



**Kampus
Merdeka**
INDONESIA JAYA

PROSIDING

SEMINAR NASIONAL PENGABDIAN MASYARAKAT (SEMANGAT) 2021



UNIVERSITAS NEGERI MALANG (UM)

um.ac.id

2021



**"Menciptakan SDM Unggul dan Inovasi
Ekonomi sebagai Pilar Pembangunan
Berkelanjutan di Indonesia"**



Penerbit & Percetakan

PROSIDING
Seminar Pengabdian Masyarakat
(SEMANGAT) 2021

**“Menciptakan SDM Unggul dan Inovasi Ekonomi sebagai
Pilar Pembangunan Berkelanjutan di Indonesia”**

Rabu, 25 Agustus 2021



Universitas Negeri Malang

Anggota IKAPI No. 059 / JTI / 89

Anggota APPTI No. 002.103.1.09.2019

Jl. Semarang 5 (Jl. Gombong 1) Malang, Kode Pos 65145

Telp. (0341) 562391, 551312 psw 1453

Prosiding Seminar Pengabdian Masyarakat (SEMANGAT) 2021

*"Menciptakan SDM Unggul dan Inovasi Ekonomi sebagai Pilar Pembangunan
Berkelanjutan di Indonesia"*

ISBN: 978-602-470-642-5 (PDF)

Penanggung Jawab dan Pengarah

Dr. Cipto Wardoyo, M.Pd

Dr. Agus Hermawan, M.Si

Dr. Puji Handayati

Dr. Hadi Sumarsono

Dr. Ely Siswanto, S.Sos., M.M

Penanggung Jawab

Penanggung Jawab Akademik

Penanggung Jawab Fasilitas

Penanggung Jawab Kemahasiswaan

Penanggung Jawab Pelaksana

Tim Review

Dr. Ely Siswanto, S.Sos., M.M

Dr. Wening Patmi Rahayu, S.Pd., M.M.

Dr. Hj. Madziatul Churiyah, S.Pd, M.M.

Dr. Titis Shinta Dhewi, S.P, M.M.

Tim Editor

Dediek Tri Kurniawan, S.E., M.M

Andro Agil Nur Rakhmad, S.E.I., M.E.

Ika Zutiasari, S.Pd, M.Pd

Organizing Committee

Yana Respati Dewi, S.E.,M.M

Cesya Rizkika Parahiyanti, S.E., M.B.A

Lulu Nurul Istanti, S.E., M.M

Akidah Fitrah, S.T

Dr. Titis Shinta Dhewi, S.P, M.M.

Della Ayu Zonna Lia, S.AB, M.AB

Buyung Adi Dharma, S.AP.,M.AP

Dr. Wening Patmi Rahayu, S.Pd., M.M.

Ika Zutiasari, S.Pd, M.Pd

Bertina Dewi Hertiningtyas,S.Pd

Dr. Hj. Madziatul Churiyah, S.Pd, M.M.

Andro Agil Nur Rakhmad, S.E.I., M.E.

Dediek Tri Kurniawan, S.E.,M.M

Danny Ajar Baskoro., S.Pd., M.Pd

Arum Prasasti, S.E.,M.Sc

Achmad Murdiono, S.Pd., S.E.,M.M

Adelia Shabrina Prameka, S.E., M.M.

Andi Basuki S.Pd.,M.Pd

Anik Rahayu

Ni Wayan Sri Widyawati, S.E.

Ketua Pelaksana

Sekretaris Umum

Bendahara

Wakil Bendahara

Ketua Seksi Acara

Anggota Seksi Acara

Anggota Seksi Acara

Ketua Seksi Kesekretariatan

Anggota Seksi Kesekretariatan

Anggota Seksi Kesekretariatan

Koordinator Publikasi dan Informasi

Anggota Seksi Publikasi dan Informasi

Anggota Seksi Publikasi dan Informasi

Anggota Seksi Publikasi dan Informasi

Seksi Humas

Moderator

MC

Seksi Perlengkapan

Koordinator Sie Konsumsi

Anggota Sie Konsumsi

Penerbit

Hak cipta yang dilindungi:

Undang-undang pada : Penulis
Hak Penerbitan pada : Universitas Negeri Malang
Dicetak oleh : Universitas Negeri Malang

Dilarang mengutip atau memperbanyak dalam bentuk apapun tanpa izin tertulis dari penulis.
Isi diluar tanggung jawab Penerbit.

