



PEMBERDAYAAN PENGRAJIN TAHU TEMPE UNTUK MENINGKATKAN EKONOMI LOKAL YANG BERKELANJUTAN DI DESA LOHBENER KECAMATAN LOHBENER KABUPATEN INDRAMAYU

Casriyanti

Institut Agama Islam Pangeran Dharma Kusuma Indramayu

Email: casriyanti.spd@gmail.com

Abstract

This community service activity aims to increase the capacity of tofu and tempeh craftsmen in order to improve their economic welfare in a sustainable manner. This program includes business management training, product diversification, marketing strategy development, and production waste management. The methods used include socialization, direct mentoring, and evaluation of activity results. The results obtained show an increase in the knowledge and skills of craftsmen in business management, increased income, as well as efforts to manage waste that is more environmentally friendly.

Keywords: *empowerment, tofu and tempeh craftsmen, local economy, sustainability, waste management.*

Abstrak

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas pengrajin tahu dan tempe dalam rangka meningkatkan kesejahteraan ekonomi mereka secara berkelanjutan. Program ini mencakup pelatihan manajemen usaha, diversifikasi produk, pengembangan strategi pemasaran, serta pengelolaan limbah produksi. Metode yang digunakan meliputi sosialisasi, pendampingan langsung, dan evaluasi hasil kegiatan. Hasil yang diperoleh menunjukkan peningkatan pengetahuan dan keterampilan pengrajin dalam manajemen usaha, peningkatan pendapatan, serta upaya pengelolaan limbah yang lebih ramah lingkungan.

Kata Kunci: pemberdayaan, pengrajin tahu dan tempe, ekonomi lokal, berkelanjutan, pengelolaan limbah.

PENDAHULUAN

Masyarakat desa Lohbener memiliki pendapatan rata-rata dari sektor perdagangan atau masuk ke dalam sektor industri, yakni industri tahu dan tempe mayoritas dikelola oleh Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), memberikan kontribusi signifikan terhadap perekonomian lokal. Namun, banyak pengrajin tahu dan tempe masih menghadapi berbagai tantangan seperti keterbatasan akses permodalan, kurang pengetahuan tentang manajemen usaha, serta masalah lingkungan yang disebabkan oleh limbah produksi. Oleh karena itu, diperlukan upaya pemberdayaan untuk meningkatkan produktivitas dan keberlanjutan ekonomi para pengrajin.



Pemberdayaan masyarakat adalah proses peningkatan kapasitas individu atau kelompok agar mereka mampu mengelola sumber daya yang dimilikinya secara mandiri. Menurut Mardikanto (2010), pemberdayaan bertujuan untuk meningkatkan kemampuan ekonomi, sosial, dan politik masyarakat agar lebih berdaya saing.

Pemberdayaan masyarakat pengrajin tahu tempe dapat menjadi strategi efektif untuk menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan, serta memajukan ekonomi lokal secara berkelanjutan. Ekonomi lokal adalah sistem ekonomi yang berfokus pada pengembangan potensi dan sumber daya yang ada di suatu daerah untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat.

Memberdayakan masyarakat adalah memampukan dan memandirikan masyarakat. Upayanya dapat dilakukan dengan tiga langkah yaitu: (1) menciptakan suasana atau iklim yang memungkinkan masyarakat untuk berkembang (*enabling*), (2) memperkuat potensi atau daya yang dimiliki masyarakat (*empowering*), (3) melindungi (*protecting*). Dalam ekonomi rakyat terhadap usaha yang bersifat mandiri yang merupakan ciri khas dari usaha sektor ekonomi rakyat. Kegiatan ekonomi rakyat ini dilakukan tanpa modal yang besar dan dengan cara-cara swadaya. Dalam konteks permasalahan paling sederhana, ekonomi rakyat adalah strategi “bertahan hidup” yang dikembangkan oleh penduduk miskin baik di desa maupun di kota.

Pemberdayaan ekonomi rakyat yang menyangkut koperasi, usaha kecil dan menengah membutuhkan prasyarat iklim usaha yang kondusif bagi tumbuh kembangnya potensi ekonomi rakyat secara mandiri, berkeadilan dan berkelanjutan. Kondisi yang demikian itu dapat ditempuh melalui infrastruktur lunak undang-undang dan peraturan perlindungan usaha ekonomi rakyat melalui pencadangan usaha bagi usaha kecil, usaha informal, usaha tradisional dan koperasi. Secara transparan harus ada sanksi hukum yang tegas bagi kelompok usaha besar yang menjarah kehidupan usaha kecil dan koperasi. Model pembangunan yang partisipatif mengutamakan pembangunan yang dilakukan dan dikelola langsung oleh masyarakat lokal. Model yang demikian itu menekankan pada upaya pengembangan kapasitas masyarakat dalam bentuk pemberdayaan masyarakat).

