



PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DENGAN INOVASI “NDAWET KUY” (DAWET SIWALAN) PRODUK UMKM DESA DALEGAN GRESIK

Elia Firda Mufidah¹, Dini Atik Putri Anindya², Nailatul Rifdah³, Ferry Rohman
Hakim⁴

¹Bimbingan dan Konseling, Universitas PGRI Adi Buana Surabaya, Surabaya, Indonesia

*Email: eliafirda@unipasby.ac.id

Informasi Artikel

Kata kunci:
pelatihan,
dawet siwalan,
dawet Kuy

Diterima: 16-01-2021
Disetujui: 23-01-2021
Dipublikasikan: 25-01-
2021

Abstrak

Dawet siwalan merupakan salah satu produk yang ada di pesisir pantai Dalegan Gresi. Dawet siwalan memiliki kendala dalam hal daya tarik pembeli yang masih rendah. Oleh sebab itu peneliti membuat pelatihan inovasi dawet siwalan dengan “Dawet Kuy”. Inovasi ini mengarah kepada inovasi dalam varian, tampilan dan penggunaan digital marketing. Hasil pelatihan “Dawet Kuy” diperoleh data bahwa peserta sangat antusias dan pelatihan ini sangat bermanfaat untuk pengembangan usaha yang dimiliki oleh para peserta. Peserta mampu dalam membuat olahan varian rasa dawet siwalan dan tampilan packing yang lebih menarik serta kemampuan memasarkan secara online dengan jangkauan konsumen yang lebih luas.

Siwalan dawet is one of the products on the coast of Dalegan Gresi. Siwalan Dawet has problems in terms of low buyer attractiveness. Because of that, the researcher made dawet siwalan innovation training with "Dawet Kuy". This innovation leads to innovation in the variant, appearance and use of digital marketing. The results of the "Dawet Kuy" training showed that the participants were very enthusiastic and this training was very useful for the development of the businesses owned by the participants. Participants are able to make processed dawet siwalan flavors and a more attractive appearance of packing and the ability to market online with a wider reach of consumers.

PENDAHULUAN

UMKM merupakan pelaku usaha dibidang ekonomi yang masuk dalam kategori perusahaan berskala kecil, menggunakan cara atau teknologi yang tradisional dan pengelolannya dengan sederhana (Laena, 2010). Menurut Azis dan Ruslan (2009), indicator dari sebuah UMKM yakni besar dan volume dari usahanya, besar modal yang dimiliki, nilai dari asset, penghasilan bersih, dan jumlah dari pekerja. UMKM menjadi hal penting yang ada di masyarakat. Keberadaannya membantu menyokong perputaran roda perekonomian yang ada di masyarakat. Banyak manfaat dari adanya UMKM diantaranya yakni pendistribusian pendapatan masyarakat, terciptanya lowongan pekerjaan, terasahnya kreatifitas masyarakat, menjadi instrument untuk mengukur daya beli masyarakat dan lain lain (Anggraeni, dkk., 2013). UMKM juga memiliki keunggulan dalam hal fleksibilitas dalam menyesuaikan kondisi pasar yang cukup cepat (Azrin, 2004)

Pemerintah sudah melakukan beberapa langkah untuk memberdayakan UMKM yang ada di Indonesia. UMKM sebagai produk khas masyarakat Indonesia tentunya keberadaannya sangatlah penting untuk mendukung perputaran roda perekonomian dan mengetaskan pengangguran. Beberapa kebijakan dari pemerintah yakni diadakannya pelatihan untuk UMKM, potongan dari pajak yang harus dibayarkan oleh pelaku usaha, dan lain-lain. Pelatihan UMKM saat ini diarahkan untuk menjawab tantangan era 4.0 dimana pemasaran kearah digital marketing, Hal tersebut sesuai dengan penelitian dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) penggunaan internet mengarah kepada aplikasi bisnis seperti kegiatan pemasaran, penjualan dan lain sebagainya. Data tersebut bisa digunakan untuk landasan dari UMKM mengarahkan pemasaran produknya kearah digital marketing.

Selain hal itu, mayoritas penduduk Indonesia merupakan generasi milenial yang penuh dengan inovasi. Oleh sebab itu, produk-produk UMKM memiliki tantangan bagaimana inovasi yang dikembangkan untuk menarik minat atau daya beli dari masyarakat khususnya generasi milenial. Penggunaan *e-commerce* membantu pemasaran produk dengan jangkauan yang lebih luar (Permana, 2016).

Dalegan, sebuah desa yang terletak dipesisir pantai Kabupaten Gresik memiliki beberapa UMKM menarik untuk dikembangkan. Sebagai salah satu objek wisata yang ada di kabupaten Gresik, Dalegan memiliki sumberdaya alam buah siwalan yang tidak ada di tempat lain. Pohon siwalan menghasilkan beberapa produk diantaranya kerajinan, minuman legen dan dawet siwalan. Pada bagian ini, peneliti mengembangkan inovasi atau pembaharuan dari packaging dan varian dawet siwalan sesuai dengan gaya dari generasi milenial saat ini. Dawet siwalan merupakan salah satu UMKM yang ada di desa Dalegan.

