

PKM Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Melalui *Home Industry* Donat Berbasis Komunitas di Desa Sumberanyar Kecamatan Paiton Probolinggo

**Deddy Junaedi^{1*}, Daud Em Paulia², Raudatul Jannah³,
Erinda Sulistiana⁴, Intan Rahmadhani⁵, Metalis Putri Pratiwi⁶**

^{1,2,3,4,5,6} Universitas Nurul Jadid, Probolinggo, Indonesia

email Koresponden : deddyjunaedy@unuja.ac.id

DOI :

Diterima: 3-10-2024	Direvisi: 12-11-2024	Diterbitkan: 13-11-2024
---------------------	----------------------	-------------------------

Abstrak: Program pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui *home industry* Donat berbasis komunitas di Desa Sumberanyar, Kecamatan Paiton, Probolinggo, bertujuan untuk meningkatkan keterampilan produksi dan pemasaran serta mendukung kesejahteraan ekonomi komunitas. Program ini berhasil meningkatkan keterampilan teknis peserta dalam pembuatan donat, memperkuat strategi pemasaran, dan berkontribusi signifikan terhadap peningkatan pendapatan peserta. Namun, program juga menghadapi beberapa keterbatasan, seperti akses modal yang terbatas, kendala adopsi teknologi, dan fluktuasi permintaan pasar. Metode yang digunakan dalam pengabdian ini adalah kualitatif dengan pendekatan partisipatoris yang menekankan keterlibatan aktif masyarakat dalam proses pengabdian. Implikasi dari keberhasilan program ini menunjukkan bahwa pemberdayaan ekonomi berbasis komunitas dapat menjadi model efektif untuk meningkatkan kesejahteraan lokal dan berpotensi untuk direplikasi di daerah lain. Untuk mengatasi keterbatasan yang ada, direkomendasikan adanya dukungan tambahan berupa akses pembiayaan mikro, pelatihan teknologi lanjutan, serta diversifikasi produk dan perluasan jaringan pemasaran. Dengan menerapkan rekomendasi ini, program diharapkan dapat mencapai keberlanjutan dan memberikan dampak yang lebih luas dan berkelanjutan bagi komunitas.

Kata Kunci: Pemberdayaan; Ekonomi Masyarakat; *Home Industry*

Abstract:

The community economic empowerment program through a community-based donut home industry in Sumberanyar Village, Paiton District, Probolinggo, aims to improve production and marketing skills and support the economic welfare of the community. This program succeeded in improving participants' technical skills in donut making, strengthening marketing strategies, and contributing significantly to increasing participants' income. However, the program also faces several limitations, such as limited access to capital, obstacles to technology adoption, and fluctuations in market demand. The method used in this service is qualitative with a participatory approach which emphasizes the active involvement of the community in the service process. The implications of the success of this program show that community-based economic empowerment can be an effective model for improving local prosperity and has the potential to be replicated in other areas. To overcome existing limitations, additional support is recommended in the form of access to microfinance, advanced technology training, as well as product diversification and expansion of marketing networks. By implementing these recommendations, it is hoped that the program can achieve sustainability and provide a broader and more sustainable impact on the community

Keywords: Empowerment; Community Economy; Home Industry

Pendahuluan

Salah satu prinsip utama dalam memberdayakan perekonomian masyarakat adalah melalui ekonomi kreatif. Potensi kreativitas, imajinasi, dan inovasi dalam masyarakat perlu dijelajahi sebagai bagian integral dari upaya pemberdayaan yang menitikberatkan pada aspek ekonomi kreatif. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah merupakan sektor penting dalam perekonomian suatu negara dan memiliki peran yang signifikan dalam menciptakan lapangan kerja dan menggerakkan pertumbuhan ekonomi serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah adalah bisnis yang memiliki skala kecil atau menengah dalam jumlah karyawan, omset, dan aset (Arifudin, 2020).

