

The Rise of Gen-Z; Pelatihan Usaha Mie Ayam By-AM di Desa Kacung

Rindu Handayani*¹, Ratno Purnamasari²,

¹Prodi Pendidikan Bahasa Inggris, Universitas Muhammadiyah Bangka Belitung, Indonesia

²Pendidikan Jasmani, Kesehatan, dan Rekreasi Universitas Muhammadiyah Bangka Belitung,
Indonesia

e-mail: *¹rindu.handayani@unmuhbabel.ac.id, ²ratno.purnama@unmuhbabel.ac.id

Abstrak

Giat usaha kecil menengah semakin hari semakin meningkat. Indonesia mempunyai potensi pertumbuhan wirausaha yang besar karena jumlah penduduk yang besar dan konsumsi masyarakat yang tinggi. Desa Kacung, Kabupaten Bangka Barat, Provinsi Kepulauan Bangka Belitung, memiliki berbagai macam usaha kreatif. Kopian resam, peci khas Bangka Belitung, juga diproduksi di daerah ini. Umumnya, kegiatan usaha biasanya digeluti oleh sekelompok orang atau individual dengan usia yang relatif lebih tua. Berdasarkan *interview* kepada Kepala Desa Kacung, belum ada *young entrepreneur* yang sukses menjalankan bisnis dalam industry kreatif serta *Food & Beverages*. Kegiatan pengabdian berlangsung selama satu hari, yakni dimulai dari pukul 08.00 – 14.00 WIB. Pelaksanaan kegiatan bertempat di rumah adat Desa Kacung yang juga berada tepat di sebelah kantor Desa Kacung. Kegiatan ini diikuti oleh 15 orang remaja desa Kacung. Mereka terdiri dari karang taruna dan pegawai kantor desa Kacung. Hasil dari pengabdian ini adalah Karang Taruna Desa Kacung yang sudah memiliki koperasi desa akan melanjutkan usaha Mie Ayam Bayam dengan dibantu oleh pegawai kantor desa

Kata kunci: Usaha Mie Ayam, wiraswasta, usaha desa

Abstract

The activities of small and medium enterprises (SMEs) are increasing day by day. Indonesia has a significant potential for entrepreneurial growth due to its large population and high consumer demand. Kacung Village, West Bangka Regency, Bangka Belitung Islands Province, has various creative businesses. Traditional Islamic caps, typical of Bangka Belitung, are also produced in this area. Generally, business activities are pursued by a group of people or individuals who are relatively older. According to an interview with the Head of Kacung Village, there have been no successful young entrepreneurs in the creative industry and Food & Beverages sector. The community service activity lasted for one day, from 08.00 to 14.00 WIB. The activity took place at the traditional house of Kacung Village, which is located right next to the Kacung Village office. This activity was attended by 15 teenagers from Kacung Village, consisting of youth organizations and village office employees. The result of this community service is that the Youth Organization of Kacung Village, which already has a village cooperative, will continue the business of Chicken Spinach Noodles with the assistance of village office employees.

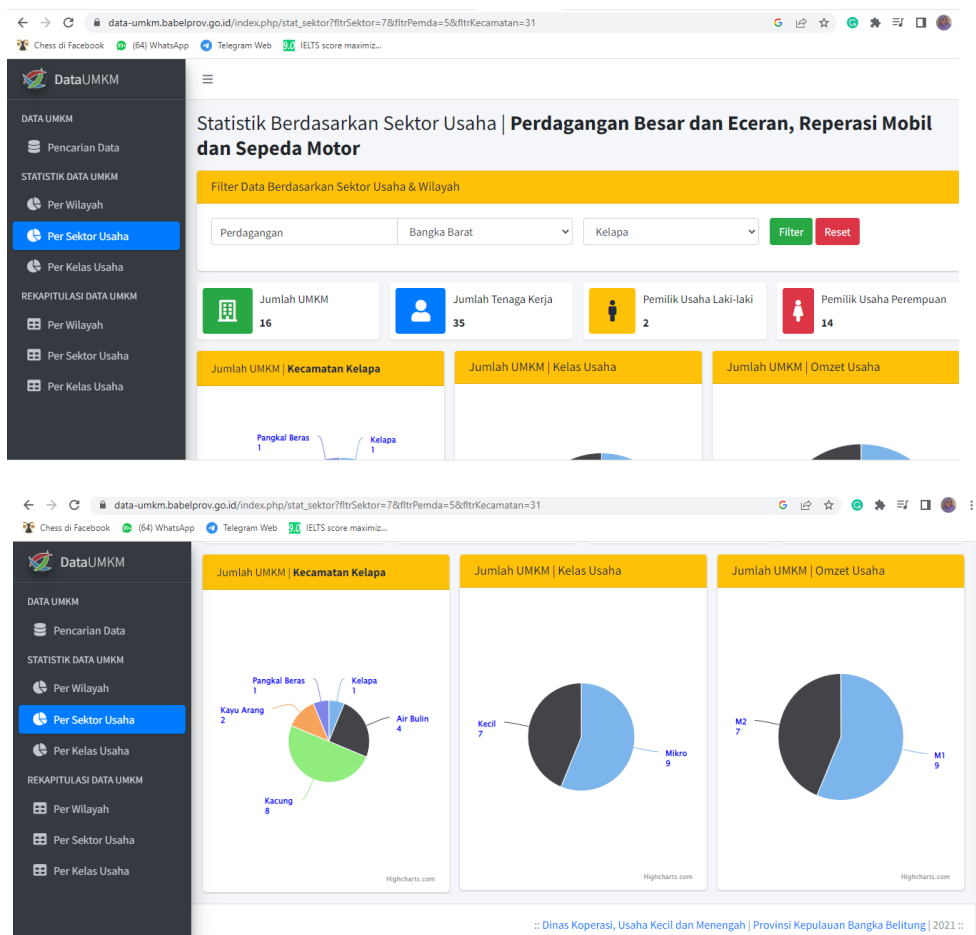
Keywords: Chicken Spinach Noodles Business, entrepreneurship, village enterprise

