

Optimalisasi *Entrepreneurship* Pada UMKM Cemilan Seafood di Desa Tempel Kecamatan Wedung Kabupaten Demak

Wisnu Nor Cahyo¹⁾, Novita Putri Mardiana²⁾, Sindy Aulia Octaviana³⁾, Khoirul Muslimin⁴⁾

¹ Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara

Email: wisnuncahyo.05@gmail.com

² Hukum Keluarga Islam, Fakultas Syariah dan Hukum, Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara

Email: novitaputri2620@gmail.com

³ Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara

Email: sindyaulia0210@gmail.com

⁴ Dosen Komunikasi dan Penyiaran Islam, Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara

Email: muslimin@unisnu.ac.id

Abstract

The creative economy is an economic concept in the new economic era that intensifies information and creativity by relying on ideas, knowledge, skills and talents, rather than human resources. Therefore, Human Resources (HR) as the main production factor in its economic activities. So that knowledge is needed about self-potential and the local cultural environment, from each community member as a source of life and a place to live. The concept of the creative economy is increasingly getting major attention in many countries because it can actually make a real contribution to the economy. (Ismurdyawati et al, 2013).

One of the problems that occur in the community of outboard village, Wedung Sub-district, Demak Regency, is due to the lack of interest of residents in the development of MSMEs in their village, currently there are only entrepreneurs who are still active until now, namely seafood crackers belonging to Mrs. Rohayati, crackers made from this type of fish are still requires special attention to the development process, such as the use of very simple tools such as using wax as an adhesive, as well as unattractive product packaging and many more. So that the latest developments and innovations are needed to be able to develop these cracker products to be even more attractive. The purpose of observations at partners' homes is to find out some of the problems that occur so that later we can help partner development in the future such as assisting in innovation of flavor variants, making partner logos, providing assistance in the form of plastic press tools on packaging to make it more attractive and expand product marketing. The approach method for implementing this partnership program uses descriptive qualitative methods.

Keywords: *Development, Products, crackers, Tempel village*

Abstrak

Ekonomi kreatif merupakan sebuah konsep ekonomi di era ekonomi baru yang mengintensifkan informasi dan kreativitas dengan mengandalkan ide, pengetahuan skill dan talenta, daripada sumber daya tenaga. Oleh karena itu, Sumber Daya Manusia (SDM) sebagai faktor produksi utama dalam kegiatan ekonominya. Sehingga diperlukan pengetahuan tentang potensi diri dan lingkungan budaya setempat, dari warga masyarakat masing-masing sebagai sumber hidup dan tempat tinggalnya. Konsep ekonomi kreatif ini semakin mendapat perhatian utama di banyak negara karena ternyata dapat memberikan kontribusi nyata terhadap perekonomian. (Ismurdyawati et al, 2013).

Salah satu permasalahan yang terjadi pada masyarakat desa tempel Kecamatan Wedung Kabupaten Demak ini karena kurangnya minat warga terhadap perkembangan UMKM di desanya, saat ini hanya ada pengusaha yang masih aktif sampai sekarang yakni Kerupuk seafood milik Ibu Rohayati, kerupuk yang berbahan dasar dari jenis ikan ini masih membutuhkan perhatian khusus terhadap proses perkembangannya, seperti penggunaan alat yang masih sangat sederhana seperti menggunakan lilin sebagai perekatnya, serta pengemasan produk yang kurang menarik dan masih banyak lagi. Sehingga diperlukannya pengembangan serta inovasi terbaru untuk dapat mengembangkan produk kerupuk ini jadi lebih menarik lagi. Tujuan dilakukannya observasi di rumah mitra yakni dapat mengetahui beberapa permasalahan yang terjadi sehingga nantinya kita dapat membantu perkembangan mitra untuk kedepannya seperti membantu dalam inovasi varian rasa, pembuatan logo mitra, memberikan bantuan berupa alat pres plastic pada kemasan agar lebih menarik serta memperluas pemasaran

produk. Metode pendekatan pelaksanaan program kemitraan ini menggunakan metode kualitatif deskriptif.

