

Pengelolaan *Community Development Program* pada UMKM “Kampung Kuliner Pujasera Energi”

Ni Putu Limarandani¹, AA Ketut Patera², Lasmery RM Girsang³

¹LSPR Institute of Communication & Business, ²STAH Nusantara, ³Universitas Bunda Mulia
email: limarandani@lsp.edu, agungpatera@gmail.com, lgirsang@bundamulia.ac.id,

Abstrak

Program pengembangan komunitas (community development program) merupakan salah satu agenda kegiatan yang wajib dimiliki perusahaan besar, juga BUMN, termasuk Pertamina. Pada artikel ini, tim pelaksana kegiatan pengabdian kepada masyarakat bersinergi dengan pihak industri guna memberi sumbangsih keilmuan secara nyata di tengah kelompok masyarakat. Adalah UMKM ‘Kampung Kuliner Pujasera Energi’ berlokasi di Kelurahan Tambakharjo (Semarang) menjadi tempat sasaran abdimas. Dalam pelaksanaannya, UMKM yang dibentuk sejak 2019 silam, kini telah menjadi sarana aktualisasi dan pengembangan industri rumah tangga (yakni usaha kuliner) yang telah menunjukkan peningkatan ekonomi bagi pelaku UMKM. Mengusung kerjasama dengan berbagai stakeholder, UMKM terus mengalami perkembangan usaha di bidang kuliner sejalan dengan peningkatan capacity building bagi pelaku aktif UMKM.

Kata kunci: UMKM, kuliner, community development program

1. PENDAHULUAN

‘Kampung Kuliner Pujasera Energi’ merupakan UMKM yang terletak di kelurahan Tambakharjo (Semarang). Sebelum berjalan sebagaimana sekarang, UMKM dibidang kuliner tersebut terbentuk dari latar belakang terjadinya perubahan fungsi lahan di wilayah kelurahan Tambakharjo. Sebelumnya, berdasarkan data yang terhimpun, tercatat tingkat kemiskinan di Jawa Tengah sebesar 9.92%. Termasuk, masyarakat Tambakharjo yang berada di garis kemiskinan sebesar 31,09% (Social Mapping 2018). Kondisi tersebut dipicu dari fakta dimana sebelumnya mata pencaharian utama para warga tergantung pada usaha tambak ikan. Namun, setelah 2018, terjadi peralihan lahan tambak menjadi area perumahan yang memaksa petani tambak kehilangan pekerjaan.

Alhasil, pengangguran tidak terelakkan, terdampak dari peralihan lahan tersebut. Kondisi tersebut semakin diperparah selama virus COVID-19 melanda kurnag lebih dua tahun lamanya yang menyebabkan sulitnya warga mendapatkan pekerjaan baru. Sehingga, semakin menambah jumlah pengangguran akibat masyarakat di kelurahan Tambakharjo juga harus ‘dirumahkan’ atau di PHK.

Situasi yang berjalan tersebut menggerakkan Pertamina Patra Niaga sebagai BUMN mulai menysasar dan menggalakkan *community development program* bagi masyarakat Tambakharjo. Menurut Wibhawa (2010), adapun kegiatan pengembangan masyarakat (*community development*) tidak lain adalah pengorganisasian masyarakat (*community organizing*) yang bermakna mengorganisasikan masyarakat sebagai sebuah sistem untuk melayani warganya dalam kondisi yang terus berubah (dalam Hidayat., et all, 2020). Berdasarkan survei yang dilakukan, tercatat setidaknya 42% potensi warga di bidang usaha kuliner (social mapping 2021). Pada dasarnya, usaha kuliner bisa dijalankan oleh siapa saja, termasuk warga Tambakharjo. Akan tetapi yang menjadi persoalan selanjutnya adalah UMKM bidang kuliner di Kelurahan Tambakharjo tidak memiliki sarana dan prasarana untuk berwirausaha. Sehingga, usaha kuliner yang dijalankan warga kurang optimal yang ditandai salah satunya dengan penurunan omset.

