
Pendampingan Membuat Variasi Makanan Melalui *Socialpreneur* bagi Penjual Makanan di Pasar Induk Kramat Jati Jakarta Timur

Eti Rochaety¹, Leni Marlina²

¹ Manajemen, Universitas Muhammadiyah Prof Dr Hamka

² Pendidikan Bahasa Inggris, Universitas Muhammadiyah Prof Dr Hamka

*Email: eti.rochaeti@uhamka.ac.id

ABSTRAK

Kegiatan pengabdian masyarakat mengupayakan peningkatan keterampilan penjual makanan berupa kue dan jenis masakan, untuk mendukung upaya peningkatan kesejahteraan masyarakat perkotaan melalui pendekatan pemberdayaan, yakni pemberdayaan perempuan penjual makanan dengan menumbuhkan kembangkan socialpreneur penjual makanan yang tergabung dalam kelompok Usaha Kecil "SALUYU". Untuk itu kegiatan ini akan memberikan pelatihan pembuatan variasi makanan sesuai peminatan mitra, agar mitra mampu menghasilkan produk unggulan yang memiliki nilai ekonomis dan dibutuhkan pasar. Produk tersebut selain untuk dipasarkan juga untuk dikonsumsi sendiri, setidaknya akan membantu mengurangi beban pengeluaran mitra dalam membiayai konsumsi rumah tangga. Guna menghasilkan produk yang memiliki nilai jual, pelatihan ketrampilan yang diberikan diarahkan untuk mewujudkan kualitas dan jumlah variasi produk yang dijual. Karena itu pelatihan yang diberikan akan mencakup teknis pembuatan, desain dan kemasan yang higienis produk walaupun terkesan tradisional. Menumbuhkan socialpreneur, kewirausahaan yang memiliki tujuan sosial (peningkatan kesejahteraan mitra) dan berbasis pada kegiatan sosial, mitra akan diberikan pelatihan manajemen kewirausahaan dan teknik pemasaran yang mudah dipahami oleh mitra. Selain itu dilakukan pendampingan terhadap mitra agar menumbuhkan kegiatan socialpreneur yang mampu mewujudkan hubungan simbiosis mutualistik antar anggota kelompok yang tergabung. Luaran yang diharapkan dapat terwujud dari kegiatan ini adalah: (1) Pengurangan beban biaya konsumsi barang kebutuhan rumah tangga mitra, (2) Terbentuknya socialpreneur mitra yang mampu memberikan penghasilan tambahan kepada keluarga, dan (3) Terciptanya produk baru untuk menambah varian produk yang dijual disamping memenuhi kebutuhan rumah tangga.

Kata Kunci : peningkatan kesejahteraan, pemberdayaan, socialpreneur

ABSTRACT

Community service activities seek to improve the skills of food sellers in the form of cakes and types of cuisine, to support efforts to improve the welfare of urban communities through an empowerment approach, namely empowering women who sell food by developing socialpreneurs who sell food who are members of the "SALUYU" Small Business group. For this reason, this activity will provide training in making food variations according to the interests of partners, so that partners are able to produce superior products that have economic value and are needed by the market. These products are not only marketed for their own consumption but will at least help reduce the burden of partners' expenses in financing household consumption. In order to produce products that have a selling value, the skills training provided is directed at realizing the quality and number of variations of the products sold. Therefore, the training provided will cover the technical manufacture, design and packaging of products that are hygienic even though they seem traditional. Growing socialpreneurs, entrepreneurship that has social goals (increasing the welfare of partners) and based on social activities, partners will be given training in entrepreneurial management and marketing techniques that are easily understood by partners. In addition, assistance is provided to partners in order to foster socialpreneur activities that are able to create a mutualistic symbiotic relationship between members of the group who are members. The outputs that are expected to be realized from this activity are: (1) Reducing the cost of consumption of partner household goods, (2) The establishment of partner social entrepreneurs who are able to provide

additional income to families, and (3) The creation of new products to increase the product variants sold. in addition to meeting household needs.