Mujiyadi dan Gunawan (2007: 34) mengatakan bahwa ada beberapa langkah dalam pemberdayaan masyarakat :

1. Pemberdayaan masyarakat merupakan prasyarat bagi upaya penanggulangan kemiskinan. Langkah kongkrit adalah meningkatkan kesadaran kritis masyarakat atas posisinya dalam struktur sosial politik di mana orang miskin tersebut tinggal.
2. Upaya memutuskan hubungan yang bersifat eksploitatif terhadap lapisan orang miskin. Artinya membiarkan kesadaran kritis orang miskin muncul untuk melakukan reorganisasi dalam dalam rangka meningkatkan produktivitas kerja dan kualitas hidupnya.
3. Menanamkan rasa kebersamaan (*egalitarian*) dan memberikan gambaran bahwa kemiskinan bukan merupakan takdir tetapi sebagai penjelmaan konstruksi sosial.



4. Merealisasi perumusan pembangunan dengan melibatkan masyarakat miskin secara penuh.
5. Perlunya pembangunan sosial dan budaya bagi masyarakat miskin
6. Perlunya redistribusi prasarana pembangunan yang lebih merata.

Pembangunan ekonomi bertujuan antara lain pencapaian pertumbuhan ekonomi yang cukup tinggi, mengentaskan kemiskinan, menjaga kestabilan harga dengan selalu memperhatikan tingkat inflasi, menjaga keseimbangan neraca pembayaran, perhatian yang cukup terhadap neraca perdagangan, pendistribusian pendapatan yang lebih adil dan merata, dan mengatasi masalah pengangguran. Untuk mencapai tujuan tersebut oleh negara diluncurkan berbagai kebijaksanaan misalnya kebijakan moneter, kebijakan fiskal, kebijakan non-moneter, dan lain-lain.

Peranan Usaha Kecil sangat besar dalam Perekonomian Nasional (Kementerian Negara Koperasi dan UKM, 2005) antara lain sebagai berikut:

1. Mendorong munculnya kewirausahaan domestik dan sekaligus menghemat sumber daya negara;
2. Menggunakan teknologi padat karya, sehingga dapat menciptakan lebih banyak kesempatan kerja dibandingkan yang disediakan oleh perusahaan skala besar;
3. Dapat didirikan, dioperasikan dan memberikan hasil dengan cepat;
4. Pengembangannya dapat mendorong proses desentralisasi inter-regional dan intra-regional, karena usaha kecil dapat berlokasi di kota-kota kecil dan pedesaan;
5. Memungkinkan tercapainya obyektif ekonomi dan sosial-politik dalam arti luas.

Pentingnya UKM dalam perekonomian nasional akan meningkatkan komitmen dan pemihakannya dalam pembangunan nasional. Hal ini didukung oleh pranata konstitusi dan aturan pelaksanaannya yang memberikan prioritas pembangunan ekonomi pada UKM dalam rangka mewujudkan sistem ekonomi kerakyatan.

Menurut Glendoh (2001), peranan industri kecil potensial bagi pembangunan di sektor ekonomi, maka industri kecil perlu terus dibina dan diberdayakan secara berkelanjutan agar dapat berkembang dan maju guna menunjang pembangunan di sektor ekonomi karena industri kecil merupakan, (1) penyerapan tenaga kerja; (2) penghasil barang/jasa pada tingkat harga yang terjangkau bagi kebutuhan rakyat yang berpenghasilan rendah; (3) penghasil devisa negara, bagian dari industri nasional. Keberadaan industri kecil sebagai usaha yang produktif telah mendominasi lebih dari 95% dari struktur perekonomian Indonesia. Pada dasarnya industri kecil mempunyai banyak fungsi selain mengurangi kemiskinan juga memperluas lapangan pekerjaan atau penyerapan tenaga kerja yang tidak tergantung pada pemerintah melainkan sektor swasta mandiri dan dapat meningkatkan pendapatan. Fungsi ekonomi yakni: mampu memanfaatkan sumber daya



alam dan meningkatkan pendapatan daerah atau negara serta menghemat devisa. Fungsi ketahanan nasional yakni dapat meningkatkan keuletan dan ketangguhan, memupuk kepribadian dan kemampuan serta menumbuhkan kepercayaan diri sendiri, kepribadian yang sesuai dengan jati dirinya.

