

## Upaya Peningkatan Penjualan dan Kemandirian Wirausahawan Golok Kecamatan Baros Kabupaten Serang

Ratu Erlina Gentari<sup>1</sup>, Lina Marlina Dewi<sup>2</sup>, Ade Nahdiatul Hsanah<sup>3\*</sup>, Suhartini<sup>4</sup>

Universitas Serang Raya

Email : <sup>1</sup>[erlinagentarai@gmail.com](mailto:erlinagentarai@gmail.com), <sup>2</sup>[linamarlianadewi6@gmail.com](mailto:linamarlianadewi6@gmail.com),  
<sup>3\*</sup>[adenahdiatul88@gmail.com](mailto:adenahdiatul88@gmail.com), <sup>4</sup>[suhartini@unsera.ac.id](mailto:suhartini@unsera.ac.id)

\*Korespondensi

### Abstrak

Di Desa Sukamenak sendiri para pengrajin mengelola usaha golok dan pisau nya secara mandiri, dimana kegiatan usaha secara rumahan. Permasalahan utama sampai saat ini belum adanya pembentukan kelompok kerja atau rumah produksi yang dikelola secara professional oleh lembaga atau dinas tertentu untuk mempermudah usaha para pengrajin golok dan pisau ini. Dalam 1 hari pengrajin mampu membuat sampai 15 golok atau pisau biasa, yang nantinya akan dijual ke pasar baros dan pasar rau serang, atau di jual kepada pengepul dengan harga mulai dari Rp.30.000 tergantung ukuran dan bentuk golok. Untuk meningkatkan tingkat perekonomian masyarakat dengan cara memberikan pendidikan dan pelatihan. Kegiatan pendidikan kewirausahaan yang dilakukan tidak hanya memberikan keterampilan wirausaha, akan tetapi menumbuhkan modal sosial masyarakat untuk mewujudkan terbentuknya usahawan baru. Kegiatan yang dilakukan akan difokuskan pada pembentukan satu kelompok masyarakat yang akan diberdayakan. Masyarakat akan diberikan pendidikan dan pelatihan melalui pengelolaan dan pemasaran golok. Metode pelaksanaan yang akan dilakukan terdiri dari lima tahap, yaitu: 1) penyuluhan tentang promosi dan pemasaran golok sebagai peluang usaha. 2) pelatihan pemasaran melalui *digital marketing*. 3) pelatihan kelayakan ekonomi melalui pemahaman manajemen kewirausahaan yang baik. 4) pelatihan pemasaran produk secara *market online* maupun *offline*. Dan 5) Rencana keberlanjutan kegiatan pendidikan dan pelatihan.

### Abstract

*In Sukamenak village, the craftsmen manage their machetes and knives businesses independently, where they operate at home. The main problem to date has not been the formation of working groups or production houses that are professionally managed by certain institutions or offices to facilitate the efforts of these machete and knife craftsmen. In 1 day the craftsmen are able to make up to 15 machetes or ordinary knives, which will later be sold to the baros market and the attacking rau market, or sold to collectors with prices starting from Rp.30,000 depending on the size and shape of the machete. To increase the level of the community's economy by providing education and training. Entrepreneurship education activities carried out not only provide entrepreneurial skills, but also grow social capital to realize the formation of new entrepreneurs. Activities undertaken will be focused on forming one community group that will be empowered. The community will be given education and training through the management and marketing of machetes. The implementation method that will be carried out consists of five stages, namely: 1) counseling about the promotion and marketing of machetes as a business opportunity. 2) marketing training through digital marketing. 3) economic feasibility training through a good understanding of entrepreneurial management. 4) training marketing products online and offline markets. And 5) plans for the continuation of education and training activities.*

**Keyword:** Education and Training, Entrepreneurial Manajemen, Digital Marketing, Marketing Product, and Golok Village.

## PENDAHULUAN

Produk golok dari Desa Sukamenak dan Tejamari Kecamatan Baros Kabupaten Serang Provinsi Banten merupakan salah satu produk senjata multiguna yang banyak di produksi, tidak ada yang tahu pasti di tahun berapa golok dan pisau sukamenak ini pertama kali dibuat dan diproduksi oleh masyarakat. Tapi seluruh masyarakat meyakini bahwa kerajinan golok dan pisau ini merupakan warisan dari leluhur mereka. Semua para pengrajin golok dan pisau di 2 (dua) desa ini merupakan turunan dari orang tua nya, kebanyakan mereka belajar membuat golok dan pisau atau pandai besi ketika mereka masih duduk di Sekolah Dasar hingga saat ini, dan mereka pun menurunkan ilmu nya ke anak-anak nya yang sekarang.

