

Pendampingan Ikm Dapur Za By di Kecamatan Parung Kabupaten Bogor Jawa Barat

Khairunissa^{1*}, Mita Sahara², Nur Indah Putri Heisa³, Sri Mulyani⁴, Dini Gandini. P.⁵

¹Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah, Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Jakarta, Cirendeup Ciputat Tangerang Selatan, 15419

²Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Jakarta, Cirendeup Ciputat Tangerang Selatan, 15419

³Kesejahteraan Sosial, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Jakarta, Cirendeup Ciputat Tangerang Selatan, 15419

⁴Manajemen Perbankan Syariah, Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Jakarta, Cirendeup Ciputat Tangerang Selatan, 15419

⁵Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Jakarta, Cirendeup Ciputat Tangerang Selatan, 15419

*nisakhairunissa4@gmail.com

ABSTRAK

Pandemi Covid-19 saat ini membuat sebagian masyarakat kehilangan pekerjaannya karena kondisi perekonomian yang memburuk sehingga masyarakat mencari cara lain untuk memenuhi kebutuhannya, salah satunya dengan membuat usaha rumahan atau Industri Kecil Menengah. Tujuan pendampingan terhadap Industri Kecil Menengah adalah sebagai bentuk dukungan dan partisipasi terhadap masyarakat yang terdampak pandemi ini; Membantu memasarkan produk-produk pada Industri Kecil Menengah khususnya pada Industri "Dapur ZaBy"; Meningkatkan kualitas Sumber Daya Manusia. Metode yang digunakan adalah: Observasi, Survei langsung ke tempat industri Dapur ZaBy; Wawancara pemilik dan dokumentasi produk-produk yang dijual; Membuat poster dan flyer; Membantu memasarkan produk. Tanggapan dari warga sangat positif dan berharap ada kegiatan seperti ini lagi di lingkungan sekitar di kemudian hari. Harapan selanjutnya, Industri Kecil Menengah semakin maju dan semakin mudah dalam memasarkan produknya serta dapat menaikkan keuntungan yang didapat.

Kata kunci: Industry kecil menengah, Dapur Za By, produk

ABSTRACT

The current Covid-19 pandemic has made several people lose their jobs due to deteriorating economic conditions so that people are looking for other ways to meet their needs, one of which is by creating a home business or Small and Medium Industry. The aim of mentoring for Small and Medium Industries is as a form of support and participation for people affected by this pandemic; Help market products to Small and Medium Industries, especially in the "ZaBy Kitchen" Industry; Improve the quality of human resources. The methods used are: Observation, direct survey to the ZaBy Kitchen industry; Owner interviews and documentation of products sold; Create posters and flyers; Help market the product. The response from the residents was very positive and hoped that there would be more activities like this in the neighborhood. In the future, the Small and Medium Industries are expected will be more advanced and easier to market their products and can help increase profits.

Keywords: small and medium industry, Za By Kitchen, products.

1. PENDAHULUAN

Industri kecil merupakan usaha ekonomi yang tersebar luas diseluruh daerah, sebagian besar dilakukan oleh golongan ekonomi lemah. Oleh karenanya, industri kecil penting peranannya dalam pemerataan, dari perluasan penyerapan tenaga kerja, perluasan kesempatan berusaha, sampai mendorong pertumbuhan ekonomi. Tumbuhnya para wiraswasta yang sebagian mampu menjadi pengusaha menengah. Dalam rangka meningkatkan penerimaan devisa serta penghematan devisa, industri kecil dapat berperan dalam penyediaan produk substitusi impor dan meningkatkan produk ekspor (Ridwan, Hartutiningsih, & Hatuwe, 2014).

Sebelum memulai usaha frozen homemade **“Dapur Za bY”**, Ibu Henny mempunyai usaha juga seperti menjual berbagai macam Tupperware, kerudung, sajadah, dan kaos kaki. Sebelumnya Ibu Henny berjualan di sepanjang jalan perumahannya dari pagi sampai siang. Namun pada tanggal 2 Maret 2020, Indonesia pertama kali mengkonfirmasi adanya kasus Covid-19 yang disampaikan oleh Presiden Joko Widodo. Covid-19 adalah penyakit yang disebabkan oleh virus Corona sebagai penyebab penyakit pada saluran pernapasan. Seiring berjalannya waktu semakin bertambah kasus positif Covid-19, lalu pemerintah mengambil tindakan untuk melakukan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). PSBB ini menutup sekolah, kampus, mall, kantor, dan tempat keramaian.

Pembatasan aktivitas akibat pandemi Covid-19 telah menimbulkan kerugian ekonomi secara nasional. Kerugian itu hanya akan tertutupi apabila krisis dapat diakhiri sebelum menimbulkan kebangkrutan usaha secara massal (Hadiwardoyo, 2020).

