

Pengembangan wirausaha olahan rumahan cemilan seker (Seblak Kering) di Kampung Bunut Babakan Desa Bangbayang

Bramantiyo Eko Putro¹, & Siti Komalasari^{1*}

¹Fakultas Teknik, Universitas Suryakancana

²FEBI, Universitas Suryakancana

* Sitikomalasaari12@gmail.com

Abstrak. Pandemi menyebabkan turunnya kinerja dari sisi permintaan yang akhirnya berdampak pada sisi suplai yakni pemutusan hubungan kerja dan ancaman macetnya pembayaran kredit. UMKM di desa Bangbayang juga mengalami penurunan besar pada penjualan hasil produksi. Rata-rata penurunan penjualan UMKM yang ada di Desa Bangbayang mencapai 51%. Dan laba usaha sebesar 51%. Hal tersebut berakibat pada penurunan modal sebesar 69%. Tujuan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah membantu UMKM di Desa Bangbayang khususnya wirausaha olahan rumahan MakaroniQue dengan pembuatan produk baru untuk meningkatkan pendapatan. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah metode ceramah dan praktik secara langsung pembuatan inovasi usaha MakaroniQue. Pelaksanaan pengabdian berhasil mengembangkan produk baru yaitu seblak kering (SEKER). Program berjalan lancar dan mendapat feedback sesuai dengan yang diharapkan. Penjualan produk baru menunjukkan potensi peluang usaha dengan peningkatan penjualan setiap minggunya. Ketercapaian dalam pembuatan produk baru penjualan meningkat sekitar 44 pcs di bandingkan dengan penjualan awal yang hanya bisa menjual 20 pcs.

Kata kunci: Kewirausahaan; pengabdian kepada masyarakat; pengembangan produk; UMKM

Abstract. The pandemic caused a decline in performance from the demand side which ultimately had an impact on the supply side, namely termination of employment and the threat of default in credit payments. MSMEs in Bangbayang village also experienced a large decline in product sales. The average decline in sales of MSMEs in Bangbayang Village reached 51%. And operating profit of 51%. This resulted in a 69% decrease in capital. The purpose of this community service activity is to help SMEs in Bangshadow Village, especially MakaroniQue home-processed entrepreneurs by making new products to increase income. The method used in this activity is the lecture method and direct practice of making MakaroniQue business innovations. The implementation of the service has succeeded in developing a new product, namely dry seblak (SEKER). The program ran smoothly and received feedback as expected. The sale of new products shows potential business opportunities with increasing sales every week. Achievement in the manufacture of new products, sales increased by about 44 pcs compared to the initial sales which could only sell 20 pcs.

Keywords: community service; SMEs; entrepreneurship; product development

To cite this article: Putro, B. E., & S. Komalasari. 2021. Pengembangan Wirausaha Olahan Rumahan Cemilan Seker (Seblak Kering) di Kampung Bunut Babakan Desa Bangbayang. Unri Conference Series: Community Engagement 3: 98-103. <https://doi.org/10.31258/unricsce.3.98-103>

© 2021 Authors

Peer-review under responsibility of the organizing committee of Seminar Nasional Pemberdayaan Masyarakat 2021

PENDAHULUAN

Pandemi COVID-19 sangat berdampak pada berbagai sektor terutama di sektor ekonomi salah satunya pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Usaha Kecil adalah kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dan memenuhi kriteria kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan serta kepemilikan sebagaimana diatur dalam Undang-undang No. 9 Tahun 1995 tentang Usaha Kecil (Sovitriana, Effendi and Trisnawati, 2019). Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) menjadi sangat strategis, karena potensinya yang besar dalam menggerakkan kegiatan ekonomi masyarakat, dan sekaligus menjadi tumpuan sumber pendapatan sebagian besar masyarakat dalam meningkatkan kesejahteraannya (Ariani dan Utomo, 2017). Akan tetapi adanya pandemi ini menyebabkan turunnya kinerja dari sisi permintaan (konsumsi dan daya beli masyarakat) yang akhirnya berdampak pada sisi suplai yakni pemutusan hubungan kerja dan ancaman macetnya pembayaran kredit (Utami, 2021).

