

## SEMINAR KEWIRAUSAHAAN UNTUK MENINGKATKAN NILAI JUAL SAROJA MASYARAKAT RASABOU BIMA

Amirulmukminin<sup>1</sup>, Ikbal Irawan<sup>1</sup>, Jaenab<sup>1</sup>, M. Yusuf<sup>1</sup>, Kartin Aprianti<sup>1</sup>  
Sugeng Aryanto<sup>2</sup>, Noershandy Ramadhan<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Bima

<sup>1,2</sup> Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Bima

Email: [amirul.stiebima@gmail.com](mailto:amirul.stiebima@gmail.com)

**Abstrak:** Setiap daerah di Indonesia memiliki produk yang menjadi khas daerah tersebut. Salah satunya masyarakat Desa Rasabou Kecamatan Bolo Kabupaten Bima dengan kuliner khasnya yaitu Saroja. Sejauh ini, kuliner Saroja sebatas jajanan saat kegiatan adat masyarakat seperti musyawarah keluarga atau *Mbolo Weki* dan belum menjadi komoditi favorit yang dapat meningkatkan nilai ekonomi masyarakat sebagai produk UMKM. Penyebabnya, salah satunya adalah desain pemasaran yang masih terpaku pada cara-cara yang sangat tradisional. Diantaranya kemasan yang masih menggunakan plastic kresek. Untuk mengatasi masalah tersebut, maka dibuat kegiatan seminar kewirausahaan untuk memberikan pemahaman sebagai acuan untuk meningkatkan nilai Saroja, tidak hanya menjadi jajanan tradisional masyarakat Bima dan Dompnu, namun juga masyarakat Nusantara, tentu dengan desain kemasan dan jaminan keamanan sudah teruji.

**Kata Kunci:** Seminar Kewirausahaan, Nilai Jual, Saroja.

### PENDAHULUAN

Secara umum, masyarakat NTB memiliki tiga suku yaitu suku Mbojo, Samawa, dan Lombok. Suku Mbojo mendominasi di Kabupaten Bima, Kota Bima dan Kabupaten Dompnu. Sementara untuk Suku Samawa mendiami Kabupaten Sumbawa dan Kabupaten Sumbawa Barat. Untuk Suku Lombok merupakan mayoritas untuk Kabupaten Lombok Timur, Lombok Tengah, Lombok Barat, Lombok Utara dan Kota Mataram. Ketiga suku tersebut membentuk warna yang sangat kental dalam kehidupan sosial masyarakat. Termasuk yang sangat menonjol dalam kuliner. Tidak heran jika setiap mengunjungi masing-masing daerah maka akan menjumpai berbagai macam jenis kuliner dengan kekhasan masing-masing.

Khusus di suku Mbojo, setiap desa memiliki produk dengan ke-kha-san masing-masing pula. Tidak terkecuali Desa Rasa Bou, Kecamatan Bolo Kabupaten Bima. Masyarakat Rasabou memiliki produk jajanan yang sangat terkenal dikalangan masyarakat Bima dan Dompnu, yaitu Jajanan Saroja. Saroja adalah salah satu jajanan tradisional yang sudah menjadi bagian terpenting dalam setiap hajatan atau cara adat (*Mbolo Weki*) masyarakat Bima. Bahkan dalam anggapan masyarakat setempat, tidak sah jika dalam setiap kegiatan adat tidak disuguhi Saroja ini (Adi, 2019).

Belakangan ini, Saroja sudah menjadi produk beberapa UMKM yang ada di desa Rasabou, hanya saja pada prakter penjualan sangat terkesan tradisional. Saroja hanya dijajaki dipinggir jalan, dengan bungkusan plastik kresek seadanya. Belum masuk pada pasar-pasar modern seperti *ritel*. Disisi lain, Apriyanti (2018) menjelaskan bagaimana pentingnya kemasan dalam pemasaran suatu produk, kemasan yang sangat menarik bagi konsumen akan meningkatkan penjualan produk perusahaan. Hal senada disampaikan Widiati (2019) bahwa dengan memperbaiki kemasan UMKM dapat meningkatkan pemasaran, segmen pasarnya semakin bertambah, dan omset pemasaran semakin meningkat sehingga dapat mewujudkan UMKM naik kelas.