Disisi lain, terdapat lahan produktif milik pemerintah daerah setempat yang belum didayagunakan secara maksimal untuk kepentingan publik. Adapun lahan yang dimaksud

berlokasi di kantor kelurahan Tambakharjo. Selain kantor kelurahan, hanya terdapat lapangan hijau yang digunakan untuk kegiatan olahraga sepak bola. Selebihnya, masih lahan kosong yang kemudian dibangun gerai usaha UMKM kuliner yang kini telah berjalan selama empat tahun.

Jika merefleksikan upaya yang dirintis 2019 silam, diinisiasi Pertamina Patra Niaga (Semarang), ‘Kampung Kuliner Pujasera Energi’ pertama kalinya disosialisasikan ke masyarakat sekitar selama kurang lebih enam bulan. Adapun penamaan ‘energi’ dikarenakan pujasera ini memanfaatkan energi baru terbarukan—dari yang biasanya menggunakan listrik PLN beralih ke pemanfaatan alam yaitu tenaga sinar matahari dan angin. Dengan dedikasi untuk pengembangan komunitas sebagai bentuk komitmen dan tanggung jawab sosial perusahaan demi kesejahteraan masyarakat, puncaknya di 2022, Pertamina dinobatkan sebagai BUMN terbaik yang mendapatkan penghargaan gubernur Jawa Tengah.

Seperti telah diketahui dan banyaknya referensi yang kredibel, bahwasanya UMKM juga merupakan salah satu sektor usaha yang mampu bertahan melalui krisis ekonomi. Selain itu, UMKM juga merupakan sektor usaha yang paling banyak menyerap tenaga kerja sehingga mampu mengurangi tingkat pengangguran dan mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Sehingga perlu dipertahankan peranan UMKM dalam sistem perekonomian, strategi yang perlu dilakukan agar UMKM dapat berkembang serta cara menumbuhkan jiwa kewirausahaan bagi masyarakat (Permana, 2017).

Dari pemaparan situasi dan kondisi di atas, pada kenyataannya, masih tersisa persoalan di UMKM kuliner. Untuk itu, secara bertahap perlu dilakukan penguatan kelembagaan. Setelah itu, lalu dilanjutkan dengan penambahan sarana dan prasarana sebagai penunjang kegiatan usaha.

2. METODE PENGABDIAN

Pelaksanaan kegiatan dilakukan setidaknya dengan menggunakan beberapa metode berikut:

a) Observasi,

Tim pelaksana berkunjung ke lokasi UMKM “Kampung Kuliner Pujasera Energi” di kota Semarang guna pengamatan langsung akan situasi di lapangan pada Minggu 19 Februari 2023. Gambaran situasi lingkungan tempat kegiatan dilangsungkan seperti terlihat sebagai berikut:



Gambar 1: Bangunan UMKM Pujasera, Tambakharjo
(Sumber: website Pertamina Patra Niaga)

b) Dialog/Diskusi/Sosialisasi

Bertempat di area UMKM, dilaksanakan penyuluhan kepada para ibu rumah tangga yang menempati tujuh kios, termasuk pengurus, yakni Bapak Mursid, M.Ag selaku ketua kelompok pengelola UMKM. Sesi sosialisasi dan diskusi diikuti dengan seksama oleh 20 para ibu PKK sebagai pelaku usaha kuliner di UMKM.

c) Metode FGD

Pada Senin 20 Februari 2023, tim pelaksana turut berpartisipasi melakukan kegiatan sosialisasi berupa *focus group discussion* bersama perwakilan pengurus UMKM, pihak kelurahan, dan ketua LPMK (Lembaga Pemberdayaan Masyarakat Kelurahan) seperti terlihat pada gambar berikut.



Gambar 2: Kegiatan FGD
Sumber: data primer

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan yang telah dilangsungkan membutuhkan berbagai perencanaan dan persiapan. Diawali dengan rancangan kegiatan yang disusun ketua tim pelaksana yang kemudian didistribusikan dalam rapat pembagian tugas tim serta rapat koordinasi hingga eksekusi kegiatan. Hal ini ditujukan agar pelaksanaan kegiatan mulai dari persiapan, pelaksanaan, monitoring dan evaluasi, sampai pada penyusunan laporan dapat berjalan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan.

