

## **Pengembangan dan Pemberdayaan UMKM Usaha Produksi Kuliner di Desa Kampiri**

Prayudhi Fadhillah<sup>1</sup>, Besse Friska<sup>2</sup>, Nurfadillah<sup>3</sup>, Annisa M<sup>4</sup>  
<sup>1,2,3,4</sup>Institut Ilmu Hukum dan Ekonomi Lamadukelleng

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk membantu para pelaku UMKM dalam mengembangkan usaha produknya, sehingga dapat menjangkau pasar lebih luas bukan hanya pasar tradisional tapi melalui sosial media marketing. Metode yang kami gunakan dalam pelaksanaan pengabdian ini adalah melalui pendekatan partisipatif dan melibatkan masyarakat dalam interaksi dan pengumpulan data. Pendekatan partisipatif digunakan dengan keterlibatan masyarakat dalam keseluruhan fase prosesnya (Makosky et al., 2010). Sejalan dengan Fletcher et al., (2015) menjelaskan bagaimana pelibatan masyarakat dalam mobilisasi pengetahuan dapat menjadi tolak ukur dalam melihat realitas kehidupan di masyarakat. Diharapkan dengan menggunakan metode ini dapat menggali informasi yang ada pada pelaku UMKM di Desa Kampiri. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mengenai pengembangan dan pemberdayaan UMKM Usaha produksi kuliner di Desa Kampiri melalui peran dari dosen beserta mahasiswa dapat mengembangkan dan memperdayakan UMKM yang ada di Desa Kampiri dengan Peningkatan Promosi dan Pemasaran Produk UMKM dan Penyediaan Sarana dan Prasarana

**Kata Kunci:** *pengembangan umkm, promosi dan pemasaran, kuliner*

### **Abstract**

*This research aims to help MSMEs develop their product businesses, so they can reach a wider market, not just traditional markets but through social media marketing. The method we use in implementing KKLK is through a participatory approach and involving the community in interaction and data collection. A participatory approach is used with community involvement in all phases of the process (Makosky et al., 2010). In line with Fletcher et al., (2015) explain how community involvement in knowledge mobilization can be a benchmark in seeing the reality of life in society. It is hoped that using this method can explore existing information on MSME actors in Kampiri Village. The research results show that regarding the development and empowerment of MSMEs culinary productionbusiness in Kampiri Village through can develop and empower MSMEs in Kampiri Village by increasing promotion and marketing of MSME products and providing facilities and infrastructure.*

**Keywords:** *msme development, promotion and marketing, culinary*

## **PENDAHULUAN**

Pengabdian masyarakat adalah salah satu bentuk tridarma perguruan tinggi dengan cara memberikan pengalaman belajar kepada mahasiswa di tengah-tengah kehidupan masyarakat dengan secara nyata turut membantu memecahkan masalah masyarakat berdasarkan kompetensi keilmuan masing-masing peserta pengabdian.

Kompetensi disesuaikan dengan situasi, kondisi, masalah, dan prioritas kebutuhan masyarakat di lapangan dengan pendekatan interdisipliner dan ilmiah

Kegiatan pengabdian yang dilakukan oleh mahasiswa beserta dosen dari Institut Lamadukelleng merupakan program pendidikan yang mendukung program utama pemerintah di masyarakat. Tujuannya adalah untuk menciptakan masyarakat yang sehat, cerdas, bermoral, dan mandiri. Kegiatan ini merupakan wujud empati dan implementasi nyata *Nation & Social Responsibility* terhadap problem bangsa (krisis multidimensi dan otonomi daerah) dan upaya peningkatan daya saing bangsa (produk nasional dan kemampuan ilmu pengetahuan dan teknologi di masyarakat). Program kegiatan ini diharapkan akan berdampak pula pada peningkatan peran dan citra Institut Ilmu Hukum dan Ekonomi Lamadukelleng di masyarakat

Oleh karena itu, salah satu bentuk dari pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh pihak Mahasiswa, menitik beratkan kepada pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang dilakukan mempunyai tujuan untuk membantu para pelaku UMKM dalam mengembangkan usaha produknya, sehingga dapat menjangkau pasar lebih luas bukan hanya pasar tradisional tapi melalui sosial media marketing.

UMKM di Indonesia telah menjadi bagian penting dari sistem perekonomian di Indonesia. Hal ini dikarenakan UMKM merupakan unit-unit usaha yang lebih banyak jumlahnya dibandingkan usaha industri berskala besar dan memiliki keunggulan dalam menyerap tenaga kerja lebih banyak dan juga mampu mempercepat proses pemerataan sebagai bagian dari pembangunan (Suci, 2017:8).