Kata kunci: *Perkembangan, Produk, kerupuk, desa Tempel*

PENDAHULUAN

Desa Tempel merupakan desa yang terletak di kecamatan Wedung, Kota Demak. Secara administrasi dan geografis sebelah utara berbatasan dengan Desa Jetak, di sebelah timur berbatasan dengan Desa Pasir, dan di sebelah selatan berbatasan dengan Desa Kenduren, serta di sebelah barat berbatasan dengan Desa Bungo. Dalam perkembangan perekonomian nasional, UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) memiliki kontribusi yang sangat penting bagi keberlangsungan hidup masyarakat. Namun, sedikit dari masyarakat desa Tempel yang berprofesi sebagai pengusaha khususnya dibidang UMKM karena sebagian penduduknya bekerja sebagai buruh Tani dan dapat dilihat dari kondisi daerah tersebut juga memiliki tanah yang cukup luas jika dimanfaatkan sebagai lahan pertanian. Mayoritas warga desa Tempel sendiri bermata pencaharian sebagai petani bawang dan padi. Mereka Namun, terdapat juga perkembangan UMKM berupa Kerupuk Seafood dimana pengelolaan kerupuk ini berbahan dasar dari beberapa jenis ikan yang didapat dari perairan daerah tersebut. Kerupuk ikan merupakan produk olahan hasil perikanan dengan bahan baku ikan yang mengalami perlakuan pengolahan, perebusan dan pengeringan (BSN, 2009). Desa Tempel juga mempunyai klub sepak bola. Nama klub PERSIT, PERSIT singkatan dari Persatuan Sepak bola Tempel. PERSIT telah mengikuti berbagai kompetisi, seperti Welahan Cup dan lain-lain. (Wikipedia, 2020).

Kerupuk ikan adalah krupuk yang bahannya terdiri dari adonan tepung dan ikan. Kerupuk ikan mempunyai beberapa kualitas bergantung pada komposisi banyak ikan yang terkandung dalam kerupuk. Semakin banyak jumlah ikan yang terkandung dalam kerupuk maka semakin baik kualitasnya (Thaib & dkk, 2021). Ikan dapat diolah menjadi kerupuk dengan sentuhan teknologi yang sederhana dan tentunya memiliki harga jual yang lebih tinggi dibandingkan dijual dalam bentuk segar (belum diolah) yang harganya naik turun sesuai dengan keinginan pasar. Hal ini terjadi karena ketidakpahaman masyarakat setempat tentang jenis produk lain yang dapat dihasilkan dari bahan baku ikan, masyarakat juga belum memahami teknologi sederhana apa yang dapat diaplikasikan pada ikan (Hastutui & Ruhibnur, 2016).

Sementara itu, perkembangan UMKM yang berada di desa Tempel ini memiliki produksi UMKM makanan ringan yang bernama "Kerupuk Cuwentil" (kerupuk yang terbuat dari seafood) yang dikelola oleh Ibu Rohayati Bersama suaminya. Produk kerupuk ini sudah berdiri sekitar 2 tahun yang lalu. Adapun bahan dasar yang digunakan untuk memproduksi kerupuk ini yaitu menggunakan beberapa jenis ikan seperti; ikan tongkol, ikan tengiri, cumi-cumi, kerang, dan sejenis ikan lainnya yang bisa dijadikan sebagai bahan dari pembuatan kerupuk. Pembuatan kerupuk seafood ini sebenarnya masih menyesuaikan kondisi alam karena ada beberapa jenis ikan yang susah didapatkan atau masih musiman. Adapula kendala yang juga sering terjadi ketika proses pengeringan/penjemuran yang masih mengandalkan panas matahari langsung sehingga, ketika cuaca sering hujan maka pembuatan kerupuk ini akan mengalami kesulitan.

METODE

Metode pendekatan yang dilakukan untuk menyelesaikan masalah mitra adalah:

1. Memberikan penyuluhan, edukasi, dan pendampingan kepada mitra UMKM kerupuk seafood cuwentil di Desa Tempel Kecamatan Wedung Kabupaten Demak. Kegiatan tersebut bertujuan untuk memotivasi dan memberi pengetahuan kepada mitra UMKM tersebut mengenai packaging dan digital marketing.
2. Memfasilitasi packaging yang semula menggunakan lilin diganti dengan menggunakan alat sealer atau alat press plastik.
3. Memfasilitasi pengadaan media pemasaran seperti banner, dan stiker.
4. Melakukan edukasi tentang digital marketing dengan memasarkan produk menggunakan media sosial seperti instagram, marketplace facebook, dan pemasangan papan nama.
5. Dari uraian di atas, maka metode pelaksanaan program kemitraan UMKM kerupuk seafood cuwentil menggunakan metode pendekatan kualitatif deskriptif. Analisis