Desa Bangbayang merupakan sebuah desa yang berada di Kecamatan Gekbrong Kabupaten Cianjur, dengan sebagian besar penduduknya adalah bercocok tanam terutama sektor pertanian dan tanaman pangan dengan hasil utama padi. Sedangkan mata pencaharian lain diantaranya berwirausaha, warung, gilingan padi, industri bata pres, kelontong, toko, *home industry*, peternakan. Berbagai UMKM yang berada di Desa Bangbayang terbagi di beberapa sektor dan merasakan dampak dari pandemi COVID-19 yaitu penurunan besar pada hasil produksi hingga penjualan. Oleh karena itu, UMKM perlu melakukan strategi untuk tetap mempertahankan keberlanjutan usaha selama pandemi dan tetap eksis setelah pandemi COVID-19 ini berakhir (Nugraheni, Pramudyastuti dan Sunaningsih, 2020).

Ada beberapa aspek yang dirasakan oleh UMKM yang ada di Desa Bangbayang akibat Pandemi Covid-19 terutama dalam aspek penjualan. Kepada Desa Ade Yusuf menyampaikan rata-rata penurunan penjualan UMKM yang ada di Desa Bangbayang mencapai 51%. Dengan menurunnya penjualan berdampak kepada laba usaha UMKM dengan rata-rata penurunan laba usaha sebesar 51%, dan berpengaruh juga terhadap modal usaha UMKM tersebut. Sehingga jumlah UMKM yang mengalami permasalahan modal yang ada di Desa Bangbayang meningkat menjadi 69%. Akibat dari aspek tersebut UMKM yang ada di Desa Bangbayang mengurangi jumlah karyawan, sehingga jumlah pengangguran yang ada di Desa Bangbayang meningkat 45%.

Rumusan masalah yang menjadi fokus kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah: penurunan besar pada penjualan hasil produksi UMKM di masa pandemi COVID-19. Berdasarkan latar belakang dan fenomena yang terjadi bahwa COVID-19 membawa dampak buruk terhadap keberlangsungan usaha UMKM. Adapun tujuan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah sebuah pengabdian dalam rangka membantu UMKM di Desa Bangbayang khususnya wirausaha olahan rumahan MakaroniQue dengan pembuatan produk baru untuk meningkatkan pendapatan dalam berwirausaha.

METODE PENERAPAN

Kegiatan pengabdian Program Pengembangan Wirausaha Olahan Rumahan ini dilakukan di Desa Bangbayang Kecamatan Gekbrong. Pelaksanaan program kegiatan ini dilakukan selama 14 hari terhitung tanggal 09 Agustus sampai 23 Agustus 2021. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah metode ceramah dan praktik secara langsung pembuatan inovasi usaha MakaroniQue yaitu pembuatan produk baru seblak kering (SEKER). Uraian metode yang akan digunakan dalam pelaksanaan kegiatan pengembangan wirausaha olahan Rumahan di Kp. Bunut babakan Desa Bangbayang adalah sebagai berikut:

Survei Awal

Pada awal kegiatan KKN, hari Rabu tanggal 28 Juli 2021 dilakukan kunjungan ke Desa Bangbayang sekaligus meminta izin untuk pengabdian di Desa Bangbayang. Hasil observasi pengabdi memilih RW 006 untuk dilaksanakannya program pengabdian dengan program kewirausahaan. RW 006 merupakan salah satu kampung Desa Bangbayang Kecamatan Gekbrong Kabupaten Cianjur. RW 006 memiliki berbagai macam usaha-usaha kerajinan, warung, gilingan padi, industri bata pres, toko, *home industry*, peternakan. Untuk memperdalam informasi mengenai wirausaha pengabdi melakukan kembali observasi dan wawancara ke berbagai UMKM di RW 006. Setelah menyelesaikan observasi dan mendapatkan informasi yang dirasa cukup, pengabdi memiliki tujuan untuk membantu wirausaha MakaroniQue yang ada di RW. 009 yaitu dengan program pengembangan produk usaha tersebut.

