



PEMBERDAYAAN DAN PENGEMBANGAN USAHA MIKRO MENUJU ERA ENDEMI

Oleh

Novita Wahyu Setyawati¹, Dewi Sri Woelandari Pantjolo Giningroem², Agus Dharmanto³

^{1,2,3}Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

E-mail: ¹novita.wahyu@dsn.ubharajaya.ac.id, ²dewi.sri@dsn.ubharajaya.ac.id,

³agus.dharmanto@dsn.ubharajaya.ac.id

Article History:

Received: 02-02-2022

Revised: 19-02-2022

Accepted: 23-03-2022

Keywords:

Empowerment, Development,
and Digital Marketing.

Abstract: *Community service activities that will be carried out in the form of community empowerment at the location of service and development of business products and marketing based on digital marketing. The target audience in this Community Service activity are local residents, local officials, existing micro-enterprises, and external parties in terms of marketing. The implementation of community service is carried out by counseling first and then providing assistance to the practice of these activities until finally at the evaluation stage of the activity. Where it is not only limited to practice but assistance in making these products have added value and product marketing based on digital marketing. The benefits obtained from this Community Service activity include being able to create business opportunities, independent villages, developing micro businesses, helping to increase the selling value of products, digital marketing and creating new job opportunities.*

PENDAHULUAN

Kontribusi ekonomi kreatif dalam perekonomian dan kultur Indonesia dengan keragaman sosio-budaya menjadi sumber inspirasi dalam mengembangkan ekonomi kreatif di Indonesia. Keragaman produk dari berbagai etnis menjadi faktor pendukung pengembangan ekonomi kreatif (Rakib, 2017, hal. 55).

Industri kreatif dalam melakukan aktivitasnya mengedepankan ide, kreativitas, dan talenta dari pelaku usahanya (Shofa & Nugroho (2018, hal. 76); Haerisma (2018, hal. 92).

Dengan modal keragaman budaya dan bonus demografi diharapkan industri kreatif dapat tumbuh dan berkembang serta dapat menciptakan banyak lapangan kerja seiring kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi informasi (Ningsih, 2014, hal. 60). Selain itu dengan dukungan Knowledge Creative (Pengetahuan yang kreatif), Skilled Worker (pekerja yang berkemampuan), Labor Intensive (kekuatan tenaga kerja), maka industri kreatif akan semakin berkembang (Diana, Suwena, & Wijaya, 2017, hal. 85).

Pertambahan jumlah angkatan kerja di Indonesia dari tahun ke tahun semakin meningkat namun tidak diikuti dengan peningkatan jumlah lapangan kerja. Ketidakseimbangan tersebut menyebabkan permasalahan pengangguran yang cukup tinggi.



Penanggulangan masalah pengangguran telah dilakukan oleh pemerintah dengan mencanangkan gerakan kewirausahaan. Adanya pemberdayaan dan pengembangan kewirausahaan akan mampu menjelaskan dalam ranah teoritis dan praktis, selain itu juga diperlukan pemotivasian agar dapat memulai usaha atau mengembangkan usahanya sehingga dapat menciptakan lapangan kerja baru.

Lokasi kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan di Kel. Jati Luhur dan Kel. Jati Sari, Kec. Jati Asih, Kota Bekasi. Dimana Kel. Jati Luhur memiliki jumlah RW. 12 dan RT. 73 yang terdiri dari 4 RW berada di perumahan dan 8 RW berada di lingkungan perkampungan.

Kelurahan Jatiluhur berada di wilayah Kecamatan Jati Asih Kota Bekasi Provinsi Jawa Barat. Kelurahan ini memiliki luas tanah 396,95 Ha dan berada di bagian selatan kota Bekasi yang berbatasan dengan wilayah Kabupaten Bogor.

Berdasarkan data penduduk 31 Desember 2018, jumlah penduduk Kelurahan Jati Luhur sebanyak 28.291 jiwa yang terdiri dari laki-laki 14.218 jiwa dan perempuan 14.073 jiwa serta jumlah kepala keluarga sebanyak 6.783 KK. Jumlah penduduk tersebut secara administratif tersebar di 12 Rukun Warga (RW) dan 73 Rukun Tetangga (RT) penduduk kelurahan.

Fenomena yang ada di lokasi ini adalah masih banyak masyarakatnya yang menganggur dan bekerja serabutan padahal potensi di daerah tersebut cukup baik. Selain itu, adanya usaha-usaha mikro akan tetapi dalam hal pengembangan dan pemasarannya kurang berjalan dengan baik. Dimana dalam hal pengembangan usaha hanya apa adanya tidak ada nilai lebih (*value*) pada produk tersebut. Sedangkan untuk pemasarannya sangat konvensional, yaitu *mouth to mouth* dan dititipkan ke warung atau pasar setempat.

Merujuk pemaparan diatas maka, kami tertarik untuk melakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yaitu pemberdayaan dan pengembangan usaha mikro menuju era endemi.

METODE

Untuk menunjang kegiatan pengabdian masyarakat ini maka digunakan metode yang mendukung pelaksanaan kegiatan tersebut. Berikut ini adalah rincian metode pelaksanaan yang akan dilakukan yaitu:

Metode Pengumpulan data

Digunakan untuk menentukan lokasi pengabdian kepada masyarakat dengan mengumpulkan data-data pendukung potensi yang ada dan lokasi usaha dan kegiatan yang dilakukan pada masyarakatnya. Serta pihak yang terlibat nantinya dalam kegiatan ini, yaitu masyarakat, usaha mikro yang ada, pejabat setempat, serta pihak eksternal dalam hal pengembangan dan pemasaran produk.