data menggunakan hasil observasi dari mitra yaitu Ibu Rohayati selaku pemilik usaha kerupuk seafood.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari data yang telah terkumpul Tim KKN Unisnu Jepara Kelompok 36 Desa Tempel telah mendampingi salah satu kegiatan mitra yang berada di desa Tempel Rt 01 Rw 02 Kecamatan Wedung Kabupaten Demak. Mitra tersebut bergerak dibidang UMKM makanan ringan yaitu kerupuk seafood cuwentil yang dikelola oleh Ibu Rohayati. Kerupuk seafood ini akan memproduksi berbagai jenis ikan laut dan ikan tawar diantaranya yaitu ikan tongkol, ikan tengiri, cumi-cumi, kerang, dan jenis ikan lainnya, yang bisa dijadikan sebagai bahan utama dalam pembuatan kerupuk oleh mitra tersebut. Untuk bahan-bahan pembuatan kerupuk lainnya ini juga mudah didapatkan dipasar atau toko sembako terdekat, sehingga pembuatan kerupuk ini akan terus berlanjut. Untuk mengembangkan produk kerupuk seafood cuwentil ini maka diperlukannya beberapa tahapan yang perlu di lakukan dalam pengembangan produk agar kualitas produk ini lebih menarik lagi diantaranya sebagai berikut:

1. Tahap Pengembangan Inovasi Perusahaan

Kerupuk seafood cuwentil ini awalnya hanya memiliki varian satu rasa. Untuk mengembangkan produk varian satu rasa ini, kami dari Tim KKN Unisnu Jepara berinisiatif memberikan penjelasan mengenai adanya varian rasa terbaru kepada pemilik usaha kerupuk seafood ini, yang telah disampaikan oleh mahasiswa KKN yang bernama Vera Vernanda dan Wisnu Nor Cahyo. Dengan bekal ilmu pengetahuan yang mereka ketahui, mereka berdua memberikan penjelasan kepada mitra tersebut bahwa kerupuk seafood ini juga bisa memiliki varian rasa yang berbeda-beda, karena pilihan varian rasa ikan yang berbeda akan menjadi daya pikat tersendiri oleh konsumen dalam memilih rasa yang mereka sukai.

Hasil dari program ini kami telah memilih Jenis ikan yang tentunya bisa di olah menjadi kerupuk seperti ikan tongkol, ikan tengiri, udang, cumi-cumi serta jenis kerang lainnya. Oleh karena itu, pemilihan varian jenis ikan yang berbeda dari produksi sebelumnya merupakan salah satu bentuk inovasi terbaru dari kami untuk megelolah produk tersebut agar lebih baik kedepannya.



Gambar 1
Proses Pengelolahan kerupuk cuwentil



Gambar 2
Logo (varian rasa terbaru kerupuk cuwentil)

2. Tahap Penyediaan Alat Informasi Mitra Berupa Banner

Untuk banner kerupuk ikan ini di tempatkan tepat di depan rumah mitra, sehingga dapat menjadi poin tersendiri bagi pemilik produk kerupuk ikan ini, karena lokasinya yang mudah dijangkau ditempat umum serta mudah dilihat kalau ada orang yang lewat di jalan tersebut atau mereka yang ingin mencari tahu keberadaan pemilik kerupuk ikan ini akan lebih mudah.



Gambar 3
Papan Nama Kerupuk Cuwentil

3. Tahap Penyediaan Stiker/Label Produk Mitra

Disini kami telah mensurvey dan membuat labeling pada produk mitra, dimana kami akan melakukan edukasi kepada pelaku usaha tersebut tentang bagaimana pembuatan labeling, dan pentingnya label dalam suatu kemasan serta menjelaskan dan membantu pelaku usaha untuk promosi ke media social, yang telah disampaikan oleh mahasiswa KKN yang Bernama Muhammad Wahyu Guntoro dan teman KKN lainnya.

Label dalam suatu produk usaha pada saat ini sangat memiliki peran penting bagi kemajuan usaha. Dengan adanya label atau logo pada suatu produk, dapat memudahkan konsumen untuk mengenali produk tersebut dan memiliki rasa tertarik untuk membeli produk itu kembali. Maka dari itu penyediaan stiker/ label pada produk ini merupakan salah satu bentuk promosi untuk menarik daya pembeli lainnya bahwa kerupuk ikan ini juga mampu bersaing dengan produk- produk lainnya.



Gambar 4
Kerupuk Cuwentil sebelum ada label



Gambar 5
Kerupuk Cuwentil sesudah ada label

4. Tahap Penyediaan alat packaging yang semula menggunakan lilin kemudian beralih ke alat sealer plastik/press.

Permasalahan yang dihadapi oleh mitra adalah bahwa kemasan produk yang sudah ada akan tetapi kurang rapi dan memputuhkan waktu yang lama saat proses pengemasan, karena proses pengemasannya masih menggunakan alat yang masih sederhana yaitu dengan lilin yang menyala. sehingga pada program kerja kali ini kami membantu mendesain ulang memberikan alat bantu dalam kemasan tersebut agar menjadi lebih rapi dan cepat yang di sampaikan dan dipraktikkan langsung oleh Umar bin Said dan teman KKN lainnya.

