

Program Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Desa Arjosari melalui Penguatan Produk Sentra UMKM

Muhammad Assidiq¹, Basri*², Naim Irmayani³, Nurhaya Kusmiah⁴, Bambang Dwi Argo⁵

Kata Kunci:

Sentra UMKM;
Arjosari;
Pemberdayaan;
Ekonomi.

Keywords :

UMKM Centers;
Arjosari;
Empowerment;
Economy.

Correspondence Author

Program Studi Teknik Informatika,
Universitas Al Asyariah Mandar,
Sulawesi Barat, Indonesia.
Email: basri@unasman.ac.id.

History Article

Received: 16-11-2022;
Reviewed: 26-11-2022;
Accepted: 15-12-2022;
Available Online: 19-12-2022;
Published: 25-12-2022

Abstrak. Tujuan dilaksanakannya program Pengabdian Kepada Masyarakat di Desa Arjosari ini adalah untuk memperkuat kegiatan ekonomi masyarakat melalui Program Sentra Produk UMKM, dengan olahan kerupuk makanan dan berbagai jenis olahan kue. Hasil observasi awal menunjukkan bahwa pengetahuan umum tentang UMKM masih sangat minim dengan pemahaman manajemen yang kurang. Hasil observasi selanjutnya digunakan untuk merancang konsep usaha dan manajemen usaha, pendampingan perencanaan usaha dan keuangan, peningkatan kapasitas badan usaha desa, dan pengembangan sistem promosi. Luaran program tersebut selain menambah pengetahuan dan kemampuan mitra, juga menghasilkan produk e-commerce yang dapat digunakan sebagai media promosi dan penjualan produk.

Abstrak. The purpose of implementing the Community Service program in Arjosari Village is to strengthen the community's economic activities through the UMKM Product Center Program, with processed food crackers and various types of processed cakes. Preliminary observation results show that general knowledge about UMKM is still very minimal, with a lack of management understanding. The results of the observations are then used to design business concepts and business management, assist in business and financial planning, increase the capacity of village business entities, and develop promotion systems. The program's output, in addition to increasing partner knowledge and skills, also produces e-commerce products that can be used as media for promotion and product sales.



PENDAHULUAN

Melimpahnya ketela pohon/ubi kayu di kabupaten Polewali Mandar menjadikan masyarakat desa Arjosari berpikir kreatif untuk mengolahnya menjadi opak singkong sebagai kerja sampingan selain menanam padi atau berkebun. Hal tersebut telah turun temurun dilakukan. Bukan hanya itu, di Arjosari juga terdapat banyak usaha rumahan lainnya seperti keripik pisang, jipang, kerupuk amplang dan jajanan tradisional lainnya. Namun saat awal dilakukan pra-observasi diketahui bahwa Usaha Mikro, kecil dan Menengah (UMKM) di desa Arjosari, masih berjalan seadanya. Hal ini terlihat dari awal bahwa UMKM Desa Arjosari menghadapi permasalahan yaitu terbatasnya sumber permodalan yang dapat diakses oleh masyarakat setempat, rendahnya kualitas tenaga kerja, dan kurangnya pengetahuan teknologi inovasi dan pemasaran (Hadi & Purwati, 2020).

Permasalahan lain yang dihadapi oleh UMKM yaitu keterkaitan dengan kurang jelasnya prospek usaha dan perencanaan (Noor & Rahmasari, 2018), serta belum mantapnya visi dan misi UMKM (Risnawati, 2018). Mayoritas UMKM yang ada di Desa Arjosari pada umumnya masih bersifat income gathering untuk meningkatkan pendapatan. Karakteristik ini dapat dilihat dari perilaku UMKM yang umumnya merupakan usaha milik keluarga, penggunaan teknologi yang relatif sederhana, akses permodalan terbatas, tidak bankable dan tidak ada pemisahan modal usaha dengan modal pribadi (Astuti et al., 2020).