Sekitar 60 rumah dari pekerjaan utama adalah membuat golok adapun permasalahan mereka dalam memproduksi pisau dan golok yang dilakukan dibelakang-belakang rumah dengan kondisi tempat seadanya dan sudah mereka lakukan puluhan tahun yakni tidak mempunyai rumah produksi yang layak, manajemen usaha yang tidak baik dan pemasaran yang seadanya.

Pengrajin memproduksi golok dengan peralatan manual (tanpa mesin khusus) dan menjual hasil produksinya kepada pengepul dengan harga murah. Ditambah lagi Tingkat keahlian rata-rata pengrajin golok memperjelas betapa terbatasnya pengetahuan dan kemampuan dalam penjualan pada era masa kini yang sangatlah menomor satukan kecepatan informasi belum sepenuhnya bisa diikuti dan dimanfaatkan.

Permasalahan yang kompleks tersebut sangatlah mudah kita pahami mengapa pemerintah menerapkan tujuan pemberdayaan UMKM dalam (UU No. 20 Tahun 2008, 2008) tentang usaha mikro kecil dan menengah pasal 5 point a), b) dan c) yakni mewujudkan struktur perekonomian nasional yang

seimbang, berkembang, dan berkeadilan, menumbuhkan dan mengembangkan kemampuan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah menjadi usaha yang tangguh dan mandiri, dan meningkatkan peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dalam pembangunan daerah, penciptaan lapangan kerja, pemerataan pendapatan, pertumbuhan ekonomi, dan pengentasan rakyat dari kemiskinan. Sehingga undang-undang tersebut memperkuat tridharma perguruan tinggi dan memperjelas usaha apa yang harus kita lakukan kepada masyarakat melalui upaya peningkatan penjualan dan kemandirian wirausahawan golok desa sukamenak, sekaligus upaya melestarikan budaya dan kerifan lokal melalui pusaka golok.

Melihat pentingnya upaya pemberdayaan pengrajin untuk meningkatkan kualitas hidup, kemandirian, dan kesejahteraan ekonomi maka diperlukan rangkaian kegiatan yang melibatkan pemerintah daerah dan termasuk pendampingan institusi perguruan tinggi secara berkelanjutan (Krisnanik, n.d.). Kegiatan tersebut dilakukan melalui 1) penyuluhan tentang promosi dan pemasaran golok sebagai peluang usaha. 2) pelatihan pemasaran melalui *digital marketing*. 3) pelatihan kelayakan ekonomi melalui pemahaman manajemen kewirausahaan yang baik. 4) pelatihan pemasaran produk secara *market online* maupun *offline*. Dan 5) Rencana keberlanjutan kegiatan pendidikan dan pelatihan.

Dalam kajian teori mengenai promosi dan pemasaran umumnya kegiatan promosi tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi antara pengrajin dan pembeli, melainkan berfungsi untuk mempengaruhi proses transaksi pembelian yang sesuai kebutuhan (Supranto, 2018). Maka perlu deskripsi usaha yang jelas untuk menentukan hasil produk yang diharapkan. Apakah usaha akan lebih memenuhi pasar golok sesuai fungsi pemakaian atautkah hanya sekedar nilai estetika atau pasar golok cinderamata.

*Digital marketing* merupakan hasil ketersinggungan gagapnya masyarakat golok dalam mengikuti trend transformasi informasi. (Widiawati, 2019) Modalnya hanya kreatifitas dan keberanian. Siapapun bisa membuka gerai online melalui platform tersulit berbasis website sampai yang termurah dan gampang yaitu media sosial, tanpa harus membuka toko fisik terlebih dulu. Produk bisa berupa makanan, minuman, aplikasi, jasa, dan sebagainya. Mengikuti dan memanfaatkan perkembangan TIK maka akan mempermudah promosi dan pemasaran.

