
	<p>JLP : Jurnal Lentera Pengabdian Volume 02 No 01 Januari 2024 E ISSN : 2985-6140</p> <p>https://lenteranusa.id/</p>	
---	--	---

Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Dalam Produksi Risol Sebagai Bentuk Pengabdian Masyarakat

Muhamad Syahwildan¹, Indra Setiawan², Widiastuti Widiastuti³

Universitas Pelita Bangsa

Email : muhamad.syahwildan@pelitabangsa.ac.id

Diterima : 02 Januari 2024

Direvisi : 16 Januari 2024

Dipublikasikan : 31 Januari 2024

Abstrak

Jurnal ini menguraikan tentang hasil kegiatan pengabdian masyarakat yaitu dengan bentuk bantuan pengembangan bagi usaha mikro kecil menengah (UMKM) risol di wilayah Kabupaten Bekasi, Kecamatan Cibitung. Kegiatan ini berlangsung selama 1 bulan. Fenomena yang melatar belakangi kegiatan ini adalah kurangnya inisiatif pelaku UMKM dalam mengembangkan strategi pemasarannya mengikuti perkembangan era digitalisasi agar dapat dijangkau lebih banyak konsumen sehingga produk memiliki daya guna lebih tinggi lagi. Tujuan dari kegiatan ini adalah agar dapat membantu pengembangan produk risol dalam strategi pemasarannya kepada masyarakat secara meluas. Hasil dari kegiatan ini memperoleh hasil bahwa penjualan produk risol di masyarakat selama 1 bulan mencapai hampir 300 pcs.

Kata Kunci: pengembangan usaha, pengabdian masyarakat, strategi pemasaran



Abstract

This journal describes the results of community service activities, namely in the form of development assistance for risol micro, small and medium enterprises (MSMEs) in the Bekasi Regency area, Cibitung District. This activity lasted for 1 month. The phenomenon behind this activity is the lack of initiative by MSME actors in developing their marketing strategies following developments in the digitalization era so that they can be reached by more consumers so that products have even higher usability. The aim of this activity is to help develop risol products in their marketing strategy to the wider community. The results of this activity showed that sales of risol products in the community for 1 month reached almost 300 pcs.

Keywords: business development, community service, marketing strategy

PENDAHULUAN



Kesejahteraan dalam kehidupan masyarakat menjadi salah satu hal yang didambakan untuk mencapai hasrat perekonomiannya dalam memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. Dalam hal ini, upaya yang dapat dilakukan agar tujuan masyarakat tercapai yaitu dengan berusaha dan pengupayakan kemampuannya dengan cara mendirikan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). UMKM merupakan singkatan dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Pada dasarnya, UMKM adalah arti usaha atau bisnis yang dilakukan oleh individu, kelompok, badan usaha kecil, maupun rumah tangga (Srijani, 2020). Adapun pengertian UMKM Menurut UUD 1945 yang kemudian dikuatkan melalui TAP MPR NO.XVI/MPRRI/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 (Yuli Rahmini Suci, 2017).

	<p>JLP : Jurnal Lentera Pengabdian Volume 02 No 01 Januari 2024 E ISSN : 2985-6140</p> <p>https://lenteranusa.id/</p>	
---	--	---

Indonesia sebagai negara berkembang menjadikan UMKM sebagai pondasi utama sektor perekonomian masyarakat, hal ini dilakukan untuk mendorong kemampuan kemandirian dalam berkembang pada masyarakat khususnya dalam sektor ekonomi. Sedangkan usaha yang tak masuk sebagai UMKM dikategorikan sebagai usaha besar, yakni usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari usaha menengah, yang meliputi usaha nasional milik negara atau swasta, usaha patungan, dan usaha asing yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia. Peran UMKM di Indonesia terbukti memberi kontribusi dalam perekonomian Indonesia. Ciri-ciri Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, yaitu : Jenis komoditi yang diusahakan tidak tetap dan bisa berganti sewaktu-waktu, Tempat menjalankan usahanya sewaktu-waktu bisa berpindah, Belum menerapkan kegiatan administrasi dalam menjalankan usahanya, bahkan seringkali tidak bisa membedakan keperluan keuangan untuk pribadi maupun keuangan usaha, Sumber daya manusia (SDM) di dalamnya belum punya jiwa wirausaha yang mumpuni, Biasanya tingkat pendidikan SDM nya masih rendah, Para pelaku UMKM biasanya belum mempunyai jaringan perbankan, akan tetapi sebagian dari mereka telah mempunyai jaringan ke Lembaga- lembaga keuangan bukan bank. Umumnya para pelaku usaha kecil belum mendapatkan bukti legalitas atau surat ijin usaha, seperti nomor pokok wajib pajak (NPWP).