PENDAHULUAN

Giat usaha kecil menengah semakin hari semakin meningkat. Di banyak jalan di kota atau pun desa, terlihat berbagai macam gerai yang menjual berbagai jenis barang dari makanan, minuman, snacks, ataupun jajanan pasar [1]. Indonesia mempunyai potensi pertumbuhan wirausaha yang besar karena jumlah penduduk yang besar dan konsumsi masyarakat yang tinggi [2]. Namun, menurut Cahyono dkk[3] etnisitas dan budaya yang beragam dari masyarakat Indonesia menjadi faktor penentu seseorang memilih profesi sebagai wirausaha. Selain itu, salah satu aspek yang menghambat kewirausahaan pemuda adalah kurangnya keterampilan dan berwirausaha[4]. Meski begitu, beberapa daerah sudah memberikan *entrepreneurship workshop* di kalangan masyarakat [5]–[8]. Generasi milenial atau yang lebih dikenal dengan sebutan Gen-Z, memiliki niat usaha yang cukup tinggi. Sebanyak 73% dari 64% total penduduk muda Indonesia, mempunyai keseriusan dalam membangun bisnis individual [9]–[14]. Dengan meningkatnya industri *food & beverages (F&B)* di Indonesia, semakin tinggi pula pertumbuhan produk domestik bruto atas dasar harga konstan (ADHK) pada tahun 2021 sebesar 771 miliar. Dengan *trend* positif ini, tokoh entrepreneur muda pun meningkat secara signifikan. Dengan dukungan yang baik dari pendidikan dan lingkungan sekitar, eksplorasi bisnis anak muda Indonesia tentunya akan semakin maju. Sebagai pelopor masa depan, generasi Z (Gen-Z) muncul dengan mobilitas digital yang kuat. Dengan menjadi *digital native*, Gen-Z dikenal sebagai pemuda/i yang inovatif dan kreatif, serta pekerja keras dan inspiratif [15]–[17]).

Desa Kacung, Kabupaten Bangka Barat, Provinsi Kepulauan Bangka Belitung, memiliki berbagai macam usaha kreatif. Kopian resam, peci khas Bangka Belitung, juga diproduksi di daerah ini. Umumnya, kegiatan usaha biasanya digeluti oleh sekelompok orang atau individual dengan usia yang relative lebih tua. Berdasarkan *interview* kepada Kepala Desa Kacung, belum ada *young entrepreneur* yang sukses menjalankan bisnis dalam industry kreatif dan F&B. Hal ini dikarenakan masyarakat usia muda lebih mengembangkan potensinya di bidang pendidikan dan pertanian, yakni menjadi guru dan bertani. Sedangkan pengembangan bisnis bidang makanan dan minuman masih sangat kurang. Berdasarkan gambar yang diambil dari website KUMKM Bangla Belitung (<https://data-umkm.babelprov.go.id/>) di bawah ini, hanya terdapat 8 usaha perdagangan di Desa Kacung, dan tidak ada data mengenai usaha *F&B*.

