



Sosialisasi Peluang Usaha dan Strategi Pemasaran bagi Calon Wirausaha Muda dalam Meningkatkan Ketahanan Ekonomi Rumah Tangga di Desa Mojowiryo Kecamatan Kemlagi Kabupaten Mojokerto

Socialization of Business Opportunities and Marketing Strategies for Prospective Young Entrepreneurs in Increasing Household Economic Resilience in Mojowiryo Village, Kemlagi District, Mojokerto Regency

**Sugeng Eko Yuli Waluyo^{1*}, Ahfi Nova Ashriana², Elly Joenarni³,
Elok Cahyaning Pratiwi⁴, Risa Amalia Muzrifah⁵**

¹⁻⁵Universitas Mayjen Sungkono, Mojokerto, Indonesia

Korespondensi penulis: sugeng.windurejo@gmail.com*

Article History:

Received: Februari 04, 2025

Revised: Februari 21, 2025

Accepted: Maret 12, 2025

Published: Maret 30, 2025

Keywords: Business opportunities, Entrepreneurship, Economic resilience

Abstract: This community service article is a qualitative research, containing efforts to enlighten through exploring business opportunities, fostering an entrepreneurial spirit for teenagers, especially administrators and members of the youth organization. This is done to help the government's program in reducing the impact of unemployment due to the many efficiencies carried out by companies that lay off their employees, eradicating poverty and strengthening food security. The method used is initial socialization about what entrepreneurship is, several new business opportunities that can be pursued as well as marketing strategies. In addition to socialization, there is also intensive mentoring and trying to provide examples of digital marketing. With this youth empowerment activity, it is hoped that it will open their insights and paradigms about the importance of rising from the slump due to unemployment, to becoming a successful entrepreneur in several varied business segments.

Abstrak

Artikel pengabdian masyarakat ini merupakan penelitian kualitatif, berisi tentang upaya pencerahan melalui eksplorasi peluang usaha, menumbuhkan jiwa wirausaha bagi para remaja khususnya pengurus dan anggota karangtaruna. Hal ini dilakukan untuk membantu program pemerintah dalam mengurangi dampak pengangguran akibat banyaknya efisiensi yang dilakukan oleh perusahaan yang merumahkan karyawannya, mengentaskan kemiskinan dan menguatkan ketahanan pangan. Metode yang dilakukan adalah sosialisasi awal tentang apa itu wirausaha, beberapa peluang usaha baru yang bisa ditekuni sekaligus strategi pemasarannya. Selain sosialisasi, juga pendampingan secara intens dan mencoba memberikan contoh tentang digital marketing. Dengan kegiatan pemberdayaan generasi muda ini diharapkan akan membuka wawasan serta paradigma mereka tentang pentingnya untuk bangkit dari keterpurukan akibat pengangguran, hingga menjadi seorang wirausaha sukses dalam beberapa segmen usaha yang bervariasi.

Kata Kunci: Peluang usaha, Wirausaha, Ketahanan ekonomi

1. PENDAHULUAN

Pemerintah melalui beberapa regulasi dan kebijakannya telah berupaya semaksimal mungkin untuk membantu rakyatnya terutama dalam hal peningkatan perekonomian. Mulai dari penyediaan sarana dan prasarana pendidikan untuk mencerdaskan kehidupan bangsa, tersedianya lapangan pekerjaan dengan mengundang para investor lokal maupun asing agar bersedia menanamkan modal berupa pembangunan pabrik di Indonesia yang menyerap tenaga kerja, juga tersedianya fasilitas penunjang perekonomian seperti pasar tradisional maupun modern. Hal ini dimaksudkan untuk membantu meningkatkan perekonomian masyarakat luas agar terjaminnya ketahanan pangan terutama untuk keluarga masyarakat Indonesia. Selain itu pemerintah juga ikut serta dalam mengontrol harga kebutuhan bahan pokok agar tidak terjadi kenaikan harga yang tajam akibat ulah para penimbun nakal.