Keywords: welfare improvement, empowerment, socialpreneur

PENDAHULUAN

Bisnis di masa pandemi menjadi konsekuensi yang hadir setelah pandemi COVID-19 berlangsung sejak tahun 2020 di Indonesia dan hingga memasuki 2021 pandemi masih belum bisa diatasi sepenuhnya. Kondisi ini membuat masyarakat harus menjalani gaya hidup baru yang berbeda dengan gaya hidup sebelumnya. Istilah gaya hidup ini kemudian dikenal dengan "*new normal*". Tak hanya segi kehidupan sehari-hari, pola *new normal* ini merambah hingga ke ranah bisnis (Waqfin et al, 2021). Adanya pandemi membuat para pelaku usaha harus beradaptasi dengan keadaan. Termasuk juga bagi mereka yang sedang merencanakan atau sudah merintis bisnis di masa pandemi. Jenis bisnis di masa pandemi yang dipilih pada akhirnya harus disesuaikan dengan pola hidup *new normal* untuk bisa merambah pasar. Adanya pandemi COVID-19 tak dipungkiri berdampak besar pada dunia usaha. Tak sedikit perusahaan-perusahaan besar yang terpaksa gulung tikar. Akibatnya, banyak pekerja-pekerja yang harus menerima nasib kehilangan pekerjaan (Ashlihah et al, 2021). Tetapi di tengah bencana yang melanda selalu ada secercah harapan. Dengan status pekerjaan yang diberhentikan, mau tidak mau membuat masyarakat memutar otak dan mencari sumber penghasilan baru dengan menciptakan peluang bisnis dan jenis usahanya sendiri. Menghadapi era *new normal* jenis usaha yang dipilih harus berjalan dengan indikator utama dari *new normal*, yakni protokol kesehatan. Protokol kesehatan merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari pola hidup *new normal* (Qomariyah, 2021). Dengan memerhatikan standar protokol kesehatan di masa pandemi, sejumlah jenis bisnis di masa pandemi yang dipilih bisa dijalankan penuh keterbatasan. Lalu apa saja yang merupakan jenis bisnis di masa pandemi yang bisa digeluti (Maarif et al, 2020).

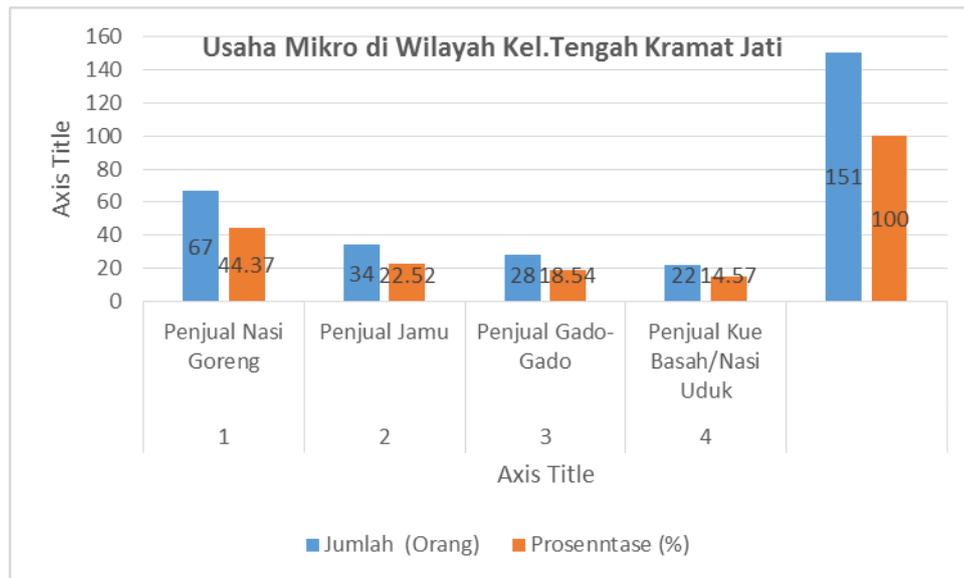
Peluang bisnis di masa pandemi ini bukanlah hal baru di dunia bisnis, tapi semakin berkembangnya zaman peluang usaha kuliner bisa dengan modal yang tidak begitu besar. Seperti peluang usaha kuliner rumahan, atau inovasi jenis makanan yang bisa menjadi alternatif ibu rumah tangga yang ingin usaha tanpa menyewa tempat. Seperti halnya ibu-ibu rumah tangga yang tergabung dalam usaha kecil "SALUYU" berjualan jenis makanan seperti nasi uduk dan penyertanya makanan kecil berbentuk gorengan, jenis makanan tersebut disajikan sama oleh ibu-ibu yang berbeda hanyalah proses penyajiannya, mengingat ibu-ibu yang berada di lingkungan kelompok ini mayoritas pendatang. Peluang usaha di wilayah ini cukup menjanjikan kelompok ini berada di lingkungan Pasar Induk Kramat Jati yang menampung berbagai jenis pekerjaan, dan sejumlah orang yang turut beraktivitas dalam jual beli buah dan sayuran yang berasal dari dalam negeri bahkan buah impor.