Melalui beberapa bentuk kegiatan membantu masyarakat agar bisa mencapai target yang diharapkan dalam pelaksanaan pengabdian ini tentang UMKM ini. UMKM merupakan usaha yang memiliki peran yang cukup tinggi terutama di Indonesia yang masih tergolong negara berkembang. Dengan banyaknya jumlah UMKM maka akan semakin banyak penciptaan kesempatan kerja bagi para pengangguran. Selain itu UMKM dapat dijadikan sebagai sumber pendapatan khususnya di daerah pedesaan dan rumah tangga berpendapatan rendah.

Pelaksanaan usaha kecil dan menengah (UMKM). Sebagai bagian dari program pengabdian, kami bertujuan untuk mendukung pengembangan dan Pemberdayaan UMKM di daerah ini. Pengembangan dan Pemberdayaan UMKM di Desa Kampiri dapat membantu meningkatkan perekonomian masyarakat, menciptakan lapangan kerja, dan meningkatkan taraf hidup masyarakat setempat. Dalam proyek ini, kami akan bekerja sama dengan pemilik UMKM untuk menciptakan lingkungan yang mendukung pengembangan UMKM dengan memberikan sosialisasi tentang Pengembangan dan Pemberdayaan UMKM di Desa Kampiri.

Salah satu pelaku UMKM di Desa Kampiri yaitu pembuatan kuliner makanan Bugis yang biasa disebut *Bette Leppang* yang terbuat dari padi ketan mengkal yang disangrai (*bette*) kemudian ditumbuk hasil akhirnya gepeng (*leppang*) itulah sebabnya dinamai *Bette Leppang*, meski di beberapa daerah di Sulawesi Selatan sering terdengar orang menyebutnya "bette".

## **METODE**

Metode yang digunakan dalam pelaksanaan pengabdian ini adalah melalui pendekatan partisipatif dan pelibatan masyarakat dalam interaksi dan pengumpulan data. Pendekatan partisipatif digunakan dengan keterlibatan masyarakat dalam keseluruhan fase prosesnya (Makosky et al., 2010). Sejalan dengan Fletcher et al., (2015) menjelaskan bagaimana pelibatan masyarakat dalam mobilisasi pengetahuan

dapat menjadi tolak ukur dalam melihat realitas kehidupan di masyarakat. Diharapkan dengan menggunakan metode ini dapat menggali informasi yang ada pada pelaku UMKM di Desa Kampiri.

## **PEMBAHASAN**

### *Pengertian UMKM*

UMKM di Indonesia telah menjadi bagian penting dari sistem perekonomian di Indonesia. Hal ini dikarenakan UMKM merupakan unit-unit usaha yang lebih banyak jumlahnya dibandingkan usaha industri berskala besar dan memiliki keunggulan dalam menyerap tenaga kerja lebih banyak dan juga mampu mempercepat proses pemerataan sebagai bagian dari pembangunan (Suci, 2017:8).

Selain itu, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah adalah salah satu pilar utama ekonomi nasional yang harus memperoleh kesempatan utama, dukungan, perlindungan dan pengembangan seluas-luasnya sebagai wujud keberpihakan yang tegas kepada kelompok usaha ekonomi rakyat, tanpa mengabaikan peranan Usaha Besar dan Badan Usaha Milik Negara (Tambunan, 2012).

Menurut Halim (2020:18) Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) adalah usaha yang memproduksi barang dan jasa yang menggunakan bahan baku utama berbasis pada pendayagunaan sumber daya alam, bakat dan karya seni tradisional dari daerah setempat. Adapun ciri-ciri UMKM adalah bahan baku mudah diperolehnya, menggunakan teknologi sederhana sehingga mudah dilakukan alih teknologi, keterampilan dasar umumnya sudah dimiliki secara turun temurun, bersifat padat karya atau menyerap tenaga kerja yang cukup banyak, peluang pasar cukup luas, sebagian besar produknya terserap di pasar lokal atau domestik dan tidak tertutup sebagian lainnya berpotensi untuk diekspor, beberapa komoditi tertentu memiliki ciri khas terkait dengan karya seni budaya daerah setempat serta melibatkan masyarakat ekonomi lemah setempat secara ekonomis dan menguntungkan.