Akan tetapi karena alasan resesi dan inflasi yang tinggi juga efisiensi, sehingga berdampak pada beberapa perusahaan melakukan perampingan karyawan dengan cara merumahkan sebagian besar karyawannya. Sedangkan karyawan yang tidak ikut terkena efisiensi, tetap dipekerjakan di perusahaan namun dengan upah yang jauh dibawah UMR, atau status karyawan kontrak bahkan outsourcing, tentunya hal ini tidak mampu untuk mencukupi kebutuhan hidup sehari-hari. Akibat dampak dari pengangguran dan meningkatnya angka kemiskinan sudah pasti di depan mata. Banyak masyarakat yang mengalami depresi akibat memikirkan kondisi perekonomian rumah tangga mereka. Tentunya kita [ara akademisi tidak bisa duduk diam dan berpangku tangan melihat fenomena ini. Harus ada langkah dan aksi kongkrit untuk mengatasi atau meminimalisir dampak dari degradasi perekonomian ini. Dari latar belakang diatas, diperlukan sebuah upaya untuk memberikan bekal kepada para pemuda dan remaja yang mengalami putus sekolah, putus kuliah, maupun terkena pemutusan hubungan kerja.

Desa Mojowiryo merupakan sebuah desa kecil yang terletak di wilayah kecamatan Kemlagi, salah satu kecamatan paling barat di kabupaten Mojokerto. Di sebelah barat kecamatan kemlagi adalah berbatasan kabupaten Jombang, sedangkan di sebelah utara kecamatan kemlagi adalah berbatasan dengan kabupaten Lamongan. Pengabdian masyarakat ini dilakukan di desa Mojowiryo kecamatan Kemlagi kabupaten Mojokerto. Seperti kebanyakan desa lainnya, desa Mojowiryo mayoritas penduduknya adalah petani, buruh tani, mengolah sawah dan kebun, juga ada beberapa yang mencari penghasilan sebagai karyawan di pabrik. Karena di desa Mojowiryo masih minim tentang kegiatan perekonomian terutama UMKM baik yang industri rumah tangga maupun perdagangan retail produk barang maupun

jasa, maka kami tergerak untuk melakukan perubahan di desa ini dengan maksud mengubah mainset atau pola pikir para pemuda pemudi untuk menumbuhkan semangat berwirausaha untuk meningkatkan pendapatan rumah tangga.

2. METODE

Metode yang dilakukan dalam pengabdian masyarakat ini adalah dengan melakukan sosialisasi awal kepada para pemuda pemudi desa Mojowiryo. Mengapa obyeknya adalah para pemuda pemudi karena mereka masih muda dan mempunyai semangat yang tinggi untuk melakukan perubahan, melakukan kegiatan yang mampu mendatangkan pemasukan finansial. Dalam sosialisasi awal kita memberikan pemaparan tentang materi teori, beberapa contoh peluang usaha baru baik itu produk barang maupun jasa, dan strategi pemasaran yang jitu untuk memasarkan hasil dari produk industri rumah tangga. Setelah sosialisasi, dilakukanlah tanya jawab sekaligus eksplorasi tentang berbagai macam permasalahan yang dihadapi oleh pelaku usaha, terutama para pelaku usaha pemula yang memang rentan akan berbagai permasalahan, karena metode pendampingan dan diskusi dinilai efektif untuk menggali setiap permasalahan dari para audiens (Sulistiyani et al., 2023), kemudian dilakukan pendampingan secara intens tentang bagaimana memulai usaha, mulai kepastian tersedianya bahan mentah, mencari beberapa supplier, proses pengolahan, proses pengemasan, pemberian nama merek untuk mengenal produk tersebut, proses perizinan P-IRT, BPOM, sertifikat halal dari MUI, hingga proses strategi pemasaran. Kemudian dilakukan evaluasi tentang semua kegiatan tersebut secara berkala