Salah satu pasar yang berskala besar di Jakarta Timur dan menyerap potensi usaha masyarakat di lingkungannya adalah pasar Induk Buah dan Sayur Kramat Jati, pasar induk berada di wilayah Kelurahan Kampung Tengah kecamatan Kramat Jati. Berdasarkan hasil survei sebelumnya penjual makanan yang didominasi ibu-ibu yaitu penjual kue basah dan nasi uduk, sebagaimana digambarkan dalam tabel berikut.

Tabel 1. Data Penjual Makanan di Pasar Induk Kelurahan Tengah Berdasarkan Jenis Usaha

No	Jenis Usaha	Jumlah Penjual (Orang)	Prosentase (%)
1	Penjual Nasi Goreng	67	44.37
2	Penjual Jamu	34	22.52
3	Penjual Gado-Gado	28	18.54
4	Penjual Kue Basah/Nasi Uduk	22	14.57
	Jumlah	151	100

Sumber : Diolah



Gambar 1. Data UMKM di RT 001 RW 007 Kelurahan Tengah Berdasarkan Jenis Usaha

Dari table di atas dijelaskan bahwa komposisi UMKM di wilayah ini sangat beragam, karena mereka berjualan di area Pasar Induk dengan waktu yang berbeda-beda, misalnya penjual nasi goreng dan jamu berjualan malam hari dari jam 05.00 sore sampai dengan jam 12.00 malam, sedangkan penjual gado-gado dan kue basah/nasi uduk berjualan mulai jam 06.00 pagi sampai jam 10.00 siang. Di sela waktu luang diantara beberapa penjual menerima pekerjaan untuk mengupas bawang merah, dengan upah hanya cukup untuk menopang uang jajan anak-anaknya. Sebelum merebaknya wabah Corona UMKM tersebut berjualan seperti biasa dan bisa mencukupi kebutuhan keluarga, 4 bulan terakhir UMKM dengan rata-rata modal Rp 1 sampai dengan Rp 3 juta yang masih bertahan sekitar 30 orang, diantara mereka ada yang memilih pulang kampung karena menurut mereka biaya hidup di Jakarta cukup tinggi, diantaranya biaya kontrak rumah, biaya konsumsi harian, biaya kesehatan dan biaya-biaya lainnya.

METODE

Berdasarkan uraian sebelumnya, serta hasil diskusi dengan mitra, maka prioritas permasalahan yang harus diselesaikan bersama mitra **UMKM SALUYU** di kelurahan Tengah Kecamatan Kramat Jati adalah memberikan pelatihan dan pendampingan :

- Pelatihan ketrampilan pembuatan produk, yang meliputi : produk konsumsi untuk menambah variasi produk yang dijual sehari-hari berbasis bahan dasar yang mudah diperoleh dengan harga murah, yang tersedia di lingkungan mitra, hasil pelatihan yang diberikan kepada anggota komunitas UKM Saluyu secara daring dan luring, secara daring tim pelaksana menyampaikan beberapa catatan penting mengenai pentingnya komunitas socialpreneur untuk memperkuat jaringan usaha bersama yang saling memperkuat dan saling memberikan manfaat, baik secara moril maupun finansial, disamping menciptakan produk baru untuk memenuhi kebutuhan sendiri, atau diarahkan untuk membantu mengurangi beban biaya konsumsi rumah tangga dan sekaligus (apabila memungkinkan) dapat dipasarkan kepada masyarakat luas.
- Pelatihan pelatihan secara luring tim pelaksana pengabdian masyarakat, mengundang nara sumber ahli tata boga dari dinas perekonomian Kota Jakarta Timur dalam rangka meningkatkan kemampuan berinovasi, membuat variasi makanan yang berbahan dasar sederhana mudah, dan murah tetapi memiliki nilai ekonomi cukup tinggi, yakni membuat variasi kue Donut berbahan dasar ubi jalar (ungu, Orange, putih), buah sukun dan variasi lain untuk meningkatkan kapasitas penjual makanan yang berorientasi pada nilai ekonomi dan sosial.
- Pendampingan kepada para peserta pelatihan, tim pelaksana pengabdian memberikan tip maupun trik dalam merancang /membangun dan mengelola usaha bersama dalam bentuk komunitas *socialpreneur* melalui kelompok usaha (mulai dari perencanaan, proses produksi, pemasaran, pengaturan mekanisme dan sistem pembagian keuntungan usaha). Sehingga terjadi sinergitas antar anggota kelompok ibu-ibu yang tergabung pada kelompok usaha kecil SALUYU. Mereka membentuk