Dengan adanya PSBB ini, Ibu Henny tidak bisa berjualan di sepanjang jalan perumahannya. Ibu Henny harus memutar otak bagaimana caranya agar beliau bisa tetap berjualan, karena suaminya pun sudah pensiun yang tadinya sempat bekerja namun di PHK karena adanya Covid-19. Sebelumnya Ibu Henny tidak ada pengalaman dalam usaha kuliner, tetapi karena hobi masak akhirnya beliau mencoba untuk berjualan makanan dalam bentuk frozen, agar bisa dinikmati dari luar jangkauan wilayah tempat tinggalnya. Ibu Henny mencoba memasarkan frozen homemade melalui WhatsApp, Instagram,

Facebook, dan e-commerce Shopee. Alhamdulillah sampai sekarang banyak pembeli yang suka dengan frozen homemade jualan Ibu Henny. Sampai akhirnya Ibu Henny sudah bekerjasama dengan pihak Go Food.

IKM Dapur Za bY memiliki permasalahan dalam pemasaran, seperti desain produk yang belum begitu cukup untuk menarik pelanggan dan pemasaran produk yang belum begitu meluas di media sosial. Oleh karena itu, kami dari Kelompok 22 KKN UMJ bermaksud untuk membantu permasalahan IKM Dapur Za bY yang bertujuan untuk membantu membuat poster atau katalog menu yang lebih menarik. Membantu untuk memasarkan IKM Dapur Za bY melalui media sosial karena kami dari Kelompok 22 tidak hanya berdomisili di daerah parung, jadi dengan kami membantu memasarkan melalui media sosial bisa lebih meluas lagi tidak hanya di daerah parung saja.

Arti nama **“Dapur Za bY”** Za yaitu singkatan dari nama suami Ibu Henny **“Zainudin Zainal Abidin”** sedangkan bY kepelesetan singkatan dari nama Ibu Henny yaitu ny diubah menjadi by. Menurut beliau kurang bagus apabila diberi nama **Za nY**, akhirnya diberi nama **“Dapur Za bY”**.

Dalam upaya pendampingan industri kecil dan menengah memang diperlukan suatu langkah yang tepat sehingga permasalahan yang mengemuka dapat teratasi, dan harapan para pengusaha industri kecil dan menengah untuk sejahtera dapat terealisasi.

2. METODE PELAKSANAAN

Metode yang digunakan adalah metode penelitian partisipatif yakni proses belajar bersama antara peneliti dengan Owner IKM **“Dapur Za bY”** untuk meningkatkan pemahaman secara kritis terhadap persoalan-persoalan ekonomi di masa pandemic Covid-19 ini. Riset partisipatif terdiri dari tiga proses yang saling berhubungan :

1. Diskusi mengenai beberapa permasalahan pada IKM **“Dapur Za bY”** seperti . Focus dalam pemberdayaan ini adalah pendampingan IKM dan (recovery) ekonomi Masyarakat Terdampak Covid – 19 mampu menyelesaikan permasalahan yang berkenaan dengan desain produk dan dapat memasarkan produknya secara luas kepada masyarakat yang selama ini belum dapat dilakukan dengan baik. bersama

Owner dari Dapur Za bY tentang persoalan-persoalan ekonomi yang dihadapi dengan partisipasi aktif seluruh peneliti dari KKN UMJ Kelompok 22 dalam seluruh proses.

2. Analisis bersama, dimana kami mengembangkan suatu pengertian yang lebih baik, kami tidak hanya mengenal masalah-masalah yang dihadapi, tetapi juga faktor-faktor penyebabnya. Fokus pemberdayaan dalam penelitian ini adalah pendampingan IKM dan Masyarakat Terdampak (recovery ekonomi masyarakat terdampak Covid-19) mampu menyelesaikan permasalahan yang berkenaan dengan desain produk dan dapat memasarkan produknya secara luas kepada masyarakat yang selama ini belum dapat dilakukan dengan baik.
3. Aksi bersama, dimana kelompok 22 mengarahkan cara pemecahan masalah tersebut, baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Aksi bersama yang dilakukan adalah melalui pelatihan dan pendampingan;
 - a) Desain Produk dengan menggunakan computer.
 - b) Pemasaran secara elektronik berbasis Sosial Media.
 - c) Pengelolaan keuangan. Diharapkan dengan tiga solusi tersebut dapat meningkatkan produktivitas serta penjualan dari produk makanan IKM Dapur Za bY Kecamatan Parung, Kabupaten Bogor Jawa Barat, sehingga dapat meningkatkan produktivitas dan mampu bersaing dengan kompetitor, serta dapat meningkatkan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat di sekitarnya. Dalam penelitian partisipatif ini posisi peneliti yang dianggap sebagai orang luar bertindak sebagai fasilitator. Informasi yang diperoleh, kemudian dianalisis bersama dan diaplikasikan langsung oleh IKM Dapur Za bY hasil yang diharapkan dari kegiatan penelitian partisipatif adalah perubahan perilaku sehingga dalam jangka panjang terbentuk pencapaian.
 - d) Metode Pengumpulan Data dilakukan melalui pengumpulan Data sekunder dikumpulkan dengan