3. HASIL

Pengabdian masyarakat ini memberi dampak yang positif terutama tentang menambah wawasan para generasi muda di desa Mojowiryo akan cakrawala dunia usaha. Mulai pengenalan berbagai jenis usaha baru yang itu sama sekali tidak pernah terbersit dalam benak kita bahwa alam menyediakan media untuk diolah dan dapat menjadikan sumber pendapatan bagi keluarga. Juga tentang paradigma betapa pentingnya memiliki jiwa kewirausahaan atau *entrepreneurship*, bahwa generasi muda tidak harus mencari lapangan pekerjaan, akan tetapi generasi muda yang memiliki jiwa kewirausahaan diharapkan mampu menciptakan lapangan pekerjaan baru dan bisa bermanfaat bagi lingkungan sekitarnya. Generasi Z yang biasanya hidup dalam segala fasilitas, tapi dididik untuk mandiri tanpa ketergantungan kepada orang tua atau pihak lain. Pemateri dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah sebuah tim yang terdiri dari Sugeng Eko Yuli Waluyo, Ahfi Nova Ashriana, Elly Joenarni, Elok Cahyanung

Pratiwi, Risa Amalia Muzrifah. Kami melakukan sosialisasi, pendampingan secara intensif, monitoring hingga evaluasi tentang implementasi dari kegiatan pembentukan usaha baru ini mulai tanggal 9 Desember 2024 hingga tanggal 14 Desember 2024.

4. DISKUSI

Desa Mojowiryo sangat minim sekali dengan kegiatan UMKM. Salah satu penyebabnya adalah adanya ketakutan yang tidak beralasan atau *phobia* dari para generasi muda khususnya tentang mulai memasuki dunia usaha. Mau mulai darimana, ingin memilih usaha apa yang cocok, modalnya darimana, takut akan proses yang ribet, hingga takut akan hasil yang tidak sesuai dengan ekspektasi hingga kegagalan yang selalu menghantui di depan mata. Adanya berbagai macam permasalahan diatas yang merupakan hal umum yang ditakutkan oleh para calon pelaku bisnis baru yang mulai mencoba memasuki dunia usaha. Maka diperlukan kesesuaian antara materi pengabdian masyarakat dengan kebutuhan yang diinginkan oleh masyarakat yang ingin memiliki pengetahuan tentang beberapa peluang usaha baru yang bisa dijalankan (Nasution & Ichsan, 2021). Oleh karena itu perlu diciptakan sebuah paradigma atau kerangka berpikir untuk mengkombinasikan antara sumber daya manusia dalam hal ini ilmu pengetahuan dengan sumber daya alam yang tersedia untuk diolah. Hal ini meliputi minat, pengetahuan, kemahiran, pengalaman dan modal (Hasmira & Fitriani, 2019).

Materi pertama yang kami sampaikan adalah perbedaan antara pedagang dengan pengusaha. Seorang pedagang hanya membeli barang untuk dijual kembali dengan mengambil selisih harga sebagai margin. Sedangkan pengusaha dituntut harus mampu menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda, serta memberi nilai lebih atas sebuah produk dengan melibatkan sebuah kreativitas dan inovasi. Seorang pedagang membeli satu sisir pisang seharga Rp 10.000 untuk dijual kembali dengan harga Rp 13.000 dan mendapat laba dari selisih harga tersebut. Sedangkan pengusaha, membeli pisang satu sisir seharga Rp 10.000 kemudian diolah menjadi kue bolu pisang, brownies kukus rasa pisang, dan aneka olahan kue lain yang berbahan dasar pisang. Semakin tinggi nilai dan sentuhan inovasi yang ditambahkan, maka semakin tinggi pula harga jual dari produk olahan tersebut. Itu adalah sebuah contoh kecil bagaimana merubah mindset pola pikir tentang perbedaan pedagang dengan pengusaha.



