

Pemberdayaan Masyarakat Kelurahan Kalijaya Melalui Pengembangan Usaha Mikro

Rismawati¹, Shinta Monica², Arianto³, Ramadhaniah Shofy K.P⁴, Muhamad Tarmizi⁵

^{1,2,3,4,5}Program Studi Manajemen, Universitas Pelita Bangsa

*e-mail penulis korespondensi: risma@pelitabangsa.ac.ad

Abstract

Community empowerment is a process to facilitate and encourage communities to be able to position themselves proportionally and become the main actors in utilizing their strategic environment in developing certain businesses. Namely Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) located in Kalijaya Village, established since 2021. This community service activity is carried out using the Participatory Action Research (PAR) approach. This activity is given to MSME actors, namely "Cemilan Bosque" located in Kalijaya Village, which is carried out in two main stages. The first stage is preparation, the activities carried out at this stage are the team coordinating with all parties involved, surveying the location, preparing the necessary tools and materials, determining the work program and the person in charge of the activity. The second stage is implementation, the activities carried out at this stage are the team re-branding MSME products, digitizing MSME products, and training in MSME financial bookkeeping.

Keywords: *Empowerment, MSMEs, Cemilan Bosque*

Abstrak

Pemberdayaan masyarakat merupakan proses untuk memfasilitasi dan mendorong masyarakat agar mampu menempatkan diri secara proposisional dan menjadi pelaku utama dalam memanfaatkan lingkungan strategisnya dalam mengembangkan usaha tertentu. Tujuan pengabdian ini adalah untuk memberdayakan masyarakat sekitar Kelurahan Kalijaya melalui pengembangan usaha UMKM. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang berada di Kelurahan Kalijaya berdiri sejak tahun 2021, namun mengalami kendala pengembangan usaha. Kegiatan pengabdian ini dilakukan dengan pendekatan *Participatory Action Research* (PAR). Kegiatan ini diberikan kepada pelaku UMKM yaitu "Cemilan Bosque" yang terletak di Kelurahan Kalijaya yang dilakukan dua tahapan utama. Tahap pertama yaitu persiapan (identifikasi masalah), kegiatan yang dilakukan pada tahap ini adalah tim melakukan koordinasi dengan semua pihak yang terlibat, survei lokasi, mempersiapkan alat dan bahan yang diperlukan, menentukan program kerja dan penanggung jawab kegiatan. Tahap kedua yaitu pelaksanaan, kegiatan yang dilakukan pada tahap ini adalah tim melakukan re-branding produk UMKM, digitalisasi produk UMKM, dan pelatihan pembukuan keuangan UMKM.

Kata Kunci: *Pemberdayaan, UMKM, Cemilan Bosque*

PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan potensi bisnis yang sangat digalakkan oleh pemerintah. Hal ini karena semakin banyak masyarakat berwirausaha maka semakin banyak masyarakat berwirausaha maka semakin baik dan kokohnya

perekonomian suatu daerah karena sumber daya lokal, pekerja lokal, dan pembiayaan lokal dapat terserap dan bermanfaat secara optimal.

UMKM menjadi faktor utama bagi masyarakat karena mampu memberikan pendapatan dalam memenuhi kehidupan sehari-hari dan mampu berperan aktif dalam menjaga pertumbuhan ekonomi (Achmad, 2024). Untuk memenuhi kebutuhan masyarakat maka dibutuhkan lapangan kerja yang mampu menyerap setiap angkatan yang ada. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 mengenai Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) menyatakan bahwa pemberdayaan UMKM perlu diselenggarakan secara menyeluruh, optimal, dan berkesinambungan melalui pengembangan iklim yang kondusif, pemberian kesempatan dukungan, perlindungan, berusaha, dan pengembangan usaha seluas-luasnya, sehingga mampu meningkatkan kedudukan, peran dan potensi UMKM dalam mewujudkan pertumbuhan ekonomi, pemerataan dan peningkatan pendapatan rakyat, penciptaan lapangan kerja, dan pengentasan kemiskinan (Indonesia, 2008).

Salah satu tujuan UMKM adalah menumbuhkembangkan usaha dalam rangka membangun perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadilan (Kader, 2018). Keberadaan UMKM mampu mengatasi beberapa permasalahan ekonomi negara dengan menghasilkan barang/jasa yang diperuntukkan dihasilkan kepada yang masyarakat, mengatasi masalah pengangguran, dan mampu menciptakan lapangan kerja (Apip, 2020). Perkembangan UMKM di Indonesia berpotensi menciptakan pertumbuhan terpadu yang tidak hanya mengandalkan *trickledown effect* berupa pertumbuhan ekonomi dan peningkatan lapangan kerja semata, melainkan juga dapat mendorong terwujudnya distribusi pendapatan yang lebih merata dan pengurangan tingkat kemiskinan (Sari, 2018).

Dalam mengembangkan UMKM terdapat beberapa hambatan dan rintangan yang dihadapi oleh para pelaku UMKM meliputi kurangnya permodalan baik jumlah maupun sumbernya kurangnya kemampuan manajerial, keterampilan beroperasi, rendahnya produktivitas (Sari, 2021). Hal ini menimbulkan kesenjangan yang sangat lebar antar pelaku usaha, lemahnya organisasi, dan terbatasnya pemasaran (Romadhoni, 2022).

Oleh karena itu, kegiatan ini dilakukan untuk dapat melihat lebih dekat sejauhmana peran meningkatkan UMKM dalam kesejahteraan membangun perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadilan (Wibawa, 2019). Perkembangan UMKM di Indonesia berpotensi menciptakan pertumbuhan terpadu yang tidak hanya mengandalkan *trickledown effect* berupa pertumbuhan ekonomi dan peningkatan hidup masyarakat ini dengan salah satu upaya yaitu strategi pengembangan UMKM (Apip, 2020).

UMKM di Kelurahan Kalijaya bergerak dalam bidang industri makanan, terdapat UMKM "Cemila nBosque" yang merupakan camilan home made, seperti Peyek kacang dan beberapa jenis peyek lainnya, selain itu mereka memproduksi bakso aci, cireng isi dengan beragam isinya yang sudah berdiri dari tahun 2021. Selain itu mereka berinovasi membuat berbagai jenis camilan bakso lainnya yang dibuat di tahun 2024 lalu. Seperti Basreng (Bakso Goreng). UMKM tersebut sudah berjalan dan berpenghasilan cukup

untuk memutar modal. Namun, karena usaha tersebut berdiri atas dasar kebutuhan, para pelaku UMKM cenderung belum memiliki mengembangkan keinginan untuk produknya.

Kecenderungan tersebut juga didasari ketiadaan penggerak UMKM di wilayah Kelurahan Kalijaya. Sehingga, para pelaku UMKM lebih memilih berada pada jalur aman daripada bergerak tanpa pengetahuan yang beresiko mengalami kerugian. UMKM "CemilanBosque" sudah berdiri sejak 2021 dan sudah cukup memiliki jumlah pelanggan yang banyak. Lokasi penjualannya juga cukup strategis, di sekitar terminal Bus Cikarang. Namun, kemasan yang digunakan pada produk Basreng (Bakso Goreng) tidak pernah mengalami perubahan. Kemasan polos tanpa identitas UMKM, menjadikan produk tersebut tidak memiliki ciri yang identik.