komunitas arisan dan usaha simpan pinjam, untuk membantu anggota komunitas *socialpreneur*, agar mampu mempertahankan usahanya sekalipun pada masa pandemi, sekaligus seluruh anggota komunitas mampu membantu kesejahteraan masing-masing anggota keluarga. Adapun absen kehadiran peserta Pengabdian Masyarakat dapat dilihat dalam lampiran :

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan pengabdian masyarakat ini untuk mendukung upaya peningkatan pengetahuan dan keterampilan mitra, lebih jauh lagi untuk meningkatkan masyarakat perkotaan, khususnya melalui pemberdayaan ibu-ibu penjual makanan yang tergabung dalam sebuah komunitas kelompok UKM SALUYU.

Socialpreneurship berkaitan erat dengan dampak sosial yang ditimbulkan dari aktivitas yang dijalankan oleh komunitas. Terdapat beberapa faktor yang menentukan keberhasilan sebuah *sociopreneurship* bagi sebuah komunitas *sociopreneurship* diantaranya adalah :

- Tim Pelaksana pengabdian masyarakat mengadakan pelatihan pembuatan variasi makanan (kue donut yang berbahan baku mudah, murah dan melimpah); Kegiatan ini melibatkan 10 orang mitra anggota komunitas Usaha Mikro Saluyu, dengan mengundang ahli Tata Boga dari Dinas Perekonomian Jakarta Timur. Nara sumber berbagi tip dan trik membuat variasi makanan yang berbahan baku jenis ubi jalar (ungu, orange, putih), buah sukun, pisang dan variasi lainnya sehingga variasi yang dihasilkan berjumlah 7 jenis makanan. Dari jenis makanan nara sumber juga memberikan tip untuk penambahan bahan pendukung pembuatan variasi makanan yang sederhana dengan harga yang terjangkau.
- Tim Pelaksana pengabdian masyarakat mendorong menggabungkan bisnis dengan tujuan sosial; melalui model filantropi tradisional berupa donasi, amal dan bantuan sukarela tidaklah cukup menjawab permasalahan sosial saat ini. “Kasih bukan bagian dari narasi,” Sebagaimana model bisnis pada umumnya, kemandirian finansial, kualitas produk makanan yang dihasilkan, daya saing dan martabat merupakan tujuan utama suatu kewirausahaan sosial. Dengan kata lain, cara berpikir yang khas bisnis harus bisa memastikan aspek keberlanjutan (*sustainable*) dari *sociopreneurship*. Dari tujuan utama ini menunjukkan bahwa tantangan kewirausahaan sosial adalah menyeimbangkan tujuan dengan keuntungan (*profit*), misi dengan pendapatan. Selain itu, tantangan lainnya adalah kompleksitas masalah sosial, budaya dan politik. Salah satu *sociopreneurship* yang dilakukan ibu-ibu penjual makanan adalah mengadakan arisan. Entitas bisnis ini mempekerjakan kaum ibu dari kalangan marjinal untuk membuat berbagai jenis makanan (variasi makanan) dari bahan baku yang mudah diperoleh dari lingkungan pasar induk dimana mereka beraktivitas, seperti pisang, jenis-jenis ubi, sukun . Selain itu tim pelaksana pengabdian masyarakat mengajarkan literasi keuangan serta *soft skill* kepada mereka. Sedangkan *anggota tim lainnya* mengajarkan bagaimana usaha kecil yang berkelanjutan untuk membantu kehidupan keluarga, dengan memanfaatkan sumber lokal dan berupaya menciptakan variasi makanan baru. Kewirausahaan sosial lainnya seperti berfokus pada praktek etis dan tanggung jawab lingkungan maupun kegiatan keagamaan, untuk menyeimbangkan aspek kehidupan sehari-hari dengan kehidupan beragama dengan mengadakan pertemuan non formal dengan tema kehidupan Islami yang berbudaya.
- Inovasi ; Kata kunci untuk para *sociopreneurs*, mereka harus berinovasi dengan berbagai cara, seperti memasuki ekosistem digital dimulai dengan yang paling sederhana, produk daur ulang, selalu menggali bahan baku yang baru dan memanfaatkan kolaborasi dengan anggota komunitas. misalnya, membuat *variasi makanan* dari bahan yang mudah dan murah dan tersedia di lingkungan mereka beraktivitas, yaitu pasar Induk Kramat jati. Dalam menjalankan usahanya masing-masing anggota komunitas bekerja sama dengan dana patungan atau arisan, untuk memperkuat komunitas *socialpreneur* mereka menyisihkan dana bersama berbentuk simpan pinjam. Semua anggota komunitas menyelesaikan problem bersama baik, kepentingan sandang, pangan atau papan dengan cara menyediakan bahan baku barang dagangan secara bersama, membuat inovasi bersama jenis makanan yang akan diperdagangkan, mengatur wilayah perdagangan bersama dan menciptakan suasana pasar secara *online*. Dengan cara ini semua anggota komunitas akan memperoleh manfaat dari usaha bersama yang saling menguntungkan.
- **Kemitraan**; Kemitraan yang selaras dan setara akan memberikan peluang berharga untuk tumbuh, bimbingan, dan peningkatan kualitas. Kemitraan ini dapat terjalin antara UKM dengan cara mengangkat isu sumber daya yang secara etis tidak merugikan pihak manapun. Dengan demikian, akan terbentuk kesadaran di pihak konsumen perihal isu tertentu ketika hendak membeli dan