Gambar 1

Kendala awal yang dialami oleh para calon wirausaha ketika hendak melangkah adalah adanya kebingungan tentang mau usaha apa? Dari mana modalnya? Permasalahan permodalan merupakan hal yang sering ditakutkan oleh para pendatang baru yang ingin melangkah dalam bisnis ini (Yuniarthe et al., 2022). Ide apa yang bisa diterapkan? Untuk mengatasi hal ini bisa memakai metode yang dikenal dengan istilah ATM yaitu amati, tiru dan modifikasi. Kita bisa mengamati berbagai usaha yang sudah ada, kita bisa menirunya, tentunya dengan memberi sedikit modifikasi agar produk yang kita buat tidak sama dengan yang lain, sedikit berbeda, dan kita bisa menciptakan produk yang sesuai dengan inovasi kita. Misal banyak para pedagang tempe yang menjual produk tempe berbentuk kotak. Tentunya hal ini sudah lazim dan masyarakat menjadi jenuh. Mengapa kita tidak menciptakan produk tempe yang berkarakter bentuk bintang, hati, bulat dan ada mata serta mulutnya, atau berkarakter binatang seperti kura-kura, kepiting, panda, lumba-lumba. Tentunya anak-anak menjadi suka karena bentuknya yang unik sehingga menambah nafsu makan. Atau dikarenakan ibu-ibu ketika pagi hari disibukkan dengan aktifitas menyiapkan anaknya berangkat ke sekolah sehingga tidak sempat memasak untuk sarapan, maka ada seorang pengusaha yang jeli melihat peluang ini. Maka dijual makanan bekal dalam kotak khusus sarapan, tentunya dengan bervariasi masakan lauk dan sayurnya, atau jika si anak tidak terbiasa sarapan dengan nasi di pagi hari tersedia juga bekal berisi olahan makanan berbahan dasar roti dan daging seperti burger, hotdog, pizza, serta roti isi sosis.

Tidak hanya usaha makanan, kita juga bisa memanfaatkan lahan kosong tanah pekarangan disulap sebagai taman kelinci misalnya, atau taman iguana. Kita bisa menciptakan usaha berbentuk wisata edukatif untuk anak-anak. Atau wisata petik buah jeruk, petik buah apel, petik buah klengkeng. Atau memanfaatkan lahan sawah yang diatas tanaman padi kita ciptakan café yang artistik. Sehingga para konsumen bisa menikmati makanan minuman dengan suasana asri alam pedesaan. Kita setting sedemikian rupa, dengan memberikan

beberapa titik spot foto yang *instagramable*. Sehingga kita bisa mengambil dua keuntungan, dari hasil sawah panen padi juga hasil dari café diatas sawah. Semakin menarik dan unik produk yang kita tawarkan ke konsumen, maka semakin besar pula rasa ingin tahu konsumen untuk mencoba dan membeli produk kita.

Untuk strategi pemasaran, kita bisa memanfaatkan media sosial yang ada. Karena sekarang adalah era digital, maka setiap orang pasti memiliki gawai atau *smartphone*. Di dalam ponsel tersebut biasanya selalu terinstal aplikasi media sosial seperti whatsapp, facebook, instagram, tiktok, telegram, youtube dan sebagainya. Kita bisa memanfaatkan iklan di media sosial seperti facebook ads, instagram ads, google ads ataupun market place seperti shopee, bukalapak, Tokopedia, Lazada, Blibli, dan lain sebagainya (Istiatin & Marwati, 2021). Dengan memanfaatkan media digital kita bisa promosi menawarkan apapun yang akan kita jual ke konsumen dan calon konsumen bisa dengan mudah mengakses semua produk yang mereka butuhkan. Ini merupakan fasilitas kemudahan yang ditawarkan oleh media digital (Yudityawati & Fitriyah, 2022). Dengan menggunakan sarana *smartphone*, maka semua berada dalam genggaman. Mulai dari pencarian bahan baku, supliyer, mesin, tempat penyimpanan bahan jadi, kondisi pasar, strategi pemasaran, para pesaing, dan respon balik dari konsumen bisa kita dapatkan dengan cepat dan akurat (Yuniarthe et al., 2022).

Dalam materi pelatihan digital marketing kepada calon wirausaha, yang pertama kita sampaikan adalah tentang mindset. Bahwa dengan pemanfaatan digital marketing, mindset seorang wirausaha harus fokus terhadap tujuan. Setelah produk dibuat, tentukan positioning. Produk ini mau diapakan, dijual dengan harga murah atau mahal, dikhususkan untuk konsumen kelas menengah keatas atau menengah ke bawah, mau dilakukan diversifikasi untuk siapa, balita, anak-anak, remaja, dewasa, manula, atau segala usia? Apa yang menjadi target market dalam setahun pertama? Untuk mindset ada 5 poin penting yaitu goal atau tujuan dari kegiatan wirausaha ini, kedua adalah strategi yang dipilih untuk memasarkan produk ke konsumen, ketiga adalah produk apa yang akan kita jual yang dibutuhkan konsumen saat ini, keempat adalah riset tentang permintaan pasar dan terakhir adalah model bisnis untuk menentukan dan membentuk pola alur bisnis yang akan kita kembangkan (Putri et al., 2022). Selain menggunakan media digital atau secara online, strategi pemasaran secara konvensional secara offline juga tetap dilakukan. Hal ini berguna untuk menyasar ketika orang sedang lewat depan tempat usaha kita, mereka melihat produk yang kita pajang di etalase dan akhirnya tertarik minat untuk membeli (Nisa et al., 2018).