Berbeda dengan UMKM varian barunya yang baru dikembangkan hampir 1 tahun lalu. Basreng sudah memiliki kemasan khas berupa kemasan bening/plastik kiloansupaya produk terlihat jelas dan varian produk yang dianggap lebih tahan untuk menyimpan makanan kering. Namun, karena belum lama berdiri, UMKM tersebut juga belum memiliki identitas pada kemasannya. Selain itu, karena Basreng merupakan olahan pangan pendamping, maka berpotensi pula untuk dilakukan proses digitalisasi. Dalam hal pencatatan keuangan, UMKM juga belum menggunakan metode pemisahan keuangan pribadi dan keuangan usaha. Arus uang penghasilan masuk dan keluar belum dicatat secara sistematis dan terstruktur.

Berdasarkan uraian permasalahan di atas, tim pengabdi dari Universitas Pelita Bangsa melaksanakan kegiatan pengabdian. Kegiatan ini dilakukan berdasarkan basis analisis terhadap faktor pendukung dan penghambat pengembangan usaha yang kemudian pada akhirnya akan dicari solusi strategi. Oleh sebab itu, pengabdian dimaksudkan untuk memberikan pelatihan untuk perberdayaan dan perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Kalijaya,

METODE

Pelaksanaan kegiatan pengabdian ini menggunakan pendekatan Participatory Action Research (PAR). Pendekatan PAR dipilih karena berorientasi pada pemberdayaan masyarakat. Dimana masyarakat tidak dijadikan objek utama pengabdian ansih. Namun masyarakat disiapkan untuk menjadi agen-agen perubahan sosial di kehidupan bermasyarakat (Agus Afandi, 2022). Kegiatan dilakukan dalam format pendampingan melalui beberapa tahapan yaitu to know, to understanding, to plan, to act, dan to change.

Kegiatan ini dilaksanakan oleh tim pengabdi dari kelompok mahasiswa Universitas Pelita Bangsa. Sasaran utama dalam kegiatan ini adalah para pelaku UMKM yaitu "Cemilan Bosque" yang terletak di Kelurahan Kalijaya sebanyak 10 orang pelaku usaha. Selain itu tim pengabdi juga melibatkan tim yang memiliki pemahaman dan penaglaman dalam bidang marketing dari Dosen dari program studi manajemen.

Pengabdian ini dilakukan melalui tiga tahapan utama. Tahap pertama yaitu persiapan, kegiatan yang dilakukan pada tahap ini adalah tim melakukan koordinasi dengan semua pihak yang terlibat, survei lokasi, mempersiapkan alat dan bahan yang diperlukan, menentukan program kerja dan penanggung jawab kegiatan. Tahap kedua

yaitu pelaksanaan, kegiatan yang dilakukan pada tahap ini adalah tim melakukan re-branding produk UMKM, dan pelatihan pembukuan keuangan UMKM. Dan pada tahap akhir tim pengabdi melakukan evaluasi untuk mengetahui perubahan dan dampak kegiatan pengabdian bagi para pelaku usaha UMKM.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan melalui tiga tahapan utama yang dirancang secara sistematis, yaitu tahap persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi.

1. Tahap Persiapan

Pada tahap awal, tim pengabdi melakukan serangkaian kegiatan pendahuluan guna memastikan kelancaran pelaksanaan program. Aktivitas yang dilakukan meliputi koordinasi dengan pihak-pihak terkait, khususnya mitra UMKM, dalam rangka menyamakan persepsi mengenai tujuan, waktu, dan bentuk kegiatan. Selain itu, tim melakukan survei lokasi untuk mengidentifikasi kondisi riil di lapangan, serta menyiapkan alat, bahan, dan materi yang akan digunakan selama proses pendampingan. Penentuan program kerja dan pembagian tugas juga dilakukan dalam tahap ini guna menjamin efektivitas dan efisiensi pelaksanaan kegiatan.

2. Tahap Pelaksanaan

Pada tahap inti ini, tim pengabdi melaksanakan kegiatan pendampingan dalam dua fokus utama:

- **Re-branding produk UMKM**, yang mencakup perbaikan visual identitas usaha (seperti desain logo dan kemasan), serta peningkatan strategi pemasaran agar produk lebih menarik di mata konsumen.
- **Pelatihan pembukuan keuangan**, yang bertujuan membekali pelaku UMKM dengan keterampilan dasar pencatatan keuangan, pengelolaan modal, dan pengawasan arus kas usaha secara sederhana namun efektif.