Penerbit Universitas Negeri Malang

Anggota IKAPI No. 059/JTI/89

Anggota APPTI No. 002.103.1.09.2019

Jl. Semarang 5 (Jl. Gombang 1) Malang, Kode Pos 65145

Telp. (0341) 562391, 551312; psw. 1453

Cetakan I: 2021

KATA PENGANTAR

Sumber daya manusia adalah kemampuan dan potensi masyarakat yang berada di dalam suatu wilayah beserta dengan karakteristik atau ciri demografis, sosial maupun ekonomi yang dapat dimanfaatkan untuk keperluan pembangunan. Pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM) Indonesia adalah bagian dari proses dan tujuan dalam pembangunan nasional Indonesia. Oleh karena itu, pikiran-pikiran pembangunan yang berkembang di Indonesia saat ini sangat dipengaruhi oleh kesadaran yang makin kuat akan keikutsertaan masyarakat dalam proses global yang sedang berlangsung.

Pengembangan mengacu pada aktivitas-aktivitas yang diarahkan untuk meningkatkan kompetensi selama periode waktu lebih panjang guna mengantisipasi kebutuhan di masa depan dan perubahan lingkungan sosial. Diharapkan proses ini dapat memberikan keuntungan dan mendorong pembangunan nasional. Pada waktu yang bersamaan, masyarakat Indonesia juga menghadapi tantangan untuk mengejar ketertinggalan dari negara-negara lain yang telah lebih dulu maju. Karenanya, pembangunan masyarakat madani yang maju dan mandiri, untuk mewujudkan kesejahteraan mengharuskan dikembangkan konsep pembangunan yang bertumpu pada sumber daya manusia dan pola pikirnya.

Keberhasilan pembangunan ekonomi suatu negara ditunjukkan oleh tiga nilai pokok yakni berkembangnya kemampuan masyarakat dalam memenuhi kebutuhan pokoknya (*sustenance*), meningkatnya rasa harga diri masyarakat sebagai manusia dan meningkatnya kemampuan masyarakat untuk memilih hak asasinya. Pembangunan ekonomi bersifat multidimensi yang mencakup berbagai aspek dalam kehidupan masyarakat bukan hanya pada aspek ekonomi saja,

Dalam konteks pembangunan nasional, pengembangan SDM yang satunya, kemampuan profesional dan kematangan kepribadian saling berpengaruh satu sama lain. Profesionalisme turut membentuk sikap dan perilaku yang tangguh. Seminar ini diadakan untuk memberikan informasi serta wawasan kepada para peserta mengenai pentingnya SDM Unggul dan Inovasi Ekonomi untuk pembangunan ekonomi yang berkelanjutan dan memiliki daya saing dengan masyarakat. Dengan diadakannya seminar ini, diharapkan para peserta dapat menambah pengetahuan mengenai kondisi actual masyarakat saat ini serta peluang dan tantangan yang dimiliki oleh masyarakat yang disampaikan oleh para pembicara.

Kegiatan ini juga bertujuan untuk menjadi wadah bagi kegiatan *call for papers* bagi para penulis di ruang lingkup pengabdian guna menambah literasi dari kegiatan riset terkini. Semoga Allah *Subhanahuwata'ala* senantiasa memberikan kekuatan dan perlindungan kepada kita semua sehingga segala sesuatu yang telah direncanakan dapat terlaksana dengan sebaik-baiknya serta memberikan manfaat dan berkah bagi yang melaksanakan dan berkepentingan.