metode dokumentasi. Sedangkan data primer dari narasumber dikumpulkan melalui wawancara mendalam yang dipandu dengan pedoman wawancara yang telah dipersiapkan.

- e) Teknik Analisa Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis deskriptif digunakan untuk mengkaji karakteristik dari permasalahan yang dihadapi oleh Owner IKM Dapur Za bY Kecamatan Parung, Kabupaten Bogor Jawa Barat dan merumuskan keunggulan dan daya saing Owner IKM Dapur Za bY Kecamatan Parung, Kabupaten Bogor Jawa Barat. Teknik analisa deskriptif juga digunakan untuk menguraikan kaji tindak metode dan pelaksanaan pelatihan dan pendampingan;
 1. Desain Produk dengan menggunakan computer.
 2. Pemasaran secara elektronik berbasis Sosial Media.
 3. Pengelolaan keuangan.

Diharapkan dengan tiga solusi tersebut dapat meningkatkan produktivitas serta penjualan produk makanan dari IKM Dapur Za bY Kecamatan Parung, Kabupaten Bogor Jawa Barat. Jangka waktu penelitian ini adalah 1 bulan mulai bulan Juli 2020.

Social media sejatinya memang sebagai media sosialisasi dan interaksi, serta menarik orang lain untuk melihat dan mengunjungi tautan yang berisi informasi mengenai produk dan lain-lain. Jadi wajar jika keberadaannya dijadikan sebagai media pemasaran yang paling mudah dan murah oleh perusahaan. Hal ini yang akhirnya menarik para pelaku Industri Kecil Menengah (IKM) untuk menjadikan social media sebagai media promosi andalan . bahkan tidak jarang, para pelaku usaha hanya memiliki media social saja namun tetap eksis dalam persaingan. Hal ini tentu saja menarik, di tengah gencarnya permasalahan di tengah gencarnya pemerintah mendorong masyarakat untuk berwirausaha dan mendorong pertumbuhan IKM, para pelaku usaha mulai mendapatkan sebuah perangkat penting layanan situs jual beli online dan social media sebagai alat promosi secara gratis. Bahkan saat ini, social media tidak hanya sekedar menjadi media promosi, tetapi juga digunakan sebagai

alat pemasaran interaktif, pelayanan, membangun komunikasi dengan pelanggan dan calon pelanggan, serta sebagai alat untuk

menjual dan membeli produk secara *online* (Siswanto, 2018).

Tabel 1. Hasil Analisis Pengamatan Kemampuan Promosi Menggunakan Sosial Media

No	Kegiatan Pengamatan	Base Line	1 minggu	2 minggu	3-4 minggu
1	Kemampuan Memasarkan Produk	20% (Rendah)	30 % (rendah)	60 % (mampu)	80 % (mampu)
2	Peningkatan Jumlah Pelanggan	40 Pelanggan	30 % (meningkat)	40% (meningkat)	44 % (Meningkat)
3	Kemampuan menggunakan Sosmed	40%	45%	50%	70%

3. HASIL PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

Berdasarkan data yang diperoleh selama proses pendampingan IKM berlangsung. Dalam kegiatan pendampingan IKM ini kami bertindak sebagai pendamping dalam kegiatan Pendampingan IKM ini. Selama proses pelaksanaan pembangunan IKM, kami mencatat hal-hal penting antara lain :

1. Kegiatan ini dilakukan dengan tujuan untuk pemulihan dan meningkatkan ekonomi industry kecil dan menengah setelah terjadinya pandemi COVID-19. Kegiatan ini dilakukan di Dapur Za By yang berlokasi Perumahan Metro Parung Blok Bougenville IV No. 52 RT 05 RW 07, Kelurahan Desa Waru, Kecamatan Parung, Kabupaten Bogor, Jawa Barat, 16330.
2. Kami melakukan diskusi sekaligus wawancara secara terbuka. Diskusi dan wawancara dilakukan pada tanggal 19 Juli pukul 16.00 – 18.00 WIB. Kami mempersiapkan program ini mulai dari tanggal 11 juli 2020, mulai dari pembagian sosial media yang akan dibuat (Gojek, Shopee, dan Instagram) dan juga pemilihan lokasi IKM. Kebutuhan dalam kegiatan ini adalah perekam suara dan ponsel untuk merekam video wawancara dan proses pengelolaan makanan.
3. Membuat design menarik untuk membantu mempromosikan produk secara social media yaitu via Instagram dan Via WhatsApp
4. Membuat pamphlet untuk dipromosikan secara offline ke warga sekitar.