Seluruh kegiatan dilaksanakan secara partisipatif, dengan pendekatan berbasis praktik yang relevan dengan kondisi usaha masing-masing mitra.

3. Tahap Evaluasi

Tahap terakhir difokuskan pada proses evaluasi untuk menilai perubahan dan dampak yang terjadi setelah kegiatan dilaksanakan. Evaluasi dilakukan melalui wawancara, diskusi, dan observasi terhadap praktik usaha mitra. Fokus evaluasi mencakup peningkatan pengetahuan dan keterampilan, perubahan dalam pengelolaan usaha, serta respon mitra terhadap metode pendampingan yang diberikan. Hasil evaluasi ini menjadi dasar dalam merumuskan tindak lanjut atau pengembangan program serupa di masa mendatang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Identifikasi Masalah

Pada tahap persiapan ini, tim pengabdi melakukan identifikasi terhadap masalah yang dihadapi oleh para pelaku UMKM. Di antara beberapa masalah adalah terdapat kelemahan pada sistem keuangan UMKM yang dapat menghambat kemajuan usaha antara lain yaitu laba yang di dapat bagi para pelaku UMKM bisa sangat sederhana, harga jual dikurangi harga pokok, belum lagi peralatan produksi, dan kendaraan, belum menghitung biaya distribusi.

Selain itu membuat sistem akuntansi untuk laporan keuangan, belum mampu memisahkan uang usaha dengan uang pribadi. Selain itu pelaku usaha dalam menjalankan usaha semua pasti menghadapi masalah, baik dalam internal maupun

eksternal (Halpiah, 2022). Seperti kesulitan permodalan, karena tentunya modal awal yang mereka punya hanya uang pribadi yang mereka miliki. Kurangnya pengetahuan dalam mengembangkan usahanya dan mengetahui pesaing di lingkungan masyarakat lain.

Administrasi yang kurang baik, sehingga dapat menyebabkan tidak mengetahui kondisinya, apakah dalam keadaan hutang atau rugi, maju atau mundur, sehingga keuangan pribadi tercampur dengan keuangan usahanya (Hadjrah, 2022). Kurang disiplin dalam manajemen waktu, sehingga cara berdagangnya disesuaikan dengan keinginan penjual. Kurangnya rencana operasional, karena operasionalnya suatu usaha dapat berhasil jika dilaksanakan atas perencanaan yang baik, seperti siapa target utama pasar, persediaan apa yang harus dijaga, bagaimana cara penjualannya, dan bagaimana caranya untuk mencapai suatu tingkat laba tersebut.

Pengembangan Kemasan

Setelah melakukan identifikasi, tim pengabdi kemudian melakukan pendampingan kepada para pelaku UMKM. Berdasarkan uraian informasi hasil pengumpulan data tersebut, maka kelompok kami, berperan sebagai penggerak UMKM guna merancang strategi dalam rangka pengembangan UMKM di Kelurahan Kalijaya. Beberapa program yang dilakukan adalah sebagai berikut:

Pengembangan kemasan dan re-branding produk UMKM ini dilakukan dengan tujuan untuk memberikan identitas produk UMKM sehingga memiliki ciri dan nilai jual yang lebih tinggi. Pembeli juga dapat mengenal produk dan mendapatkan informasi mengenai produk. Selain itu, dengan melakukan re-branding pemasaran produk UMKM yang masih bersifat mulut ke mulut akan lebih menjangkau pasar yang luas (Cholil, 2018).