Malang, 25 Agustus 2021
KETUA SEMANGAT 2021

DAFTAR ISI

COVER	i
HALAMAN SAMPUL	ii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vi
1. Optimalisasi Sumber Daya Lokal Desa Kemiri Melalui <i>Cycle System of Product Industrial Activity</i> Menuju Kemandirian Desa.....	1
2. Pelatihan Pembuatan <i>Hand Sanitizer</i> untuk Pencegahan COVID-19 bagi masyarakat Desa Tenggiring, Kecamatan Sambeng, Kabupaten Lamongan.....	8
3. Pembuatan Desain Ruang Komunal sebagai Pemanfaatan Lahan Kosong Desa Tegalsari.....	15
4. Peningkatan Nilai Jual Produk Olahan Lokal UMKM Melalui Penciptaan Kemasan Logo Produk Kreatif di Desa Krejengan Probolinggo	21
5. Perancangan Strategi <i>Re-branding</i> Desa Wisata Kampung Mojopahit Trowulan Menggunakan Metode <i>Benchmarking</i> pada <i>Korean Folk Village</i>	32
6. Kesejahteraan dan Keunikan Desa Paleran Umbulsari	40
7. Penerapan <i>Digital Marketing</i> pada Desa Paleran Umbulsari.....	47
8. Penyusunan Pedoman Manual Mutu Kegiatan Pembelajaran pada TK Islam Kyai Ageng Masrangi, Sawojajar, Malang.....	54
9. Pelatihan Pemasaran Produk Unggulan Berbasis Web untuk Mengembangkan Kemampuan Berwirausaha Para Pengelola UMKM.....	61
10. Kebiasaan Buang Sampah di Laut dan Pengelolaan Sampah pada Masyarakat Pesisir Kampung Nelayan Seberang Medan Belawan.....	67
11. Pengembangan Eduwisata sebagai Pilihan Rasional Pengusaha Bale Tani Jombang dalam Memajukan Desa Banjaragung.....	78
12. Peningkatan Legalitas dan Penguatan Produk Kelompok Tani Jengglong Sejahtera Desa Sumbertempur Kabupaten Malang Melalui Sosialisasi PIRT	88
13. Pelatihan <i>Product Branding</i> dan <i>Product Development</i> pada Usaha Krupuk Upil Masyarakat Desa Semanding sebagai Produk Unggulan Desa di Kecamatan Rejoso Kabupaten Nganjuk.....	95
14. Pelatihan Keterampilan Pemanfaatan Botol Bekas Untuk Pot Tanaman Obat Keluarga.....	106
15. Pemasangan Papan Nama Jalan di Desa Paleran dalam Rangka Meningkatkan Fasilitas Desa	113
16. Pelatihan Mengoperasikan <i>Google Meet</i> dan Webinar Pertolongan Pertama pada Cedera Luar dan Dalam	120
17. Pelatihan dan Pendampingan Kewirausahaan dalam Menghadapi Pandemi COVID-19	127
18. Pembuatan Kerajinan Sebagai Bentuk Pemanfaatan Limbah Sampah Dan Meningkatkan Kreatifitas Anak	134

19. Sosialisasi Pentingnya Strategi Pemasaran dan Packaging untuk Keberhasilan Binis pada Generasi Muda di Desa Pringu.....	142
20. Seminar Pengelolaan Akad Syariah di Lembaga Keuangan Mikro Syariah (LKMS).....	155

Optimalisasi Sumber Daya Lokal Desa Kemiri Melalui *Cycle System of Product Industrial Activity* Menuju Kemandirian Desa

**Heny Kusdiyanti*, Ita Prihatining Wilujeng, Nur Indah, Agustina, Indra
Febrianto, Robby Wijaya**

Universitas Negeri Malang

*Email: heny.kusdiyanti.fe@um.ac.id

ABSTRAK

Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk mengoptimalkan sumber daya local yang ada di Desa Kemiri melalui *cycle system of product industrial activity* yang di lakukan kedalam 3R (*Rebranding, Repackaging, dan Repetitioning*). Metode pelaksanaan dilakukan melalui tiga tahapan yaitu tahap sosialisasi, tahap pelatihan dan pendampingan dan tahap evauasi yang dilakukan kepada Ibu PKK Desa Kemiri. Pengabdian ini berhasil menghasilkan brand 'TEKOKO' sebagai *brand* baru produk local yang ada di Desa Kemiri, mendesain ulang tampilan kemasan untuk menambah konten yang lebih lengkap, serta menciptakan citra produk TEKOKO dibenak konsumen melalui informasi keunggulan produk, nilai, dan manfaat produk yang harapannya dikenang dan lekat dibenak konsumen. Program ini diharapkan dapat membantu Desa Kemiri dalam mewujudkan kemandirian desa melalui peningkatan nilai ekonomis sumber daya lokal yang ada di Desa Kemiri.

Kata Kunci: *cycle system of product industrial activities, desa kemiri, kemandirian desa, UMKM*

PENDAHULUAN

Salah satu cara yang dapat digunakan untuk meningkatkan taraf ekonomi masyarakat adalah dengan pengoptimalan potensi desa (Kiswara, 2018). Secara geografis, Desa Kemiri berada pada ketinggian 800-1500 meter dari permukaan air laut, terletak sekitar 26 kilometer dari kota Malang. Desa Kemiri selain sebagai desa penghasil susu sapi terbesar di Kabupaten Malang juga sebagai salah satu penyumbang kopi terbesar dengan luas wilayah perkebunan masyarakat Desa Kemiri sebesar 257,2 hektar (Krisnaningsih, 2018). Selain itu, Desa Kemiri menjadi alternatif jalan menuju wisata Gunung Bromo sehingga cocok dikembangkan usaha seperti teh kulit kopi yang dapat menghangatkan tubuh dan belum banyak dipasarkan produk teh berbahan kulit kopi, membuat peluang besar untuk membangun usaha ini, khususnya bagi UMKM di Desa Kemiri. Peta lokasi Desa Kemiri ditunjukkan pada gambar 1.