Sektor usaha unggulan di desa Arjosari diantaranya Bisnis opak singkong, pipang, keripik singkong, keripik tepung, dan amplang. Kondisi saat ini mitra UMKM belum memiliki label, kemasan yang standar, belum dikelola secara professional dan kurang tersentuh teknologi pengolahan. Dari 10 UMKM saat ini rata-rata mampu memproduksi 3-4 Kg Produk olahan Basah, dengan Tenaga Kerja sekitar 3 orang, dengan gaji harian anggota sekitar Rp 10.000. Selain itu didapatkan kondisi saat ini bahwa rata-rata omset penjualan setiap kelompok hanya sekitar Rp 800.000, dengan manajemen

keuangan dan manajemen produksi yang belum standar.

Konsep pemasaran juga saat ini masih menggunakan konsep penjualan direct selling (dari rumah ke rumah) atau jika ada yang pesan saja. Selain itu, belum mendapatkan ijin kesehatan dari Departemen Kesehatan dan Badan Pengawas Obat dan Makanan serta produk belum mendapat pengakuan halal menjadikan produk ini sulit mendapat pasar secara luas, akibat dari kurangnya informasi terkait perijinan usaha, padahal perijinan tersebut penting bagi perluasan pasar (Jupri et al., 2021). Sementara itu di sisi BUMDes, hasil observasi menunjukkan bahwa BUMDes sudah memiliki cadangan kas saat ini sebesar 208 juta, dengan dua unit usaha kerjasama yaitu saprodi dan unit usaha batu bata, dengan konsep pinjam modal usaha dan bagi hasil.

Saat ini BUMDes tidak berada dalam posisi sebagai sentra UMKM di desa, dan tidak memberdayakan aktifitas ekonomi masyarakat sehingga cenderung BUMDes berjalan tidak sesuai semangat nya sebagai sosiopreneur di desa, padahal keberadaan BUMDes seharusnya mampu memanfaatkan potensi desa menjadi Unit Usahanya (Zunaidah et al., 2020). Manajemen BUMDes juga dikelola dengan tidak menetapkan standar usaha berbasis perencanaan dan prosedur saat ini, sehingga sulit untuk dapat mempertanggungjawabkan aktivitas (Ririhena & Goraph, 2020).

Saat ini Pengelola BUMDesa masih memiliki keterbatasan dalam hal sumber daya manusia maka diperlukan bantuan unsur pentahelix, yakni akademisi (Panggabean et al., 2022). Program ini dikerjakan dengan konsep pendampingan UMKM yang pernah diterapkan sebelumnya untuk penguatan produk (Basri & Assidiq, 2019).

METODE

Metode pelaksanaan Program Kosabangsa dikerjakan dengan menggunakan pendekatan berbasis masyarakat, diantaranya dilakukan dengan metode Focus Group Discussion (FGD), dengan pendekatan Persuasif, Edukatif, Model Participatory Rural Appraisal (PRA) (Zakaria, 2018),

Model Participatory Technology Development (Syamsunarno et al., 2020), dan Model Community development (Mahmudah, 2018).



Gambar 1. Alur Pendampingan yang dilakukan

Dalam melakukan kegiatan ini, beberapa tahapan akan dilakukan, yaitu:

a) Tahap I (bulan pertama) Persiapan dan koordinasi, pada tahapan ini koordinasi lanjutan dilakukan untuk memperkuat implementasi usulan di desa mitra. Strategi Program dan Focus Group Discussion (FGD), pada tahapan ini dibuat strategi dan model proses pendampingan yang akan dijalankan, selain itu dilakukan pengarahan program kepada mitra yang dipilih sebagai mitra tahun pertama yang menjadi sasaran program.

b) Tahap II (bulan kedua), berupa Pembinaan desa mitra (Konsep manajemen usaha) terdiri dari : 1. Kegiatan mitra, dimana pada tahapan ini menyelesaikan permasalahan manajemen usaha melalui kegiatan (1) pelatihan manajemen usaha, (2) pendampingan perencanaan bisnis dan keuangan, (3) peningkatan kapasitas kader bumdes.