Program dilaksanakan dengan membuat label identitas produk pada UMKM "CemilanBosque". Kemudian, mengganti kemasan plastik kiloan dengan finishing lipat staples menjadi kemasan standingpouch. Hal tersebut bertujuan supaya kripik dan makanan kering lainnya benar-benar menjadi snack yang mudah penyimpanannya. Setelah itu, untuk menambahkan identitas produk ditambahkan stiker pada kemasan produk.



Gambar 1: Sampel Kemasan Produk Keripik Pangsit

Program pengembangan kemasan yang dilakukan pada UMKM “CemilanBosque” berfokus pada identitas produk dan informasi produk. program dilaksanakan dengan menambahkan label/stiker berisi nama produk dan berisi informasi varian produk. Selain itu dibuat dengan mencantumkan nomor pemesanan via WA dan linkShoppee. Terdapat nomor whatsapp untuk pemesanan partai kecil maupun besar.

Digitalisasi Produk

Proses digitalisasi produk “Cemilan Bosque” ini berfokus pada UMKM yang memiliki potensi untuk dilakukan proses digitalisasi. Program dilakukan dengan cara mendaftarkan UMKM ke Shopee. Dengan bergabungnya UMKM tersebut ke *marketplace* digital, maka akan memperluas target pasar dari UMKM tersebut. Proses digitalisasi ini dilakukan secara bertahap, yang dimulai dari memberikan pemahaman kepada pelaku UMKM mengenai pentingnya turut serta dalam digitalisasi ini. Kemudian menyiapkan berbagai syarat dan keperluan pendaftaran. Selanjutnya, baru dilakukan pendaftaran ke Shopee.

Setelah proses verifikasi dan validasi oleh pihak Shopee selesai, perlu dilakukan pemberian pemahaman kembali kepada pelaku UMKM mengenai sistem bagi hasil Shopee. Sehingga perhitungan harga menu di Shopee dan di lokasi offline harus disesuaikan. Untuk meringankan sedikit beban UMKM dalam digitalisasi ini, diberikan pula paket data kepada pelaku UMKM untuk digunakan sebagai sarana mengelola Shopee.

Pelatihan Pembukuan Keuangan UMKM

Program pelatihan pembukuan dilakukan di UMKM “Cemilan Bosque”. Hal ini dikarenakan semua UMKM dinilai wajib melakukan secara tertib agar pembukuan usahanya mengalami kemajuan. Program dilakukan dengan dimulai dengan pemberian pemahaman mengenai pentingnya pembukuan. Kemudian, pelaku UMKM secara intensif mendapatkan pelatihan bagaimana cara pembukuan. Untuk mendukung proses pembukuan tersebut, diberikan pula buku kas khusus pembukuan kepada masingmasing UMKM beserta alat tulisnya.

Evaluasi Akhir

Hasil dari kegiatan pengabdian ini menunjukkan terjadinya beberapa perubahan menuju arah perbaikan dalam mengelola usaha. Dari beberapa pendampingan yang diberikan mulai dari pemisahan uang pribadi dan uang usaha, pengemasan sampai pada model pembukuan. Berikut hasil evaluasi kegiatan pengabdian dalam tabel di bawah ini.

Tabel 1: Hasil Evaluasi Kegiatan

Indikator	Sebelum PKM	Setelah PKM
Pemisahan uang pribadi dan usaha	3 dari 10	10 dari 10
Memiliki/Perubahan kemasan	6 dari 10	10 dari 10
Pembukuan kas usaha	2 dari 10	8 dari 10