Menurut buku manajemen kewirausahaan (Kurnia Dewi, 6:2020) bukan hanya memaklumi peran penting teknologi dan ideologi usaha berupa klasterisasi usaha saja yang perlu dikenalkan dan diterapkan tapi juga keberanian usaha secara mandiri dengan menerapkan manajemen kewirausahaan agar terciptanya peluang usaha baru dengan mengerahkan sumber daya dan upaya baru. Dengan manajemen kewirausahaan akan terlihat kemampuan seseorang dalam mengenali produknya, sanggup menyusun operasi dan peluang-peluang yang ada, akan ada produk-produk baru yang diciptakan dan dipasarkan, serta mampu mengatur permodalan dan mengawari resiko usaha yang dihadapi.

Tiga point kegiatan di atas merupakan kata kunci utama yang akan selalu bersiklusasi, maka tidak heran keberlanjutan harus dijadikan pendukung perkembangan usaha pengrajin. Diiringi jenjang pelatihan pemasaran produk secara online maupun offline mulai dari pelatihan aplikasi dan platform termudah dan murah sampai yang berbasis website.

Melalui seluruh kegiatan yang telah tersusun, dan memperoleh dukungan dari perangkat desa yang ada serta materi-materi apik diharapkan mampu meningkatkan nilai jual produk golok dan membentuk kemandirian baru.

## METODE PELAKSANAAN

Metode yang dilakukan pada pengabdian kepada masyarakat ini adalah melakukan analisa lapangan, sosialisasi kegiatan, pendidikan dan pelatihan. Adapun penjelasan kegiatan tersebut adalah sebagai berikut:

### 1) Analisa Lapangan.

Pada tahap ini kami mengadakan analisis lapangan melalui observasi dan survei lapangan yang kami adakan. Dari hasil observasi lapangan ini kami menemukan permasalahan kontrasnya kemakmuran pengrajin golok dengan para tengkulaknya. Dari hasil analisa lapangan ini pula kami memutuskan untuk berkoordinasi dengan perangkat desa setempat dan tokoh masyarakat untuk meminta ijin dalam membuka kegiatan sosialisasi, pendidikan dan pelatihan dalam upaya peningkatan taraf ekonomi pengrajin.

### 2) Sosialisasi Kegiatan.

Sejalannya persetujuan dari perangkat desa dan tokoh masyarakat, maka selanjutnya kami dan dibantu mahasiswa peserta KKM 2019 melakukan sosialisasi kegiatan yang tersusun dengan mengedarkan surat edaran sosialisasi kelompok KKM yang sudah disetujui dosen pembimbing dan kepala desa sekaligus silaturahmi *door to door* kepada pengrajin dan menjelaskan maksud, tujuan dan pentingnya kegiatan tersebut.

### 3) Pelatihan.

Ada 2 (dua) fokus pelatihan yang dirancang dan dilaksanakan, yang pertama adalah pelatihan pembuatan *digital marketing* menggunakan media aplikasi facebook, instgram, whatsapp dan line. Dan kedua pelatihan konten pemasaran pada kemasan produk manfaat promotion link pada instgram dan facebook adv. Serta dilengkapi materi manajemen kewirausahaan.

Proses pelaksanaan kegiatan terangkum pada bagan dibawah ini:

**Tabel 1. Proses Pelaksanaan dan Tujuan**

No	Kegiatan	Tujuan
<b>1. Analisa Lapangan</b>		
a.	Menyebarkan Kuesioner Demografi Dan Sensus Sosial Dan Ekonomi Masyarakat Desa Oleh 16 Mahasiswa Peserta KKM 2019 UNSERA	Untuk mengetahui gambaran jelas dan <i>real count</i> status sosial dan ekonomi seluruh penduduk
b.	Koordinasi Hasil Survey dengan Dosen Pembimbing Lapangan, 1 Orang Dosen FEB dan 2 Orang Dosen Vokasi UNSERA beserta Perangkat Desa dan 6 Orang Tokoh Masyarakat.	Untuk memperoleh mufakat kegiatan selanjutnya dari permasalahan yang diterima.
<b>2. Sosialisasi</b>		
	Menyebarkan Surat Edaran dan Undangan	Untuk menyebarkan informasi terkait kegiatan yang telah disusun dan disepakati oleh kepala desa kepada masyarakat secara tertulis melalui surat edaran dan undangan dan dilakukan <i>door to door</i> .
<b>3. Pelatihan</b>		
a.	Pelatihan Pembuatan <i>Digital Marketing</i> Menggunakan Media Aplikasi Facebook, Instragram, Whatsapp Dan Line	Praktek langsung 60 peserta pembuatan akun pribadi pengrajin dalam memasarkan produk
b.	Pelatihan Konten Pemasaran Pada Kemasan Produk Manfaat Promotion Link Pada Instagram Dan Facebook Adv.	Melalui akun yang sudah dibuat langsung dipraktekan cara memasang konten produk sesuai kebutuhan (golok sebagai golok

yang dipakai fungsi aslinya dan golok sebagai souvenir) dan langsung menggunakan fasilitas promosi link instagram ke beberapa apps dan facebook adv yang mampu link ke instagram dll.