c) Tahap III (bulan ketiga), berupa Program Lanjutan (Produksi dan Pemberdayaan Mitra), dimana pada tahapan ini menyelesaikan permasalahan melalui (1) penyediaan alat teknologi tepat guna dalam mendukung kuantitas produksi, (2) diversifikasi produk (3) pendampingan analisa project inovasi produk, (4) Pelatihan Business Model Canvas, (5) Pembuatan Aplikasi promosi dan e-commerce.

d) Tahap IV (bulan keempat), berupa Optimalisasi Pelaksanaan Program, Pemberdayaan Mitra, Promosi dan Pemasaran produk yang terdiri dari : (1) Optimasi Bussiness Procces, (2)

pendampingan studi analisa pasar, (3) merintis kerjasama pemasaran dengan kelompok masyarakat dan menjadi sentra kegiatan ekonomi di desa.

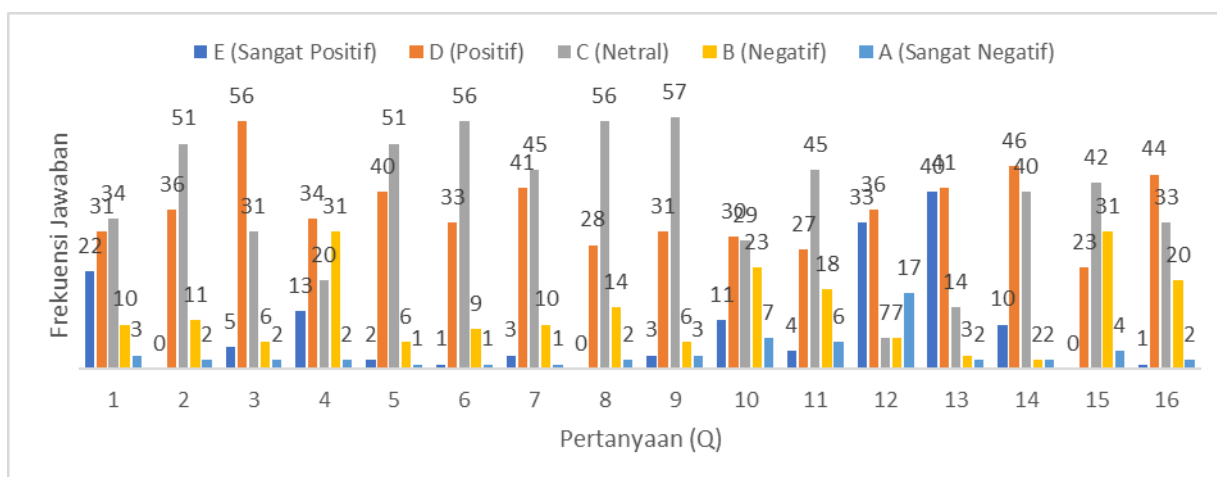
Kegiatan perencanaan usaha berbasis Bussiness Model Canvas (BMC) juga menjadi model iptek yang diterapkan pada mitra (Suwarni & Handayani, 2020). BMC merupakan sebuah strategi dalam manajemen yang berupa visual chart yang terdiri dari 9 elemen, yaitu Customer Segments, Value Proposition, Channels, Revenue Streams, Key Resource, Customer Relationship, Key Activities, Key Partnership, dan Cost Structure. Penerapan BMC banyak digunakan sebagai alat bantu analisis usaha (Widyayanti & Insiatiningsih, n.d.).

Implementasi teknologi pada kelompok Bumdes dengan Aplikasi Toko Online berbasis website walaupun penuh dengan tantangan dan pengkondisian penggunaan (Rokhmah & Yahya, 2020). Akan tetapi Aplikasi e-commerce dan sistem Informasi usaha mikro desa, sudah mudah dibangun dengan Aplikasi berbasis website, sehingga promosi UMKM yang dirancang dapat lebih meluas (Andriyanto, 2019).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pendekatan awal dilakukan dengan melakukan observasi kepada 100 responden yang berasal darii kelompok UMKM dan masyarakat desa sasaran. berikut hasil observasi pada 16 pertanyaan dasar yang terbagi atas 9 klaster, diantaranya:

- a. Pengetahuan Umum (Q 1, dan Q2)
- b. Sarana dan Prasarana (Q3, Q4, dan Q5)
- c. Manajemen (Q6, dan Q7)
- d. Peningkatan Taraf Hidup (Q8, dan Q9)
- e. Produksi (Q10 dan Q11)
- f. Limbah (Q12)
- g. Sumber Informasi (Q13)
- h. Dukungan (Q14)
- i. Analisis Dampak (Q15 dan Q16)



Grafik 1. Distribusi hasil observasi awal program

Grafik 1 menunjukkan hasil observasi awal sebelum pelaksanaan program dilakukan sehingga memperkuat pendekatan yang akan dilakukan, khususnya pada pendekatan materi pendampingan yang akan dilakukan. Hasil observasi menunjukkan pada klaster tingkat pengetahuan masyarakat di Desa Arjosari menunjukkan bahwa dari tingkat pengetahuan jawaban responden didominasi dengan jawaban Negatif sebesar 22.5 poin, sedangkan jawaban Positif 6.5 poin. Dalam hal sarana dan prasarana pendukung, responden menyatakan negatif, rata-rata 25 poin, sedangkan positif hanya 8 poin. Dari sisi manajemen responden rata-rata menjawab negatif 19.5 poin, sedangkan positif 5.25. Untuk peningkatan taraf hidup rata-rata responden menjawab negatif 15.5, dan positif 6.25.

Untuk indikator Produksi jawaban negatif rata-rata 18 poin, dan jawaban positif 13.5 poin. Untuk penanganan Limbah responden menjawab negatif 34.5 sedangkan jawaban positif 12 poin. Untuk sumber informasi yang terbuka, responden rata-rata menjawab negatif sebesar 40.5, sedangkan positif hanya 2.5. Dukungan program pemerintah, responden menjawab negatif rata-rata 28 poin, dan positif hanya 2 poin. Untuk analisis dampak pada penghasilan, responden menjawab negatif rata-rata 17 poin, sedangkan positif 14.25 poin.

Dari sembilan klaster indikator yang ditanyakan, lebih dominan pada jawaban negatif diberikan oleh responden, baik dari sisi pengetahuan umum, sarana, prasarana, manajemen, dukungan hingga bagaimana usaha yang mereka geluti dapat

meningkatkan taraf hidup lebih baik. Untuk itu beberapa pendekatan yang dilakukan dan program penguatan kepada mitra serta hasil dari aktivitas tersebut diantaranya sebagai berikut.

Tabel 1. Program Kerja dan luarannya

No	Nama Kegiatan	Hasil Kegiatan
1	Pelatihan konsep bisnis, manajemen usaha dan keuangan	Dokumen perencanaan bisnis dan keuangan
2	Peningkatan kapasitas bumdes	Prosedur operasi standar (Standard operating procedure) manajemen BUMDes
3	Penyediaan alat teknologi tepat guna dalam mendukung kuantitas produksi.	Peningkatan Produksi
4	Diversifikasi produk olahan.	Peningkatan Produksi
5	Pelatihan Business Model Canvas	Dokumen perencanaan bisnis
6	Pembuatan Aplikasi promosi dan e-commerce.	Aplikasi E-commerce yang diterapkan pada Mitra
7	Publikasi dan pembuatan produk luaran	Peningkatan Aktifitas Promosi dan Pemasaran Produk

Pelaksanaan program yang dikerjakan pada dasarnya telah mencapai akhir program, dengan dihasilkannya beberapa luaran dan aktivitas sebagaimana disajikan pada Tabel 1. Adapun Output kegiatan sebagai tambahan juga dihasilkan hal-hal sebagai berikut:

1. Telah dilakukan pendampingan legalitas usaha berupa penerbitan AKTA Pembentukan Kelompok UMKM dan Unit baru BUMDes untuk mendukung inisiasi program Desa Arjosari sebagai Sentra UMKM olahan pangan. Dokumentasi program pendampingan dan penyerahan legalitas sebagai berikut.