Gambar 1. Peta Lokasi Desa Kemiri Kecamatan Jabung Kabupaten Malang

Berdasarkan wawancara yang dilakukan kepada Bapak Wiyono selaku kepala Desa Kemiri, hasil biji kopi dari perkebunan masyarakat di Desa Kemiri selama satu bulan kurang lebih mencapai 300 ton (30.000kg). Maka dari 30.000 kg kopi diperoleh jumlah kulit kopi adalah sebesar 129,6 ton (12.960 kg) dari berat total (Nafisah, 2018). Buah kopi yang dihasilkan di perkebunan Desa Kemiri selama ini hanya dimanfaatkan bijinya saja, sehingga kulit kopi yang telah dipisahkan dengan bijinya menjadi limbah (Juwita, dkk., 2017). Sedangkan kandungan yang ada di kulit kopi bagus untuk organ jantung serta mengencangkan kulit (Suloi, 2019).

Selain kulit kopi tidak dimanfaatkan secara maksimal agar berdaya jual yang tinggi, masyarakat Desa Kemiri juga pasif dalam pengoptimalan potensi desa, terlebih pada kelompok PKK di Desa Kemiri. Berdasarkan wawancara yang dilakukan kepada Ibu Tumiasih selaku ketua ibu PKK di Desa Kemiri pada saat survei awal mengatakan bahwa tidak adanya sinergisitas antara setiap kalangan masyarakat untuk pengembangan potensi desa, sehingga kelompok PKK juga tidak ada agenda rutin untuk di kerjakan dalam mendukung produktifitas desa. Sinergisitas ini perlu dilakukan dalam pembangunan sistem ekonomi dan pelatihan kompetensi wirausaha yang baik untuk mengatasi permasalahan yang ada. *Cycle System of Product Industrial* menjadi solusi yang tepat dalam membangun sistem ekonomi masyarakat Desa Kemiri. *Cycle System of Product Industrial* dilakukan dengan mensinergikan antara stakeholder usaha kulit kopi (Blazquez, dkk., 2019).

Inilah alasan utama penerapan *Cycle System of Product Industrial* menjadi kebutuhan masyarakat di Desa Kemiri dengan memberdayakan kelompok PKK Desa Kemiri. Pembangunan *Cycle System of Product Industrial* berbasis IPTEK dalam hal kemandirian usaha desa, penting dilakukan karena pertama mereka belum tau sistem usaha yang memaksimalkan potensi desa baik dari segi Sumber Daya Alam dan Manusia, kedua tanpa memiliki pengetahuan dan kompetensi ini akan menyulitkan UMKM produk teh berbahan kopi Desa Kemiri untuk dapat konsisten dan bersaing dalam skala yang luas dengan usaha lainnya.

METODE

Pelaksanaan program Pengabdian Kepada Masyarakat kali ini dilakukan dengan metode yang terencana. Adapun metode pelaksanaan dapat dilihat dalam diagram alir yang disajikan pada Gambar 2 berikut:



Gambar 2. Metode Umum Pelaksanaan Pengabdian *Cycle System of Product Industrial* berbasis IPTEK di Desa Kemiri

Adapun rincian metode pelaksanaan adalah sebagai berikut:

a. Tahap Sosialisasi

Tahap sosialisasi terdiri dari penyampaian pentingnya membangun *Cycle System of Product Industrial* berbasis IPTEK dengan pemanfaatan potensi lokal di Desa Kemiri yang dimilikinya, pentingnya kerjasama antar kelompok masyarakat, pemfloanan jadwal pengabdian, dan pengisian angket pra-pelatihan.

b. Tahap Pelatihan dan Pendampingan

Pada tahap pelatihan dan pendampingan terdiri dari tiga tahap diantaranya adalah sebagai berikut:

- Pelatihan dan pendampingan pembangunan *Cycle System of Product Industrial* berbasis IPTEK dengan memanfaatkan potensi desa.
- Pendampingan kewirausahaan (menumbuhkan jiwa wirausaha, kemandirian ekonomi, perencanaan bisnis seperti *re-branding*, *re-packaging*, dan *re-positioning*) pada kelompok PKK Desa Kemiri.
- Pengenalan perintisan usaha mikro menengah sebagai produk lokal Desa Kemiri untuk pendukung pemberdayaan dan realisasi UMKM produk teh kopi di Desa Kemiri.

c. Tahap Evaluasi

Tahap evaluasi terdiri dari penyampaian testimoni kelompok PKK Desa Kemiri terhadap kegiatan pelaksanaan pengabdian yang telah dilaksanakan dan pengisian angket pasca-pelatihan.

