

PELATIHAN KEWIRAUSAHAAN UNTUK MENINGKATKAN KEMANDIRIAN EKONOMI MASYARAKAT DESA JATIREJA SEBLAK C'MONTOX

Etty Zuliawati Zed¹, Rizqi Aditya Shevchenko², Dewina Putri Cahyarani³, Frisca
Rahmawati⁴, Andhika Yanuar Ardiansyah⁵

ettyzuliawatized@pelitabangsa.ac.id¹, rizqiaditya027@gmail.com²,
dewinaputricahyarani@gmail.com³, friskarahmawati902@gmail.com⁴,
andhikayanuar26@gmail.com⁵

Universitas Pelita Bangsa

ABSTRAK

UMKM memiliki peran strategis dalam perekonomian Indonesia, termasuk dalam penyediaan lapangan kerja dan penggerak ekonomi lokal. Salah satu UMKM yang menjadi perhatian adalah Seblak C'Montox, yang berlokasi di Jatireja. Usaha ini menghadapi berbagai tantangan dalam mempertahankan daya saing di tengah perubahan preferensi konsumen dan era digital. Program kunjungan ini bertujuan untuk menganalisis kondisi aktual usaha, memberikan pelatihan sederhana, serta merancang strategi pengembangan berbasis inovasi produk dan pemasaran digital. Pendekatan yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan pendampingan langsung. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa Seblak C'Montox memiliki potensi besar untuk berkembang dengan memanfaatkan pemasaran digital dan diversifikasi produk.

Kata Kunci: UMKM, Seblak C'montox, Inovasi Produk, Digitalisasi, Pemberdayaan Masyarakat.

ABSTRACT

MSMEs have a strategic role in the Indonesian economy, including providing employment opportunities and driving the local economy. One of the MSMEs that is of concern is Seblak C'Montox, which is located in Jatireja. This business faces various challenges in maintaining competitiveness amidst changing consumer preferences and the digital era. This visit program aims to analyze actual business conditions, provide simple training, and design development strategies based on product innovation and digital marketing. The approach used is observation, interviews and direct assistance. The results of the activities show that Seblak C'Montox has great potential to develop by utilizing digital marketing and product diversification.

Keywords: MSMEs, Seblak C'Montox, Product Innovation, Digitalization, Community Empowerment.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor yang memberikan kontribusi signifikan terhadap perekonomian Indonesia. Menurut data dari Kementerian Koperasi dan UMKM, sektor ini menyumbang lebih dari 60% Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap sekitar 97% tenaga kerja. Namun, banyak UMKM menghadapi berbagai kendala, seperti keterbatasan akses pasar, kurangnya inovasi produk, serta minimnya pemanfaatan teknologi digital.

Seblak C'Montox adalah salah satu UMKM yang bergerak di bidang kuliner khas Indonesia. Seblak, sebagai produk utama, memiliki daya tarik tersendiri karena cita rasa pedasnya yang khas. Namun, persaingan yang semakin ketat dan kebutuhan konsumen yang terus berkembang menjadi tantangan yang harus dihadapi. Oleh karena itu, kunjungan ini bertujuan untuk:

1. Mengidentifikasi tantangan utama yang dihadapi oleh Seblak C'Montox.
2. Memberikan solusi strategis untuk meningkatkan daya saing usaha.
3. Mendorong pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran produk.

Permasalahan

Berdasarkan survei awal dan wawancara dengan masyarakat Desa Jatireja, permasalahan utama yang diidentifikasi adalah sebagai berikut:

1. Keterbatasan Keterampilan Produksi
Banyak masyarakat belum memiliki kemampuan teknis untuk memproduksi makanan khas yang inovatif dan bernilai jual tinggi.
2. Manajemen Keuangan yang Kurang Memadai
Kurangunya pemahaman tentang pengelolaan keuangan usaha, seperti perhitungan biaya produksi, penentuan harga jual, dan pencatatan keuangan sederhana.
3. Akses Pemasaran yang Terbatas
Sebagian besar masyarakat masih bergantung pada pemasaran konvensional, yang menghambat jangkauan pasar produk mereka.
4. Minimnya Inovasi Produk
Produk makanan lokal cenderung tidak memiliki nilai pembeda yang signifikan, sehingga sulit bersaing di pasar.

