

## **STRATEGI PEMBERDAYAAN KRIPIK TEMPE MELALUI MEDIA SOSIAL DI SUKOHARJO**

**Yunaita Rahmawati, M.Si., Ak.<sup>1\*</sup>, Satria Dhewantara<sup>2</sup>**

Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Indonesia

Email: rahmawati@iainponorogo.ac.id, satriadhewantara20@gmail.com

**Abstrak:** Pemberdayaan merupakan suatu upaya seseorang maupun kelompok masyarakat untuk meningkatkan dan kemandirian sehingga dapat mengaktualisasikan potensi yang sudah dimiliki. Untuk manusi yang berperan sebagai pelopor perubahan dimanapun keberadaannya. Sehingga, perlu adanya peningkatan kualitas hidup sumber daya manusia. Pelaksanaan kuliah pengabdian masyarakat daring dari rumah (KPM-DDR) ini bertujuan untuk guna menciptakan pemuda yang memiliki kemandirian dalam ekonomi, hal tersebut dapat diwujudkan melalui pemberdayaan dalam mengembangkan usaha kripik tempe dan pelatihan pemasaran menggunakan media sosial. Potensi yang dimiliki dalam pengembangan kripik tempe diharapkan untuk mempermudah konsumen dalam melakukan pemesanan produk melalui media sosial, sehingga bisa meningkatkan nilai volume penjualan serta mampu bersaing di pasaran.

**Kata kunci:** ABCD, Kewirausahaan, Media Sosial

**Abstract:** Empowerment is an effort of a person or community group to improve and be independent so that they can actualize their potential. For humans who act as pioneers of change wherever they exist. Thus, it is necessary to improve the quality of life of human resources. The implementation of the online community service lecture from home (KPM-DDR) aims to create youth who have independence in the economy, this can be realized through empowerment in developing tempeh chips business and marketing training using social media. The potential possessed in developing tempeh chips is expected to make it easier for consumers to order products through social media, so that they can increase the value of sales volume and be able to compete in the market.

**Keywords:** ABCD, Entrepreneurship, Social Media

### **PENDAHULUAN**

Salah satu bahan makanan baku kedelai adalah tempe. Kripik Tempe merupakan tempe tipis yang digoreng kering seperti kerupuk, teksturnya kering dan keras. Tempe yang digunakan berasal dari tempe yang sudah di buat berukuran tipis dan juga ada tempe yang diiris dahulu. Apabila disimpan di tempat kering dan bersih, kripik tempe dapat bertahan sampai beberapa minggu. Misalnya dipak dalam kantong plastik atau kaleng yang ditutup rapat dan tidak terkena pengaruh udara lembab (Nita, 2010). Tempe adalah makanan tradisional Indonesia yang merupakan hasil fermentasi kedelai. Fermentasi kedelai terjadi karena aktifitas kapang *Rhizopus sp* pada kedelai sehingga membentuk masa yang padat dan kompak. Dalam proses penggunaan media sosial, orang-orang merupakan

pelopor perubahan dimanapun mereka berada dengan perannya sebagai pemberi kekuatan moral, kontrol sosial dan agen pembaharuan dari fungsi dan kedudukannya yang strategis dalam pembangunan nasional. Oleh sebab itu, peningkatan kualitas hidup sumber daya manusia harus lebih ditingkatkan untuk membekali mereka dalam membangun bangsa.

Pemberdayaan mengarah kepada kemampuan seseorang khususnya untuk kelompok yang rentan dan lemah sehingga mereka dapat memiliki kekuatan atau kemampuan dalam: a) memenuhi kebutuhan dasarnya sehingga mereka memiliki kebebasan (*freedom*), bukan hanya mereka bebas berpendapat namun juga bebas dari kelaparan, kebodohan dan kesakitan; b) menjangkau sumber-sumber produktif yang memungkinkan mereka untuk meningkatkan pendapatan bagi kebutuhannya dan memperoleh barang dan jasa yang mereka perlukan; c) berpartisipasi dalam proses pembangunan dan keputusan-keputusan yang mempengaruhi kehidupan mereka (Suharto, 2005). Hal ini sangat penting bagi orang-orang yang ada di Desa Sukoharjo Kabupaten Pacitan Provinsi Jawa Timur.