Dalam kegiatan abdimas ini, tim pelaksana yang terdiri dari para pendidik/dosen yang berasal dari universitas swasta di Jakarta berkolaborasi dengan Pertamina Patra Niaga dalam merealisasikan kegiatan pemberdayaan kepada masyarakat. Berbekal pemetaan sosial (*social mapping*) untuk mengidentifikasi permasalahan, kebutuhan dan potensi sosial warga setempat, maka ditemukan potensi terbesar ada di bidang kuliner. Kemudian diimplementasikan melalui pelatihan memasak, bisnis dan manajerial usaha hingga terbentuk kelompok usaha bidang kuliner yang menjadi cikal bakal dinamainya “Kampung Kuliner Pujasera Energi”.

Untuk itu, guna mewujudkan program kegiatan yang berkesinambungan, maka berikut tertera list kegiatan yang menjadi sasaran target, seperti pada tabel berikut.

Tabel 1. Community Development Program

Kegiatan Memasak
Pelatihan Bisnis
Pelatihan Manajerial Usaha
Pelatihan Pemasaran Produk
Pembentukan Kelompok
Pembangunan Sarana dan Prasarana Pendukung
Penambahan Fasilitas Pendukung

Sumber: data primer

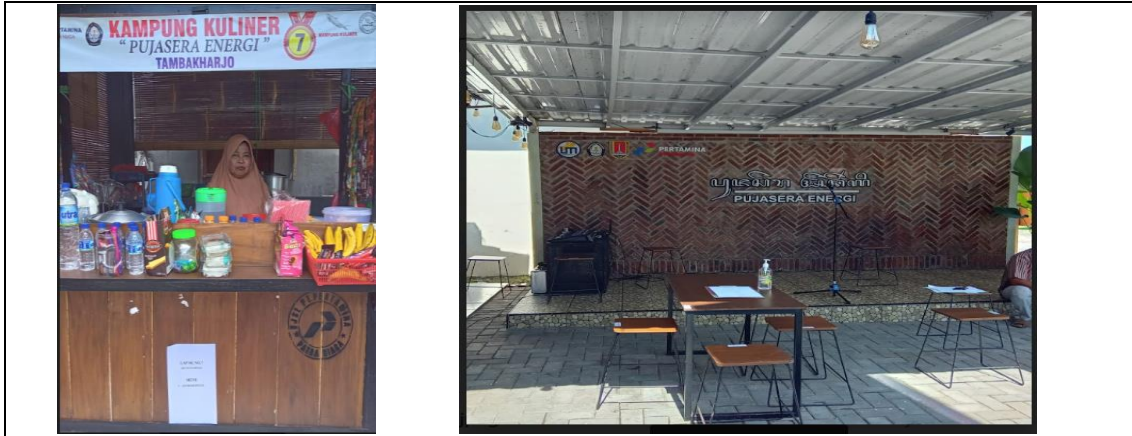
Dari tabel tersebut, di 2020 lampau, telah dimulai pembentukan kelompok pengelola UMKM—diketuai Bapak Mursid, yang menjadi *role model* bagi warga setempat. Dampak dari program

berkelanjutan tersebut membuah hasil dengan terbentuknya usaha Katering Pertaharjo atau Dapur Pertaharjo, beranggotakan ibu-ibu PKK. Menjawab persoalan yang dikemukakan di awal, maka kini telah tersedia sarana dan prasarana penunjang kegiatan usaha, bahkan anggota mampu membuka lapak sendiri.

Di awal prosesnya, merupakan andil ketua kelompok pengelola UMKM Pujasera untuk mengumpulkan para ibu rumah tangga yang bersedia fokus pada usaha kuliner. Oleh karenanya setelah terkumpul para pelaku usaha, disepakati beberapa aturan main dalam menjalankan bisnis kuliner. Salah satunya adalah para pelaku kuliner yang diberikan lapak dikenakan dana kontribusi untuk sarana air dan lapak sebesar Rp 200.000/bulan tentunya jika pemilik lapak dapat menyisihkan dari pendapat yang diterima. Artinya, jika omzet sedang menurun, maka tidak dipaksakan untuk membayar dana kontribusi tersebut.