Dari beberapa pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa UMKM di Indonesia merupakan bagian penting dari sistem ekonomi karena jumlahnya yang lebih banyak daripada usaha industri besar. UMKM dapat menyerap tenaga kerja lebih banyak dan mempercepat pembangunan ekonomi. UMKM harus mendapatkan dukungan utama sebagai bagian dari ekonomi rakyat. Karakteristik UMKM termasuk bahan baku lokal, teknologi sederhana, keterampilan turun temurun, padat karya, pasar luas, dan potensi untuk diekspor. Ini juga melibatkan seni dan budaya lokal serta mendukung masyarakat ekonomi lemah.

### *Pengembangan UMKM*

Perkembangan usaha adalah suatu bentuk usaha kepada usaha itu sendiri agar dapat berkembang menjadi lebih baik lagi dan agar mencapai pada satu titik atau puncak menuju kesuksesan. Perkembangan usaha dilakukan oleh usaha yang sudah mulai terproses dan terlihat ada kemungkinan untuk lebih maju lagi.

Perkembangan usaha merupakan suatu keadaan terjadinya peningkatan omset penjualan, peningkatan pendapatan dan bertambahnya tenaga kerja (Nurwahida dan Susyanti, 2018).

Dari beberapa pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa Perkembangan usaha adalah usaha untuk meningkatkan kualitas dan mencapai kesuksesan. Biasanya ditandai dengan peningkatan omset, pendapatan, dan tenaga kerja. Diperlukan untuk pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan.

### *Pemberdayaan UMKM*

Pemberdayaan menurut (Suharto,2014:57), secara konseptual pemberdayaan atau pemberdayaan (*empowerment*) berasal dari kata “*power*” (kekuasaan dan keberdayaan). Karenanya ide utama pemberdayaan bersentuhan dengan konsep mengenai kekuasaan. Kekuasaan seringkali dikaitkan dengan kemampuan kita untuk membuat orang lain melakukan apa yang kita inginkan, terlepas dari keinginan dan minat mereka.

Pemberdayaan adalah sebuah proses dan tujuan. Sebagai sebuah proses, pemberdayaan adalah serangkaian kegiatan untuk memperkuat kekuasaan atau keberdayaan kelompok lemah dalam masyarakat, termasuk individu- individu yang mengalami masalah kemiskinan. Sebagai tujuan, maka pemberdayaan menunjuk pada keadaan atau hasil yang ingin dicapai oleh sebuah perubahan sosial; yaitu masyarakat yang berdaya, memiliki kekuasaan atau mempunyai pengetahuan dan kemampuan dalam memenuhi kebutuhan hidupnya baik yang bersifat fisik, ekonomi, maupun sosial seperti memiliki kepercayaan diri, mampu menyampaikan aspirasi, mempunyai mata pencaharian, berpartisipasi dalam kegiatan sosial, dan mandiri dalam melaksanakan tugas-tugas kehidupannya”. (Suharto, 2014 : 59)

Dari beberapa pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa pemberdayaan adalah proses memperkuat kekuasaan individu atau kelompok lemah dalam masyarakat. Tujuannya adalah mencapai masyarakat yang berdaya, memiliki kekuasaan, pengetahuan, dan kemampuan dalam memenuhi kebutuhan hidup fisik, ekonomi, dan sosial. Hal ini termasuk kepercayaan diri, kemampuan menyampaikan aspirasi, mata pencaharian, partisipasi dalam kegiatan sosial, dan mandiri dalam kehidupan sehari-hari.

Upaya pengembangan UMKM bukan merupakan yang harus diambil oleh Pemerintah dan hanya menjadi tanggung jawab Pemerintah. Akan tetapi, pihak UMKM yang menjadi pihak internal yang akan dikembangkan, dapat melakukan kerja sama dengan Pemerintah. Hal tersebut perlu dilakukan karena potensi yang dimiliki oleh internal UMKM mampu menciptakan kreatifitas usaha dengan memanfaatkan fasilitas yang diberikan oleh pemerintah. (Anggraeni et al., 2013)

Berdasarkan hasil penelitian yang di lakukan dengan cara mewawancarai pelaku UMKM Pembuatan Bette Leppang di Desa Kampiri yaitu mayoritas permasalahan yang dialami oleh pelaku UMKM terdiri dari dua bagian, yaitu legalitas, sarana dan prasarana usaha. Kendala legalitas yang dialami oleh pelaku UMKM ialah dikarenakan kurangnya pengetahuan dan pemahaman pelaku UMKM terhadap pentingnya legalitas usaha dalam pengembangan usahanya. Pemahaman tersebut kemudian diperkuat dengan kurangnya sosialisasi yang digiatkan oleh pihak pemerintah Desa Kampiri. Sedangkan kendala berikutnya yaitu kendala sarana dan prasarana, kendala tersebut yang dialami oleh pelaku UMKM dilatar belakangi oleh pelaku UMKM masih menggunakan kantong untuk tempat atau wadah yang digunakan produk bette leppang.

