5) adalah sebagai berikut:

1. Mewujudkan struktur perekonomian nasional yang seimbang, berkembang, dan berkeadilan;
2. Menumbuhkan dan mengembangkan kemampuan UMKM menjadi usaha yang tangguh dan mandiri;
3. Meningkatkan peran UMKM dalam pembangunan daerah, penciptaan lapangan kerja, pemerataan pendapatan, pertumbuhan ekonomi, dan pengentasan kemiskinan.

Peran UMKM saat ini tidak bisa hanya berjualan secara tatap muka, seiring dengan perkembangan zaman terutama di saat pandemi covid 19 muncul maka sistem penjualan dilakukan secara *online*. Peningkatan teknologi informasi sangatlah cepat berkembang, mau tidak mau harus mengikuti pergolakan zaman demi tetap bertahap hidup bagi sebuah UMKM. Sistem penjualan melalui online atau melalui platform *e-commerce* sangatlah tren di kalangan masyarakat. Menurut Ardiansyah, 2020 mengemukakan bahwa *electronic commerce* (*e-*

commerce) menggambarkan proses membeli, menjual, mentransfer, atau bertukar produk, jasa, atau informasi melalui jaringan komputer, termasuk internet.

3. METODE PENELITIAN

Metode yang dilakukan dalam kegiatan ini adalah dengan cara melakukan pendampingan. Pendampingan merupakan sebuah alat yang sering dipergunakan dalam kegiatan pemberdayaan pada masyarakat sebagai upaya membantu mengembangkan dan mewujudkan tujuan individu maupun kelompok masyarakat. Pengabdian kepada masyarakat dilakukan selama 1 (Satu) bulan, melalui program Kuliah Kerja Nyata. Periode pelaksanaan 28 September – 28 Agustus 2021. Wilayah pengabdian Desa Jatibarang, Kecamatan Bangodua, Kabupaten Indramayu Jawa Barat.

Sasaran pada pengabdian ini adalah UMKM kripik pisang “Dapur Pisang Bunda” Metode pendekatan yang dilakukan dalam membantu mitra dalam menyelesaikan permasalahan, program pengabdian masyarakat ini meliputi :

- (1) Persiapan kegiatan dalam pengabdian,

- (2) Sosialisasi terkait nilai jual produk dan UMKM,
- (3) Pelatihan pembuatan produk siap jual, pelatihan pembuatan produk *healty drink* bersama dengan ibu-ibu warga setempat
- (4) Strategi Pengemasan
Perbaikan pengemasan kripik pisang dengan brand Dapur Pisang Bunda. Pembuatan desain pengemasan produk *healty drink*
- (5) Pembuatan akun *e-commerce*.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Desa Jatibarang, kecamatan Bangodua, Kabupaten Indramayu memiliki banyak potensi yang cukup beragam. Sebagian besar desa Jatibarang masyarakatnya adalah petani, pedagang dan karyawan. Salah satu potensi yang dimiliki oleh Desa Jatibarang adalah desa yang penuh dengan hasil bumi, hasil pertanian yang melimpah adalah pisang, tomat, timun, padi, dll. Melimpahnya hasil pertanian menciptakan peluang untuk mengelolah dan memberikan sentuhan inovasi, sehingga hasil pertanian dapat memiliki nilai jual yang tinggi dan dapat meningkatkan perekonomian warga desa Jatibarang.

Hasil dari analisis situasi yang dilakukan oleh tim garda nusantara mengenai kondisi perekonomian di wilayah Jatibarang masih berada di kalangan menengah kebawah, dimana ibu-ibu banyak yang tidak memiliki kegiatan atau pekerjaan. tim garda nusantara melihat bahwa banyak produk pertanian yang memiliki nilai jual rendah, dari sini tim akan memberikan sosialisasi terkait peningkatan nilai jual produk, sosialisasi UMKM, serta strategi pemasaran. Adapun salah satu UMKM skala mikro di desa ini adalah Dapur Pisang Bunda, produk yang dimiliki adalah kripik pisang.