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa semua pelaku usaha 10 dari 10 telah melakukan pemisahan antara uang pribadi dengan uang modal usaha. Dan 10 dari 10 pelaku usaha sudah

memiliki kemasan dalam produk mereka, bahkan beberapa di antaranya sudah mendesain kemasan yang lebih menarik dari kemasan awal. Selain itu, pelaku usaha UMKM juga telah membuat buku kas uasaha untuk mencatat penggunaan modal dan pendapatan usaha. Dengan angka rata-rata di atas 95% menunjukkan bahwa pengabdian ini memiliki dampak positif bagi masyarakat pelaku usaha di kelurahan Kalijaya.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan di atas, kegiatan pengabdian ini memberikan dampak positif bagi pengembangan usaha UMKM bagi masayarakat di kelurahan Kalijaya. Dari beberapa pendampingan yang diberikan menunjukkan bahwa para pelaku usaha UMKM telah melakukan pemisahan antara uang pribadi dan uang usaha. Dan sebagian besar di antara mereka telah memiliki buku pencatan kas pengeluaran dan pemasukan hasil usaha. Di samping itu mayoritas pelaku UMKM telah memiliki dan menggunakan kemasan yang lebih menarik dari kemasan sebelumnya.

Dari kegiatan ini terlihat adanya kendala yang dihadapi, untuk itu perlu adanya strategi pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dengan melalui program Pengembangan kemasan dan re-branding produk UMKM, Digitalisasi produk UMKM "CemilanBosque", serta Pelatihan pembukuan keuangan UMKM yang sekiranya dapat memberikan manfaat agar produknya lebih dikenal oleh masyarakat luas dengan ciri khas yang dimilikinya serta mampu memudahkan pelaku UMKM dalam mengatur modal yang dimiliki dan mencatat manajemen keuangan yang bijak agar usaha yang dijalankan bisa berkembang lebih maju.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, W. (2024). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Kewirausahaan Sosial: Membangun Kemandirian. *Co-Value Jurnal Ekonomi Koperasi Dan Kewirausahaan*, 14(9).
- Afandi, A. (2022). Metodologi pengabdian masyarakat.
- Apip Alansori, S. E., & Erna Listyaningsih, S. E. (2020). *Kontribusi UMKM terhadap kesejahteraan masyarakat*. Penerbit Andi.
- Cholil, A. M. (2018). *101 branding ideas: Strategi jitu memenangkan hati konsumen*. Anak Hebat Indonesia.
- Hadjerah, S. (2022). *Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Watang Soreang Kota Parepare* (Doctoral dissertation, IAIN Parepare).
- Halpiah, H., & Putra, H. A. (2022). IMPLEMENTASI AKUNTANSI SEBAGAI STRATEGI BISNIS UMKM. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 16(2), 308-321. <https://doi.org/10.32815/jibeka.v16i2.1034>
- Indonesia, R. Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 mengenai Usaha Mikro. *Kecil dan Menengah*.
- Kader, M. A. (2018). Peran UKM dan koperasi dalam mewujudkan ekonomi kerakyatan di Indonesia. *JURISMA: Jurnal Riset Bisnis & Manajemen*, 8(1), 15-32. <https://doi.org/10.34010/jurisma.v8i1.995>
- Romadhoni, B., Akhmad, A., Khalid, I., & Muhsin, A. (2022). PEMBERDAYAAN UMKM DALAM RANGKA PENINGKATAN KESEJAHTERAAN MASYARAKAT DI KABUPATEN GOWA. *Jurnal*

Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA), 6(3), 1074-1088.
<https://doi.org/10.31955/mea.v6i3.2457>

Sari, D. A., & Suprapto, R. (2018). Strategi Peningkatan Daya Saing UMKM Pengolahan Ikan Melalui Analisis SWOT. *Stability: Journal of Management and Business*, 1(2).

Sari, D. A., & Widodo, A. (2021). Analisis Faktor Internal dan Faktor Eksternal UMKM Olahan Ikan di Kabupaten Rembang dengan Menggunakan Analisis SWOT. *BBM (Buletin Bisnis & Manajemen)*, 7(2), 83-92.

Wibawa, D., & Yusnita, M. (2019). Peran UMKM sebagai Penyangga Perekonomian Berbasis Kerakyatan. *Holistic Journal of Management Research*, 2(2).
<https://doi.org/10.33019/hjmr.v2i2.1430>