HASIL & PEMBAHASAN

Cycle System of Product Industrial yang digagas oleh tim merupakan siklus tahapan produksi dengan mengoptimalkan potensi sumber daya lokal Desa Kemiri baik dari segi Sumber Daya Manusia (SDM) maupun Sumber Daya Alam (SDA) yaitu berupa kulit kopi, mulai dari proses panen kulit kopi, produksi kulit kopi menjadi minuman olahan seduh, pengemasan, pemasaran, hingga pembukuan keuangan. Sistem yang digunakan dalam merealisasikan program

Cycle System berbasis IPTEK di Desa Kemiri dengan menerapkan sistem 3R (*Rebranding, Repackaging, dan Repetitioning*). Proses *Rebranding*, dilakukan dengan membuat nama brand 'TEKOKO' sebagai brand baru dengan tujuan mudah diingat, sederhana, dan kedepannya dapat untuk didaftarkan hak merek dibanding brand sebelumnya yang bernama *cascara* atau nama ilmiah dari kulit kopi itu sendiri. Tahap *Repackaging*, dilakukan dengan mendesain ulang tampilan kemasan untuk menambah konten yang lebih lengkap (cara penyajian, komposisi, kode produksi, space No. PIRT, khasiat produk, dan tagline), menambah ikon gambar dan warna yang lebih merepresentasikan produk, dan membuat tampilan produk lebih menarik dengan pemilihan jenis bahan kemasan yang lebih bagus. Tahap *Repetitioning*, dilakukan sebagai wujud strategi untuk menciptakan citra produk TEKOKO dibenak konsumen melalui informasi keunggulan produk, nilai, dan manfaat produk yang harapannya dikenang dan lekat dibenak konsumen. Gambar 3 berikut adalah kemasan produk sebelum dan setelah dilakukan sistem 3R melalui *Cycle System of Product Industrial*.



Gambar 3. Kemasan Sebelum dan Setelah Penerapan Sistem 3R

Proses pengoptimalisasian sumber daya lokal pada bidang Sumber Daya Manusia (SDM) Desa Kemiri sebagai usaha keberlanjutan program, disusunlah struktur inti *Cycle System of Product Industrial Activity (CSPIA)* PKK Desa Kemiri yang dilengkapi dengan pengurus inti (ketua, wakil ketua, sekretaris, dan bendahara, serta koordinator setiap bidangnya. Seperti bidang produksi, bidang pengemasan, bidang pemasaran, dan bidang pembukuan. Struktur CSPIA dapat dilihat pada gambar 4.



Gambar 4. Struktur Cycle System of Product Industrial Activities

Struktur CSPIA ini merupakan bagian kecil dari perwakilan stakeholder di Desa Kemiri yang nantinya akan dikembangkan lagi dengan melibatkan stakeholder lainnya yang ada di Desa Kemiri agar semua potensi Sumber Daya Manusia lokal di Desa Kemiri diberdayakan untuk meningkatkan rasa kepemilikan program, potensi desa, sehingga terbentuk kemandirian ekonomi melalui pembentukan UMKM-UMKM di Desa Kemiri yang tersistem.

Hasil Ketercapaian Program *Cycle System of Product Industrial* pada mitra hingga saat ini telah melaksanakan tahap persiapan, sosialisasi dan pembedahan modul, serta pelatihan baik yang dilakukan secara offline maupun online. Pada pelaksanaan secara offline, tim pengabdian datang langsung ke lokasi mitra untuk menyelenggarakan sosialisasi program, pembedahan modul pelaksanaan program, hingga pelatihan (gambar 5).



Gambar 5. Dokumentasi Proses Sosialisasi, Pembedahan Modul, dan Pelatihan CSPIA

Sedangkan pendampingan dilakukan secara online secara intensif setelah pelatihan dilakukan secara offline. Berikut pemaparan hasil program *Cycle System of Product Industrial* dan perubahan PKK Desa Kemiri yang diperoleh, disajikan pada tabel1 berikut.