Adapun peran dari dosen dan mahasiswa Institut Ilmu Hukum dan Ekonomi Lamadukelleng untuk membantu mengatasi permasalahan yang muncul dalam proses mengembangkan dan memperdayakan UMKM yang ada di Desa Kampiri sebagai berikut.

### *Peningkatan Promosi dan Pemasaran Produk UMKM*

Upaya yang dapat dilakukan dalam meningkatkan promosi produk dan memperluas pemasaran produk dengan mengadakan pelatihan atau sosialisasi untuk melakukan promosi melalui online kepada UMKM. Hal ini sangat penting dilakukan agar

produk hasil olahan UMKM Desa Kampiri dapat dikenal oleh masyarakat luas. Selain itu, membuat akun sosial media, salah satunya instagram dengan username @bette\_leppang01.



Gambar 1. Pelaksanaan Kegiatan Sosialisasi



Gambar 2. Bersama Peserta

#### *Penyediaan Sarana dan Prasarana*

Penyediaan sarana dan prasarana ini bertujuan untuk mempermudah UMKM untuk melakukan kegiatan usaha mulai dari proses produksi hingga pemasaran produk. Bentuk penyediaan seperti pembuatan logo atau label usaha dan memberi saran tempat atau wadah untuk menjual hasil produk bagi UMKM seperti usaha pembuatan *bette leppang* untuk menampung permasalahan dalam usahanya.



Gambar 3-4. Kondisi Kemasan Sebelumnya



Gambar 5-6. Logo atau Label Usaha dan Kemasan Terbaru

### *Proses Pembuatan Bette Leppang*

Terbuat dari padi ketan mengkal yang disangrai (*bette*) atau goreng tanpa minyak kemudian ditumbuk hasil akhirnya gepeng (*leppang*) itulah sebabnya dinamai Bette Leppang, meski di beberapa daerah di Sulawesi Selatan sering terdengar orang menyebutnya "*bette*" saja. Berikut proses produksi pembuatan *Bette Leppang*.



Gambar 7. Tahap 1 Padi Ketan



Gambar 8. Tahap 2 Padi di goreng



Gambar 9. Tahap 3 Padi ditumbuk



Gambar 10. Tahap 4 Bette Leppang

Disajikan dengan parutan kelapa agak muda dan serutan gula merah aromanya sudah sangat menggoda untuk segera mencicipinya. Namun tekstur keras hasil sangrai menyebabkan justru tidak sempurna di jam awal sehingga butuh waktu kurang lebih 3 jam baru agak enak untuk disantap. Terkadang menyiasati dengan menyiramkan sedikit air panas agar karakter ketannya segera muncul.

Dulu sampai saat ini sering ditemui orang menyimpannya di tempat beras (*pabbaresseng*). Dibuat pada sore hari, esok paginya baru disantap, karena saat itulah *bette* yang telah menyatu dengan parutan kelapa muda dan gula merah akan memanjakan lidah anda dengan kepulenannya. Itu adalah cara penyajian tempo dulu.

Saat ini ada cara lebih cepat agar tekstur keras cepat jadi pulen. Yaitu pada saat parutan kelapa dan gula merah telah siap maka *bette* yang masih dalam kemasan dibuka kemudian dibilas satu kali dengan air dingin yang sudah dimasak setelah itu ditiriskan kemudian langsung dicampur dengan bahan-bahan yang telah dipersiapkan. Lalu siap dihidangkan.



Gambar 11. Bette Leppang



Gambar 12. Parutan Kelapa



Gambar 13. Gula Merah



Gambar 14. Hasil Bette Leppang

## **SIMPULAN**

Upaya yang dapat dilakukan dalam meningkatkan promosi produk dan memperluas pemasaran produk dengan mengadakan pelatihan atau sosialisasi untuk melakukan promosi melalui online kepada UMKM. Hal ini sangat penting dilakukan agar produk hasil olahan UMKM Desa Kampiri dapat dikenal oleh masyarakat luas.