Pemberdayaan adalah pemberian kekuatan kepada kelompok yang lemah dan kelompok yang belum mempunyai daya untuk dapat hidup sendiri (Hendrawati, 2018). Pemberdayaan adalah serangkaian dukungan untuk meningkatkan kemampuan serta memperluas segala akses kehidupan sehingga mampu mendorong kemandirian yang berkelanjutan terhadap masyarakat (Octama, *et al*, 2021). Pemberdayaan masyarakat adalah suatu kegiatan yang berkesinambungan, dinamis, secara sinergis mendorong keterlibatan semua potensi yang ada secara evolutif dengan keterlibatan semua potensi dan keterlibatan masyarakat dalam proses mengevaluasi perubahan yang terjadi (Suhendra, 2006).

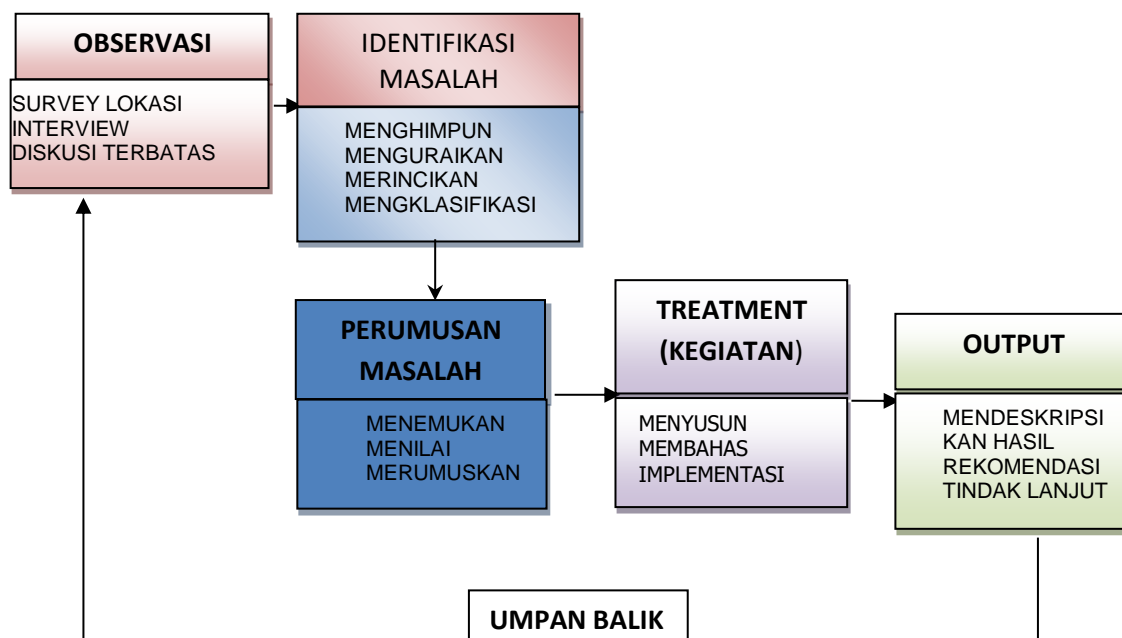
Berdasarkan data pusat statistik kabupaten Probolinggo pada tahun 2024 pendapatan perkapita desa sumberanyar berapa pada kisaran Rp. 1.500.000 per bulan yang masih jauh dibawah rata-rata pendapatan per kapita kabupaten Probolinggo sebesar Rp. 2.806.955 per bulan. Selain itu tingkat pengangguran di desa Sumberanyar mencapai 15% dengan jumlah penduduk usia produktif sekitar 3.000 orang. Dari jumlah tersebut sekitar 450 orang tidak mempunyai pekerjaan tetap. Pengangguran lebih banyak dialami oleh ibu rumah tangga dan pemuda yang baru lulus sekolah. Pada umumnya hal tersebut disebabkan karena keterbatasan pengetahuan dan keterampilan sehingga terjadi kesenjangan dalam pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan dalam pengembangan usaha rumaha. Kabupaten Probolinggo menurut Dinas Perindustrian dan Perdagangan mengalami pertumbuhan pasar makanan ringan sebesar 10% per tahun. Salah satu makanan ringan yang populer di sekitar wilayah Kecamatan Paiton Kabupaten Probolinggo adalah produk donat. Pemberdayaan ekonomi berbasis komunitas yang telah dilakukan di beberapa daerah terbukti efektif dalam meningkatkan kesejahteraan perekonomian masyarakat.