Selain banyak fungsi dan manfaatnya, keberadaan industri kecil juga masih banyak menghadapi berbagai masalah seperti pemasaran, sumber daya manusia, kemitraan, sosial ekonomi, politik, kebijakan pemerintah/regulasi dan budaya lainnya. Masalah sumber daya manusia dalam industri kecil termasuk industri rumah tangga tempe sering terkait dengan struktur organisasi dari pembagian kerja, masalah tenaga kerja upahan dan keluarga, masalah kemampuan manajerial pengusaha itu sendiri sering lemah, karena belum dapat memperhitungkan asas manfaat dan biaya dari perubahan penerapan manajemen baru yang sesuai dengan kondisi industri tersebut. Kenyataannya adalah perajin tempe sering tidak membuat dan tidak mau melakukan pembagian tugas secara tegas, pengadministrasian yang baik, hanya karena alasan biaya, tanpa memperhitungkan seberapa besar manfaat yang dapat ditimbulkan dalam jangka panjang. Selanjutnya akibat kelemahan ini bank lembaga keuangan juga menjadi enggan untuk memberikan pinjaman kredit kepada mereka.

Tingkat pengetahuan dan keterampilan (*skill*) yang dimiliki masih terbatas untuk menjalankan usahanya. Umumnya mereka masih lemah jiwa wirausahanya, sehingga usaha-usaha untuk melakukan pekerjaan yang memerlukan kreativitas dan inovasi belum menjadi pola hidupnya. Usaha-usaha pembinaan dan pengembangan industri kecil di Indonesia untuk menghadapi masalah tersebut telah banyak dilakukan baik oleh pemerintah, lembaga pendidikan, pengusaha swasta nasional, maupun yayasan.

Pola kemitraan dan keterkaitan usaha masih lemah sehingga sulit untuk berkembang. Masalah kemitraan dan keterkaitan usaha dapat diartikan bekerja sama antar pengusaha kecil atau bekerja sama dengan pengusaha menengah atau besar. Secara teori, masalah industri kecil merupakan bagian dari suatu sistem yang berkaitan dengan masyarakat yang lebih luas. Karena itu, menggambarkan masalah kegiatan industri tidak boleh hanya ditinjau dari timbal baliknya saja, tetapi perlu diperhatikan hubungan-hubungannya di luar batas-batas sistem itu. Dalam upaya peningkatan produktivitas dan keterampilan serta keahlian bagi industri kecil dilakukan melalui bimbingan teknis dan penyuluhan yang mencakup aspek teknologi produksi, pemasaran, manajemen dan permodalan di sentra-sentra industri di daerah.

Pemberdayaan industri lokal, termasuk tahu dan tempe, merupakan salah satu strategi yang dapat mengurangi angka pengangguran dan meningkatkan pendapatan masyarakat. Adapun tujuan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini adalah: meningkatkan kapasitas manajemen usaha pengrajin tahu dan tempe, mendorong diversifikasi produk olahan kedelai, mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif dan meningkatkan kesadaran akan pentingnya pengelolaan limbah produksi secara berkelanjutan



METODE PELAKSANAAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat dilaksanakan di Desa Lohbener Kecamatan Lohbener kabupaten Indramayu. Metode pelaksanaan kegiatan dilakukan dengan tahap survey, sosialisasi, penerapan, evaluasi dan dokumentasi. Waktu pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat di mulai pada tanggal 6 Februari 2024 – 24 Juni 2024.

Kegiatan dilakukan melalui pendekatan partisipatif dengan melibatkan pengrajin secara aktif dalam setiap tahapan. Metode ini bertujuan memastikan bahwa solusi yang diberikan sesuai dengan kebutuhan pengrajin dan dapat diimplementasikan secara berkelanjutan.

Tahap Survey, Survey dilakukan 2 kali dengan teknik wawancara dan observasi kepada pelaku UMKM khusus pengrajin Tahu dan Tempe. Tahap Sosialisasi, Sosialisasi dilakukan kepada pelaku UMKM untuk memberi penjelasan mengenai strategi pemasaran . Survei awal dilakukan untuk mengetahui kebutuhan dan tantangan yang dihadapi oleh pengrajin dan pelatihan manajemen usaha, meliputi pembukuan sederhana, pengelolaan modal, dan efisiensi produksi. Pendampingan pemasaran dengan strategi pemasaran digital, pengemasan produk, serta pengenalan platform e-commerce.