Tabel 1. Hasil Ketercapaian Program

Kegiatan	Capaian
Sosialisasi dan Pembedahan Modul	Tanggal: 28 Mei 2021 Hasil: PKK Desa Kemiri sebagai mitra dan bagian dari stakeholder Desa Kemiri paham tentang program <i>Cycle System of Product Industrial</i> melalui kegiatan sosialisasi dan pembedahan modul pelaksanaan program yang telah dilakukan.
Pelatihan <i>Cycle System of Product Industrial</i>	Tanggal: 4 Juni 2021 Hasil: PKK Desa Kemiri paham cara pembuatan produk (mulai dari pemilahan kulit kopi dari biji, pengeringan, hingga proses serbuk kulit kopi dimasukkan ke dalam kantung celup. Pendampingan kewirausahaan, hingga pengenalan perintisan usaha mikro menengah.

Tahap pendampingan tidak hanya terbatas secara langsung/offline saja. Namun, juga berlangsung secara online melalui *Whatsapp Grup* untuk memantapu perkembangan mitra dan memfasilitasi sesi *sharing* dengan mitra apabila ada hal yang kurang dipahami.

KESIMPULAN

Pelaksanaan pengabdian yang dilakukan kepada Ibu PKK di Desa Kemiri ini mengimplementasikan program *Cycle System of Product Industrial* dengan menerapkan sistem 3R (*Rebranding, Repackaging, dan Repotitioning*) pada produk olahan kopi yang ada di Desa Kemiri. Dari hasil 3R yang diterapkan telah tercipta *Rebranding*, dilakukan dengan membuat nama brand 'TEKOKO' sebagai brand baru dengan tujuan mudah diingat, sederhana, dan kedepannya dapat untuk didaftarkan hak merek dibanding brand sebelumnya yang bernama *cascara* atau nama ilmiah dari kulit kopi itu sendiri. Tahap *Repackaging*, dilakukan dengan mendesain ulang tampilan kemasan untuk menambah konten yang lebih lengkap (cara penyajian, komposisi, kode produksi, space No.PIRT, khasiat produk, dan *tagline*), menambah ikon gambar dan warna yang lebih merepresentasikan produk, dan membuat tampilan produk lebih menarik dengan pemilihan jenis bahan kemasan yang lebih bagus. Tahap *Repotitioning*, dilakukan sebagai wujud strategi untuk menciptakan citra produk TEKOKO dibenak konsumen melalui informasi keunggulan produk, nilai, dan manfaat produk yang harapannya dikenang dan lekat dibenak konsumen. Program ini diharapkan dapat memberikan pengalaman yang baik untuk PKK Desa Kemiri agar dapat mendukung pencapaian kemandirian desa kedepannya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Desa Kemiri yang telah bersedia menjadi mitra pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini, dan Fakultas

Ekonomi, Universitas Negeri Malang yang telah mendanai program pengabdian kepada masyarakat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Blaszquez, Marta., Kurt Mattich, Claudian E.Henninger, Eva Helberger. (2019). 'The Effect of Rebranding on Customer-Based Brand Equity'. *International Journal Business and Globalisation*. 22 (1), 91-109.
- Kiswara, Dani Ibrahim, Halmi Wicaksono. (2018). 'Profil Desa Kemiri Kecamatan Jabung Kabupaten Malang'. *Jurnal geografi Indonesia* 2 (1): 29-34.
- Krisnaningsih, dkk. (2018). 'Profil Peternak Sapi Perah di Desa Kemiri'. *Jurnal ABDIMAS UNMER Malang*. 3 (1): 44-54.
- Juwita, Ita., Arnida Mustafa, Risna Tamrin. (2017). 'Studi Pemanfaatan Kulit Kopi Arabika (*Coffea arabica* L.) Sebagai Mikro Organisme Lokal'. *ARGOINTEK*. 11 (1), 1-8.
- Nafisah Dzaratun dan Tri Dewanti Widyaningsih. (2018). 'Kajian Metode Pengeringan dan Rasio Penyeduhan pada Proses Pembuatan Teh Cassara Kopi Arabika (*Coffea arabica* L.)'. *Jurnal Pangan dan Agroindustri*. 6 (3), 27-47.
- Suloi, Andi Fajar., Nurul Fitriana, Nurlaela Jufri, Rosnita Sari. (2019). 'Pemanfaatan Limbah Kulit Kopi sebagai Upaya Pemberdayaan Ibu-ibu Rumah Tangga di Desa Latimojong, Kabupaten Enrekang'. *Agrokreatif Jurnal Ilmiah Pengabdian Masyarakat*. 5(3), 246-250).