Karakteristik dari usaha mikro, kecil dan menengah adalah bersifat faktual dan melekat dalam menjalankan kegiatan usaha- nya maupun perilaku pengusaha itu sendiri. Karakteristik tersebut menjadi ciri yang membedakan antar pelaku usaha sesuai dengan skala usahanya. Bank Dunia mengelompokkan UMKM menjadi tiga jenis, yaitu: 1. Usaha Mikro yaitu usaha yang mempekerjakan karyawan 10 orang); 2. Usaha Kecil yaitu usaha yang mempekerjakan karyawan 30 orang); dan 3. Usaha Menengah yaitu usaha yang mempekerjakan karyawan hingga 300 orang).

Pemanfaatan Sumber Daya Manusia (SDM) yang baik adalah salah satu contoh upaya yang perlu dikembangkan pelaku UMKM agar senantiasa berinovasi. Masyarakat yang pandai memanfaatkan peluang juga menjadi salah satu contoh bentuk pengabdian masyarakat untuk menciptakan lapangan kerja yang baru, menghasilkan produk kerajinan/hidangan daerah khas yang bernilai jual, meningkatkan kreatifitas masyarakat setempat dan juga memajukan perekonomian Indonesia. Dengan begitu besarnya andil UMKM dalam menopang perekonomian suatu negara sehingga keberadaan UMKM sangat diharapkan oleh suatu negara manapun karena perannya yang vital dalam perkembangan dan kemajuan perekonomian untuk mencapai kesejahteraan masyarakat. Berdirinya usaha di sektor UMKM mampu menyerap jumlah angkatan kerja yang siap bekerja tetapi belum mendapat pekerjaan sehingga dapat mengurangi jumlah pengangguran. Berkembangnya pertumbuhan di sektor usaha mikro semakin terbukanya kesempatan peluang kerja dan pada gilirannya akan meningkatkan pendapatan masyarakat. Dengan berkurangnya jumlah pengangguran berarti sektor UMKM banyak merekrut tenaga kerja yang berarti akan membantu pemerintah dalam upaya mengurangi angka kemiskinan. Peran usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) membantu meningkatkan angka pertumbuhan ekonomi dan mampu menyerap jumlah tenaga kerja dan distribusi hasil-hasil pembangunan dapat meningkatkan dirasakan oleh masyarakat. Produk hasil olahan dari UMKM yang keuntungannya dapat menambah anggaran daerah maupun anggaran negara. Karena keberadaan UMKM mampu bertahan dalam situasi apapun untuk tercapainya kesejahteraan masyarakat. Ketangguhan UMKM terbukti saat terjadi krisis moneter tahun 1998 banyak usaha-usaha besar yang berjatuh namun UMKM tetap bertahan dan bahkan bertambah jumlahnya. Tujuan UMKM adalah menumbuhkan dan mengembangkan usahanya dalam rangka membangun perekonomian nasional berdasarkan

	<p>JLP : Jurnal Lentera Pengabdian Volume 02 No 01 Januari 2024 E ISSN : 2985-6140</p> <p>https://lenteranusa.id/</p>	
---	--	---

demokrasi ekonomi yang berkeadilan.