Penyediaan sarana dan prasarana ini bertujuan untuk mempermudah UMKM untuk melakukan kegiatan usaha mulai dari proses produksi hingga pemasaran produk. Bentuk penyediaan seperti pembuatan logo atau label usaha dan memberi saran tempat atau wadah untuk menjual hasil produk bagi UMKM seperti usaha pembuatan *bette leppang* untuk menampung permasalahan dalam usahanya.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Agus Purwanto. (2023). Pelatihan Kewirausahaan Bagi UMKM Kecamatan Pammana Kabupaten Wajo Pada Program Kampung Zakat Baznas. *Compile Journal of Society Service*, 1(1), 22–26. Retrieved from

- <https://jurnal.lamaddukelleng.ac.id/index.php/compile/article/view/64>.
- Ahmad Mukhtar B, Syahida, & Nurfitriani. (2023). Pelatihan Pembuatan Aneka Olahan Rumput Laut untuk Peningkatan Pendapatan Masyarakat Desa Barangmamase, Sajoanging, Kab. Wajo. *Compile Journal of Society Service*, 1(1), 33–39. Retrieved from <https://jurnal.lamaddukelleng.ac.id/index.php/compile/article/view/66>.
- Andi Sumangelipu, Agus Purwanto, Amelia Bahmiranda, & Hariani. (2023). Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Ekonomi Kreatif Melalui Pemanfaatan Daun Kelor Menjadi Kripik Daun Kelor di Desa Wecudai. *Compile Journal of Society Service*, 1(1), 27–32. Retrieved from <https://jurnal.lamaddukelleng.ac.id/index.php/compile/article/view/65>.
- Andi Sumangelipu, Sitti Maryam, Andi Bau Salman, Rahmi Rustam, & Agustiani Augusta. (2023). Sosialisasi Kewirausahaan Dalam Upaya Peningkatan UMKM Pada Era Digitalisasi di Paria, Majauleng, Kab. Wajo. *Compile Journal of Society Service*, 1(1), 1–9. Retrieved from <https://jurnal.lamaddukelleng.ac.id/index.php/compile/article/view/61>.
- Andi Yuniarti, Andi Nurwana, Andi Jamaluddin, & Sukmawati. (2023). Penyuluhan Agrobisnis Pengolahan Frozen Food Untuk Meningkatkan Kreativitas dan Pendapatan Masyarakat Dualimpoe, Maniangpajo, Kab. Wajo. *Compile Journal of Society Service*, 1(1), 40–45. Retrieved from <https://jurnal.lamaddukelleng.ac.id/index.php/compile/article/view/67>.
- Fletcher, A.J., M. MacPhee, & G. Dickson. (2015). Doing Participatory Action Research in a Multicase Study: A Methodological Example. *International Journal of Qualitative Methods* 14(5), 1-9. <https://doi.org/10.1177/1609406915621405>
- Makosky, C.D., A. S. James, E. Urley, S. Joseph, A. Talawyma, W. S. Choi, K. A. Greiner, & M. K. Coe. (2010). Using Focus Groups in Community-Based Participatory Research: Challenges and Resolutions. *Qualitative Health Research*. 20(5):697-706. <https://doi.org/10.1177/1049732310361468>.
- Muzakkir, Akbar, & Besse Adhemenna Putri. (2023). Strategi Pengembangan UMKM Terhadap Pemasaran Produk Melalui Media Sosial di Kelurahan Baru Tancung Kabupaten Wajo. *Compile Journal of Society Service*, 1(1), 10–15. Retrieved from <https://jurnal.lamaddukelleng.ac.id/index.php/compile/article/view/62>
- Suci, Y. R. (2017). Perkembangan UMKM (Usaha Mikro Kecil Dan Menengah) Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos*, 6(1), 51-58.
- Tulus Tambunan. (2012). *UMKM di Indonesia*. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Yuniarti, A. (2023). Pemberdayaan UMKM tentang Pentingnya Adaptasi Digital dan Legalitas Usaha di Limpomajang Kec. Majauleng Kab. Wajo. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 2(1), 299–306. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v2i1.177>
- Yuniarti, A., Nurwana, A., & Jamaluddin, A. (2023). Pelatihan Kewirausahaan Bagi Pelaku UMKM Di Kelurahan Pammana Kabupaten Wajo. *Arunika: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 34-40.
- Yuniarti, Prayudhi, P., Faisal, F., Nur, A. W., & Aldi, A. (2024). Transformasi Tenun Sutera Melalui Kolaborasi dengan Perguruan Tinggi dalam Era Digital. *Journal Of Human*

*And Education (JAHE)*, 4(2), 160–166. <https://doi.org/10.31004/jh.v4i2.739>

Yuniarti, A., Jamaluddin, A., -, F., & Nurwana, A. (2022). Pelatihan Manajemen Keuangan Untuk Meningkatkan Kapasitas Pelaku Umkm Di Kelurahan Padduppa Kecamatan Tempe Kabupaten Wajo. *Arunika: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 36-41. Retrieved from <https://ojs.stie-tdn.ac.id/index.php/Ar/article/view/274>