Hasil yang akan di dapatkan pada tahap ini yaitu memberikan bantuan berupa alat press plastik dalam proses packaging, agar produk tersebut lebih praktis mudah dalam proses packagingnya, sehingga mitra tidak perlu

membutuhkan waktu yang lama lagi dalam proses pengemasan serta menampaih penampilan estetik tentunya, harapannya agar para konsumen lebih tertarik untuk membeli produk tersebut.



Gambar 6
Proses packaging menggunakan lilin



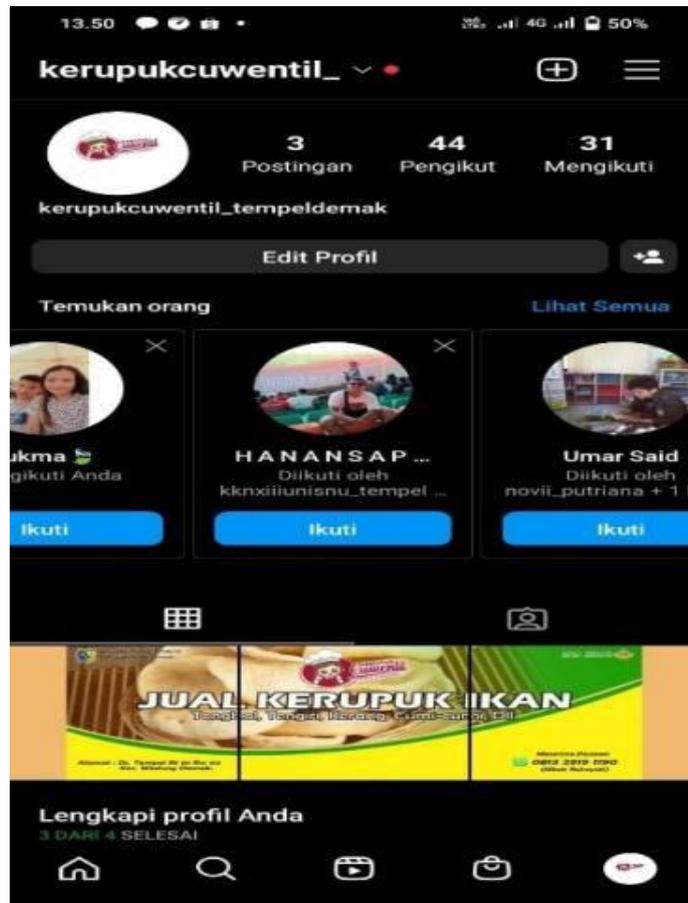
Gambar 7
Proses packaging menggunakan alat press plastic

5. Pengembangan Promosi Dan Pemasaran Produk Secara Online dan online

Dalam proses promosi produk kerupuk seafood ini, mitra yang awalnya belum mengerti cara mempromosikan usaha sendiri dan masih menunggu siapa saja yang pesan dari rumahnya, maka Dengan adanya pengenalan system pemasaran digital ini diharapkan pelaku usaha mampu memanfaatkan peluang yang ada karena pentingnya promosi menggunakan media online tersebut. Agar produk lebih dikenal dan pemasarannyapun dapat lebih luas.

Maka dari itu Proses pemasaran yang di gunakan pada langkah awal untuk menunjang pemasaran produknya yaitu sebagai berikut;

- Publikasi ke sosial media seperti Intragram, Facebook dll.
- Pemasaran produk, menjadi agen pengusaha produk kerupuk ikan ke toko- toko terdekat seperti, warung, toko sembako, pasar, minimarket dan toko lainnya.
- Penyebaran informasi ke daerah terdekat seperti mekanisme mulut ke mulut agar nantinya informasi terkait keberadaan produk kerupuk ikan ini dapat menjadi informasi sebagai makanan/ cemilan ringan yang dapat dibutuhkan ketika ada acara-acara besar atau yang lainnya, juga dapat menjadi ciri khas / makanan oleh-oleh dari Demak.