Harusnya masyarakat UMKM harus mampu menyambung kehadiran pasar modern yang berkembang ditengah masyarakat. Tentu saja dengan standar yang sudah ditentukan dan mekanisme yang legal. Sebagaimana penelitian yang dilakukan Sarwoko

(2008) bahwa pemasaran melalui pasar modern lebih menguntungkan dibandingkan dengan menjual melalui pasar tradisional. Selain itu, alasan lain yang dikemukakan oleh Timoer dan Trenggana (2019), Kenapa produk UMKM harus masuk pada pasar modern, diukur dari keterimaan masyarakat dilihat dari bauran strategi pemasaran, bahwa pasar modern berada pada kriteria baik sementara pasar tradisional hanya pada kategori cukup baik saja.

Atas dasar permasalahan diatas, maka terdorong untuk mengadakan suatu kegiatan seminar kewirausahaan agar produk unggulan yang merupakan ciri khas masyarakat Rasabou dapat bertambah nilai jual dengan kemasan yang menarik bahkan untuk menciptakan Saroja dengan varian rasa yang menarik.

## **METODE PENGABDIAN**

Mengurai permasalahan yang dihadapi pelaku UMKM di Desa Rasabou, Kecamatan Bolo Kabupaten Bima Provinsi NTB, maka diselenggarakan sebuah seminar kewirausahaan. Dalam kegiatan seminar tersebut diikuti oleh sejumlah pelaku UMKM yang memproduksi Saroja, dan juga beberapa pelaku UMK lainnya.

Dalam seminar kewirausahaan tersebut, ada beberapa materi yang diberikan diantaranya pentingnya tranformasi UMKM tradisional menjadi UMKM Modern. Tranformasi yang dimaksud adalah berupa proses pemasarng suatu produk UMKM berbasis digital. Apalagi saat ini dunia sedang dihadapkan dengan pandemic Covid 19 yang menuntut masyarakat berbasis digital yaitu dengan menekan kontak fisik secara langsung. Tidak hanya itu, dijelaskan juga bagaimana standar produk UMKM yang layak mendapatkan tempat dimasyarakat luas, dengan memperhatikan kelayakan edar seperti kemasahan, batas waktu aman, keamanan, efek samping, nomor izin edar dan lainnya.

Seminar kewirausahaan menjadi sangat penting untuk dilakukan. Sebab, menurut Purnomo (2017) bahwa kegiatan seminar atau pelatihan dapat meningkatkan penguasaan pengetahuan dan motivasi dalam berwirausaha. Sehingga pelatihan ini menjadi sangat penting terutama bagi masyarakat UMKM Rasabou. Pada penelitian Wibowo dan Pramudana (2016) mendapati hasil bahwa semiar kewirausahaan atau yang dikenal dengan pendidikan kewirausahaan dapat memberikan efek yang besar bagi mental pelaku UMKM dalam berwirausaha.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Kegiatan seminar kewirausahaan yang merupakan salah satu program KKN Kelompok Desa Rasabou memberikan pemahaman baru bagi pelaku UMKM di Desa Rasabou, terutama dalam mendesain kemasan yang menarik bagi prodak UMKM masyarakat setempat. Pada kegiatan tersebut, peserta merespon secara aktif setiap materi yang diberikan. Adapun proses kegiatan seminar sebagaimana pada gambar berikut.



Gambar 1.  
Rangkaian Kegiatan Seminar Kewirausahaan

Dari hasil seminar yang dilakukan, terdapat beberapa kendala yang menjadi keluhan peserta seminar. Diantaranya adalah pelaku UMKM Desa Rasabou belum memahami bagaimana cara kemasan yang menarik, terutama dengan tampilan kekinian. Sehingga alternative yang mereka gunakan adalah mengemas Saroja atau produk UMKM lainnya dengan plastic kresak. Atas permasalahan tersebut, peserta seminar atau pelaku UMKM langsung diajarkan bagaimana cara mengemas dengan menarik termasuk juga penggunaan bahan kemasan yang sesuai dengan tipe produk. Adapun contoh kemasan yang ditun jukkan pada saat ini seperti pada gambar berikut.