Tahapan yang dilakukan oleh tim garda nusantara untuk pemberdayaan UMKM di desa Jatibarang, Indramayu, Jawa Barat sebagai berikut :

- a. Tahapan Pertama Sosialisasi Terkait Nilai Jual Produk dan UMKM
Tim melakukan sosialisasi terkait nilai jual produk, dan UMKM di mana sasaran utama adalah ibu-ibu yang tidak memiliki pekerjaan dan pelaku UMKM Dapur Pisang Bunda. Memberikan gambaran jika hasil pertanian di Desa Jatibarang ini melimpah. Selain itu tim juga

HUMANISM

JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT

<http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/HMN>

berencana mengajak ibu-ibu untuk berkerjasama dalam meningkatkan nilai produk dari timun. Nantinya akan dibuat produk olahan minuman yang disebut dengan *healty drink*. Selain itu tim juga memberikan sosialisasi terhadap UMKM Dapur Pisang Bunda, dengan cara mengajak UMKM tersebut untuk memberikan strategi baru untuk peningkatan penjualan.

- b. Tahapan Kedua Pelatihan Pembuatan Produk Siap Jual



Gambar 1. Produk *healty drink*

Tim melakukan sosialisasi terkait pembuatan *healty drink* dengan ibu-ibu. tim garda nusantara menyiapkan segala bahan, bahan dasar dari hasil pertanian di wilayah sekitar, timun dan lemon tahap selanjutnya didemokan cara pembuatan serta komposisi yang pas sehingga terciptalah produk *healty drink* yang siap dijual. Perhitungan harga pokok penjualan pada saat pelatihan ini dengan rincian :

Tabel 1. Harga Pokok Penjualan

Bahan	Satuan	Total
Bahan Baku :		
Mentimun 1 Kg	Rp. 5.000	
Lemon 1 kg	Rp. 15.000	
Selasih	Rp. 5.000	
Air	Rp. 5.000	
	Jumlah	Rp.
Bahan Baku		30.000
Bahan Pendukung		
Botol 20 x 500	Rp. 10.000	
Cetak label	Rp. 10.000	
Listrik Pendingin	Rp. 20.000	
	Jumlah Bahan Pendukung	Rp.
		40.000
	Jumlah	Rp.
Keseluruhan		70.000
	Keuntungan (Rp. 1500 x 20 btl)	Rp.
		30.000
	Harga Jual	@ Rp.
Perbotol		5.000

Perhitungan menentukan harga jual per botol juga dilakukan oleh tim dan sehingga ibu-ibu menjual produk ini nantinya harga minimal Rp. 5.000.

- c. Strategi Pemasaran

Pemberdayaan masyarakat di Jawa Barat yang dilakukan oleh tim garda nusantara dengan produk yang dihasilkan *healty drink* serta membantu UMKM yang sudah berdiri dengan produk Dapur Pisang Bunda. Problem dalam hal ini adalah sistem pemasarannya masih manual, hanya dari mulut ke mulut yang artinya hanya antar orang mempromosikannya. Pada saat pandemi muncul produk

HUMANISM

JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT

<http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/HMN>

- Community Service in Humanities and Social Sciences, 2(2), 59.
<https://doi.org/10.32493/jls.v2i2.p59-70>
- Darwanto. (2013). Peningkatan Daya Saing UMKM Berbasis Inovasi dan Kreativitas. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, 20(2), 142–149.
- Farell, G., Thamrin, T., & Novid, I. (2019). Pelatihan Pemanfaatan Digital Marketing Dalam Pengembangan Pemasaran Dan Kewirausahaan UKM Pada Kota Sawahlunto. *Suluh Bendang: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 19(1), 42.
<https://doi.org/10.24036/sb.0310>
- Meri, Khusnul, Suhartati, R., Mardiana, U., & Nurpalah, R. (2020). Pemberdayaan Masyarakat Dalam Penggunaan *Hand Sanitizer* dan Masker Sebagai Upaya Preventif Terhadap Covid-19. *Bantenese - Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 26–33.
<https://doi.org/10.30656/ps2pm.v2i1.2340>
- Rosmadi, M. L. N. (2021). Penerapan Strategi Bisnis di Masa Pandemi Covid-19 *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika Vol 4 No 1 Bulan Maret 2021. Jurnal IKRA-ITH Ekonomika*, 4(1), 122–127.
- Thaha, A. F. (2020). Dampak Covid-19 Terhadap UMKM di Indonesia. *Jurnal Lentera Bisnis*, 2(1), 147–153.
<https://ejournals.umma.ac.id/index.php/brand>