5. KESIMPULAN

Dari hasil sosialisasi teori peluang usaha serta pendampingan secara intens hingga praktik untuk memulai usaha, maka dapat dihasilkan adanya beberapa jiwa-jiwa calon wirausaha muda yang muncul dan menikmati proses hingga hasil dari kegiatan membuka peluang bisnis atau usaha baru. Hal ini perlu mendapat perhatian dan dukungan dari Pemerintah Desa Mojowiryo, Pemerintah Kecamatan Kemlagi, maupun Pemerintah Kabupaten Mojokerto, juga dinas terkait tentang UMKM. Sinergitas yang baik perlu dilakukan demi terbentuknya sebuah komunitas UMKM dan para wirausaha muda yang berjuang untuk menggapai asa di masa depan. Sebuah kesempatan dan peluang baru harus diberikan dan dimanfaatkan sebaik mungkin untuk mencapai tujuan menjadi seorang wirausaha.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Ucapan terima kasih kami sampaikan setinggi-tingginya kepada Pemerintah Desa Mojowiryo dalam hal ini Bapak Kepala Desa beserta seluruh perangkat, LPM, BPD, babinsa, babhinkamtibmas, yang telah memberikan izin, tempat dan memberikan dukungan segala kebutuhan kami selama melakukan pengabdian masyarakat di Desa Mojowiryo, juga Pemerintah Kecamatan Kemlagi dan Pemerintah Kabupaten Mojokerto. Ucapan terima kasih juga kami sampaikan kepada Rektor Universitas Mayjen Sungkono beserta jajarannya Dekan Fakultas Ekonomi, tim dosen dan mahasiswa yang ikut mendukung kegiatan pengabdian masyarakat ini.

DAFTAR REFERENSI

- Hasmira, M. H., & Fitriani, E. (2019). Peluang usaha bagi masyarakat Nagari Sungai Pinang untuk pengembangan ekowisata. *ABDI: Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 1(2), 64–69.
- Istiatin, & Marwati, F. S. (2021). Sosialisasi berbagai peluang usaha UMKM dan ekonomi kreatif di era new normal di Dusun Pinggir Desa Telukan Sukoharjo. *Jurnal Budimas*, 3(1), 129–140.
- Nasution, L., & Ichsan, R. N. (2021). Sosialisasi peluang usaha bank sampah dalam peningkatan pendapatan masyarakat di masa Covid-19. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Maju Uda*, 1(1), 107–112.
- Nisa, K., Laili, A., & Qolbiyatul, S. (2018). Strategi pemasaran online dan offline. *Jurnal Abdikarya: Jurnal Karya Pengabdian Dosen dan Mahasiswa*, 1(1), 55–60.

- Putri, A. P., Hetami, A. A., Fourqoniah, F., & Andriana, A. N. (2022). Pelatihan digital marketing untuk mencapai optimalisasi strategi pemasaran pada UMKM. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 3(2), 828–839.
- Sulistiyani, T., Azwina, D., & Rahayu, R. S. (2023). Menciptakan peluang usaha melalui daur ulang sampah plastik. *Jurnal GEMBIRA (Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 1(1), 78–85.
- Yudityawati, D. K., & Fitriyah, H. (2022). Strategi pemasaran dalam perspektif Islam. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 8(1), 42–48.
- Yuniarthe, Y., Brojonoto, D., Putra, A. S., Sukri, H., Indonesia, M., & Lampung, B. (2022). Pengenalan peluang usaha UMKM pada kaum milenial pada siswa Sekolah Global Surya. *Jurnal Pengabdian UMKM*, 1(1), 22–25.