Selanjutnya, jika dilihat dari pengorganisasian jenis kuliner, tidak ada dari pemilik lapak yang menjual produk yang sama. Sebagai syarat di awal, dari tujuh lapak yang tersedia, masing-masing pemilik menjual produk makanan dan minuman yang berbeda, dengan variasi menu yang berbeda satu sama lain. Dengan catatan menu yang ditempel di depan lapak, akan terlihat produk yang ditawarkan ke konsumen, seperti tergambar melalui dokumentasi berikut ini.





Gambar 3: Pelaku UMKM ‘Kampung Kuliner Pujasera Energi’
Sumber: data primer

Dalam perkembangannya, usaha kuliner telah menunjukkan hasil berupa peningkatan perekonomian keluarga dengan omzet/pendapatan yang bertambah setiap bulan dibandingkan dengan kondisi sebelumnya. Namun demikian, bukan berarti tidak ada masalah yang dihadapi dalam keseharian pelaku UMKM tersebut. Para pelaku UMKM juga merasakan tantangan dimana salah satunya selagi mengikuti kegiatan, ibu-ibu PKK sulit menerapkan pelatihan dikarenakan kurang mendapat dukungan dari orang sekitar. Termasuk, terkendala dari sisi jumlah pembeli yang bersifat tidak tetap (naik turun). Jika tidak ada *event* khusus, tidak banyak warga yang berkunjung untuk membeli.

Ragam pendapat terlihat dari hasil wawancara tim pelaksana dengan beberapa ibu-ibu pelaku UMKM Kampung Kuliner Pujasera Energi berikut ini:

“Dampak positifnya bagi usaha kuliner saya terbukti bertambahnya omset penjualan, yang tadinya 1Jt-1.5jt perbulan, sekarang bisa mencapai 3 Jt-3.5jt perbulan” (Ibu Aldi)

“Ada terkait sepi dan ramai saat jualan” (Ibu Kuswati)

“Adanya kendala berupa ramai dan sepi nya pengunjung yang datang” (Ibu Nafik)

“Pasang surutnya pembeli” (Ibu Khomsatun)

“Bisnis kuliner yang kami harapkan terus berkembang adalah bisnis kuliner kekinian tapi tetap ada yg kami pertahankan kuliner terutama yang menjadi ikon di wilayah kami” (Ibu Karsumiyati).

Termasuk, muncul tantangan untuk menciptakan kreativitas untuk produk makanan-minuman yang kekinian dan menarik pembeli. Melihat realitas tersebut, maka tim pelaksana abdimas melakukan sosialisasi terkait teknik promosi dengan memanfaatkan media sosial untuk menarik minat pembeli. Jika di sisi ekonomi selain kualitas produk yang dijual memang sudah baik, perlu menjadi pertimbangan juga apa dan bagaimana media komunikasi dapat berfungsi maksimal guna meyakinkan pembeli bertindak sesuai yang diharapkan penjual.

Berdasarkan kebutuhan tersebut, selanjutnya tim pelaksana memberikan sosialisasi terkait penggunaan media sosial untuk menjangkau lebih banyak (calon) konsumen, yang selama ini masih berasal dari warga lokal/setempat di kelurahan Tambakharjo. Lasmery Girsang dan Ni Putu Limarandani memperkenalkan strategi melakukan promosi di youtube dan instagram khususnya dengan memberikan contoh produk UMKM yang diunggah ke media sosial yang juga sangat mungkin dilirik calon konsumen. Kata kuncinya adalah kreatifitas yang perlu diasah yang juga mengandalkan kemampuan menangkap ‘taste’ selera pasar yang sedang viral/*booming* untuk produk kuliner.