Gambar 1 dan 2. Jumlah Sektor Usaha Perdagangan di Kecamatan Kelapa, Kabupaten Bangka Barat



Dengan latar belakang masalah yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka tim pengabdian akan melaksanakan pengabdian yang bertujuan untuk;

1. Mendorong Gen-Z untuk menjadi *young entrepreneurs*
2. Menciptakan produk *F&B* berupa Mie Ayam berbahan dasar sayur bayam

Ide pembuatan mie ayam berbahan dasar sayur bayam didasari oleh data yang dapat dilihat dari *website* Dinas KUMKM Provinsi Kep. Bangka Belitung. Pada situs tersebut, disebutkan bahwa Desa Kacung belum memproduksi usaha makanan, khususnya pembuatan mie ayam yang berbahan dasar sayur bayam. Sayur bayam merupakan jenis sayuran yang mudah untuk didapatkan serta memiliki *rate* harga yang relative murah.

METODE

Dengan memperhatikan *distance* dan *timing*, maka metode pelaksanaan pengabdian adalah sebagai berikut;

Pra pengabdian

- a. Tim pengabdian melakukan observasi di desa dan *interview* pihak desa

Jurnal Pelayanan dan Pengabdian Masyarakat (PAMAS)

- b. Tim pengabdian survei tempat untuk melaksanakan praktik pembuatan mie ayam

In-pengabdian

- a. Tim pengabdian menyiapkan bahan – bahan yang dibutuhkan dalam pembuatan mie ayam
- b. Tim pengabdian memberikan contoh secara langsung pembuatan mie ayam
- c. Tim pengabdian melakukan pengawasan terhadap peserta dalam melakukan praktik pembuatan mie ayam

Post pengabdian

- a. Tim pengabdian menuliskan laporan pengabdian
- b. Tim pengabdian menuliskan artikel hasil pengabdian
- c. Tim pengabdian mempublikasin artikel hasil pengabdian

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian berlangsung selama satu hari, yakni dimulai dari pukul 08.00 – 14.00 WIB. Pelaksanaan kegiatan bertempat di rumah adat desa Kacung yang juga berada tepat di sebelah kantor Desa Kacung. Rumah adat tersebut sudah disediakan fasilitas memasak seperti kompor, panci, mangkuk, sendok, dan peralatan lainnya. Sedangkan mesin pembuat mie dibawa langsung oleh tim pengabdian. Terdapat dua tim dalam pembuatan mie ayam. Tim 1 bertugas membuat mie bayam dan tim dua bertugas untuk menyiapkan kuah mi ayam. Tim pengabdian fokus kepada proses pembuatan mie ayam bayam dengan bahan sebagai berikut; ½ kg gandum, 1 buah telur, ½ ons margarin, garam, penyedap rasa, 1 ons daun bayam, 1kg ayam, 200gram kecap, 1 ons lengkuas, 1 ons jahe, 1 ikat serai, 1 ikat daun sala, 1 ruas kunyit, 1 ons bawang merah, 1 ons bawang putih, penyedap rasa, dan ½ ons kemiri.

Gambar 3. Proses pembuatan mie dan kuah mie



Jurnal Pelayanan dan Pengabdian Masyarakat (PAMAS)

Lalu, dilanjutkan dengan membuat mie. Blender halus bayam dan panaskan bersama margarin garam dan penyedap rasa. Jika sudah mendidih lalu dinginkan. Setelah itu siapkan wadah dan tuang setengah Kg gandum dan campur dengan sebutir telur lalu aduk sampai rata kemudian campur sama bayam dan margarin yang sudah dilarutkan tadi tuangkan perlahan kemudian adonan tepung tadi jika sudah terasa kenyal baru pipihkan menggunakan mesin atau pakai botol beling. Lalu cara membuat kuahnya yaitu; potong ayam berbentuk dadu, haluskan bawang merah, bawang putih, dan kemiri. Geprek lengkuas, jahe, dan serai. Kemudian tumis bumbu yang di haluskan. Jika terasa sudah masak campur dengan bumbu yang sudah digeprek tadi. Terakhir, masukan ayam, isi air secukupnya dan biarkan 20 menit. Kemudian isi kecap, garam, dan penyedap rasa.

Gambar 4. Diskusi Pendirian Warung Mie Ayam Desa



Jurnal Pelayanan dan Pengabdian Masyarakat (PAMAS)

Kegiatan ini diikuti oleh 15 orang remaja Desa Kacung. Mereka terdiri dari anggota karang taruna dan pegawai kantor Desa Kacung. Hasil dari pengabdian ini adalah Karang Taruna Desa Kacung yang sudah memiliki koperasi desa akan melanjutkan usaha Mie Ayam Bayam dengan dibantu oleh pegawai kantor desa. Sedangkan modal untuk pendirian warung mie ayam ini adalah dengan dibantu dana kas desa dan proposal yang ditujukan kepada Bank BRI dan Bank SumselBabel terdekat.