mengonsumsi produk yang dihasilkan UKM. Dalam pola pemasaran dan penjualan, UKM anggota komunitas SALUYU dapat menjalin kerjasama dengan masing-masing anggota komunitas agar terus saling mendukung dan saling membantu masing-masing kegiatan usaha. Menciptakan produk atau variasi makanan dengan mempromosikan kemasan ramah lingkungan seperti kertas, atau daun pisang untuk “menghijaukan” praktik usaha mereka.

- **Keterlibatan komunitas;** Wirausaha sosial haruslah melibatkan UKM setempat. Sebuah wirausaha sosial harus bekerja di dalam dan bersama masyarakat setempat di setiap aspek bisnisnya. Untuk mewujudkan hal ini, perlu ada pemahaman yang baik terhadap dinamika kultur setempat. Keterlibatan ini bisa berupa saling berbagi informasi dan memberdayakan segala potensi lokal yang ada. Menurut Elisa, hal ini akan meningkatkan kapasitas masyarakat lokal dan mendukung bisnis sosial antar anggota komunitas UKM Saluyu. Setidaknya terdapat empat unsur kunci dalam menentukan kesuksesan keterlibatan masyarakat lokal dalam sebuah bisnis sosial, yaitu lingkungan (*environment*), emosi (*emotion*), pendidikan (*education*) dan ekonomi (*economics*).
- **Skala;** Semua anggota komunitas sociopreneur mengerti, menjalankan sebuah bisnis secara seimbang, dari segala aspek bisnis agar mendapatkan keuntungan maksimal. Namun, dalam hal bisnis yang bercorak sosial seperti *sociopreneur* haruslah menyeimbangkan keuntungan dengan tujuan di skala manapun. Meski baru di tahap awal dan skala kecil, sebuah bisnis sosial harus menyeimbangkan kualitas, filosofi di balik bisnis, *branding*, operasional dan lainnya.
- **Keberlanjutan finansial'** Keberlanjutan finansial bagi sebuah *sociopreneurship* sangat penting. Saat ini sudah begitu banyak pilihan yang tersedia, seperti *crowdfunding*, hibah pemerintah, lembaga donor, yayasan, dan sebagainya. Investasi yang punya misi sosial pun harus punya kesabaran untuk merangkak, berjalan pelan hingga nantinya akan berlari kencang. Sebuah model yang juga dikenal sebagai model pinjaman berdampak sosial (*social impact bonds*), merupakan cara baru untuk meningkatkan kemampuan finansial dalam berbagai persoalan sosial. Model ini menyatukan para investor dengan agen pemerintahan lokal hingga provinsi untuk mendanai dan meningkatkan layanan sosial di masyarakat, dengan dukungan persyaratan yang memadai untuk mempertahankan keberlanjutan sociopreneur.
- **Sistem pendukung;** Mendokumentasikan berbagai sistem pendukung wirausaha sosial seperti inkubator, akselerator, jaringan, lokakarya, program bimbingan, beasiswa, kompetisi lapangan, dan gelar pendidikan. Singkatnya, wirausaha sosial memainkan peran penting dalam mengubah perekonomian, mengatasi tantangan keberlanjutan, inklusi, dan keadilan. Bisnis yang demikian benar-benar dapat menjadi “kekuatan untuk kebaikan”, karena seorang *sociopreneur* menggali lebih dalam dinamika perubahan masyarakat.