Dalam hal ini, penggunaan atau pengembangan strategi pemasarannya harus tepat karena akan berdampak pada keberlangsungan UMKM tersebut. Di era transformasi digital seperti yang terjadi pada saat ini, mengharuskan para pelaku usaha hampir semua sektor untuk menggunakannya. Hal ini bertujuan guna menjangkau koneksi pelanggan dengan cara yang praktis, efektif serta modern. Disrupsi teknologi yang sempat terjadi menyebabkan transaksi jual beli mengalami perkembangan dan transformasi ke arah *e-commerce*. Hingga saat ini media dan aplikasi digital, sebagai salah satu bentuk dari transformasi digital, berkembang secara besar-besaran dan memaksa masyarakat, tentunya juga para pelaku industri untuk terjun menggunakan dan beradaptasi sejak keterbatasan gerak yang dialami saat masa pandemi terjadi. Oleh karena itu, digitalisasi pada sektor UMKM pun merupakan hal penting untuk dilaksanakan saat ini. Strategi pemasaran digital dirasakan prospektif, interaktif dan terpadu, sehingga memudahkan interaksi antara produsen, distributor, dan juga calon konsumen (*Faujiyah et al., 2023*).

Digitalisasi pemasaran yang dilakukan dapat berdampak pada siklus pemasaran yang lebih baik dari sebelumnya. Saat ini pemasaran digital memanfaatkan berbagai macam media digital sebagai salah satu bentuk implementasinya. Selain dibidang pemasaran, media digital pun mulai banyak dikembangkan di bidang lainnya, seperti halnya pengaturan keuangan, penjualan seperti halnya *marketplace*, sumber daya, penjadwalan, dan lain sebagainya (*Muhardono et al., 2023*).

METODE

Metode penelitian yang dipergunakan adalah metode studi pustaka, yaitu serangkaian kegiatan yang berkaitan dengan metode pengumpulan data pustaka, membaca, mencatat serta mengolah bahan penelitian (*Zed, 2003*) dalam (*Lestari, 2023*). Empat ciri utama dalam penelitian studi pustaka yaitu : Pertama, bahwa peneliti berhadapan langsung dengan teks (*naskah*) atau data angka, bukan dengan pengetahuan langsung dari lapangan. Kedua, data pustaka bersifat “siap pakai” artinya peneliti tidak terjun langsung ke lapangan karena peneliti berhadapan langsung dengan sumber data yang ada di perpustakaan. Ketiga, bahwa data pustaka pada umumnya merupakan sumber sekunder, dalam arti bahwa peneliti memperoleh bahan atau data dari tangan kedua dan bukan data orisinal dari data pertama di lapangan. Keempat, bahwa kondisi data pustaka tidak dibatasi oleh ruang dan waktu. Berdasarkan dengan hal tersebut di atas, maka pengumpulan data dalam penelitian dilakukan dengan cara menelaah dan/atau mengembangkan beberapa bahan pustaka seperti jurnal, buku, dan dokumen-dokumen (*baik yang berbentuk cetak maupun elektronik*) serta sumber-sumber data dan atau informasi lainnya yang dianggap relevan dengan penelitian atau kajian.



HASIL

Persiapan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dipersiapkan melalui beberapa kegiatan sebagai berikut:

Mengadakan Rapat

Sebelum mengadakan kegiatan inti, alangkah baiknya diadakan rapat yang dihadiri oleh seluruh anggota tim, dengan tujuan yaitu agar semua rencana tersusun rapi sedemikian rupa sehingga proses kegiatan dari persiapan hingga evaluasi terkoordinir.

	<p>JLP : Jurnal Lentera Pengabdian Volume 02 No 01 Januari 2024 E ISSN : 2985-6140</p> <p>https://lenteranusa.id/</p>	
---	--	---

Megadakan Sosialisasi Dengan Narasumber

Hal ini dilakukan untuk memberikan informasi kepada narasumber terkait kegiatan yang akan dilakukan.

Pelaksanaan Kegiatan Pelatihan/Bimtek/Pendampingan Dan Fasilitasi

Tahap kegiatan pelatihan direncanakan dilaksanakan di lokasi UKM, sedangkan kegiatan bimbingan teknis, pendampingan, fasilitasi serta mediasi dilaksanakan di luar lokasi usaha mitra.