Pelatihan Pembuatan *Hand Sanitizer* untuk Pencegahan COVID-19 bagi masyarakat Desa Tenggiring, Kecamatan Sambeng, Kabupaten Lamongan

Achmad Murdiono*, Nurul Azizah, Bariroh Ausathul Habibah

Universitas Negeri Malang

*Email: achmad.murdiono.fe@um.ac.id

ABSTRAK

Wabah Covid-19 menimbulkan dampak yang sangat berpengaruh di seluruh belahan dunia termasuk di Indonesia. Pemerintah menghimbau kepada masyarakat untuk menerapkan protokol kesehatan saat bepergian agar dapat menekan penyebaran Covid-19, salah satunya dengan rajin mencuci tangan menggunakan sabun dan air mengalir. Penggunaan cairan antiseptik atau *hand sanitizer* dapat menjadi alternatif untuk mencuci tangan karena lebih efektif digunakan, mudah dipakai dan mudah dibawa saat bepergian. Tujuan dari kegiatan ini adalah mengedukasi dan memberikan pelatihan pembuatan *hand sanitizer* sebagai perlengkapan pencegahan penyebaran covid-19. Metode yang digunakan yaitu edukasi kepada warga desa Tenggiring mengenai Covid-19, penjelasan singkat mengenai kegunaan dan keunggulan *hand sanitizer* serta pembuatan *hand sanitizer* menurut WHO menggunakan alat yang sederhana. Dengan adanya pelatihan ini diharapkan warga desa Tenggiring memahami tentang Covid-19, kegunaan dan keunggulan serta cara membuat *hand sanitizer* yang baik menggunakan alat yang sederhana. Kegiatan ini menghasilkan produk *hand sanitizer* yang dapat digunakan oleh masyarakat desa Tenggiring. Produk hasil pelatihan dibagikan kepada peserta pelatihan dan kepada masyarakat setempat.

Kata kunci: *hand sanitizer, Covid-19, Masyarakat Desa Tenggiring*

PENDAHULUAN

Virus corona atau covid-19 yang muncul pertama kali di Wuhan, Tiongkok, kini telah mewabah di seluruh dunia, termasuk Indonesia (Setiawati dan Ramdhania 2020). *Coronavirus Desease* atau COVID 19 merupakan sekelompok virus yang dapat menyebabkan penyakit pada hewan atau manusia (Nuraini dkk. 2020). Penyakit yang disebabkan oleh adanya virus SARS CoV-2 pada tubuh manusia ini biasanya disertai dengan gejala umum antara lain demam, batuk, sesak nafas, kelelahan, pilek, nyeri tenggorokan dan diare (*World Health Organization, 2020*). Infeksi covid ini yang akhirnya menyebabkan pandemi ditengah masyarakat telah banyak membawa dampak sosial dan ekonom bagi keidupan masyarakat. Secara umum, penularan Covid – 19 dapat terjadi melalui cairan tubuh atau percikan – percikan yang keluar dari mulut atau hidung seseorang saat batuk atau bersin (*World Health Organization 2020*). Percikan ini dapat menempel di permukaan benda yang selanjutnya dapat menjadi awal dari penularan vrus di tubuh manusia. Masa inkubasi jika tertular virus ini rata-rata 5-6 hari dengan masa inkubasi terpanjang 14 hari (Nuraini dkk. 2020). Untuk mencegah penularannya sangat penting untuk menerapkan perilaku hidup bersih dan sehat seperti mencuci tangan secara teratur dengan sabun dan air bersih

mengalir atau membersihkannya dengan antiseptik berbahan dasar alkohol, konsumsi makanan sehat, olah raga dan istirahat yang cukup.

Pada masa pandemi seperti ini, masyarakat dituntut untuk tetap mematuhi protokol kesehatan saat beraktivitas di luar rumah guna mencegah penularan atau penyebaran covid-19. Masyarakat diwajibkan mematuhi protokol kesehatan yaitu dengan menerapkan 5M, yaitu memakai masker, menjaga jarak, mencuci tangan, menjauhi kerumunan dan mengurangi mobilisasi dan interaksi (Lestari dan Wicaksono 2021). Selain 5M tersebut, masyarakat dianjurkan untuk menjaga daya tahan tubuh dan menjaga kebersihan lingkungan maupun kebersihan diri.

Menjaga kebersihan diri seperti pada 5M yaitu mencuci tangan sangat penting dilakukan, terlebih saat beraktivitas di luar rumah. Karena tangan merupakan anggota tubuh terluar yang dapat menyentuh atau menjadi tempat bersarangnya kuman atau virus. Akan tetapi tidak jarang dari masyarakat yang enggan mencuci tangan menggunakan air dan sabun saat beraktivitas di luar rumah, seperti saat mengunjungi bepergian ke pasar, sekolah, tempat ibadah, rumah makan, dan lain sebagainya. Beberapa faktor yang menyebabkan masyarakat enggan mencuci tangan yaitu karena tidak tersedianya tempat cuci tangan di tempat umum tersebut, tempat cuci tangan yang terbatas sehingga menimbulkan kerumunan, tempat cuci tangan yang dirasa kurang bersih atau karena dalam kondisi yang terburu-buru (darurat). Sehingga hal tersebut menjadi alasan kurang efisiennya menjaga kebersihan tangan dengan mencuci tangan menggunakan air dan sabun.