Desa Sukoharjo merupakan bagian dari desa dengan penduduk yang cukup banyak. Sebagian besar warga Desa Sukoharjo merupakan masyarakat yang sudah berusia lanjut dan sudah memiliki anak bahkan cucu. Sehingga jumlah anak muda atau remaja Desa Sukoharjo cukup banyak. Dalam kehidupan masyarakat desa anak muda sebagian masih belum memiliki penghasilan atau belum bekerja dan kebanyakan sebelumnya sudah memiliki pekerjaan tetapi terkena PHK akibat pandemi. Disisi lain usaha kripik tempe raras juga tidak banyak yang memesan dikarenakan penjualan yang terus menurun. Dalam hal ini ada potensi dalam mengolah sebuah usaha melalui media sosial. Dari beberapa hal tersebut Desa Sukoharjo memiliki potensi yang besar untuk menjadi wilayah yang mempunyai ekonomi yang produktif.

Dalam hal ini Desa Sukoharjo memiliki aset SDM yang berupa Kripik Tempe. Namun sayangnya potensi tersebut belum dioptimalkan. Untuk usaha Kripik Tempe sendiri menurut salah satu pemiliknya, alasan dari pemilik usaha kripik tempe tersebut jarang ada yang memesan dikarenakan pandemi ini, jadi yang memesan hanya tetangga sekitar (Wawancara, 24 Juli 2021).

Dalam hal ini aset yang dimiliki Desa Sukoharjo kurang dioptimalkan dengan baik. Sedangkan pemasaran usaha Kripik Tempe Raras yang berjualan di rumah kurang optimal kalau tidak diimbangi dengan pemasaran menggunakan media sosial. Oleh sebab itu perlu adanya pengembangan usaha Kripik Tempe kembali guna memberikan kegiatan yang produktif pada pemuda. Beberapa pemuda sendiri merupakan pengguna *smartphone* yang aktif dalam menggunakan media sosial sehingga mampu mengoptimalkan pemasaran menggunakan media sosial.

Dengan berdasarkan beberapa hal tersebut diperlukan adanya program pengembangan usaha Kripik Tempe dan pelatihan pemasaran menggunakan media sosial. Program pengembangan usaha adalah kegiatan menciptakan jiwa dan semangat kewirausahaan dalam melahirkan manusia yang berkarakter, berkapasitas, berdaya saing,

berprestasi kerja, dan profesional. Manusia dapat memahami potensi diri sebagai wirausaha muda, mengetahui potensi usaha sesuai daerahnya, memahami teknik manajemen usaha, membentuk jaringan usaha, dan memahami pengembangan usaha. Program pengembangan usaha adalah tanggung jawab dari setiap pengusaha atau wirausaha yang membutuhkan pandangan kedepan, motivasi dan kreativitas. Jika hal ini dapat dilakukan oleh setiap wirausaha, maka besarlah harapan untuk dapat menjadikan usaha yang semula kecil menjadi skala menengah bahkan menjadi usaha besar (Anoraga, 2007).

Diperlukannya upaya untuk menciptakan manusia yang mempunyai jiwa mengembangkan usaha dan mampu memanfaatkan media sosial dengan kegiatan yang lebih produktif. Hal tersebut bertujuan guna menciptakan pemuda yang memiliki kemandirian dalam ekonomi, hal tersebut dapat diwujudkan melalui pemberdayaan pemuda dalam mengembangkan usaha Kripik Tempe dan pelatihan pemasaran menggunakan media sosial.

## **TINJAUAN LITERATUR**

Penelitian tentang pengembangan usaha sudah dilakukan oleh beberapa peneliti diantaranya Ayu Mardhiani, Tria (2016) meneliti tentang Strategi Keberlangsungan Usaha Industri Kripik Tempe di Ngawi dengan strategi yang diasumsi oleh *Max Weber* yaitu Paradigma definisi sosial. Penelitian lain dilakukan oleh Nita, Nina Dian (2010) yang meneliti tentang Analisis Usaha Industri Rumah Tangga Kripik Tempe di Kabupaten Wonogiri dengan menggunakan analisis biaya pemikiran *Surakhmad*. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan penentuan sampel dilakukan secara *purposive sampling*. Suryanti, Fenny (2017) tentang Usaha Kecil dan Menengah Keripik Tempe di Kecamatan Blimbing Kota Malang Untuk Peningkatan Pendapatan Usaha dengan menggunakan metode pendidikan masyarakat, difusi iptek dan pelatihan versi *Anonim*. Nugroho, Rahadian (2017) tentang Pengaruh Kearifan Budaya Lokal Terhadap Hunian Masyarakat Pengrajin Tempe Dikampung Sanan Malang. Hasil penelitian membuktikan bahwa pembinaan dan pengembangan usaha kecil sangat dibutuhkan karena sangat besar andilnya bagi negara dan masyarakat kecil di lapisan bawah. Susilo, Bambang et al (2014) meneliti tentang pengaruh pelatihan terhadap pengembangan usaha.