Proses Pengolahan

Risol diproduksi dengan waktu yang lumayan lama apabila dibuat dalam jumlah yang banyak, karena dalam proses pembuatan risol terbagi menjadi dua tahap yaitu proses pembuatan kulit risol dan proses pembuatan isi risol hingga kemudian keduanya dipadukan lalu digoreng hingga matang. Proses pembuatan kulit risol sendiri yaitu campurkan tepung terigu, garam dan telur yang diaduk rata. Lalu tuangkan air sedikit demi sedikit sehingga adonan tepung tidak menggumpal dan cair. Diamkan 15-30 menit. Jika sudah didiamkan, berikutnya siapkan kompor dengan api kecil. Bahan adonan bisa dituangkan ke panci anti lengket (*dengan cara didadar*), lalu sisihkan. Selanjutnya, siapkan isian risol seperti; *mayonaise, beef slice, telur rebus yang sudah dipotong menjadi beberapa bagian, dan potongan keju*. Tahap selanjutnya yaitu dengan menyiapkan satu kulit risol, tambahkan 1 sendok mayonaise ditengahnya lalu masukkan beef slice, telur rebus dan juga potongan keju. Gulung dan lipat seperti membuat lumpia (*Lakukan sampai kulit risol habis*). Kemudian goreng ke dalam minyak, usahakan seluruh permukaan risol terendam minyak yang sudah dipanaskan terlebih dahulu. Jika sudah matang risol akan berwarna agak kekuningan. Lalu langkah terakhir yaitu angkat lalu ditiriskan.

Pengemasan



Pengemasan atau proses *packaging* juga menjadi tahapan yang penting untuk menarik minat pelanggan, semakin menarik kemasannya maka pelanggan akan semakin berminat untuk membeli produk. Dalam proses pengemasan risol bisa menggunakan plastik pembungkus lalu disusun rapi dalam mika, pastikan pada saat proses pengemasan risol sudah dalam kondisi yang dingin, artinya tidak panas ataupun hangan karna hal tersebut dapat menyebabkan umur simpan risol tidak lama (*basi*). Hendaknya risol ditempatkan ditempat yang tidak lembab untuk mencegah kerusakan kualitas.

Pemasaran

Pengemasan yaitu dilakukan dengan 2 cara yaitu yang pertama adalah dengan promosi langsung kepada pembeli dan menawarkannya juga dengan menyertakan harga produk. Kedua, dilakukan secara *online* karna penerapan pengembangan transformasi digital yaitu dengan cara memasarkannya di sosial media. Sebagai orang yang mempromosikan suatu produk, diwajibkan untuk bersifat ramah, komunikatif serta dapat menarik pelanggan hingga akhirnya pelanggan melakukan pembelian secara berulang.

Penjualan

Kegiatan penjualan yang dilakukan merupakan pertemuan antara pembeli dan pedagang di lokasi penjualan, namun di era digitalisasi ini banyak ditemui sistem baru seperti COD (*Cash on Delivery*) artinya barang yang pesan bisa diantarkan ke titik bertemu antara penjual dan pembeli

	<p style="text-align: center;">JLP : Jurnal Lentera Pengabdian Volume 02 No 01 Januari 2024 E ISSN : 2985-6140</p> <p style="text-align: center;">https://lenteranusa.id/</p>	
---	--	---

sesuai yang telah disepakati. Pembayaran yang dilakukan bisa menggunakan sistem bayar *cash* dan *QR code* sehingga bisa efisien dan praktis.

Gambar 1. Kegiatan Bazar UMKM di Universitas Pelita Bangsa



Langkah Evaluasi Pelaksanaan dan Keberlanjutan Program

Evaluasi dari pelaksanaan kegiatan dan juga keberlanjutan program selanjutnya yang dilaksanakan dengan melalui evaluasi yang diataranya yaitu mulai dari proses persiapan, pelaksanaan hingga ke tahap pelaporan dan seterusnya. Dengan demikian pelaku usaha akan terus berkembang sebagai bentuk dari pengabdian masyarakat yang giat berusaha dan inovatif.