c. Pemberian Materi Manajemen Kewirausahaan. Para pendamping pengrajin dapat mempelajari apaitu kewirausahaan dan bagaimana proses berwirausaha yang baik sehingga bisnis budaya lokal ini dapat terus memiliki inovasi dan dilestarikan.

Berikut adalah dokumentasi yang berhasil diabadikan dalam proses pelaksanaan.



Gambar 1. Proses Sosialisasi Kegiatan Dosen Pembimbing, Dosen FEB, Dosen Vokasi Bersama Anggota KKM Unsera 2019 kelompok Baros



Gambar 2. Proses Sosialisasi Kegiatan Oleh Anggota KKM



Gambar 3. Pembukaan Kegiatan Pelatihan Oleh Dosen Pembimbing, Dosen FEB, Dosen Vokasi Bersama Kepala Desa Sukamenak dan Tokoh Masyarakat.

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat bertujuan untuk memberikan pendidikan dan pelatihan tentang memasarkan produk yang telah di buat, menumbuhkan kemandirian pengrajin sebagai pelaku usaha tullen, dan menumbuhkan minat berwirausaha bagi generasi muda. Sehingga adanya peningkatan penjualan yang akan berkorelasi dengan peningkatan kemakmuran pengrajin.

Tabel 2. Hasil Capaian

No	Kegiatan	Tujuan	Capaian
1.	Analisa Lapangan		
a.	Menyebarkan Kuesioner Demografi Dan Sensus Sosial Dan Ekonomi Masyarakat Desa Oleh 16 Mahasiswa Peserta KKM 2019 UNSERA	Untuk mengetahui gambaran jelas dan <i>real count</i> status sosial dan ekonomi seluruh penduduk	• Terdapat klasterisasi tingkat kemakmuran masyarakat dilihat dari penghasilan utama dan tambahan antara lain, sebagai petani, tukang ojek pangkalan, pedagang kelontong, kredit barang kebutuhan rumah tangga, peternak, pemilik tambak ikan, pembuat tempe, pembuat tape dan

			pengrajin golok; dan • Rangkuman penjelasan mengenai masalah yang menimbulkan kesenjangan di desa.
b.	Koordinasi Hasil Survey dengan Dosen Pembimbing Lapangan, 1 Orang Dosen FEB dan 2 Orang Dosen Vokasi UNSERA beserta Perangkat Desa dan 6 Orang Tokoh Masyarakat	Untuk memperoleh mufakat kegiatan selanjutnya dari permasalahan yang diterima.	Disepakati bahwa akan dilakukan pemberian manfaat sosial bagi para pengrajin golok berjumlah 34 pengrajin yang senantiasa melestarikan nilai-nilai budaya murni khas banten yaitu golok. Dan diperoleh rangkaian kegiatan berupa: 1) penyuluhan tentang promosi dan pemasaran golok sebagai peluang usaha. 2) pelatihan pemasaran melalui <i>digital marketing</i> . 3) pelatihan kelayakan ekonomi melalui pemahaman manajemen kewirausahaan yang baik. 4) pelatihan pemasaran produk secara <i>market online</i> maupun <i>offline</i> . Dan 5) Rencana keberlanjutan kegiatan pendidikan dan pelatihan.
2.	Sosialisasi		
	Menyebarkan Surat	Untuk menyebar	Tersampainya maksud dan