Evaluasi dilakukan melalui survei dan wawancara dengan pengrajin untuk mengukur peningkatan kapasitas dan dampak terhadap pendapatan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil wawancara, pengrajin tahu tempe menghadapi berbagai kendala, antara lain: Harga kedelai yang fluktuatif sehingga mempengaruhi biaya produksi, Alat produksi yang masih tradisional, sehingga produksi dan Kurangnya akses ke pasar yang lebih luas dan kurang kemampuan pemasaran digital. Pemanfaatan media sosial dalam pemasaran telah menjadi strategi yang efektif dalam era digital ini. Pemanfaatan media sosial dalam pemasaran bertujuan untuk mencapai sejumlah target strategis yang dapat meningkatkan kinerja bisnis secara keseluruhan.

Pemberdayaan masyarakat dalam meningkatkan ekonomi lokal pengrajin tahu dan tempe dapat dilakukan melalui berbagai strategi yang mendukung pengembangan keterampilan, penguatan akses pasar, dan peningkatan kualitas produk. Berikut adalah langkah-langkah yang dilakukan:

1. Peningkatan Kapasitas dan Keterampilan
 - Pelatihan Produksi: Memberikan pelatihan untuk meningkatkan kualitas tahu dan tempe, seperti penggunaan bahan baku berkualitas, teknik fermentasi yang baik, dan inovasi rasa atau bentuk produk.
 - Pelatihan Manajemen Usaha: Mengajarkan pengrajin cara mengelola keuangan, mencatat transaksi, dan membuat perencanaan bisnis.
2. Diversifikasi Produk



- Membantu pengrajin menciptakan produk turunan dari tahu dan tempe, seperti keripik tempe, nugget tahu, atau makanan siap saji.
 - Peningkatan teknologi produksi seperti pengadaan mesin modern untuk meningkatkan efisiensi produksi dan penggunaan teknologi ramah lingkungan untuk mengurangi dampak limbah. Serta penguatan jaringan pemasaran, membentuk kelompok usaha bersama untuk memperluas jaringan pemasaran, membuat kemasan disertai merek dagang sebagai identitas atau ciri khas produk.
3. Penguatan Akses Pasar
- Pemasaran Digital: Memberikan pelatihan kepada pengrajin untuk memanfaatkan platform digital seperti media sosial atau e-commerce untuk memasarkan produk dengan jangkauan yang lebih luas.
 - Kemitraan dengan Retail Lokal: Membantu pengrajin menjalin kerja sama dengan toko atau supermarket untuk memperluas distribusi.
4. Pembiayaan dan Modal Usaha
- Mendorong pemerintah atau lembaga keuangan untuk memberikan akses permodalan dengan bunga rendah bagi pengrajin.
 - Fasilitas akses modal bisa dikerjakan seperti bekerja sama dengan bank atau koperasi untuk menyediakan akses pembiayaan dan program Kredit Usaha Rakyat (KUR) dengan bunga rendah.
5. Peningkatan Kualitas dan Sertifikasi
- Membantu pengrajin mendapatkan sertifikasi pangan, seperti izin BPOM atau label halal, untuk meningkatkan kepercayaan konsumen.
 - Meningkatkan higienitas proses produksi untuk memenuhi standar pasar modern.
6. Penguatan Kelembagaan dan Jaringan
- Membentuk koperasi atau kelompok usaha bersama (KUB) bagi pengrajin untuk memperkuat daya tawar mereka di pasar.
 - Membantu pengrajin berjejaring dengan komunitas atau asosiasi yang mendukung usaha kecil menengah (UKM).
7. Pendampingan Berkelanjutan
- Menyediakan pendampingan jangka panjang dari dinas terkait atau organisasi non-pemerintah untuk memastikan pengrajin dapat berkembang secara mandiri.
 - Memonitor perkembangan usaha dan memberikan solusi atas tantangan yang dihadapi.
 - Dampak Pemberdayaan Terhadap Ekonomi Lokal yakni meningkatkan pendapatan pengrajin sehingga meningkatkan taraf hidup keluarga, membuka lapangan kerja baru di daerah setempat dan memperkuat perekonomian lokal melalui peningkatan daya saing produk tahu tempe di pasar domestik dan Internasional.