KESIMPULAN



Usaha mikro, kecil, dan menengah ke (UMKM) memiliki peran penting dalam meningkatkan perekonomian masyarakat sehingga mampu memperkecil jurang pemisah antara yang kaya dengan yang miskin Perekonomian bisa didongrak dengan memanfaatkan Sumber Daya Manusia yang ada secara maksimal dan juga mengikuti perkembangan zaman seperti halnya transformasi ke media digital untuk memasarkan produk UMKM. Dengan adanya program pembinaan dari mahasiswa Universitas Pelita Bangsa kepada pelaku usaha UMKM produk risol yang dilaksanakan pada sampai menghasilkan kegiatan yang sesuai dengan yang direncanakan mulai dari perencanaan hingga ke tahap pelaksanaan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada *Dapoer Engkim* selaku pemilik UMKM Risol, Rektor Universitas Pelita Bangsa, Ketua Prodi Manajemen Universitas Pelita Bangsa, dan Ketua DPPM Universitas Pelita Bangsa yang telah mendukung terlaksananya kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini.

DAFTAR PUSTAKA

Informatika, B. S. (n.d.). *Bab II Landasan Teori 2.1 Penjualan Produk*. From repository.bsi.ac.id:

	<p>JLP : Jurnal Lentera Pengabdian Volume 02 No 01 Januari 2024 E ISSN : 2985-6140</p> <p>https://lenteranusa.id/</p>	
---	--	---

- https://repository.bsi.ac.id/index.php/unduh/item/284153/File_10-BAB-II--Landasan-Teori.pdf
- LN Faidah, P. N. (2021). *Latar Belakang Risoles*. From sipora.polije.ac.id: <https://sipora.polije.ac.id/7478/2/02.%20BAB%201%20PENDAHULUAN.pdf>
- Nisaputra, R. (2023, Oktober 2). *Pemberdayaan UMKM dan Mesin Pertumbuhan Ekonomi*. From infobanknews.com: <https://infobanknews.com/pemberdayaan-umkm-dan-mesin-pertumbuhan-ekonomi/>
- NISP, R. O. (2023, September 15). *Pengertian UMKM, Kriteria, dan Perannya dalam Ekonomi RI*. From www.ocbc.id: <https://www.ocbc.id/id/article/2021/04/07/pengertian-umkm>
- Palupi, I. (1021, 11 10). *11 Cara membuat risol paling gampang, bisa jadi ide jualan*. From www.briliofood.net: <https://www.briliofood.net/resep/11-cara-membuat-risol-paling-gampang-bisa-jadi-ide-jualan-211110s.html>
- Faujiyah, F., Yuniarti, T., Rizal, M. A., & Bani, F. C. D. (2023). Penerapan Media Digital Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Bidang Kuliner di Area Jakarta Selatan. *Jurnal Pustaka Mitra (Pusat Akses Kajian Mengabdi Terhadap Masyarakat)*, 3(3), 135–140. <https://doi.org/10.55382/jurnalpustakamitra.v3i3.507>
- Lestari, S. (2023). Model Pembelajaran Pemrosesan Informasi. *Pendidikan Dan Konseling*, 4(1988), 1349–1358.
- Muhardono, A., Murty, D. A., Imadiya, M., & Christi, Y. (2023). Pelatihan Digital Marketing melalui Aplikasi Shopee bagi Pemuda Lembaga Pemberdayaan Masyarakat Kelurahan Tirto Kota Pekalongan. *Jurnal Pustaka Mitra (Pusat Akses Kajian Mengabdi Terhadap Masyarakat)*, 3(2), 84–89. <https://doi.org/10.55382/jurnalpustakamitra.v3i2.417>
- Srijani, K. N. (2020). Peran UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *EQUILIBRIUM : Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pembelajarannya*, 8(2), 191. <https://doi.org/10.25273/equilibrium.v8i2.7118>
- Yuli Rahmini Suci. (2017). PERKEMBANGAN UMKM (USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH) DI INDONESIA. *UU No. 20 Tahun 2008, 1*, 1–31.