Edaran dan Undangan	kn informasi kegiatan yang telah disusun dan disepakati oleh kepala desa kepada masyarakat secara tertulis melalui surat edaran dan undangan dan dilakukan <i>door to door</i> .	tujuan kegiatan pengabdian masyarakat serta jadwal pertemuan kegiatan pelatihan.	dipakai fungsi aslinya dan golok sebagai souvenir) dan langsung menggunakan fasilitas promosi link instagram ke beberapa apps dan facebook adv yang mampu link ke instagram dll.	produknya agar memudahkan pemasaran dan tidak mengecewakan pembeli dalam mendeskripsi produk.
3. Pelatihan				
a. Pelatihan Pembuat <i>Digital Marketing</i> Menggunakan Media Aplikasi Facebook, Instragram, Whatsapp Dan Line	Praktek langsung 60 peserta pembuat akun pribadi pengrajin dalam memasarkan produk	Masing-masing pengrajin yang didampingi anak maupun keponakannya yang mempunyai gadget yang mendukung telah membuat akun pribadi yang khusus untuk memasarkan golok, pisau, parang, dan lainnya.	c. Pemberian Materi Manajemen Kewirausahaan. Para pendamping pengrajin dapat mempelajari apaitu kewirausahaan dan bagaimana proses berwirausaha yang baik sehingga bisnis budaya lokal ini dapat terus memiliki inovasi dan dilestarikan.	Para pendamping memperoleh gambaran pentingnya berbisnis dan berwirausaha produk-produk budaya.
b. Pelatihan Konten Pemasaran Pada Kemasan Produk Manfaat Promotio Link Pada Instagram Dan Facebook Adv.	Melalui akun yang sudah dibuat langsung dipraktekan cara memasarkan konten produk sesuai kebutuhan (golok sebagai golok yang	Setiap pengrajin rata-rata sudah mengetahui dan menghapal proses <i>posting</i> dan hasilnya serta bagaimana evaluasi postingan untuk selanjutnya bisa <i>reposting</i> konten yang baru. Dan produk yang telah dihasilkan dapat dipisahkan klasifikasi	Menurut (Hasanah, Dea, & Badriyah, 2018) untuk melihat keberhasilan upaya pengabdian masyarakat adalah dengan membandingkan seluruh aspek sebelum dan sesudah proses pelaksanaan kegiatan. Berikut adalah perbedaan produk sebelum dan sesudah pelaksanaan kegiatan pelatihan.	



Gambar 4. Golok sebelum adanya pelatihan dari kegiatan pengabdian masyarakat



Gambar 5. Golok yang dirancang sebagai souvenir

### Ucapan Terima Kasih

Terimakasih kepada pengrajin golok dan perangkat pemerintah desa sukamenak dan desa tejamari atas semangat, tenaga dan fikiran dalam mengikuti pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat. Terimakasih kepada kelompok KKM UNSERA 2019, LPPM Universitas Serang Raya atas dukungan sehingga kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat memberikan manfaat dan keberkahan bagi perkembangan dan pelestarian golok banten.

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### Kesimpulan

Dari hasil pelaksanaan kegiatan kita memperoleh rangkuman capaian sebagai berikut:

- 1) Pengrajin memiliki akun media sosial pribadi yang aktif dan produktif khusus untuk memasarkan golok, pisau, parang, dan lainnya;
- 2) Pengrajin memiliki kemampuan dan pengetahuan memasarkan produknya kepada masyarakat global melalui media elektronik dan kemasan sesuai kebutuhan;
- 3) Kini tidak ada lagi golok yang dijual

- kepada perantara (tengkulak); dan
- 4) Golok yang diproduksi memiliki ragam kegunaan. Bisa dipakai sebagaimana fungsinya juga bisa dipergunakan sebagai oleh-oleh (souvenir).

#### Saran

Dalam perjalanan proses kegiatan, ada banyak hambatan dan kelemahan yang dapat mengancam batalnya acara pelatihan yakni kurangnya komunikasi dengan pengrajin dengan perangkat desa. Maka dengan ini kami sangat mengharapkan dan menghimbau untuk bersama-sama mewujudkan amanah negara yang tertuang dalam UU No. 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah.

#### DAFTAR REFERENSI

- Kurniati Dewi, Manajemen Kewirausahaan, Penerbit Deepublish 2020
- Hasanah, A. N., Dea, R., & Badriyah, M. (2018). Proceeding of Community Development Pengembangan Usaha Makanan Melalui Teknologi Kemasan Produk Di Kecamatan Kramatwatu Kabupaten Serang Abstrak, 2, 241-249.
- Krisnanik, E. (n.d.). Pendahuluan Metode Pengabdian. 2019, 233-239.
- Supranto. (2018). *REPOSITORY UNPAS SUPRANTO 2018.pdf*.
- UU No. 20 Tahun 2008. (2008). *No Title*.
- Widiawati, K. (2019). Penerapan Digital Marketing Sebagai Pendukung Sociopreneur Teh Bunga Telang ( Butterfly Pea Tea ), 7(2), 215-224.