## **METODE PENELITIAN**

Pendekatan yang digunakan dalam kegiatan pengabdian dan pendampingan masyarakat di Desa Ketandan ini adalah metode *Asset Based Community Development* (ABCD). ABCD merupakan model pendekatan dalam pengembangan masyarakat (Blickem et al 2018). Pendekatan ini menekankan pada inventarisasi aset yang terdapat di dalam masyarakat yang dipandang mendukung pada kegiatan pemberdayaan masyarakat. Penekanan pada *asset reinventing* menjadi ciri khas pendekatan ini, karena di dalam *asset reinventing* tersebut, diharuskan mengeksplorasi ketersediaan *social assets* yang dimiliki

masyarakat. Aset dalam konteks ini diberikan makna potensi yang dimiliki oleh masyarakat sendiri, dengan menggunakan potensi atau kekayaan yang dimiliki masyarakat dapat digunakan sebagai senjata pamungkas untuk melakukan program pemberdayaan. Pendekatan ABCD digunakan sebagai usaha perbaikan kualitas kehidupan manusia dengan pola pembangunan yang menempatkan manusia menjadi pelaku utama (Green, 2010).

Tahapan pertama yang digunakan berupa penelusuran wilayah. Disini peserta KPM (Kuliah Pengabdian Masyarakat) mendatangi rumah pemilik usaha dalam rangka silaturahmi dan melakukan penelusuran guna melihat asset dan peluang seperti usaha kripik tempe yang mengalami penurunan penjualan akibat pandemi yang seharusnya masih bisa di kelola desa dan menjadi potensi untuk dikembangkan.

Pada tahap kedua peserta KPM bersama pemuda melakukan pemetaan asosiasi seperti Pemilik usaha *fried chicken* yang bahu membahu membangun desa menuju lebih baik dan mendukung adanya kemajuan UMKM maka pemetaan asosiasi ini dianggap perlu dan bermanfaat dalam memajukan UMKM.

Tahapan ketiga yaitu dengan memberikan pemahaman mengenai sirkulasi keuangan (*Leaky Bucket*) kepada pengusaha. Dimulai dengan memberikan pemahaman asset yang dimiliki pemuda kemudian mendiskusikan manfaat serta pentingnya penanganan perputaran alur ekonomi sehingga warga mampu mendapatkan inovasi dan kreativitas dalam mempertahankan dan meningkatkan alur perputaran ekonominya.

Langkah terakhir yaitu dengan pembuatan skala prioritas. Diawali dengan melihat asset dan peluang dari usaha kripik tempe kemudian mengidentifikasi sesuatu yang ingin dicapai dari pengolahan kripik tempe yaitu dengan menaikkan pendapatan pada pemilik usaha kripik tempe melalui media sosial, lalu diyakinkan untuk merealisasikannya dengan melakukan penambahan jenis jenis makanan yang dijual dan pendampingan pemasarannya.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pelaksanaan Kuliah Pengabdian Masyarakat daring dari rumah (KPM-DDR) menjadi solusi pelaksanaan kegiatan pegabdian pada masa pandemic Covid-19 ini. KPM-DDR dapat diwujudkan dengan cara melakukan penguatan atas kesadaran dan kepedulian ekonomi. Untuk program kerja yang dilakukan oleh pegabdi mengenai ekonomi khususnya kewirausahaan pada remaja. Hal tersebut dilakukan guna memperdayakan remaja dalam kewirausahaan sehingga mampu meningkatkan dan menciptakan kemandirian ekonomi. pengembangan kemampuan wirausaha dipengaruhi oleh motivasi, nilai-nilai individu, kemampuan, pembelajaran, hubungan-hubungan, dan sasaran yang diinginkannya (Rae, 2000).

Langkah awal yaitu pelaksanaan, dimana pengabdian melakukan pengabdian di Desa Sukoharjo mulai tanggal 05 juli 2021 sampai agustus 2021. Tahap awal pabdian yaitu inkulturasi. inkulturasi dilakukan dengan melakukan silaturahmi kepada Pemilik usaha. Silaturahmi dengan pemilik usaha dilakukan secara 2 hari, yaitu pada tanggal 6 sampai 7 juli

2021. Silaturahmi dilakukan dengan cara bertamu ke tempat jualan pemilik Kripik Tempe. Silaturahmi dilakukan dengan memperkenalkan diri dan kegiatan KPM yang dilakukan kepada pengusaha kripik tempe. Silaturahmi dilakukan guna menumbuhkan rasa minat dan kepercayaan terhadap program KPM yang akan dilakukan.