KESIMPULAN

Kegiatan ini dilakukan di Desa Kacung, Kecamatan Kelapa, Kabupaten Bangka Barat. Dilatarbelakangi oleh rendahnya data usaha food and beverages di Kabupaten Bangka Barat, pengabdian ini memotivasi para usahawan muda agar menggeluti dunia usaha terutama usaha makanan. Dengan begitu, para remaja yang merupakan Gen-Z dari Desa Kacung mampu berpikir kreatif dan kritis dalam menciptakan usaha baru dalam dunia kerja.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] L. Arafeh, "An entrepreneurial key competencies' model," *J Innov Entrep*, vol. 5, no. 1, Dec. 2015, doi: 10.1186/s13731-016-0048-6.
- [2] "Strategi nasional kewirausahaan pemuda."
- [3] E. Cahyono, W. Syafitri, and Susilo, "Ethnicity, Migration, and Entrepreneurship in Indonesia," vol. 9, no. 1, pp. 1–12, 2021, [Online]. Available: <https://jiae.ub.ac.id/>
- [4] A. Fikri and D. A. Maulana, "Mendorong Semangat Berwirausaha Melalui Pelatihan Service Berkala Sepeda Motor (Studi Kasus Desa Tinggar)," 2021.
- [5] R. Handayani, F. Kurnia, and S. Priyansah, "Empowerment of women farming group of Ketapang village through black turmeric agropreneur," *Community Empowerment*, vol. 7, no. 5, pp. 823–829, May 2022, doi: 10.31603/ce.6334.
- [6] A. I. Faris *et al.*, "Menumbuhkan minat berwirausaha pada wanita di desa sonoadi melalui seminar kewirausahaan sonoadi," *Journal of Community Service*, vol. 2, no. 4, 2020.
- [7] D. Cahyani Pangestuti, H. Nastiti, R. Husniaty, and U. Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, "Pemberdayaan Ibu Rumah Tangga Untuk Berwirausaha Di Wilayah Depok," 2022. [Online]. Available: <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/abdimas>
- [8] V. A. Rahmi and R. A. Hidayati, "Efektivitas Pelatihan Keterampilan Dalam Menumbuhkan Minat Wirausaha Wanita Melalui Motivasi Diri Berwirausaha," *JMK (Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan)*, vol. 4, no. 1, p. 1, Jan. 2019, doi: 10.32503/jmk.v4i1.350.

- [9] A. Muttaqiyathun and E. Nurmaya, "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha pada Generasi Z Analysis of Factors that Influence Interest in Entrepreneurship in Generation Z."
- [10] R. Melyani, "Minat berwirausaha pada generasi z di era revolusi industri 4.0."
- [11] A. Purnomo *et al.*, "GENERASI Z SEBAGAI GENERASI WIRAUSAHAS." [Online]. Available: <https://www.mckinsey.com/industries/consumer->
- [12] S. Oktapiani *et al.*, "Serli Oktapiani, et al. Meningkatkan Young Enterprenership dan Creative Enterprenership di SMKN 2 Sumbawa Besar."
- [13] M. Hasan, N. Shofa, I. Thaief, M. Ihsan, S. Ahmad, and T. Tahir, "Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi Bagaimana Pengetahuan Kewirausahaan Mempengaruhi Minat Berwirausaha Generasi Z melalui Efikasi Diri?," vol. 9, no. 2, pp. 300–313, 2021, [Online]. Available: <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/EKU>
- [14] W. Warsiati, T. Sudrartono, I. Aliansi Zahra, A. Keuangan, P. Piksi Ganesha Bandung, and K. Akutansi, "Menumbuhkan minat usaha melalui afiliate marketing bagi generasi z dalam peningkatan ekonomi masyarakat," 2021. [Online]. Available: <https://www.lazada.co.id/lazada-affiliate-program>
- [15] T. Francis and F. Hoefel, "generation-z-and-its-implication-for-companies".
- [16] A. VITELAR, "Like Me: Generation Z and the Use of Social Media for Personal Branding," *Management Dynamics in the Knowledge Economy*, vol. 7, no. 2, pp. 257–268, 2013, doi: 10.25019/MDKE/7.2.07.
- [17] B. Chillakuri, "Understanding Generation Z expectations for effective onboarding," *Journal of Organizational Change Management*, vol. 33, no. 7, pp. 1277–1296, Dec. 2020, doi: 10.1108/JOCM-02-2020-0058