Tambahan keterampilan melalui pelatihan yang diselenggarakan oleh Tim Dosen UHAMKA, bagi para anggota kelompok mitra mampu menghasilkan produk yang memiliki nilai ekonomis, diantaranya variasi makanan yang berbahan dasar mudah dan murah dengan pemanfaatan potensi lokal yang tersedia secara melimpah. Peningkatan kemampuan mitra untuk memproduksi sendiri sebagian barang/produk kebutuhan rumah tangga, guna mengurangi beban biaya konsumsi rumah-tangga. Dan tumbuhnya jiwa wirausaha yang tangguh dan memiliki dedikasi yang tinggi dalam mengemban amanah kelompok *sociopreneur* untuk kesejahteraan kelompok khususnya, dan masyarakat pada umumnya

SIMPULAN

Sociopreneurship merupakan salah satu alternatif pemberdayaan masyarakat yang bertujuan menyeimbangkan keuntungan dan kesejahteraan kelompok mitra. Efektivitas program pemberdayaan masyarakat dengan pendekatan *sociopreneurship* telah teruji di beberapa kasus

Berdasarkan hasil kegiatan yang telah diselenggarakan maka dapat disimpulkan bahwa:

- Program ini berhasil melatih pembuatan variasi makanan yang berbahan dasar mudah dan murah di sekitar lingkungan anggota kelompok UKM Saluyu, yakni membuat variasi kue donuts dengan bahan dasar ubi ungu, ubi orange, ubi kuning, pisang, dan sukun. Bahan dasar ubi yang berlimpah di pasar induk Buah dan Sayur Kramat Jati ini bisa diperoleh dengan harga murah dan berlimpah.
- Terdapat 10 orang anggota Mitra yang ikut pelatihan membuat variasi makanan Donuts yang berbahan dasar ubi, pisang dan Sukun. Pelatihan ini disampaikan oleh ahli kuliner dari dinas perekonomian Jakarta Timur yang sengaja diundang oleh Tim PKM dosen FEB sebagai nara sumber.
- Pendampingan secara langsung ini sangat bermanfaat bagi mitra PKM dosen Uhamka dalam meningkatkan *softskill* mereka, sehingga mitra dapat meningkatkan jumlah penjualan makanan untuk

menopang kehidupan pribadi dan keluarganya, disamping menunjang peran aktif mereka sebagai anggota kelompok UKM Saluyu dalam meningkatkan *socialpreneur*.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terselenggaranya kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dengan lancar merupakan dukungan dari berbagai pihak. Ucapan terimakasih diberikan kepada Lembaga Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat UHAMKA (LPPM-UHAMKA) yang telah membiayai kegiatan ini. Pimpinan Fakultas Ekonomi yang selalu membekali motivasi kepada setiap dosen dalam melaksanakan Catur Dharma Perguruan Tinggi, Ketua RT 001 RW 007 Kelurahan Tengah kecamatan Kramat Jati yang telah memberikan izin pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat di wilayahnya, mahasiswa FEB-UHAMKA, serta pihak lainnya yang tidak dapat disebut satu persatu dalam kegiatan ini.

DAFTAR RUJUKAN

- Waqfin, M. S. I., Wulandari, S. R., Tifliya, F. M., Indrayani, S., Wahyudi, W., & Roziqin, M. K. (2021). Penerapan Digital Marketing Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan pada UMKM di Desa Kepuhdoko Jombang. *Jumat Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(3), 155-159.
- Ashlihah, A., Wulandari, N. T., & Asaroh, S. I. (2021). Membentuk Jiwa Entrepreneur di Masa Pandemi untuk Meningkatkan Perekonomian Desa Tingga. *Jumat Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 16-20.
- Maarif, I. B., Bahtiar, Y., & Aprilia, E. D. (2020). Pendampingan Kewirausahaan Home Industry Ibu-Ibu PKK Desa Mojokambang Kabupaten Jombang. *Jumat Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 23-27.
- Qomariyah, S. N. (2021). Studi Kelayakan Bisnis Usaha Batik Dengan Metode Finansial (Studi Kasus Batik New Collet Desa Jatipelem Kecamatan Diwek Kabupaten Jombang). *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis*, 8(1), 11-16.