Langkah selanjutnya yang dilakukan pengabdian yaitu melakukan observasi awal di Desa Sukoharjo dengan melihat kondisi riil di wilayah tersebut observasi dilakukan untuk melihat dan mengkaji potensi/aset yang dimiliki dan dapat dikembangkan. Setelah itu peneliti melakukan analisis terkait masalah yang dihadapi oleh pengusaha dalam pengembangan potensi dalam kewirausahaan. Identifikasi aset dan permasalahan dilakukan selama 4 hari yaitu tanggal 24 Juli 2021. Dari observasi tersebut diketahui Desa Ketandan memiliki jumlah Pemuda yang cukup banyak dan Sebagian besar merupakan pengguna media sosial yang cukup aktif, karena seharusnya bisa membantu dengan adanya media sosial. Selain itu diketahui pengusaha kripik tempe yang mengalami penurunan penjualannya akibat pandemi membuat usahanya mengalami penurunan yang cukup drastis dari sehari biasanya menghabiskan 4-5 bungkus besar perhari.

Setelah dilakukan observasi terkait potensi, langkah selanjutnya yaitu itu dilakukannya identifikasi masalah yang dihadapi oleh pengusaha dalam kewirausahaan. Identifikasi dilakukan dengan melakukan wawancara dengan beberapa remaja yang pernah yang ada di desa Sukoharjo. Dari wawancara tersebut ditemukan bahwa usaha Kripik Tempe dikarenakan penjualan yang terus menurun karena kurangnya pengoptimalan pemasaran menggunakan media sosial. Dari hasil observasi aset dan identifikasi masalah yang diperoleh dari lapangan secara langsung, dengan berbagai pertimbangan, maka pengabdian memutuskan skala prioritas aset yang dimiliki oleh Desa Sukoharjo. Pengabdian memutuskan adanya pelatihan kepada pemuda tentang kewirausahaan fried chicken dan pemasaran menggunakan media sosial, hal ini dikarenakan pengusaha Kripik Tempe yang mengalami penurunan penjualan yang terus menerus dan ada beberapa pemuda yang belum memiliki pekerjaan tetap dan cukup aktif dalam menggunakan media sosial, sehingga mampu menjadi pendukung dalam pelatihan kewirausahaan kripik tempe tersebut untuk meningkatkan penjualan serta menambah kegiatan pemuda untuk perekonomian yang lebih baik. kewirausahaan tinggi dan digabung dengan kemampuan manajerial yang memadai akan menyebabkan sukses dalam usahanya (Priyanto, 2006).

Selanjutnya dilakukan diskusi Bersama pengusaha terkait pemasaran menggunakan media sosial tersebut. Diskusi dilakukan guna menentukan waktu dan tempat untuk pelatihan. Yang pertama yaitu tentang pengolahan kripik tempe beserta membuat inovasi baru dan yang kedua tentang Teknik pemasaran menggunakan media sosial. Setelah terbentuk kesepakatan terkait waktu dan tempat untuk melakukan pelatihan kewirausahaan kripik tempe dan pemasaran menggunakan media sosial. Langkah selanjutnya yang dilakukan yaitu diskusi membahas tentang inovasi dan kreasi pada kripik tempe agar mampu bersaing dan mampu meningkatkan volume penjualan. Dengan ini bertujuan agar peserta

mengetahui atau memberi padangan tentang inovasi dan kreasi yang akan dikerjakan. pendampingan dalam pembelian bahan pelatihan dan persiapan tempat untuk pelatihan. Pelatihan tentang media sosial, dengan adanya media sosial terutama melalui instagram dan whatsapp. Dengan dibuatkannya instagram dan whatsapp bisa dengan mudah menarik minat pelanggan dengan melihat lihat apa yang sedang dijual. Dan juga membuat mudah pengusaha untuk berinteraksi dengan pelanggan.