Dawet ini terbuat dari potongan buah siwalan, santan dan gula aren.

Ada beberapa kendala yang dihadapi oleh kelompok usaha "Dawet Siwalan" yang ada di desa Dalegan. Ketertarikan dari masyarakat terhadap dawet ini masih rendah. Selain itu, masyarakat belum mampu untuk mengembangkan varian yang dimiliki dari produk dawet siwalan. Penggunaan social media pun masih belum ada untuk dawet siwalan. Oleh sebab itu, disini peneliti melakukan pelatihan untuk pembuatan inovasi "Dawet Kuy" yang mampu menjawab kendala dari kelompok usaha.

METODE

Pelaksanaan program ini dilakukan melalui beberapa tahapan yakni:

1. Tahap Perencanaan

Langkah yang dilakukan ditahapan ini yakni

- a. Merumuskan tujuan dari kegiatan ini. Rumusan dari tujuan kegiatan yakni inovasi produk dawet siwalan menjadi "Dawet Kuy" dan pemasaran melalui digital marketing.
- b. Menganalisis permasalahan. Peneliti sudah melakukan analisis permasalahan berupa banyaknya kendala yang dihadapi oleh pelaku usaha salah satunya adalah daya beli masyarakat.
- c. Merancang pelatihan pembuatan "Dawet Kuy" dan pemasaran digital marketing.

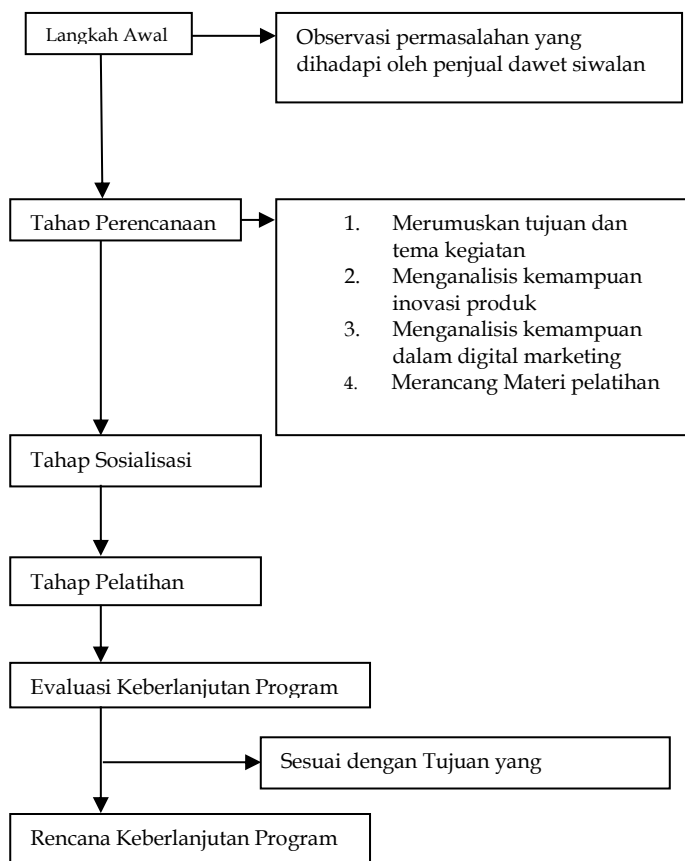
2. Tahap Sosialisasi

Sosialisasi dilakukan dengan mitra pertokoan Musyarofah Grup Wisata Pasir Putih Dalegan

3. Tahap Pelatihan

Tahapan ini dilakukan dengan memberikan konsep dari "Dawet Kuy" yang sesuai dengan trend dunia kuliner saat ini terutama untuk minuman. Inovasi dalam pengolahan rasa dan kepraktisan tampilan menjadi salah satu pokok dari pelatihan ini. Selain itu, pengenalan social media maupun e-commerce untuk mendukung jangkauan pemasaran dari produk ini.

Berikut skema dari pelaksanaan pelatihan "Dawet Kuy":



HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelatihan ini dilakukan oleh mahasiswa KKN Universitas PGRI Adi Buana Surabaya Kelompok DPL 11 yang berlokasi di Kabupaten Gresik. Langkah awal dari pelatihan yang dibuat yakni melakukan analisis kebutuhan penjualan dawet siwalan yang ada di pesisir pantai Dalegan Gresi. Dari hasil analisis kebutuhan diperoleh hasil yakni kebutuhan akan inovasi dari produk dawet siwalan agar daya beli dari masyarakat terutama generasi milenial menjadi meningkat. Terlihat di lokasi pesisir, kebanyakan pengunjung yang datang yakni generasi milenial. Selain itu, jangkauan pemasaran dawet siwalan juga membutuhkan strategi digital marketing agar mampu untuk memperluas jangkauan konsumen. Analisis kebutuhan ini diambil dengan cara mewawancarai beberapa penjual yang ada di pantai Dalegan.