Gambar 8
Pemasaran Melalui Media Online
Instagram

Solusi yang ditawarkan dari kelompok KKN 36 kepada mitra KKN yaitu Kerupuk Seafood Cuwentil dengan harapan solusi yang ditawarkan dapat menyelesaikan masalah yang sedang dihadapi oleh mitra produktif antara lain:

Tabel 1 Permasalahan dan Solusi

No	Permasalahan Mitra Kerupuk Seafood	Solusi yang ditawarkan
1	Kurangnya Inovasi Produk	Membantu mengembangkan inovasi produknya dengan berbagai jenis rasa ikan.
2.	pemberian label yang menjadi ciri khas produk	Membuatkan logo / label pada kemasan serta pembuatan benner tepat didepan rumah mitra agar menjadi daya Tarik pembeli
3.	Pengemasan dan peralatan produksi yang masih sederhana	Membantu mengembangkan pengemasan secara estetik biar menarik pelanggan dan mengganti pengemasan yang semula menggunakan lilin diganti menggunakan alat sealer/press.

KESIMPULAN

Kerupuk cuwentil adalah produk lokal yang berasal dari desa Tempel- Wedung-Demak. Usaha tersebut merupakan usaha perseorangan yang dimiliki oleh Ibu Rohayati dengan satu karyawan yang masih aktif yaitu suaminya sendiri. Masalah yang terdapat pada perusahaan tersebut antara lain kurangnya inovasi produk, pengemasan dan peralatan produksi yang masih sederhana, pemasaran yang kurang luas. Dalam tiga hal tersebut kami telah memberikan solusi antara lain membantu mengembangkan inovasi produknya dengan berbagai jenis rasa, membantu mengembangkan pengemasan secara estetik biar menarik pelanggan dan mengganti pengemasan yang semula menggunakan lilin diganti menggunakan alat sealer/press, membantu memperkenalkan produk kerupuk seafood melalui media sosial seperti instagram, marketplace facebook dan lainnya, dan juga melalui media offline seperti dipasarkan di minimarket.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terimakasih dan rasa syukur kehadirat Allah SWT. serta kepada para pihak yang telah memberikan bimbingan, pengarahan serta pemikiran dalam penulisan ini terutama kepada:

1. Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara sebagai penyelenggara kegiatan pengabdian ini;
2. Bapak Khoiril Muslimin, M.I.Kom selaku dosen pembimbing lapangan yang telah mendampingi dengan memberikan arahan dan dukungan dalam pelaksanaan kegiatan KKN;
3. Ibu Rohayati selaku mitra kerja serta pemilik usaha kerupuk seafood “cuwentil” yang telah membuka kesempatan kepada kami untuk memberikan saran serta masukan;
4. Donatur yang bersedia ikut mensukseskan program kerja kegiatan KKN;
5. Karang taruna, ibu – ibu PKK, anak – anak, dan seluruh warga desa Tempel yang telah berpartisipasi dan memberikan respon positif sehingga kegiatan KKN ini dapat tercapai sesuai tujuan;

6. Semua pihak yang telah membantu dalam pelaksanaan kegiatan ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

DAFTAR PUSTAKA

- Hafsah, M. J. (2004). Upaya pengembangan usaha kecil dan menengah (UKM). Jurnal Infokop Nomor, 25. <https://doi.org/10.36085/jimakukerta> diakses 7 desember 2022
- Jauhari, J. (2010). Upaya pengembangan usaha kecil dan menengah (UKM) dengan memanfaatkan e-commerce. JSI: Jurnal Sistem Informasi (E-Journal), 2(1).
- Kothari, C. R. (2004). Research methodology: Methods and techniques. New Age International.
- Pentingnya Logo Produk Pada Kemasan Untuk Memenangkan Pangsa Pasar. <http://desainlogodesign.com/pentingnya-logo-pada-kemasan-produk-dalammemenangkan-pangsa-pasar> (diakses 11 Juli 2020)
- Somantri, G. R. (2005). Memahami metode kualitatif. Makara, Sosial Humaniora, 9(2) 57
- Supriyadi, E., Merawaty, E. E., Derriawan, D., & Salim, F. (2017). Analisis FaktorFaktor Dalam Meningkatkan Daya Saing Industri Kecil Menengah Di Tangerang Selatan (Studi Kasus: Ikm Sepatu). Jurnal Kawistara, 7(2), 134– 143.
- Upaya pemerintah mengajukan UMKM <https://www.bkpm.go.id> diakses sabtu, 3 september 2022
- Utami, Novia.W. 2020. Keuangan Bisnis : Cara Mudah Membuat Laporan Keuangan UKM Sederhana. Jurnal entrepreneur. <https://www.jurnal.id/id/blog/cara-mudah-membuatlaporan-keuangan-sederhana-bagi-ukm/> (diakses 6 september 2022)
- Yulita, Zakil Wardani, DKK. 2018. Pemberdayaan Masyarakat Miliran,: Artikel KKN Yogyakarta