Pelatihan dilakukan dengan memberikan pelatihan dalam pemasaran secara langsung di tempat jualan dan pelatihan menggunakan media sosial. pelatihan kedua dimulai dengan pendampingan pembuatan media sosial untuk memasarkan produk. untuk media sosial yang di gunakan untuk memasarkan produk yaitu facebook dan marketplace. setelah itu pelatihan dilanjut dengan memberikan materi terkait pengambilan foto produk agar terlihat menarik jika dipasarkan. untuk menunjang pemasaran menggunakan media sosial maka di buat messenger dan di cantumkan nomor whatsapp pemilik friedchiken. hal ini bertujuan agar mempermudah para konsumen dalam melakukan pemesanan produk.

Berdasarkan pelaksanaan dan hasil kegiatan dapat di identifikasikan apa saja faktor pendukung dan penghambat dalam melaksanakan pengabdian masyarakat.

a. Faktor pendukung

- 1) Dukungan dari pemilik usaha kripik tempe di Desa Sukoharjo terhadap kegiatan pengabdian masyarakat.
- 2) Ketersediaan pemilik usaha dalam mensukseskan kegiatan pengabdian.
- 3) Antusiasme pemilik usaha kripik tempe di Desa Kripik Tempe untuk di tingkatkan nilai ekonomisnya agar mampu bersaing
- 4) Memiliki asset baru yakni peningkatan nilai ekonomis seperti pembuatan inovasi baru

b. Faktor penghambat

- 1) Pada dasarnya faktor penghambat pada pelaksanaan peningkatan nilai ekonomis dalam kripik tempe tidak ada. namun di era pandemi seperti sekarang ini membuat kegiatan yang di lakukan kurang maksimal.
- 2) Mengingat luasnya wilayah Desa Sukoharjo dan banyak warga yang kerja di sawah dan kebun mengalami kesulitan dalam promosi.

Rekomendasi selanjutnya yang dapat di laksanakan adalah diadakan tindak lanjut berkala dan selalu mengontrol selalu pemilik usaha friedciken di Desa Ketandan.

## **KESIMPULAN**

Kesimpulan dari kegiatan yang berlangsung yaitu dapat mengatasi penurunan produk yang mengalami penurunan akibat pandemi covid sehingga nilai jual produk lebih tinggi. Selain itu, mampu menarik para konsumen serta mempermudah konsumen dalam pemesanan produk. Namun, perlu adanya teknik lanjutan agar kegiatan yang dilakukan mampu berkelanjutan dan mampu berkembang lebih luas.

## REFERENSI

- Anoraga Pandji. (2007). *Manajemen bisnis*. Cetakan keempat. Jakarta: Reineka Cipta.
- Ayu Mardhiani, Tria. (2016). Strategi Keberlangsungan Usaha Industri Kripik Tempe di Ngawi. *Jurnal Sosiologi DILEMA, Vol 31, No 1 Tahun 2016*.
- Green, G. P. (2010). *Mobilizing Communities Asset Building as a Community Development Strategy*. Temple University.
- Nita, Nina Dian. (2010). *Analisis Usaha Industri Rumah Tangga Keripik Tempe di Kabupaten Wonogiri*. Surakarta: Universitas Sebelas Maret.
- Nugroho, Rahadian. (2017). Pengaruh Kearifan Budaya Lokal Terhadap Hunian Masyarakat Pengrajin Tempe Dikampung Sanan Malang. *Local Wisdom Scientific Online Journal, 9 (1): 118-130, 2017*.
- Rae, D. (2000). Understanding entrepreneurial learning: A Question of How?. *International Journal of Entrepreneurial Behavior and Research, Vol. 6 (3), pp. 145-159*.
- Sony Heru Priyanto & Imam Sandjojo. (2005). Relationship between entrepreneurial learning, entrepreneurial competencies and venture success: empirical study on SMEs. *International Journal of Entrepreneurship and Innovation Management, Vol. 5, 5/6, 454-468*.
- Suharto, Edi. (2005). *Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat*. Bandung: PT. Rafika Aditama.
- Suryanti, Fenny. (2017). Usaha Kecil dan Menengah Keripik Tempe di Kecamatan Blimbing Kota Malang Untuk Peningkatan Pendapatan Usaha. *Jurnal Aplikasi Sains dan Teknologi – JAST, Volume 1, Nomor 1, Januari-Juni 2017*.
- Susilo, Bambang, Hendra Wijaya, dan Nanik Yuliati, 2014. *Pengaruh Pelatihan terhadap Pengembangan Usaha di KUD Marem Desa Serut Kecamatan Panti Kabupaten Jember Tahun 2013*, Penelitian dipublikasikan, diakses tanggal 10 Januari 2017.