#### **Kemasan Tradisional**



#### **Kemasan Modern**



Gambar 2  
Perbandingan Kemasan tradisional dan Modern Jajanan Tradisional Desa

Tidak hanya itu, pelaku UMKM juga tidak memahami bagaimana menjamin agar prodak berkualitas. Termasuk juga batas aman suatu produk. Melalui kegiatan seminar tersebut, pelaku UMKM memahami agar produk yang dipasarkan lebih terpercaya maka sudah tentu harus menyertakan izin edar yang menyangkut kesehatan, higienis dan lainnya.

Kegiatan seminar kewirausahaan tersebut memberika pemahaman dan pengetahuan baru bagis pelaku UMKM di Desa Rasabou. Sehingga kedepan, produk UMKM Desa Rasabou dapat bersaing dan menjelajah didunia maya melaui fitur-fitur jual beli online dan lainnya. Tentu setelah mendapatkan izin edar dan pengujian kemandan suatu produk

### **KESIMPULAN**

Seminar kewirausahaan menjadi salah satu solusi bagi para pelaku UMKM dalam meningkatkan kualitas produk. Baik dari tampilan produk, rasa maupun kandungan di dalamnya. Hal yang sama dirasakan oleh pelaku UMKM Desa Rasabou, selama ini produk yang dijual tidak pernah memperhatikan kemasan, kemandan dan lain-lain. Sehingga produk-produk tersebut hanya dijajaki dipinggir jalan saja secara tradisional. Pelaku UMKM lupa akan tranformasi tehnologi yang menyebabkan pola hidup masyarakat berkembang begitu pesat, salah satunya dengan hadir pasar modern. Jika masyarakat tidak mampu beradaptasi, paka produk UMKM lokal akan tenggelan

dengan produk industry besar. Hal ini tentu akan berdampak pada pertumbuhan ekonomi masyarakat. Untuk itu, maka sudah sepatutnya seminar-seminar kewirausahaan terus dilakukan untuk menanamkan pemahaman dan pengetahuan secara utuh terkait prodak UMKM yang berkualitas dan naik kelas.

## DAFTAR PUSTAKA

- Media Nusantara, di. 2019. Usaha “Pangaha” SAROJA dan Tradisi Masyarakat Bolo. (<http://www.medianusantara.id/2019/06/usaha-pangaha-saroja-dan-tradisi.html>)
- Sarwoko, E. (2008). Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Kinerja Pedagang Pasar Tradisional Di Wilayah Kabupaten Malang. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 4(2), 97-115. (<https://ejournal.unikama.ac.id/index.php/JEKO/article/view/880>)
- Timoer, F.C., Trenggana. A.F.M., 2019. Analisis Perbandingan Karakteristik Pasar Tradisional Dan *Pasar* Modern Ditinjau Dari Strategi Bauran Pemasaran Di Kota Bandung (Studi Kasus Pada Pasar Palasari Dan Griya Buah Batu). *JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*. Universitas Telkom Bandung . Vol. 3 No. 3 September- Desember 2019 (<http://journal.stiemb.ac.id/index.php/mea>)
- Apriyanti, Masayu Endang. 2018. Pentingnya Kemasan Terhadap Penjualan Produk Perusahaan. *Sosio e-kons*. Volume 10. NO. 1 April 2018. Pp. 20-27. ([Sosio e-Kons \(lppmunindra.ac.id\)](http://Sosio e-Kons (lppmunindra.ac.id)))
- .Purnomo, Bambang Raditya. 2017. Efektivitas Pelatihan Kewirausahaan Dalam Meningkatkan Pengetahuan Dan Motivasi Berwirausaha Pada Penyandang Tunarungu. *Ekspektra, Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Volume 1, Nomor 1, Hal. 21-30
- Wibowo, Satriyanto,. Pramudana, Komang Agus Satria,. 2016. Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Intensi Berwirausaha Yang Dimediasi Oleh Sikap Berwirausaha. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 5, No. 12, 2016: 8167-8198.