Desa Sumberanyar terletak di Kecamatan Paiton Kabupaten Probolinggo merupakan salah satu desa dengan potensi sumber daya alam yang cukup melimpah akan tetapi pendapatan masyarakat masih relatif rendah serta banyak penduduk yang mengandalkan sektor pertanian sebagai sumber penghidupan utama. Sektor ini sering menghadapi berbagai tantangan seperti fluktuasi harga hasil pertanian, perubahan cuaca, keterbatasan akses yang lebih luas. Bagaimana cara memberdayakan masyarakat dalam manajemen usaha donat serta strategi pemasaran yang efektif dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi lokal secara berkelanjutan. Sedangkan tujuan pengabdian ini adalah untuk meningkatkan ketrampilan dan memberikan pengetahuan masyarakat dalam manajemen usaha serta strategi pemasaran yang efektif dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat Desa Sumberanyar Kecamatan Paiton Kabupaten Probolinggo.

Metode

Tahapan pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan dalam Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Melalui *Home Industry* Donat Berbasis Komunitas di Desa Sumberanyar Kecamatan Paiton Probolinggo dilakukan dengan beberapa tahapan pelaksanaan program. Menurut Haris (2023) bahwa dalam rangka mempersiapkan seluruh kegiatan dari pengabdian kepada masyarakat terdapat beberapa hal yang dilakukan, diantaranya: (a) melakukan koordinasi internal: kegiatan ini dilakukan oleh tim guna membahas tentang perencanaan secara konseptual dan operasional; (b) koordinasi secara eksternal: kegiatan ini dilakukan dengan pihak sekolah mitra terkait; (c) penyusunan instrumen kegiatan pengabdian seperti, presensi, PPT, media diskusi dan sebagainya; dan (d) persiapan mengenai tempat / lokasi kegiatan, dokumentasi dan persiapan teknis lainnya. Metode yang digunakan dalam pengabdian ini adalah kualitatif dengan pendekatan partisipatoris yang menekankan keterlibatan aktif masyarakat.

Mahasiswa akan melakukan peran yang krusial dalam program PKM pemberdayaan ekonomi masyarakat home industry donat di Desa Sumberanyar antara lain; dapat berkomunikasi dengan beberapa pihak yaitu mitra, masyarakat untuk memastikan kelancaran program, selain itu dapat berkoordinasi dengan pengusaha donat dalam pengembangan inovasi produk serta pemasaran produk, melakukan strategi pemasaran termasuk promosi di media sosial, mengumpulkan dan mendokumentasikan hasil kegiatan yang mencakup pencapaian, tantangan dan rekomendasi untuk program di masa yang akan datang.