Setelah tahapan analisis kebutuhan, maka dilanjutkan untuk memutuskan bagaimana tema dari kegiatan pelatihan. Pelatihan ini bertemakan pembuatan “Dawet Kuy” dimana dawet siwalan akan memiliki inovasi varian dan pemasaran melalui digital marketing. Tahapan selanjutnya yakni tahapan sosialisasi dimana sosialisasi dilakukan melalui pengumpulan penjual dawet siwalan di balai pantai Dalegan sesuai dengan protokoler kesehatan. Sosialisasi diberikan dengan memaparkan konsep dari “Dawet Kuy”. Terlihat

antusias dari peserta dimana peserta yang datang lebih dari 10 dan keaktifan peserta untuk bertanya jawab dengan tim sosialisasi.

Tahap pelatihan yakni tahap pembuatan "Dawet Kuy". Kelompok usaha atau penjual dawet siwalan dikenalkan dengan varian rasa yang menjadi trend minuman kekinian generasi milenial, mulai dari perpaduan dengan rasa kopi, coklat, ovomaltine, greentea, vanilla, stroberi dan lain sebagainya. Selain itu dawet siwalan juga dikombinasikan dengan boba yang digemari oleh generasi milenial sebagai minuman kekinian mereka. Packing dari dawet siwalan juga sudah berubah dari yang biasanya menggunakan kantong plastic dengan sedotan diarahkan menggunakan gelas plastik yang memiliki cup untuk tambahan topping. Inovasi-inovasi tersebut dilakukan dengan mempertimbangkan perhitungan HPP (Harga Pokok Penjualan) sehingga ketika pelatihan inovasi diberikan juga diselipkan bagaimana menghitung HPP.

Setelah dilakukan pelatihan inovasi dalam tampilan dawet siwalan. Selanjutnya yakni pengenalan digital marketing. Focus penggunaan digital marketing disini pada penggunaan jasa platform shoppe, facebook dan tokopedia. Penjualan melalui platform ini memfokuskan kepada penjualan siwalan frozen dengan mempertimbangkan bagaimana ketahanan pengiriman siwalan sehingga sampai kepada konsumen dengan baik. Platform ini masuk dalam dunia e-commercer dimana proses atau system didalamnya sudah terintegrasi secara utuh mulai dari e-process, e-market, e-communities, e-service, dan e-content (Julisar dan Eka, 2013). Peserta juga dikenalkan bagaimana membuka cabang jika mengembangkan penjualan frenchise.

Tahap evaluasi dari kegiatan pelatihan ini meliputi beberapa hal yang ditanyakan langsung kepada peserta pelatihan yang berjumlah sebanyak 10 orang. Semua peserta mengungkapkan ucapan berterimakasih dan mengungkapkan kegiatan pelatihan sangat bermanfaat untuk mereka. Berikut kami lampirkan foto kegiatan dan produk



Gambar 1. Pohon siwalan



Gambar 2. Pengambilan buah siwalan



Gambar 3. Produk olahan dawet siwalan

KESIMPULAN

Kegiatan pelatihan pembuatan “Dawet Kuy” merupakan inovasi produk dawet siwalan dengan varian rasa yang banyak dan mengarah kepada pemahaman terkait digital marketing para penjual dawet siwalan di daerah pantai Dalegan. Hal ini diperlukan untuk mendukung berkembangnya UMKM sesuai dengan tuntutan era saat ini. Kebermanfaatan dari pelatihan ini sangat dirasakan oleh pelaku usaha dalam mengembangkan usaha yang mereka miliki.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, F., D., dkk. 2013. Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Melalui Fasilitasi Pihak Eksternal dan Potensial Internal (Studi Kasus pada Kelompok Usaha "Emping Jagung" di Kelurahan Pndanwangi Kecamatan Blimbing, Kota Malang). *Jurnal Adminstrasi Publik (JAP)*. 1 (6), 1286-1295
- Azis, A dan Rusland, A.H. 2009. *Pernanan Bank Indonesia dalam Mendukung Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*. Jakarta: Pusat Pendidikan dan Studi Kebanksentralan (PPSK) Bank Indonesia
- Azrin, M. 2004. Dampak Ekonomi Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah Sektor perdagangan terhadap Perekonomian Kota Bogor. Tesis tidak dipublikasikan. Sekolah Pasca Sarjana Institut Pertanian Bogor (IPB). Bogor
- Julisar&Miranda Eka, 2013. *Pemakaian E-Commerce untuk Usaha Kecil dan Menengah Guna Meningkatkan Daya Saing*. Jakarta: Binus University.
- Laena, I. 2010. *Membedah UMKM Indonesia: Sebuah Kajian Tentang Strategi Pemberdayaan & Pengmembangan Usaha Mikro Kecil Menengah di Indonesia*, Jakarta: Lugas Foundation.
- Permana, S.H. 2016. Peningkatan Peran Teknologi Informasi Dalam Pemasaran Produk UMKM di Indonesia, dalam buku bunga rampai yang berjudul Reformulasi Kebijakan Sektoral Ekonomi Indonesia Dalam Perspektif Globalisasi, Jakarta: Badan Keahlian DPR RI bekerjasama dengan Balai Pustaka.