Analisis Kebutuhan

Berdasarkan hasil observasi diketahui bahwa pandemi COVID-19 membawa dampak buruk terhadap keberlangsungan usaha MakaroniQue yaitu penurunan besar pada penjualan hasil produksi. Hal ini dirasakan oleh wirausaha olahan rumahan MakaroniQue yang mengalami penurunan sampai 30%. Oleh karena itu dilaksanakan kegiatan pengabdian berbentuk pengembangan usaha dari pengrajin MakaroniQue, dengan membuat produk baru yaitu camilan seblak kering (SEKER). Secara umum kegiatan pengembangan meliputi:

- Pembuatan;
- Pengemasan;
- Pemberian label;
- Pemasaran.

Penetapan Khalayak Sasaran

Sasaran yang akan pengabdi tuju untuk program pengabdian ini yaitu anak-anak, remaja dan orang tua. Seperti yang kita ketahui SEKER merupakan makanan yang sangat disukai oleh semua kalangan tidak terkecuali anak-anak.

Pelaksanaan Program

Kegiatan dimulai dengan membeli bahan untuk membuat SEKER kemudian pembuatan produk, pengemasan produk, penempelan logo (*branding*), foto produk, serta pemasaran produk.

Strategi Pemasaran

Pemasaran merupakan kunci untuk mencapai tujuan yang terdiri dari kebutuhan dan keinginan pasar. Dengan melakukan pemasaran seluas-luasnya, maka akan memberikan visibilitas produk atau *brand* yang akan lebih dikenal secara luas oleh konsumen. Strategi pemasaran yang pertama yaitu melakukan promosi kepada tetangga dan anak-anak di sekitar lingkungan rumah. Strategi pemasaran yang kedua yaitu memasarkan produk secara daring dan mengantarkan produk sampai kepada konsumen.

Keberhasilan Kegiatan

Keberhasilan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat diukur dengan tiga indikator-indikator. Pertama, dengan bertambahnya produk baru dapat meningkatkan ketertarikannya konsumen untuk membeli produk tersebut. Kedua, tersedianya akun UMKM yang dapat di akses dan melakukan transaksi jual beli secara daring. Ketiga, omset penjualan transaksi penjualan produk melalui media sosial sehingga berdampak pada peningkatan pendapatan wirausaha olahan rumahan di Desa Bangbayang.

HASIL DAN KETERCAPAIAN SASARAN

Pengembangan produk adalah proses pencarian gagasan untuk barang dan jasa baru dan mengonversikannya ke dalam tambahan produk yang berhasil secara komersial (Saliq, 2017). Pengembangan produk dengan membuat produk baru masih perlu dilakukan agar dapat meningkatkan penghasilan bagi pengusahanya. Karena adanya wabah COVID-19 ini, pengusaha MakaroniQue vakum tidak memproduksi selama hampir 2 bulan lebih. Untuk itu dalam pengembangan produk dengan membuat produk baru yaitu SEKER harus dilakukan dari awal kembali, mulai dari pembelian bahan baku, pembuatan, pengemasan, dan terutama pada pemasaran. Dalam pengembangan usaha ini dilakukan melalui promosi media sosial seperti Facebook, Whatsapp, dan Instagram. Konsep penjualan berorientasi terhadap kepuasan konsumen sehingga harus mampu melakukan penjualan *brand* dan promosi yang agresif. Pengabdi memulai membuat produk SEKER. Bahan-bahan untuk membuat SEKER itu sendiri terdiri dari kerupuk, kencur, bawang putih, daun jeruk, bon cabe, penyedap rasa dan minyak goreng.

Konsep Pembuatan SEKER

Proses pembuatan SEKER yaitu merendam kerupuk dengan minyak goreng selama 1-2 jam. Sesudah 2 jam, kemudian panaskan minyak, lalu goreng kerupuk sampai matang, dengan api sangat kecil agar kerupuk tidak mengembang, lalu angkat dan tiriskan (Gambar 1). Goreng bawang putih dan kencur sampai kering, kemudian goreng daun jeruk. Campurkan semua bahan bumbu dan bon cabe, lalu blender sampai halus. Tuangkan kerupuk dalam wadah dan campurkan dengan bumbu sampai rata.