Bagan 1. Kerangka Pemecahan Masalah

Hasil dan Pembahasan

Pengembangan produk dalam program ini berfokus pada diversifikasi donat agar memiliki keunikan serta daya tarik yang lebih di pasar. Hasil utama pengembangan produk adalah pengenalan varian donat lokal; a) donat ubi jalar. Dengan memanfaatkan ubi jalar sebagai bahan baku utama, donat ini memiliki rasa yang khas dan tekstur yang lembut. Ubi jalar juga memberikan warna alami yang menarik pada donat sehingga meningkatkan daya tarik visual produk. Selain itu, varian ini tidak hanya enak tetapi juga sehat karena kandungan serat serta nutrisi yang lebih tinggi. b) donat kentang. Donat yang dibuat dengan kentang menghasilkan tekstur yang lebih padat dan empuk, varian ini dapat diterima dengan baik oleh konsumen karena rasa yang berbeda dan lebih menyenangkan dari pada donat biasa. c) inovasi topping dan isian, Agar menambah nilai produk peserta diberikan ide-ide inovatif untuk topping dan isian donat seperti menggunakan bahan lokal (cokelat, keju, dan kacang). Varian ini memberikan pilihan kepada konsumen yang lebih beragam dan menarik.

Pengembangan jaringan dan distribusi merupakan aspek yang penting dalam memastikan produk donat yang dihasilkan agar dapat mencapai pasar yang lebih luas dan meningkatkan penjualan. Solusi yang diterapkan dalam pengembangan jaringan adalah sebagai berikut; a) menjalin kemitraan dengan warung dan minimarket, peserta diberikan dorongan untuk menjalin kemitraan dengan warung-warung, minimarket, dan toko roti lokal. Dengan adanya kerjasama ini memungkinkan produk donat dijual di berbagai titik yang mudah diakses oleh konsumen. Dengan begitu produk memiliki eksposur yang lebih tinggi dan penjualan dapat meningkat. b) pengembangan jaringan dengan pihak pemerintah, peserta dibantu mengakses program-program pemerintah yang memberikan dukungan terhadap UMKM, seperti pelatihan lanjutan, akses permodalan dan fasilitas promosi. Pemerintah daerah juga sering memiliki program pengembangan UMKM yang bisa dimanfaatkan untuk memperluas jaringan distribusi. c) menjalin pengembangan kemitraan dengan lembaga swasta atau CSR (Corporate Social Responsibility) dari perusahaan di sekitar Probolinggo, misalnya mendapatkan dukungan dalam bentuk sponsorship untuk event atau akses ke jaringan distribusi yang lebih besar. d) pengembangan jaringan Kelompok Usaha Bersama (KUB), dapat dilakukan dengan penguatan internal dan ekspansi pasar yang dapat menjadi entitas lebih kuat dalam negosiasi dan kerjasama bisnis dengan pihak ketiga.

Pengembangan pemasaran merupakan kunci untuk memastikan produk donat yang dihasilkan oleh komunitas di Desa Sumberanyar, Kecamatan Paiton, Probolinggo, dikenal oleh pasar yang lebih luas dan menarik lebih banyak pelanggan. Berikut adalah solusi-solusi yang diterapkan untuk meningkatkan efektivitas pemasaran produk donat: a) Langkah pertama dalam pengembangan pemasaran adalah menciptakan identitas brand yang kuat. Peserta diberikan pelatihan untuk membuat logo, memilih nama merek yang menarik dan mudah diingat, serta mendesain kemasan produk yang menarik. Identitas brand yang kuat membantu produk menjadi lebih dikenal dan dipercaya oleh konsumen. b) Cerita Produk (Product Storytelling): Peserta diajarkan untuk menciptakan cerita di balik produk donat mereka, misalnya, bagaimana produk tersebut dibuat dari bahan-bahan lokal yang berkualitas atau