Selain itu, pada kesempatan yang sama, tim pelaksana juga menghimbau pentingnya memperhatikan disain kemasan produk. Dikarenakan yang pertama kali ditangkap dan dipersepsi (calon) konsumen adalah apa yang dilihat, maka *packaging* yang menarik itulah yang

menimbulkan kesan/impresi positif. Dengan demikian ke depannya, diharapkan pelatihan keterampilan memproduksi kemasan yang menarik juga dapat dipertimbangkan guna menasar jumlah konsumen yang lebih besar lagi.

4. SIMPULAN

Tim pelaksana telah menyelesaikan kegiatan dengan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

- a) Para peserta mendapatkan wawasan baru terkait pentingnya *capacity building* diterapkan guna meningkatkan kreativitas
- b) UMKM bidang kuliner menjadi sarana sosialisasi serta edukasi pemberdayaan ekonomi warga setempat.

5. SARAN

Agar pelaksanaan abdimas lebih maksimal mencapai sasaran kegiatan, tim pelaksana menghimbau perlu pengembangan *capacity building* dari setiap individu yang menjalankan usaha kuliner di UMKM Pujasera. Dengan keterampilan teknis yang terus diasah, *softskill* komunikasi juga perlu ditingkatkan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada segenap *stakeholder* yang telah memberi dukungan terhadap kegiatan ini, antara lain Pertamina Patra Niaga (Semarang), Pengurus Camat Tambakharjo dan pengurus UMKM Kampung Kuliner Pujasera Energi Semarang.

DAFTAR PUSTAKA

- Mangku, D.G.S., Yuliantini, N.P.R., Hartana., *Pengembangan Usaha UMKM di Masa Pandemi Melalui Optimalisasi Digital Marketing di Kabupaten Buleleng*. Jurnal Pendidikan Kewarganegaraan Undiksha Vol. 10 No. 3, September 2022. DOI: <https://doi.org/10.23887/jpku.v10i3.50585>
- Halim, Abdul., *Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Mamuju*, GROWTH: Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan, Vol 1, No. 2, 2020, 157-172, <https://stiemmamuju.e-journal.id/GJIEP>
- Haryanti, Dwi., *Program Corporate Social Responsibility Kompas Gramedia Berdasarkan Triple Bottom Line.*, Focus: Jurnal Pekerjaan Sosial., Vol 4., Ed. 1, Juli 2021, 51-56., <https://jurnal.unpad.ac.id/focus/article/view/33815/15790>
- Hidayat, E.N., Nulhaqim, S.A., Fedryansya, M., *Pemasaran Secara Online Bagi Pelaku Usaha Kecil Dan Menengah (UMKM) RW 05 Desa Cinunuk*. Prosiding Penelitian & Pengabdian Kepada Masyarakat Vol 7, No: 2, 257-264., DOI: <https://doi.org/10.24198/jppm.v7i2.29051>
- Permana, Sony Hendra., *Strategi Peningkatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia*, Aspirasi Vol. 8, Ed. 1, Juni 2017, 94-103. [https://jurnal.dpr.go.id/index.php/aspirasi/article/download/1257/pdf. Diakses 20 Februari 2023](https://jurnal.dpr.go.id/index.php/aspirasi/article/download/1257/pdf/Diakses%20Februari%202023)
- Soegiastuti, Janti. *Penerapan Strategi Corporate Social Responsibility (CSR) Untuk Memperkuat Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)*. Media Ekonomi dan Manajemen, Vol 25. No 1 Januari 2012, 96-106, DOI: <http://dx.doi.org/10.24856/mem.v25i1.190>
- Suyadi, Syahdanur, Suryani, S., *Analisis Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Bengkalis-Riau.*, Jurnal Ekonomi KIAM Vol 29, Ed. 1, Juni 2018, 1-10. <https://journal.uir.ac.id/index.php/kiat/article/download/2736/3029>
- Wulandari, D.V., Nurhadi, E., Priyanto, E., 2022, *Menakar Implementasi CSR Perum Perhutani Divisi Regional Jawa Timur untuk Kemanfaatan Masyarakat*. Vol. 6, Ed. 1, 23-29