Gambar 1. Proses Penggorengan kerupuk

Proses Pengemasan dan Penjualan

Pengemasan SEKER menggunakan plastik polyethilen yang berukuran sedang (Gambar 2). Pengembangan produk dilanjutkan dengan pembuatan label untuk ditempel di kemasan produk (Gambar 3) dan hasil pengemasan ditunjukkan pada gambar 4. Proses penjualan dilakukan di wilayah Kp. Bunut Babakan Desa Bangbayang. Pemasaran produk ditujukan kepada anak-anak dan remaja dengan respons yang positif. Pemasaran juga ditujukan kepada tetangga dengan sistem *door to door*. Teknik penjualan tersebut berhasil menarik minat warga untuk membeli. Pemasaran juga dilakukan dengan membuat akun bisnis untuk wirausaha tersebut di sosial media seperti Facebook, Whatsapp, dan Instagram.



Gambar 2. Proses Pengemasan Produk



Gambar 3. Label Produk



Gambar 4. Penampakan Produk

Model pengembangan produk seblak kering (SEKER) dijelaskan secara ringkas dengan *business model canvas* (BMC). Business Model Canvas merupakan alat pembuat model bisnis yang kini sangat popular dalam dunia keriusahaan karena kemampuannya dalam menggambarkan elemen inti pada sebuah bisnis dengan lebih mudah dalam satu lembar kanvas (Putro dan Sopyan, 2020). Strategi pengembangan dilakukan dengan memperluas *customer segment*, menambah mitra, memaksimalkan *channel* media sosial yang dimiliki

perusahaan dan menambah sumberdaya fisik dengan wahana yang mendukung perluasan *customer segment* (Hermawan dan Pravitasari, 2013). Sebagaimana yang telah diuraikan maka dapat digambarkan dengan BMC yang terdiri dari sembilan komponen seperti yang digambarkan pada tabel 1.

Tabel 1. Business Model Canvas

Key Partners	Key Activities	Value Propositions	Customer Relationship	Customer Segment
1. Toko-toko sembako	1. Pengolahan SEKER (seblak kering) 2. Pengemasan 3. Pemberian label 4. Pemasaran	1. Cemilan SEKER (seblak kering) memiliki dua varian rasa (pedas dan original) 2. Cemilan SEKER (seblak kering) tahan lama 3. Harganya terjangkau 4. Menggunakan logo 5. Menginovasi camilan kerupuk 6. Cocok untuk camilan	1. Penjualan secara daring 2. Penjualan secara luring	1. Anak-anak 2. Remaja 3. Orang tua
Key Resources		Channels		
1. Alat penggoreng yang baik		1. Media Daring		
Cost Structure		Revenue Streams		
1. Biaya bahan baku (kerupuk) 2. Biaya produksi 3. Biaya transportasi 4. Biaya Kemasan dan pemasaran		1. Penjualan camilan SEKER (seblak kering) 2. Jasa memberikan pelatihan bagi UMKM 3. Pendapatan SEKER (seblak kering) berasal dari penjualan luring dan daring.		

Berdasarkan hasil pada penjualan UMKM MakaroniQue sebelum dilakukannya pengembangan produk baru seblak kering (SEKER) hanya dapat memproduksi sebanyak 20 pcs MakaroniQue. Karena dalam proses pengemasan dikemas menggunakan plastik biasa, tidak ada logo yang tercantum, dan proses penjualannya secara luring, karena UMKM MakaroniQue itu belum memahami dan menggunakan sosial media. Sehingga kurangnya daya tarik konsumen terhadap produk.

Sehingga setelah dilakukannya pengembangan UMKM MakaroniQue dengan pengembangan produk baru SEKER (seblak kering) dapat dilihat dari hasil penjualan pada tabel 2 dapat dijadikan sebagai bahan untuk mengevaluasi produk. Berdasarkan data hasil penjualan menunjukkan peningkatan hasil penjualan seblak kering (SEKER). Peningkatan penjualan terus berlanjut setiap minggunya walaupun peningkatannya tidak secara signifikan. Karena dalam pengembangannya tidak hanya membuat produk baru saja tetapi dengan melakukan pengemasan yang baik, menggunakan logo, membuat akun untuk berjualan, dan melakukan penjualan secara luring dan daring di sosial media. Sehingga daya beli konsumen meningkat setiap harinya. Kapasitas produksi SEKER kurang lebih sebanyak 44 pcs. Berdasarkan data pada tabel 2 terdapat peningkatan hasil penjualan SEKER setiap minggunya. Sehingga dapat meningkatkan pendapatan wirausaha camilan rumahan.