bagaimana komunitas terlibat dalam produksinya. Cerita ini dapat digunakan dalam materi promosi untuk membangun hubungan emosional dengan konsumen. c) Pemanfaatan Media Sosial: Media sosial seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp menjadi platform utama dalam pemasaran digital. Peserta diajari cara membuat akun bisnis, memposting konten yang menarik, dan menggunakan fitur-fitur seperti stories, reels, dan iklan berbayar untuk menjangkau lebih banyak pelanggan. Mereka juga belajar cara berinteraksi dengan audiens untuk membangun komunitas online yang loyal. d) Optimasi Search Engine (SEO): Untuk peserta yang memiliki website atau toko online, diberikan pelatihan dasar SEO (Search Engine Optimization) agar situs mereka mudah ditemukan di mesin pencari seperti Google. Ini meliputi penggunaan kata kunci yang tepat, optimasi halaman, dan pembuatan konten yang relevan. e) Promosi dari Mulut ke Mulut (Word of Mouth): Word of Mouth (WOM) merupakan metode pemasaran tradisional yang sangat efektif di komunitas kecil. Peserta didorong untuk memberikan pelayanan terbaik dan menciptakan produk berkualitas sehingga pelanggan dengan sukarela merekomendasikan produk kepada orang lain. WOM bisa diperkuat dengan program referral atau insentif bagi pelanggan yang membawa pembeli baru. f) Distribusi Brosur dan Pamflet: Dalam pemasaran tradisional, peserta juga diajarkan cara efektif mendistribusikan brosur, pamflet, dan kartu nama di tempat-tempat strategis seperti pasar, sekolah, dan tempat ibadah. Materi promosi ini dirancang untuk menonjolkan keunikan produk donat dan informasi kontak yang jelas. g) Strategi Diskon dan Penawaran Khusus: Untuk menarik perhatian konsumen baru dan meningkatkan penjualan, peserta belajar menerapkan berbagai strategi diskon dan penawaran khusus, seperti "Beli 1 Gratis 1", potongan harga untuk pembelian dalam jumlah besar, atau diskon pada hari-hari tertentu. Promosi ini bisa diiklankan baik secara online maupun offline. h) Program Loyalitas Pelanggan: Mengembangkan program loyalitas, seperti pemberian kartu stempel (stamp card) di mana setiap pembelian donat akan mendapatkan stempel, dan setelah stempel terkumpul, pelanggan bisa mendapatkan donat gratis. Program ini dirancang untuk meningkatkan frekuensi pembelian dari pelanggan yang sudah ada.



Gambar 1. Tempat penjualan home industri donat

Kesimpulan

Kesimpulan dari program pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui home industry Donat berbasis komunitas di Desa Sumberanyar Kecamatan Paiton Kabupaten Probolinggo, telah berhasil meningkatkan keterampilan dan pendapatan peserta, serta memberikan kontribusi signifikan terhadap kesejahteraan ekonomi komunitas. Program ini membuktikan bahwa dengan pelatihan yang tepat dan dukungan yang berkelanjutan, masyarakat dapat berkembang menjadi pelaku usaha yang lebih mandiri dan inovatif, sehingga berpotensi untuk menciptakan dampak positif yang lebih luas di masa datang.

Implikasi keberhasilan program pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui home industry Donat ini menunjukkan bahwa model pemberdayaan berbasis komunitas dapat menjadi alat efektif untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi di tingkat lokal. Program ini tidak hanya memperkuat kemampuan individu dalam memproduksi dan memasarkan produk, tetapi juga mendorong kemandirian ekonomi dan meningkatkan peran perempuan dalam ekonomi keluarga. Dengan demikian, program ini berpotensi untuk direplikasi di daerah lain sebagai strategi untuk mengatasi kemiskinan dan meningkatkan inklusi ekonomi, terutama di komunitas-komunitas pedesaan. Selain itu, pentingnya dukungan berkelanjutan dari pemerintah, lembaga keuangan, dan pihak swasta menjadi lebih jelas, karena kolaborasi yang baik dapat mempercepat pencapaian tujuan pemberdayaan ekonomi yang lebih luas.