Setelah pelatihan, para pengrajin mampu mencatat pemasukan dan pengeluaran secara lebih teratur, yang berdampak pada pengelolaan modal yang lebih baik. Beberapa pengrajin telah berhasil menciptakan variasi produk olahan kedelai yang lebih bernilai jual tinggi. Implementasi pemasaran digital melalui media sosial dan marketplace meningkatkan penjualan hingga 45%. Edukasi dan penerapan teknologi sederhana untuk mengolah limbah menjadi pupuk berhasil mengurangi pencemaran lingkungan di sekitar area produksi.

PENGHARGAAN

Apresiasi setinggi-tingginya saya ucapkan pada Kepala Desa Lohbener dan semua para pelaku usaha pengrajin tahu tempe yang tergabung dalam Koperasi Produsen Tahu Tempe (KOPTI) desa Lohbener. Semangat yang luar biasa dari para pengrajin untuk meningkatkan ekonomi lokal desa, rasa ingin belajar strategi pemasaran secara digital guna memperluas target pemasaran atau calon konsumen. Selama kegiatan pemberdayaan ini berjalan lancar dan saling bekerjasama sehingga kegiatan ini mencapai tujuan yang diharapkan.

SIMPULAN

Program pemberdayaan ini telah berhasil meningkatkan pengetahuan dan keterampilan para pengrajin tahu dan tempe, terutama dalam manajemen usaha, diversifikasi produk, serta pengelolaan lingkungan. Dengan keberlanjutan program ini, diharapkan para pengrajin dapat lebih mandiri dan meningkatkan kesejahteraan ekonomi mereka dalam jangka panjang.

Pemberdayaan masyarakat pengrajin tahu tempe dapat menjadi solusi untuk meningkatkan ekonomi lokal. Dengan adanya dukungan pelatihan, akses permodalan, penerapan teknologi, serta strategi pemasaran yang lebih baik, industri tahu tempe dapat berkembang lebih pesat. Hal ini tidak hanya meningkatkan kesejahteraan pengrajin tetapi juga berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi daerah.

Kegiatan melalui program peningkatan kapasitas pada program pemberdayaan masyarakat sudah berjalan dengan baik, karena program ini bisa mencakup pelatihan teknis tentang cara membuat tempe yang baik dan benar, pengelolaan usaha mikro, manajemen keuangan sederhana, serta pemahaman tentang pasar dan pemasaran. Fokus program ini adalah untuk meningkatkan indikator pemberdayaan masyarakat di wilayah tersebut.

Adapun saran-saran yang dapat diberikan sehubungan dengan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Perlu adanya pendampingan berkelanjutan untuk memastikan keberlanjutan program.
2. Kolaborasi dengan pemerintah daerah dan institusi terkait untuk akses permodalan dan bantuan teknis.
3. Perluasan akses modal melalui program KUR dan dukungan dari lembaga keuangan.
4. Peningkatan akses pemasaran digital agar pengrajin mampu bersaing di era industri 4.0.



DAFTAR PUSTAKA

- Casriyanti, dkk. (2023). Manajemen Pemasaran. Malang: PT. Literasi Nusantara Abadi Grup
- Casriyanti, dkk. (2023). Mikro Ekonomi. Malang: PT. Literasi Nusantara Abadi Grup
- Casriyanti, dkk. (2024). Bisnis 5.0 Transformasi Pemasaran Era Digital dan Peluang Baru. Medan: PT Media Penerbit Indonesia
- Kementerian Koperasi dan UKM RI. (2023). Panduan pemberdayaan UMKM Berbasis Komunitas.
- Kementerian KUKM (2000). *Rencana Strategis Koperasi dan UKM 2001-2010*. Tersedia Online: www.depkop.go.id
- Mardikanto, T. (2010). *Pemberdayaan Masyarakat: Konsep, Teori, dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta.
- Mujiyadi, B. dan Gunawan (2007) *Pemberdayaan Masyarakat*, Jakarta: Balitbang Depsos Republik Indonesia.
- Santoso, D., & Nurhadi, R. (2021). Manajemen Usaha Mikro dalam Industri Olahan Kedelai. *Jurnal Ekonomi Kreatif*.
- Suparno, R. (2021). *Potensi Ekonomi Lokal Melalui Pengembangan UMKM*. Jakarta: Penerbit Salemba.
- Wahyudi, A., & Dewi, L. (2020). Strategi Pemasaran Digital bagi UMKM. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*.