Gambar 2. Pendampingan manajemen usaha

2. Untuk mendukung promosi dan pemasaran, mitra telah didampingi untuk mendapatkan NIB dan SP-PIRT.



Gambar 3. Pendampingan sekaligus Penyerahan NIB dan SP-PIRT

3. Mitra telah diberi pemahaman tentang konsep Usaha Legal dan upaya perluasan Pasar, melalui standarisasi produk, Legalitas usaha, Manajemen Usaha, dan Promosi dan Pemasaran melalui platform Digital.



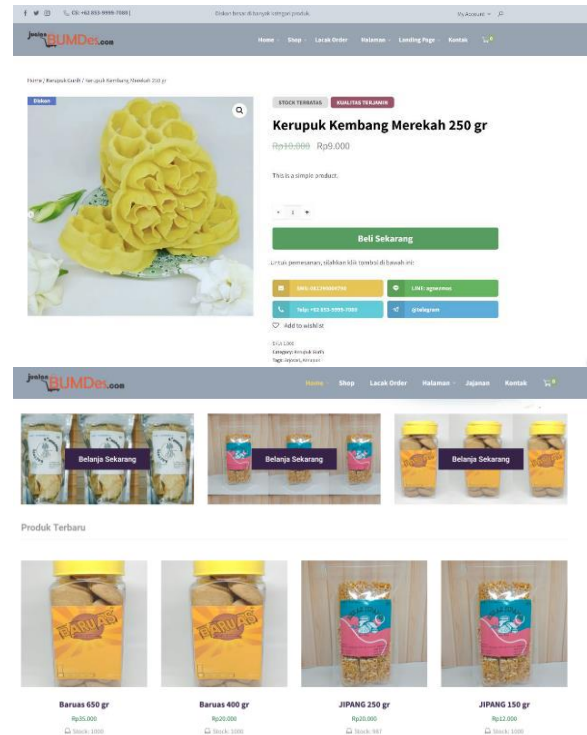
Sebelum didampingi



Setelah pendampingan

Gambar 4. Produk sebelum dan setelah pendampingan

4. Luaran berupa Aplikasi E-commerce dengan desain foto produk telah dihasilkan.



Gambar 5. Aplikasi e-commerce

5. Bantuan peralatan pendukung produksi, diantaranya:
 - a. Spinner Mesin untuk Peniris Kerupuk
 - b. Kemasan Produk berupa Plastik Klip Clear Standing Pouch, Plastik Vacuum, dan Toples plastik, beserta Label Kemasan.
 - c. Mesin Press vacuum, untuk mengemas produk
 - d. Mesin Press Plastik Impulse Hand Sealer, untuk mengemas produk dengan kemasan standing pouch.

- e. Barcode Printer Label Usb Thermal, untuk pencetakan penjualan produk.
- f. Kardus Box Karton Custom
- g. mini studio box photo



Gambar 6. Produk peralatan bantuan ke mitra

SIMPULAN DAN SARAN

Secara umum pelaksanaan program yang dikerjakan pada dasarnya memberi manfaat kepada mitra dalam upaya menguatkan pemberdayaan mitra. Pendampingan yang dilakukan dengan pendekatan penguatan kapasitas, dengan intervensi bantuan bahan dan peralatan memberikan penguatan kepada mitra untuk dapat memperluas pasar. Aplikasi toko online yang dikelola BUMDes di desa arjosari secara potensial akan dapat digunakan sebagai media promosi dan penjualan produk UMKM di desa.

Program ini merupakan bagian dari program Kosabangsa tahap Piloting yang dibiayai oleh DRTPM Dirjendikriste, Kemdikbud tahun 2022, dengan jangka waktu program yang singkat, hanya sekitar 4 bulan, sehingga diharapkan untuk peningkatan produksi dan aktivitas transaksi toko online membutuhkan pendampingan tambahan berikutnya.

DAFTAR RUJUKAN

Andriyanto, I. (2019). Penguatan daya saing usaha mikro kecil menengah melalui e-commerce. *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 6(2), 87–100.