Ucapan Terima Kasih

Kami mengucapkan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas kelancaran program "Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Melalui Home Industry Donat Berbasis Komunitas di Desa Sumberanyar, Kecamatan Paiton, Probolinggo." Terima kasih yang sebesar-besarnya kami sampaikan kepada LP3M Universitas Nurul Jadid, Pemerintah Desa Sumberanyar, masyarakat yang berpartisipasi, serta para donatur dan sponsor atas dukungan dan kerja samanya. Ucapan terima kasih juga kami sampaikan kepada tim pelaksana yang telah bekerja keras demi suksesnya program ini. Semoga kontribusi semua pihak memberikan manfaat berkelanjutan bagi masyarakat dan mendapatkan balasan terbaik dari Tuhan Yang Maha Esa

Referensi

- Apoga, R.R.; Petrovska, K. 2022. Barriers to Sustainable Digital Transformation in Micro Small and Medium Sized Enterprises. *Sustainability Journal*. Vol. 14 p. 1-19
- Djamal, M. (2015). *Paradigma Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Mitra Pustaka
- Fuadi, D. S., Akhyadi, A. S., & Saripah, I. (2021). Systematic Review: Strategi Pemberdayaan Pelaku UMKM Menuju Ekonomi Digital Melalui Aksi Sosial. *DIKLUS: Jurnal Pendidikan Luar Sekolah*, Nomor:1
- Hartanty, Irfanunnisa' Tsalits dan Alifah Ratnawati, 2013. Peningkatan kinerja pemasaran melalui optimalisasi keunggulan bersaing. *Jurnal EKOBIS*, Vol. 14 No. 2 Hal. 72-89

- Himawan, A. F. I., & Faisal, M. E. (2019). Positioning Travel Sites Online Traveloka According to Student Perception in Gresik using Method Multidimensional Scaling. *In 23rd Asian Forum of Business Education (AFBE 2019) (pp. 178-184). Atlantis Press.*
- Jones, M.D.; Hutcheson, S; Camba, J.D., 2021. Past, present, and future barriers to digital transformation in manufacturing: A review. *Journal of Manufacturing Systems p. 1-13*
- Kamaludin R. 2018. Competitiveness and exports sustainability of the Indonesian natural rubber. *Sriwijaya International Journal Of Dynamic Economics And Business. 2(1): 85-98*
- Nadya. 2016. Peran Digital Marketing dalam Eksistensi Bisnis Kuliner Seblak Jeletet Murni. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis, 1(2), 133-144.*
- Pradoko, 2017. *Paradigma Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Rafiah, K.K; Widiyanto, S.; Kamal, I; Shofiana, A; Fajar, M.; Rudini, A.A. 2022. Digital Readiness Of SMES: An Insight From Indonesia. *AFEBI Management and Business Review (AMBR) p. 12-26*
- Rasid, F.E.T., H,S.P., & Rizal, M.N. 2021. Faktor Pendorong, Proses Dan Tantangan Transformasi Digital Pada Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah: Tinjauan Pustaka Sistematis. *Jurnal Informasi Interaktif, Vol. 6 No., 62-71*
- Schwertner, K. (2017) 'Digital transformation of business'. *Trakia Journal of Science, 15(Suppl.1), pp.388-393. Doi: 10.15547/tjs.2017.s.01.065*
- Simberova, I; Koraos, A.; Schuller, D.; Smolikova, L. Strakova, J; Vachal, J. 2022. Threats and Opportunities in Digital Transformation in SMEs from the Perspective of Sustainability: A Case Study in the Czech Republic. *Sustainability Journal Vol. 14 p. 1-17.*
- Sugiyono, 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung. Alfabeta
- Sulistiyani, Aditya Pratama, Setiyanto. 2020. Analisis Strategi Pemasaran dalam Upaya Peningkatan Daya Saing UMKM. *Jurnal Pemasaran Kompetitif Vol.3 No.2 p.31-39*
- Telukdarie, A., Dube, T.; Matjuta, P.; Philbin, S. 2023. The Opportunities and Challenges of Digitalization for SME's. *Procedia Computer Science 217 p. 689-698*
- Wijayanto, H., & Harsadi, P. (2021). *Modul Transformasi Digital*. Kampus Merdeka, 1-116.