METODE PENELITIAN

Pendekatan yang digunakan dalam kegiatan pengabdian ini adalah:

1. Observasi
Mengamati langsung proses produksi, pengemasan, dan pelayanan pelanggan di Seblak C'Montox untuk memahami alur kerja dan identifikasi kendala.
2. Wawancara Mendalam
Melakukan wawancara dengan pemilik usaha untuk menggali informasi mengenai sejarah usaha, tantangan yang dihadapi, dan harapan untuk pengembangan usaha ke depan.
3. Pendampingan dan Pelatihan
Memberikan pelatihan singkat mengenai strategi pemasaran digital, manajemen usaha, dan inovasi produk. Pendampingan dilakukan dengan mendiskusikan implementasi strategi yang sesuai dengan kondisi usaha.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Profil UMKM Seblak C'Montox

Seblak C'Montox didirikan pada tahun 2018 oleh seorang pelaku usaha lokal di Jatireja. Usaha ini menawarkan berbagai jenis seblak dengan tingkat kepedasan yang dapat disesuaikan dengan preferensi pelanggan. Usaha ini memiliki segmen pasar yang cukup luas, mulai dari remaja hingga dewasa, terutama di wilayah sekitar Jatireja.

2. Tantangan yang Dihadapi

- Pemasaran Terbatas: Promosi masih mengandalkan dari mulut ke mulut tanpa pemanfaatan media sosial secara optimal.
- Keterbatasan Variasi Produk: Produk yang ditawarkan kurang bervariasi, sehingga pelanggan cepat merasa bosan.
- Persaingan Tinggi: Banyak usaha serupa di wilayah Jatireja yang menawarkan produk sejenis.

3. Solusi yang Ditawarkan

a. Inovasi Produk

- Mengembangkan varian seblak baru, seperti seblak kuah keju, seblak seafood, dan seblak non-pedas untuk menjangkau segmen pasar yang lebih luas.
- Menambahkan menu pelengkap seperti camilan khas atau minuman unik yang sesuai

dengan seblak.

b. Digitalisasi Pemasaran

- Membuat akun media sosial resmi (Instagram, TikTok) untuk mempromosikan produk secara lebih luas.
- Memanfaatkan platform e-commerce seperti GrabFood dan GoFood untuk meningkatkan akses pelanggan.
- Melakukan promosi menarik seperti diskon khusus untuk pembelian online atau giveaway untuk menarik followers.

c. Pengembangan Branding

- Mendesain ulang logo dan kemasan yang lebih menarik dengan mencantumkan informasi kontak dan media sosial.
- Menekankan nilai "lokal" dan "tradisional" sebagai bagian dari identitas usaha.

Dampak Kegiatan

Kegiatan kunjungan dan pendampingan ini memberikan beberapa dampak positif, di antaranya:

1. Peningkatan Pemahaman Pemilik: Pemilik Seblak C'Montox memahami pentingnya inovasi produk dan digitalisasi pemasaran.
2. Motivasi untuk Berinovasi: Pemilik termotivasi untuk mencoba varian produk baru dan menjangkau pelanggan lebih luas.
3. Rencana Jangka Panjang: Usaha mulai merancang strategi untuk memperluas jangkauan pemasaran melalui media digital.

KESIMPULAN

Seblak C'Montox di Jatireja memiliki potensi besar untuk berkembang di tengah persaingan pasar. Dengan menerapkan strategi inovasi produk, digitalisasi pemasaran, dan penguatan branding, usaha ini dapat meningkatkan daya saingnya. Diharapkan kegiatan ini menjadi langkah awal bagi pengembangan UMKM lainnya di wilayah Jatireja.

DAFTAR PUSTAKA

- Kementerian Koperasi dan UKM. (2023). Laporan Tahunan UMKM di Indonesia.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Suryana. (2020). *Strategi Pengembangan UMKM Berbasis Digital*. Jakarta: Gramedia