Menentukan tema pengabdian yang akan diberikan.

Berdasarkan atas apa yang telah dilakukan dalam survei yang diuraikan secara rinci pada latar belakang sehingga tema pengabdian dapat segera ditentukan yaitu "Pemberdayaan dan Pengembangan Usaha Mikro Menuju Era Endemi".

Mencari Studi Pustaka.

Studi pustaka adalah teknik pengumpulan data referensi dari berbagai jenis sumber keilmuan yang menunjang permasalahan yang sedang dicarikan solusinya. Dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini, berbagai teori dan implementasi dieksplorasi untuk dapat



memberikan pemahaman yang signifikan.

Membuat materi kegiatan.

Berdasarkan studi pustaka yang telah dilakukan maka dibuatlah materi kegiatan yang dibuatkan kedalam modul pelatihan.

Menyajikan kegiatan pelatihan.

Pelatihan diberikan dengan metode ceramah oleh nara sumber dan sesi tanya jawab untuk memperdalam materi.

Melakukan pendampingan.

Dimana dalam melakukan kegiatan ini agar tercapai apa yang menjadi tujuan, maka diperlukan pendampingan kegiatan. Agar arah dan tujuannya jelas dan tercapai sesuai harapan.

Melakukan kegiatan aksi

Setelah dilakukan pendampingan baik dari segi produk, pengemasan, stiker merk maka dilakukan kegiatan pemasaran produk dengan menggunakan digital marketing/*marketing online*. Yang mana dalam melakukan pemasaran produk digital marketing dikoordinir oleh satu wadah di lokasi tersebut, sehingga melalui system satu pintu.

Melakukan Evaluasi

Dari hasil pemberdayaan dan pengembangan kegiatan tersebut, maka dilakukan evaluasi kegiatan. Untuk dilihat apakah ada kendala yang dihadapi, sehingga cepat dicarikan solusinya/penanganannya.

HASIL

Permasalahan	Masyarakat yang menganggur dan bekerja serabutan masih banyak. Masih kurangnya masyarakat yang melihat potensi disekitar lokasi tersebut. Pengembangan dan pemasaran produk yang ada kurang berjalan dengan baik. Pemasaran yang masih konvensional, yaitu mouth to mouth dan dititipkan ke warung atau pasar setempat.
Pemecahan Masalah (Solusi)	Melakukan pemberdayaan kepada masyarakat setempat. Menelusuri potensi apasaja yang ada di lokasi tersebut. Menciptakan produk yang memiliki <i>value added</i> . Menciptakan system pemasaran produk yang berteknologi/ <i>digital marketing</i> .



Target Luaran	Desa mandiri.
	Peluang Usaha.
	Membuka lapangan kerja.
	Usaha mikro yang berkembang.
	Produk yang berkualitas.
	Digital Marketing.

KESIMPULAN

Pengabdian Masyarakat ini mampu memberikan pandangan dan pemahaman dalam pengembangan usaha mikro dengan sistem pemasaran yang modern pada saat pemulihan dari era pandemi ke era endemi.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Ucapan terima kasih disampaikan kepada LPPMP, Rektor, Dekan dan jajarannya di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang tidak dapat kami sebutkan satu-satu yang telah memberikan motivasi dan kesempatan untuk melaksanakan kegiatan Pengabdian Masyarakat di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

DAFTAR REFERENSI

- [1] Diana, P., Suwena, I., & Wijaya, N. (2017). Peran dan Pengembangan Industri Kreatif Dalam Mendukung Pariwisata di Desa Mas dan Desa Peliatan Ubud. *Jurnal Analisis Pariwisata*, 17(2), 84-92.
- [2] Ningsih, C. (2014). Sinergitas Industri kreatif Berbasis Pariwisata Dengan Strategi Pembangunan Industri Nasional Menuju Globalisasi. *Jurnal Manajemen Resort & Leisure*, 11(1), 59-64.
- [3] Prawesti Ningrum Endah. Tutiek Y., Nurul R., Widi W., Novita WS., (2019). Pelatihan Pembukuan Sederhana, Sosialisasi Perpajakan dan Pengelolaan Manajemen Bagi UMKM Ibu-Ibu Catering Perumahan Jatimulya RW. 012. *Jurnal Abdimas UBJ*.
- [4] Rakib, M. (2017). Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal Sebagai Penunjang Daya tarik Wisata. *Jurnal Kepariwisata*, 1(2), 54-69.
- [5] Shofa, I., & Nugroho, D. (2018). Pertumbuhan dan Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Kota Malang. *Jurnal Pangripta*, 1(1), 75-85.
- [6] Suherman, Dr. Eman S.E., M.Pd. (2016). *Business Entrepreneur*. Penerbit Alfabeta.
- [7] Suryana. (2013) *Ekonomi Kreatif (Ekonomi Baru Mengubah Ide dan Menciptakan Peluang)*. Jakarta: Salemba Empat
- [8] Setyawati, NW., PG Woelandari. (2019). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pendampingan Program Kerja Berbasis Manajemen Lingkungan. *Jurnal Masyarakat Mandiri*.
- [9] Woelandari PG, DS., Ery TP., Novita WS., (2021). FOSTERING THE SPIRIT ENTREPRENEURS IN



- [10] TERMS OF INDEPENDENT YOUNG OF SELF EFFICACY, ADVERSITY INTELLIGENCE, AND EDUCATION TO ENTREPRENEURSHIP INCREASE THE COMPETITIVENESS OF UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA. *Majalah Ilmiah Bijak*.



HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN