

**PENGEMBANGAN
KEWIRAUSAHAAN PRODUK
MAKANAN BERBASIS POTENSI
LOKAL DI DESA CILEMBU
SUMEDANG**

**Rudiana^{1*}, Jajang Sutisna², Dian
Fitriani Afifah³.**

¹²³Departemen Ilmu
Pemerintahan, Fakultas Ilmu
Sosial dan Ilmu Politik, Universitas
Padjadjaran

Article history

Received : 28 Februari 2022

Revised : 6 Juli 2022

Accepted : 6 Agustus 2022

*Corresponding author

Email : ¹Rudiana2017@unpad.ac.id

No. doi:

10.24198/sawala.v3i2.38537

ABSTRAK

Pertumbuhan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang semakin pesat di Indonesia menjadikan usaha untuk membantu pengembangan UMKM perlu untuk dilakukan. UMKM merupakan suatu usaha kecil yang membantu perekonomian negara atau suatu daerah. Perkembangan perekonomian masyarakat pada suatu daerah dapat sangat tergantung pada potensi lokal yang dimiliki pada daerah tersebut. Salah satu UMKM yang sedang menjadi tren adalah UMKM di bidang pangan yang memproduksi berbagai olahan makanan dan minuman. Dalam pengembangan UMKM masih terdapat beberapa kendala seperti kecelakaan kerja yang dapat menurunkan kualitas produk, pasar penjualan terbatas dan tidak adanya kepemilikan izin edar. Program Pengabdian Masyarakat ini dilaksanakan secara hybrid dengan melakukan pendampingan dan penyuluhan kewirausahaan pada UMKM di Desa Cilembu, Kabupaten Sumedang mengenai penguatan pada aspek *Digital Marketig*, Penerapan K3 dan Pengajuan OSS-PIRT dan BPOM RI MD sebagai strategi perluasan pasar yang berguna untuk keberlangsungan pemasaran produk UMKM. Hasilnya diharapkan para pelaku UMKM dapat memahami dan meningkatnya pengetahuan dalam memaksimalkan pemasaran.

Kata kunci: Kewirausahaan, UMKM, Potensi Lokal

ABSTRACT

The increasingly rapid growth of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Indonesia makes efforts to help develop MSMEs need to be carried out. MSMEs are small businesses that help the economy of a country or a region. The community economic development in one area can be very dependent on the local potential possessed in that area. One of the MSMEs that is becoming a trend is MSMEs in the food sector which produce various processed foods and beverages. In the development of MSMEs, there are still several obstacles, such as work accidents that can reduce product quality, limited sales market, and the absence of distribution permit ownership. This Community Service Program is carried out in a hybrid manner by providing entrepreneurship assistance and counseling to MSMEs in Cilembu Village, Sumedang District, regarding the reinforcement of the Digital Marketing aspect, the application of K3, and Filing OSS-PIRT and BPOM RI MD as the strategy of market expansion which beneficial for the sustainability of MSMEs product marketing. Hopefully, the result is that the MSMEs actors could understand and increase their knowledge to maximize marketing.

Keywords: Entrepreneurship, MSMEs, local potential, K3, Digital Marketing, OSS-PIRT, BPOM RI MD

PENDAHULUAN

Kewirausahaan merupakan aspek yang fundamental dalam pembangunan dan pengembangan suatu Desa. Berdasarkan kemendesda pada tahun 2015 terdapat 3 aspek yang penting dalam pembangunan suatu desa yaitu (1) Aspek sosial meliputi modal sosial, kesehatan, pendidikan, dan permukiman; (2) Aspek ekonomi meliputi keragaman produksi masyarakat desa, tersedia pusat pelayanan perdagangan, aspek distribusi, akses ke lembaga keuangan dan perkreditan, lembaga ekonomi dan keterbukaan wilayah; (3) Aspek ekologi yaitu kualitas lingkungan, potensi rawan bencana dan tanggap bencana. Berdasarkan aspek tersebut desa dikategorikan menjadi 5 yaitu mandiri, maju, berkembang, tertinggal dan pratama. Desa mandiri adalah desa maju yang memiliki kemampuan dalam melaksanakan pembangunan desa untuk peningkatan kualitas hidup dan kesejahteraan masyarakat dari berbagai aspek. Desa maju adalah desa yang memiliki potensi sumber daya sosial, ekonomi dan ekologi serta memiliki kemampuan untuk mengelolanya untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat dalam menanggulangi kemiskinan. Desa berkembang adalah desa yang berpotensi menjadi desa maju memiliki potensi sumber daya sosial, ekonomi dan ekologi serta memiliki kemampuan untuk mengelolanya untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat dalam menanggulangi kemiskinan. Desa tertinggal adalah desa yang berpotensi menjadi desa maju memiliki potensi sumber daya sosial, ekonomi dan ekologi tetapi belum maksimal dalam mengelolanya serta masih mengalami kemiskinan dalam berbagai aspek (Kemendesda, 2015).

Berdasarkan data Kecamatan Pamulihan dalam bentuk Angka tahun 2014, pada tahun 2013 Desa Cilembu memiliki status sebagai pedesaan dengan klasifikasi sebagai desa swadaya madya. Secara geografis, wilayah Desa Cilembu memiliki bentuk bentang permukaan tanah berupa pegunungan. Wilayah Desa

Cilembu merupakan hamparan lahan pertanian yang bercampur antara lahan perkebunan, ladang dan persawahan serta kehutanan. Bagian barat laut sebagai daerah yang paling rendah digunakan sebagai lahan persawahan. Sementara bagian tengah didominasi oleh lahan ladang dan perkebunan bercampur dengan pemukiman. Dan bagian tenggaranya merupakan daerah kehutanan di wilayah kaki Gunung Kareumbi.

Berdasarkan data pada tahun 2013 Desa Cilembu memiliki luas wilayah sebesar 352 hektar. Luas wilayah tersebut terbagi ke dalam beberapa peruntukan seperti sebagai lahan pertanian dan pemukiman serta peruntukan lainnya. Untuk luas wilayah yang dipergunakan sebagai lahan pertanian sebesar 217 hektar. Sisanya seluas 135 hektar dipergunakan sebagai lahan pemukiman dan pekarangan termasuk lahan fasilitas umum. Untuk lahan pertaniannya didominasi oleh lahan pertanian kering seperti perkebunan, ladang dan huma. Luasnya sebesar 169 hektar. Ini lebih luas jika dibandingkan dengan luas lahan pertanian berupa persawahan yang hanya memiliki luas sebesar 48 hektar.

Pada tahun 2022, Desa Cilembu dihuni oleh penduduk dengan jumlah sebanyak 5.441 orang. Dengan komposisi sebanyak 2.726 orang berjenis kelamin laki-laki ditambah 2.715 orang berjenis kelamin perempuan. Kepadatan penduduknya, setiap kilometer persegi luas wilayah Desa Cilembu dihuni oleh penduduk sebanyak 1.526 orang, dengan distribusi sebesar 8,67% dari total penduduk.

Melihat wilayah cilembu yang berada di kaki gunung kareumbi dan memiliki area persawahan yang luas membuat para penduduk di Desa cilembu bermata pencaharian sebagai petani, disamping itu banyak juga penduduk yang bermata pencaharian sebagai bidang jasa, perdagangan serta transportasi. Dalam sektor pertanian cilembu memiliki potensi yang unggul dan khas yaitu ubi Cilembu, nama ubi Cilembu telah dikenal tidak

hanya di wilayah sumedang tetapi ubi Cilembu juga sudah terkenal di ranah nasional hingga mancanegara. Ubi cilembu yang memiliki nilai baik di pasaran membuat ubi cilembu sangat dikenal selain daripada itu olahan ubi Cilembu pun mulai banyak digemari dan dikembangkan oleh warga lokal.

Pengembangan potensi produk lokal berupa ubi cilembu tersebut merupakan bentuk peduli dan melestarikan potensi ciri khas dari Desa Cilembu, selain itu masyarakat dapat menambah perekonomian. Terdapat banyak UMKM di Desa Cilembu berfokus pada olahan ubi Cilembu, yaitu UMKM Ma Utik, BR, DOI, Cahaya Gemilang dan lain sebagainya. Kondisi UMKM tersebut bervariasi ada beberapa yang sudah maju dan ada yang masih tergolong kurang maju. Dalam pelaksanaannya terdapat beberapa permasalahan atau kendala yang dapat menghambat perkembangan UMKM tersebut. Hal ini disebabkan oleh kurangnya pengetahuan pelaku UMKM mengenai hal-hal yang perlu diperhatikan dan diterapkan dalam keberlangsungan UMKM seperti terkait pemasaran *digital*, prosedur dalam mengurus PIRT (Pangan Industri Rumah Tangga) dan BPOM untuk peningkatan nilai tambah produk dan jangkauan pemasaran, serta terkait bagaimana penerapan K3 (Keselamatan dan Kesehatan Kerja) bagi pelaku UMKM dalam menjalankan usahanya terutama dalam proses produksi.

Kami melakukan pembimbingan kepada beberapa UMKM untuk membantu pengembangan UMKM di Desa Cilembu. Usaha tersebut merupakan bentuk pengabdian kami sebagai mahasiswa terhadap masyarakat. Diharapkan melalui pengabdian mahasiswa ini dapat membantu pengembangan UMKM olahan ubi cilembu serta memberikan media praktik bagi mahasiswa melalui pembelajaran-pembelajaran yang telah didapat di kampus. Berdasarkan analisis tersebut, kami merumuskan beberapa program untuk membantu UMKM olahan ubi cilembu, diantaranya adalah penyuluhan mengenai pentingnya penerapan K3, penguatan *digital marketing*, dan pendampingan pengajuan OSS-PIRT dan BPOM RI MD

Diharapkan rencana program tersebut dapat memberikan perkembangan yang baik bagi UMKM olahan ubi cilembu dan hasil dari rencana program tersebut akan menjadi tolak ukur keberhasilan program pengabdian mahasiswa.

KAJIAN PUSTAKA

Kewirausahaan

Kewirausahaan adalah suatu kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda (ability to create the new and different thing), Bjerke dan Hultman (2006) mendefinisikan entrepreneurship terbagi menjadi dua kategori meliputi: (a) kepribadian individu yang berusaha mengidentifikasi psikologi umum dan sifat sosial yang membandingkan antara wirausaha dan non wirausaha. (b) perilaku yang dilakukan oleh seorang wirausaha. Bustami, Bernadien, Nurlela, Sandra, Ferry (2007) menyatakan bahwa wirausaha sebagai seseorang yang mengkonsep pemasaran kewirausahaan yaitu pada dasarnya merupakan disiplin ilmu yang mempelajari tentang nilai, kemampuan (ability) dan perilaku seorang wirausaha dalam menghadapi berbagai permasalahan yang terkait dalam usaha mendapatkan peluang usaha yang dilakukan. Sedangkan menurut Day, John, Reynald, Pane, Lancaster, Geoffn (2006) bahwa perilaku kewirausahaan dapat dikatakan sebagai perilaku yang merepresentasikan aktivitas lebih informal dan tidak terencana yang mengandalkan energi dan intuisi dari individu untuk mewujudkan kegiatan usaha (Harini & Handayani, 2019).

Potensi Lokal

Desa Cilembu memiliki potensi lokal yang dapat dimanfaatkan, potensi yang dimiliki Desa Cilembu berupa ubi jalar. Ubi jalar ini terkenal dengan sebutan Ubi Cilembu. Ubi cilembu ini memiliki rasa yang sangat manis dan aromanya yang khas sehingga ubi cilembu ini sangat terkenal di Indonesia.

Perkembangan ubi jalar ini sudah memiliki nilai baik di pasaran dan ubi cilembu sudah banyak digemari dan dikembangkan oleh warga lokal sebagai upaya untuk keberlangsungan

perekonomian, sehingga perkembangannya sudah mencapai ranah nasional hingga mancanegara.

Selain dapat meningkatkan perekonomian desa, ubi cilembu meningkatkan perekonomian masyarakat desa cilembu dan memberikan nilai tambah pada pelaku usaha olahan, meskipun dengan demikian ubi jalar cilembu tidak dapat memberikan nilai tambah nyata kepada petani

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

Menurut Rudjito, UMKM adalah suatu usaha kecil yang membantu perekonomian negara, hal tersebut disebabkan karena melalui UMKM akan membentuk lapangan kerja baru yang nantinya akan meningkatkan devisa negara melalui pajak dari badan usaha. Berdasarkan Undang-Undang No. 9 Tahun 1995 bahwa usaha kecil merupakan suatu proses kegiatan ekonomi rakyat berskala kecil dan memenuhi kriteria kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan serta kepemilikan, sedangkan usaha menengah dan usaha besar adalah suatu kegiatan ekonomi yang mempunyai kriteria kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar daripada kekayaan bersih dan hasil penjualan tahunan usaha kecil. Jadi, dapat disimpulkan bahwa UMKM adalah suatu usaha milik perorangan badan usaha yang bukan merupakan anak atau cabang dari perusahaan lain dengan kriteria modal usaha yang mempunyai batasan-batasan tertentu.

Kesehatan dan Keselamatan Kerja (K3)

K3 (Kesehatan dan Keselamatan Kerja) difilosofikan sebagai suatu pemikiran dari upaya dalam menjamin keutuhan dan keselamatan jasmani dan rohani untuk tenaga kerja. Pada umumnya hasil karya dan budaya yang ada di lingkungan masyarakat menjadi suatu tujuan agar masyarakat dapat hidup makmur dan sejahtera. Lalu pengertian K3 (Kesehatan dan Keselamatan Kerja) pada umumnya adalah suatu ilmu pengetahuan yang harus diterapkan oleh para pekerja sebagai usaha untuk mencegah terjadinya kecelakaan saat bekerja dan penyakit yang diakibatkan ketika bekerja. Selanjutnya pengertian K3 (Kesehatan dan

Keselamatan Kerja) menurut Sedarmayanti (2017:133) adalah dapat ditinjau melalui dua aspek yakni pada aspek filosofis dan teknis, secara filosofis yaitu kesehatan dan keselamatan kerja merupakan suatu konsep berpikir dan sebagai upaya nyata dalam menjamin keselamatan dari kecelakaan saat bekerja, khususnya bagi manusia. Dan secara teknis merupakan hasil karya dari budaya yang ada di masyarakat sebagai upaya untuk membangun masyarakat agar hidup sejahtera.

Sedangkan pengertian menurut Kuswana (2014:22) K3 (Kesehatan dan Keselamatan Kerja) adalah suatu pemikiran dan penerapan yang ditunjukkan sebagai usaha untuk menjamin kesehatan baik jasmani maupun rohani para pekerja dan hasil karya dan budaya, untuk meningkatkan kesejahteraan tenaga kerja. Maka dapat disimpulkan bahwa K3 (Kesehatan dan Keselamatan Kerja) K3 adalah singkatan dari Keselamatan dan Kesehatan Kerja yang dalam bahasa Inggris disebut sebagai Occupational Health and Safety, disingkat OHS. K3 atau OHS yang merupakan sebuah kondisi yang harus diwujudkan di tempat kerja dengan segala daya upaya yang berdasarkan pada ilmu pengetahuan dan pemikiran mendalam guna melindungi tenaga kerja, manusia serta karya dan budayanya melalui penerapan teknologi sebagai bentuk pencegahan kecelakaan yang dilaksanakan secara konsisten sesuai dengan peraturan perundangan dan standar yang berlaku.

Digital Marketing

Menurut Coviello, Milley dan Marcolin (2001:26), *digital marketing* adalah penggunaan internet dan penggunaan teknologi interaktif lain untuk membuat dan menghubungkan dialog antara perusahaan dan konsumen yang telah teridentifikasi. Mereka juga berpendapat bahwa *e-marketing* merupakan salah satu bagian dari *e-commerce*. Pemasaran adalah salah satu aktivitas penting yang dapat menentukan keberhasilan dalam mencapai tujuan perusahaan. Digital marketing merupakan suatu kegiatan promosi yang dilakukan suatu perusahaan dalam bentuk komunikasi yang terjadi antara perusahaan dan konsumen, yang bertujuan untuk mempengaruhi, membujuk,

membeli, dan loyal terhadap produk yang dimiliki perusahaan.

Menurut Ryan (2009:31), ada 10 macam dimensi dari pemasaran digital ini yang dilihat dari segi promosi yang dilakukan. Pertama, website, adalah penghubung dunia digital secara keseluruhan dan bagian paling penting dalam keseluruhan strategi pemasaran digital. Website ini berfungsi untuk membangun brand image, media pemasaran, public relation, penjualan, profil usaha, dll. Sedangkan fungsi utamanya adalah sebagai pusat dari kegiatan online yang dilakukan. Dimensi kedua yaitu branding atau merek perusahaan. Usaha membangun branding ini dilakukan dengan cara memperkenalkan dan menumbuhkan brand usaha dengan cara menjalin komunikasi dengan publik untuk menumbuhkan brand image yang positif. Dimensi ketiga yaitu social media marketing yaitu suatu platform media sosial seperti facebook, instagram, twitter, google, whatsapp, telegram dan lain-lainnya penggunaan media sosial ini menjadi salah satu dimensi yang sangat penting untuk menarik konsumen untuk membeli produk yang dipasarkan para pelaku UMKM juga harus mampu untuk membuat postingan seperti foto, video atau konten edukasi yang sesuai dengan produk yang dipasarkan selain daripada itu para pelaku UMKM juga bisa menggunakan fitur Ads berbayar untuk memasarkan produknya lebih luas. Dimensi keempat yaitu content marketing atau pemasaran konten pada dimensi ini para penggagas dituntut untuk membuat konten website yang berkualitas, dan memberikan manfaat serta solusi. Tidak hanya dalam penawaran produk saja, pada pemasaran konten tidak hanya menawarkan produk saja akan tetapi juga bisa di isi tentang manfaat produk itu sendiri atau tips-tips yang bersangkutan dengan produk yang ditawarkan. Dimensi kelima email marketing yaitu penyebaran surat elektronik dalam isi surat bisa dituliskan kata-kata bermanfaat dan membujuk serta diberikan lampiran foto produk atau video. Dimensi keenam video production yaitu gambaran visual yang tidak hanya gambar melainkan visual yang bergerak gunanya untuk lebih menarik perhatian konsumen dan produk dirasa akan terlihat lebih hidup.

Dimensi ketujuh SEO (Search Engine Optimization) yaitu pengoptimalisasian website untuk memunculkan kata kunci di hasil pencarian SERP google. Dimensi kedelapan yaitu mobile apps development yaitu pembuatan aplikasi yang nantinya dapat diunduh melalui google play store yang dimana pembuatan aplikasi tersebut akan sangat berdampak serta mendukung usaha ke arah yang lebih baik. Dimensi kesembilan SEM (Search Engine Marketing) yaitu memasarkan konten dalam mesin pencari. Dimensi kesepuluh memakai jasa influencer yaitu mempromosikan produk ke khalayak umum dengan menggunakan seorang influencer yang memiliki audiens banyak guna menarik konsumen dari audiens seorang influencer tersebut (Abdurohim BS, S.Sos., M.M., M.S, 2021).

OSS-PIRT dan BPOM RI MD

Salah satu bentuk jaminan yang dikeluarkan pemerintah adalah NIE (Nomor Izin Edar). Buah dan produk olahannya seperti keripik dan kukis sebelum diedarkan harus mendapat NIE dari Dinas Kesehatan berupa No. PIRT atau dari BPOM (Badan Pengawasan Obat dan Makanan) berupa BPOM RI MD. Pada kenyataannya, masih banyak UMKM yang belum memiliki izin tersebut, hal ini dapat disebabkan beberapa faktor, yaitu 1) Kurangnya pengetahuan produsen tentang jaminan keamanan pangan dan legalitas layak edar produk; 2) Kesulitan dalam mengurus izin Edar; 3) Memiliki rasa takut untuk membayar mahal bila mengajukan izin Edar; 4) Tidak mengetahui cara dan proses mendapatkan legalitas layak edar, serta masih banyak faktor lainnya.

Pangan Industri Rumah Tangga (PIRT) merupakan suatu perusahaan atau badan usaha yang mempunyai lokasi produksi menetap dengan alat pengolahan yang sederhana (BPOM, 2018). Berdasarkan Peraturan BPOM RI No. 10 tahun 2021 yang memiliki usaha di bidang pangan mengharuskan mempunyai Sertifikat Produksi Pangan Industri Rumah Tangga (SPP-IRT). Sertifikat Produksi Pangan Industri Rumah Tangga (SPP-IRT) merupakan sebuah dokumen resmi tertulis yang diberikan dari pemerintah kota dan sangat dibutuhkan oleh UMKM. Dengan demikian, teori dan pengetahuan mengenai izin

legalitas produk pangan sangat diperlukan. Izin legalitas berupa izin PIRT memberi keuntungan bagi produk, pelaku usaha atau UMKM, serta konsumen, yakni terjaminnya produk yang dihasilkan berkualitas baik dan aman.

METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat merupakan salah satu perwujudan dari Tri Dharma Perguruan Tinggi. Kegiatan ini dilaksanakan secara hybrid, yaitu dengan menggunakan media komunikasi online, seperti Zoom meeting dan WhatsApp dan juga dikombinasikan dengan kegiatan di lokasi. Desa Cilembu, Kecamatan Pamulihan, Kabupaten Sumedang sebagai fokus wilayah utama pada pelaksanaan kegiatan. Metode pelaksanaan pengabdian pada masyarakat ini adalah dengan melakukan penyuluhan dalam bentuk web seminar. Adapun tahapan pelaksanaannya sebagai berikut:

A. Tahap Persiapan

Tahap persiapan kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Cilembu yang terdiri dari pengumpulan data dan penyiapan program. Data dikumpulkan dengan metode observasi serta wawancara terhadap pelaku UMKM, yang mana tim pengabdian masyarakat bertemu langsung dengan pelaku usaha. Setelah mengetahui kelebihan dan kekurangan UMKM tersebut kemudian menentukan kebutuhan untuk pengembangan UMKM. Setelah mengetahui kebutuhan, dilakukan analisis potensi yang bisa dikembangkan, sehingga untuk penentuan timeline kegiatan pengabdian masyarakat dapat lebih mudah. Tahap ini dilaksanakan pada tanggal 7-28 Januari 2022.

B. Tahap Pelaksanaan

Program pengabdian masyarakat disusun berdasarkan permasalahan yang dihadapi oleh UMKM di Desa Cilembu. Adapun subjek dari kegiatan sosialisasi/penyuluhan ini diantaranya adalah UMKM Ma Utik, BR, DOI, Kremes, dan Kelompok Wanita Tani (KWT) Cahaya Gemilang. Seluruh UMKM mendapatkan materi yang sama yaitu tentang:

1. Penguatan Digital Marketing Untuk Keberlangsungan Pemasaran Produk UMKM Olahan Makanan Berbasis Potensi Lokal;

2. Pentingnya Penerapan K3 (Keselamatan dan Kesehatan Kerja) Pada UMKM Produk Makanan;
3. Pendampingan Pengajuan OSS- PIRT dan BPOM RI MD pada UMKM.

Materi tersebut disampaikan oleh narasumber berpengalaman yang diharapkan mampu menjadi bagian dari upaya pengembangan usaha. Seluruh kegiatan pada tahap ini dilaksanakan pada tanggal 29 Januari - 02 Februari 2022.

C. Tahap Tindak Lanjut

Pada tahap tindak lanjut dari kegiatan PPM yang dilakukan adalah dengan melakukan pendampingan dan pemantauan penerapan dari hasil penyuluhan, kemudian menganalisis progress tersebut setelah kegiatan pengabdian. Dilakukan juga evaluasi dan pemantauan terhadap UMKM tersebut. Adapun output lain yang dihasilkan yaitu laporan kelompok, laporan individu, dan video mengenai UMKM terkait. Tahap ini dilaksanakan pada tanggal 03 - 07 Februari 2022.

HASIL

Pada tahap persiapan dilaksanakan observasi ke lokasi mitra dan wawancara dengan pemilik usaha. Dari hasil observasi dan wawancara dengan mitra ditemukan permasalahan yang dialami oleh mitra sebagai berikut:

- a. Usaha mitra memiliki resiko kecelakaan kerja yang tinggi pada tahap produksi;
- b. Kurangnya pengetahuan mitra dalam memasarkan produk yang dihasilkan;
- c. Beberapa produk mitra belum memiliki izin legalitas.

Permasalahan-permasalahan di atas perlu diatasi agar usaha mitra dapat lebih berkembang lagi. Berdasarkan permasalahan yang ditemui di atas maka solusi yang ditawarkan pada masyarakat dan pemilik UMKM di Desa Cilembu adalah melakukan penyuluhan melalui web-seminar secara hybrid.

Kesehatan dan Keselamatan Kerja (K3)

Usaha mitra bergerak pada bidang olahan ubi seperti keripik, dodol, kremes, dan tepung dimana pada tahap produksi memiliki resiko kecelakaan kerja yang tinggi. Penyebab terjadinya kecelakaan kerja

biasanya terjadi dikarenakan adanya beberapa faktor, yang pertama kelalaian individu yang menyebabkan kecelakaan kerja contohnya seperti terjepit oleh barang, terpeleset, hal ini faktor yang sering terjadi dan memiliki persentase sebesar 73% penyebab terjadinya kecelakaan kerja. Yang kedua yaitu diakibatkan bencana alam, hal ini bisa terjadi apabila lingkungan tersebut rawan terjadinya bencana alam yang memiliki persentase sebesar 3% penyebabnya terjadinya kecelakaan kerja. Yang ketiga kecelakaan kerja biasanya terjadi dikarenakan oleh peralatan, hal ini memiliki persentase sebesar 24% penyebabnya terjadi kecelakaan. Maka sebaiknya mitra harus sering mengecek dan melakukan perawatan agar meminimalisir terjadinya kecelakaan kerja.

Pada proses pembuat keripik memiliki risiko kecelakaan kerja yang lebih tinggi dibandingkan olahan lainnya. Alur proses produksi keripik ubi adalah sebagai berikut: bahan dasar dikupas lalu diiris tipis-tipis dan direndam/dicuci dalam baskom berisi air panas selama 20 menit. Sementara itu disiapkan minyak untuk proses penggorengan. Bahan-bahan tersebut dimasukkan dalam minyak goreng yang panas dan tirisikan, lalu ditunggu dingin. Jika sudah dingin, mulai proses pengemasan dan pelabelan produk.

a. Bahaya Potensial Pajanan Fisika

Suhu yang dialami oleh para pekerja pada saat melakukan penggorengan keripik adalah suhu panas yang diterima tubuh dari udara ruang kerja dan panas tubuh yang sulit dilepas ke udara ruang kerja, yang dapat merupakan beban kerja bagi pekerja. Akibatnya suhu badan pekerja akan meningkat, sehingga kapasitas, efektivitas, dan efisiensi kerja menjadi menurun. Suhu yang dianjurkan di tempat kerja yaitu sekitar 24-26 derajat Celcius (Hunter et.al 2010).

b. Bahaya Potensial Pajanan Ergonomi

Ergonomi adalah ilmu yang mempelajari perilaku manusia dalam kaitannya dengan pekerjaan (Pheasant et.al 2011). Sasaran ilmu ergonomi berkaitan dengan kondisi kerja, cara kerja, posisi kerja, peralatan, tempat kerja, dan lingkungan kerja. Ergonomi berfungsi untuk penyesuaian peralatan dan tempat kerja dengan dimensi tubuh manusia, agar

manusia sebagai pelaksana tidak mengalami kelelahan, dapat mengatur suhu ruang kerja, pencahayaan, dan kondisi lingkungan kerja yang baik.

c. Bahaya Potensial Pajanan Psikososial

Pajanan psikologis yang paling sering dialami oleh pekerja adalah stres, kelelahan kerja, dan burnout. Stres sebagai sebuah reaksi psikologis untuk menyatakan ancaman dari situasi lingkungan. Stres dapat juga dipahami sebagai suatu keadaan ketegangan fisik/mental atau kondisi yang menyebabkan ketegangan saat seseorang menjalani kehidupannya sehari-hari yang dengan bersamaan mengatur pikiran dan tubuh dengan tugas yang dimilikinya.

Melalui penyuluhan memberikan pengetahuan kepada mitra usaha dan pekerja agar dapat menerapkan prinsip K3 di khususnya UMKM Desa Cilembu. Hal tersebut agar para pekerja dapat lebih memperhatikan pentingnya penerapan k3 dalam menjaga dan meningkatkan kualitas produk.

Digital marketing

Saat ini, pemasaran produk olahan ubi Cilembu dilakukan di kios-kios daerah Cilembu, dan disepanjang jalan raya Sumedang. selain itu ada sebagian UMKM desa cilembu yang sudah memasarkan produk olahan Ubi Cilembu di kota-kota besar seperti Bandung, Jakarta, Tangerang, dll.

Pemasaran produk UMKM olahan ubi di Desa Cilembu masih dirasa kurang optimal. Faktanya masih banyak para pelaku UMKM yang memasarkan produknya secara konvensional dari warung ke warung sehingga membuat distribusi terbatas hanya pada daerah sekitar. Dengan demikian adanya penyuluhan kewirausahaan dapat meningkatkan pengetahuan para pelaku UMKM dalam memaksimalkan pemasaran secara digital di Desa Cilembu.

Pemasaran digital atau *digital marketing* adalah metode pemasaran yang memanfaatkan perangkat elektronik, dengan memanfaatkan internet, seperti website, mesin pencari, blogs, media sosial, email, dan media serupa lainnya.

Dibandingkan pemasaran secara konvensional, *digital marketing* memiliki banyak sekali keunggulan, diantaranya yaitu lebih murah dan efektif, interaktif, dapat merespons isu dengan cepat, memiliki target khalayak yang spesifik, lebih terukur, tidak ada batasan geografis, dan lebih kaya dengan data. Sedangkan untuk pengembangan kewirausahaan UMKM sendiri, *digital marketing* memiliki manfaat untuk memudahkan interaksi dengan pelanggan, menekan biaya promosi, dan dapat menjangkau lebih banyak pelanggan.

Tahapan dalam penggunaan *digital marketing* oleh UMKM dapat dimulai dengan mengenali terlebih dahulu jenis produk yang akan dipasarkan. Kemudian, mengenali target konsumen dari sisi demografi, psikografi, sosiografi, dll. Dan yang terakhir adalah memilih platform yang sesuai untuk memasarkan produk, bisa melalui media sosial, website, atau *e-commerce*. Platform yang paling banyak diminati oleh audiens, khususnya dalam bidang promosi ini adalah media sosial. Berdasarkan data dari *StatCounter Global Stats*, media sosial yang paling banyak diakses oleh masyarakat Indonesia adalah *Facebook*, kemudian *Youtube* dan *Instagram*.

Pemasaran di media sosial adalah sebuah metode yang memanfaatkan jejaring sosial sebagai platform untuk mempromosikan bisnis melalui pembuatan konten dan membagikannya untuk menimbulkan interaksi antara pelaku bisnis dan target konsumennya. Pemasaran menggunakan sosial media dinilai sangat penting dengan beberapa alasan, seperti dapat meningkatkan *brand awareness* produk, menciptakan perbincangan melalui internet, membuka peluang untuk *social listening*, dapat mengarahkan *traffic* ke *website* atau toko online, dan dapat meningkatkan layanan *customer services*.

Legalitas izin edar produk

Masalah lain yang dihadapi UMKM di Desa Cilembu adalah kesulitan untuk mengajukan dan memperpanjang izin edar produk makanannya. Mitra didampingi untuk pembuatan surat izin edar PIRT dan BPOM melalui penyuluhan dengan narasumber yang terpercaya. Pada materi mengenai OSS-PIRT dan BPOM RI MD, mitra

mendapatkan pemahaman mengenai syarat-syarat untuk registrasi, bagaimana cara registrasi dan mendapatkan sertifikasi, serta jenis-jenis makanan apa saja yang wajib dan tidak wajib untuk dilakukan sertifikasi. Berbekal pengetahuan ini, diharapkan mitra UMKM dapat mengembangkan strategi perluasan pasarnya karena setiap produknya sudah memiliki nomor izin PIRT.

PENUTUP

Dengan diselenggarakannya rangkaian kegiatan pengabdian pada masyarakat (PPM) ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi mahasiswa serta mitra UMKM. Secara keseluruhan, tujuan dari kegiatan ini telah tercapai seluruhnya. Hal ini terlihat dari capaian kegiatan yang menunjukkan bahwa mitra UMKM telah mengetahui hal-hal yang berkaitan dengan K3, *digital marketing* serta OSS-PIRT dan BPOM RI MD.

Setelah penyuluhan, mitra UMKM mulai menyadari mengenai pentingnya penerapan K3 dengan melengkapi peralatan pelindung diri, kemudian lebih mengetahui aturan-aturan pelabelan produk dan syarat-syarat yang diperlukan untuk mengajukan sertifikasi BPOM, serta mitra UMKM memanfaatkan teknologi untuk melakukan pemasaran secara digital melalui pembuatan media sosial, website, dan atau *e-commerce* sehingga dapat memperluas segmen pasar.

Berdasarkan hasil-hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa kegiatan ini berhasil meningkatkan pengetahuan mitra UMKM mengenai sertifikasi OSS-PIRT dan BPOM RI MD serta ketentuan dalam hal pelabelan produk. Berbekal pengetahuan ini, diharapkan mitra UMKM dapat mengembangkan strategi perluasan pasarnya karena setiap produknya sudah memiliki nomor izin PIRT.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurohim BS, S.Sos., M.M., M.S, D. (2021). PENGEMBANGAN UMKM (Kebijakan, Strategi, Digital Marketing, dan Model Bisnis UMKM). (Rachmi, Penyunt.) PT Refika Aditama
- BPOM RI. (2018). Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 22 Tahun 2018 Tentang Pedoman

- Pemberian Sertifikat Produksi Pangan Industri Rumah Tangga.
- BPOM RI. (2021). Peraturan BPOM RI No. 10 tahun 2021 tentang Standar Kegiatan Usaha Dan Produk Pada Penyelenggaraan Perizinan Berusaha Berbasis Risiko Sektor Obat dan Makanan.
- Cicik Harini dan SB Handayani. (2019). Pemasaran Kewirausahaan Melalui E-Commerce Untuk Meningkatkan Kinerja Umkm. *Derivatif Jurnal Manajemen*, 3(2252), 58–66.
- Coviello, N., Milley, R. and Marcolin, B. (2001). Understanding IT-enabled interactivity in contemporary marketing. *Journal of Interactive Marketing*, (Vol.15 No. 4, pp. 18-33).
- Kemendesa. (2015). 15.000 Desa Sasaran Prioritas (berdasarkan data indeks desa membangun. Jakarta. Kemendesa.
- Muljono, Ryan Kristo. (2009). *Digital Marketing Concept*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Sriyana, J., & Sari, C. P. (2018). Pengembangan Usaha Kecil Dan Menengah Produsen Makanan Berbahan Baku Lokal. *JPPM (Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat)*, 2(1), 65-71.
- Sugianto, Jimmy. "Analisis Keselamatan Kerja Dan Kesehatan Kerja Pada Pelaksanaan Proyek Konstruksi." *Jurnal Manajemen* 2, no. 1 (2016): 1–9.