Tabel 2. Hasil Penjualan

Produksi	Hasil Penjualan	
	Pedas	Original
Produksi Minggu ke-1	22pcs	20pcs
Produksi Minggu ke-2	25pcs	30pcs
Total	47pcs	50pcs

KESIMPULAN

Pdaniemi COVID-19 sangat berdampak pada berbagai sektor terutama di sektor ekonomi salah satunya pada wirausaha olahan rumahan. Berbagai wirausaha yang ada di Desa Bangbayang merasakan dampak dari COVID-19 yaitu penurunan besar pada penjualan hasil produksi. Tindakan yang dilakukan untuk mengembangkan produk pada wirausaha olahan rumahan yaitu dengan membuat produk baru. Teknik pembuatan produk baru meliputi pembuatan produk, pengemasan produk, pemberian label, dan pemasaran. Program berjalan lancar dan mendapat *feedback* sesuai dengan yang diharapkan. Pelaksanaan pengabdian berhasil mengembangkan produk baru yaitu seblak kering (SEKER) telah berhasil meningkatkan hasil penjualan UMKM. Hal ini dilihat dengan ketercapaian dalam pembuatan produk baru penjualan meningkat sekitar 44 pcs dibandingkan dengan penjualan awal yang hanya bisa menjual 20 pcs. Penjualan produk baru menunjukkan potensi peluang usaha dengan peningkatan penjualan setiap minggunya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kegiatan pengabdian ini dapat terlaksana dengan baik dan berjalan dengan lancar berkat bantuan dan kerja sama dari berbagai pihak yang telah memberikan bimbingan, perhatian, dan pengarahan selama pelaksanaan pengabdian. Maka dalam kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Ade Yusuf selaku Kepala Desa Bangbayang yang telah membantu kelancaran pelaksanaan acara.
2. Bapak Dadang Hermawan selaku Ketua RT 002 RW 006 serta warga Desa Bangbayang yang senantiasa mendukung semua program dan kegiatan KKN.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariani, A. dan Utomo, M.N. (2017). Kajian Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Di Kota Tarakan. *Jurnal Organisasi dan Manajemen*, [online] 13(2), pp.99–118. Available at: <<https://jurnal.ut.ac.id/index.php/jom/article/view/55>> [Accessed 8 Sep. 2021].
- Hermawan, A. dan Pravitasari, J. (2013). Business Model Canvas (Kanvas Model Bisnis). *Akselerasi.Id*, pp.1–23.
- Nugraheni, A.P., Pramudyastuti, O.L. dan Sunaningsih, S.N. (2020). Strategi Pelaku UMKM Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Akuntansi & Perpajakan Jayakarta*, [online] 2(1), pp.45–52. Available at: <<http://journal.stiejayakarta.ac.id/index.php/JAPJayakarta/article/view/45/33>>.
- Putro, B.E. dan Sopyan, N.A. (2020). Optimalisasi Pemanfaatan Pekarangan Untuk Pemberdayaan Pangan Mandiri Berbasis Teknologi Hidroponik. *Ikraith-Abdimas*, 3(3), pp.137–146.
- Saliq, N.C. (2017). Peranan Pengembangan Produk Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Busana Muslim Di Usaha Dagang (Ud) Eva Indah Tulungagung.
- Sovitriana, R., Effendi, M.S. dan Trisnawati, N. (2019). Membangun Koperasi melalui USAHA Kecil dan Menengah (UKM) di Desa Setia Mekar Kecamatan Tambun Kabupaten Bekasi Selatan. *Ikra-Ith Abdimas*, 2(2), pp.26–30.
- Syardiansah, S. (2019). Peranan Kuliah Kerja Nyata Sebagai Bagian Dari Pengembangan Kompetensi Mahasiswa. *JIM UPB (Jurnal Ilmiah Manajemen Universitas Putera Batam)*, 7(1), p.57.
- Utami, B.S.A. (2021). Dampak Pandemi Covid 19 Terhadap Sektor Usaha di Indonesia. *Journal FEB Unmul*, 17(1), pp.1–9.