Astuti, R. P., Kartono, K., & Rahmadi, R. (2020). Pengembangan UMKM melalui Digitalisasi Tekonolgi dan Integrasi Akses Permodalan. *ETHOS: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 8(2), 248–256.

Basri, B., & Assidiq, M. (2019). Peningkatan kualitas produksi melalui transformasi Kemasan produk pada usaha pembuatan jamu kunyit. *CARADDE: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1).

Hadi, S., & Purwati, A. A. (2020). Modal Sosial dan Inovasi Terhadap Kinerja Bisnis UMKM. *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting*, 4(1), 255–262.

Jupri, A., Prasedya, E. S., Rozi, T., Septianingrum, N., Difani, I., & Sarjoni, S. (2021). Pentingnya Izin PIRT terhadap UMKM di Kelurahan Rakam untuk Meningkatkan Pemasaran Produk. *Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA*, 4(4).

Mahmudah, N. (2018). Pemberdayaan Pada Anak-Anak Gang Dolly Di Sma Artantika Surabaya Dengan Metode Asset Based Community Development. *Madani: Jurnal Pengabdian Ilmiah*, 1(1), 17–29.

Noor, C. M., & Rahmasari, G. (2018). Esensi Perencanaan Bisnis yang Memadai Bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(3).

Panggabean, D., Tondang, B., & Wiharjokusumo, P. (2022). ANALISIS EFEKTIVITAS BUMDes DALAM MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATAWAN MELALUI MODEL PENTAHHELIX DI DESA WISATA SILALAH I KECAMATAN SILAHISABUNGAN KABUPATEN DAIRI. *JURNAL CREATIVE AGUNG*, 12(1), 71–80.

Ririhena, M. Y., & Goraph, F. A. (2020). Model Laporan Keuangan Badan Usaha Milik Desa (Bumdes) Marahai Pitu. *MAREN: Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 1(2), 133–142.

Risnawati, N. (2018). Profil UMK,

- Permasalahan Dan Upaya
Pemberdayaannya. *Coopetition: Jurnal
Ilmiah Manajemen*, 9(2), 145–161.
- Rokhmah, B. E., & Yahya, I. (2020).
TANTANGAN, KENDALA, DAN
KESIAPAN PEMASARAN ONLINE
UMKM DI DESA NGLEBAK,
KECAMATAN TAWANGMANGU,
KABUPATEN SUKOHARJO.
*Filantropi: Jurnal Manajemen Zakat Dan
Wakaf*, 1(1), 20–31.
- Suwarni, E., & Handayani, M. A. (2020).
Strategi Pengembangan Bisnis Usaha
Mikro Kecil Menengah Keripik Pisang
Dengan Pendekatan Business Model
Kanvas. *MBIA*, 19(3), 320–330.
- Syamsunarno, M. B., Fatmawaty, A. A.,
Munandar, A., & Anggaeni, D. (2020).
Pemberdayaan masyarakat melalui
teknologi akuaponik untuk kemandirian
pangan di desa banyuresmi kabupaten
pandeglang provinsi Banten. *Jurnal
ABDINUS: Jurnal Pengabdian Nusantara*,
3(2), 329–341.
- Widyayanti, E. R., & Insiatiningsih, I. (n.d.).
*Penerapan Strategi Business Model Canvas
(BMC) Dalam Upaya Bertahan Hidup
UMKM Dimasa Pandemi Covid-19 Di
Daerah Istimewa Yogyakarta*.
- Zakaria, Z. (2018). MODIFIKASI KONSEP
PARTICIPATORY RURAL
APRAISAL UNTUK PEMBEKALAN
KULIAH KERJA NYATA
MAHASISWA DI JAWA BARAT,
INDONESIA. *Dharmakarya*, 7(1).
- Zunaidah, A., Askafi, E., & Daroini, A.
(2020). Strategi Pengembangan Badan
Usaha Milik Desa (BUMDES). *Otonomi*,
20(2), 241–247.