Gambar 1. Design Pamphlet untuk di promosikan secara offline.



Gambar 2. Design produk berupa poster untuk di promosikan secara online.



Gambar 3. Proses pembuatan paru mercon, yaitu cuci paru sapi sampai bersih.



Gambar 4. Presto paru dengan bumbu rempah, presto dengan api sedang selama 1 jam



Gambar 5. Goreng paru sesuai permintaan pelanggan, ada yang basah dan kering.



Gambar 6. Masukan paruh yang sudah di goreng dengan sambal mercon yang sudah di buat sebelumnya.



Gambar 7. Packing paru dengan solatip.



Gambar 8. Masukan paru kedalam kulkas (freezer) agar menjaga ketahanan produk.



Gambar 9. Paru siap di kirim ke pelanggan.

Table 2. Hasil wawancara dengan Pemilik IKM

Matriks Hasil Wawancara dengan Pemilik IKM			
NO.	Pertanyaan	Narasumber	
1.	Nama pemilik usaha	Henny Nugraheni Abraham	
2.	Usaha yang dijalankan	Menjual masakan frozen food	
3.	Sejak kapan menjalankan usaha Dapur ZaBy ?	Sejak 2020	April
4.	Alasan Mendirikan Dapur Za By ?	Karena suami dari mitra sudah pensiun yang tadinya sempat bekerja namun di PHK karena adanya Covid-19.	
5.	Apakah dampak Covid – 19 terhadap Dapur ZaBy ?	Ada keuntungan karena kebanyakan orang disekitar suka makanan siap saji.	
6.	Apakah ada pemberlakuan protocol kesehatan di	Harus pakai masker dan menggunakan hands sanitizer	

	tempat ?	saat datang mengambil orderan.
7.	Bersediakah untuk dipromosikan di platform social media ?	Sangat berkenan sekali.

Hasil wawancara yang dilakukan dengan pemilik Dapur ZaBy menyatakan bahwa terjadi perubahan ekonomi yang terjadi akibat pandemi COVID-19 terlebih setelah diterapkannya PSBB secara besar-besaran. Selain itu pemilik Dapur ZaBy juga menyatakan bahwa mereka menerapkan protokol kesehatan di tempatnya berjualan, mitra berjualan secara online ke platform sosial media, oleh sebab itu kelompok 22 memutuskan untuk membantu pemilik Dapur ZaBy dengan mempromosikan dengan membuat poster dan dipromosikan ke media social.

4. KESIMPULAN

Dengan adanya pendampingan IKM sebagai bentuk dukungan dan partisipasi terhadap masyarakat yang terdampak pandemi ini. Membantu memasarkan produk-produk pada Industri Kecil Menengah khususnya pada Industri “Dapur ZaBy” secara online melalui Media Sosial dan secara offline. Kami juga mengharapkan pendampingan yang kami lakukan akan terus mamajukan usaha rumahan atau Industri Kecil Menengah Dapur Za By.

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada :

1. Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Muhammadiyah Jakarta.
2. Ibu Dini Gandini Purbaningrum, M.A. selaku dosen pembimbing Kelompok 22 KKN UMJ 2020.
3. Mitra Industri Kecil Menengah (IKM) Dapur Zaby, Ibu Henny Nugraheni Abraham.
4. Mahasiswa dan Mahasiswi Kelompok 22 KKN UMJ 2020.

DAFTAR PUSTAKA

- Arasy. (2015). Di Desa Tri Tunggal Kecamatan Babat Lamongan. *JProsiding Seminar Nasiona Urnis Bisnis*, 64–68.
- Hadiwardoyo, W. (2020). Kerugian Ekonomi Nasional Akibat Pandemi Covid-19. *Baskara Journal of Business and Entrepreneurship*, 2(2), 83–92. <https://doi.org/10.24853/baskara.2.2.83-92>
- Ridwan, M., Hartutiningsih, & Hatuwe, M. (2014). Pembinaan Industri Kecil dan Menengah Pada Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi dan UMKM Kota Bontang. *Jurnal Administrative Reform*, 2, 187–199.
- Siswanto, T. (2018). Optimalisasi Sosial Media Sebagai Media Pemasaran Usaha Kecil Menengah. *Liquidity*, 2(1), 80–86. <https://doi.org/10.32546/lq.v2i1.134>