Meskipun keadaan yang sulit untuk mencuci tangan saat beraktivitas di luar rumah, karena mencuci tangan dengan air dan sabun bukan satu-satunya cara yang dapat dilakukan untuk menjaga kebersihan diri terutama kebersihan tangan. Menggunakan *hand sanitizer* bisa menjadi salah satu alternatif untuk persediaan pembersih tangan, karena *hand sanitizer* merupakan cairan pembersih tangan yang berbasis alkohol atau mengandung anti bakteri meskipun tidak seefektif membersihkan tangan menggunakan sabun dan air. *Hand sanitizer* dapat dijadikan alternatif menjaga kebersihan tangan saat masyarakat berada pada situasi yang tidak mendukung untuk mencuci tangan dengan air dan sabun. Oleh karenanya, masyarakat dianjurkan menyiapkan covid kit (perlengkapan pencegahan covid-19) saat bepergian, meliputi masker, handsoap (sabun cuci tangan), dan *hand sanitizer*. Sehingga tidak ada alasan bagi masyarakat untuk tidak menjaga kebersihan tangan. Hal ini sesuai dengan penjelasan dari Organisasi Kesehatan Dunia atau *World Health Organization* (WHO) bahwa salah satu cara pencegahan penyebaran virus Corona adalah dengan membersihkan tangan secara teratur memakai cairan antiseptik pembersih tangan (*hand sanitizer*) yang mengandung alkohol atau mencuci tangan dengan sabun dan air mengalir (Haryono, 2020).

Produk *hand sanitizer* tidak hanya dalam bentuk gel saja, tetapi bentuk cair

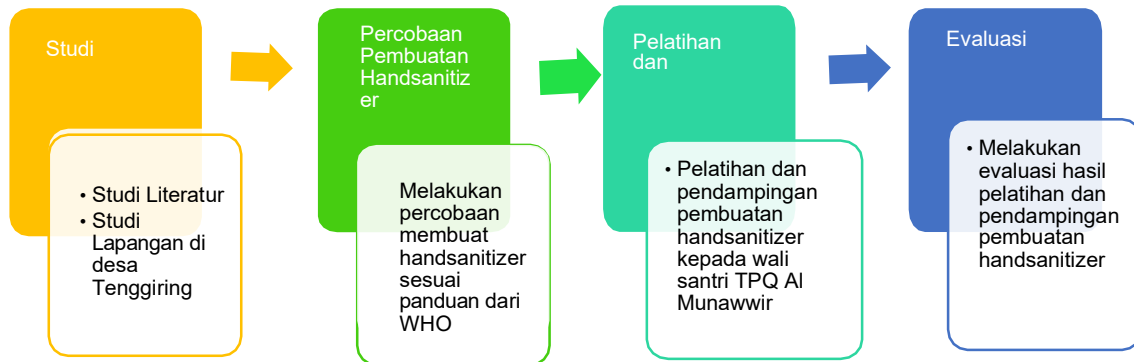
pun juga ada saat ini dan sudah populer di kalangan masyarakat ekonomi bahkan menjadi suatu gaya hidup (Evans dkk. 2020). Berbagai produk *Hand sanitizer* dapat di temukan di toko-toko swalayan dengan cara pemakaian yang cukup sederhana dan cepat yaitu dengan diteteskan atau disemprotkan pada telapak tangan, kemudian diratakan pada permukaan tangan (Fatimah dan Ardiani 2018). Untuk mengurangi beraktivitas di luar rumah dan untuk menghemat pengeluaran kebutuhan rumah tangga, membuat *hand sanitizer* secara mandiri dapat menjadi solusi untuk pencegahan diri dari terpaparnya virus covid-19. Sebab dengan membuat *hand sanitizer* secara mandiri, bisa menyediakan stok *hand sanitizer* sebagai *covid kit* untuk jangka panjang tanpa perlu sering ke swalayan ataupun toko terdekat yang notabeneanya tempat umum yang bisa menyebabkan kerumunan. Bahkan dengan membuat *hand sanitizer* secara mandiri bisa dimanfaatkan menjadi salah satu sumber pemasukan penghasilan dengan menjualnya kepada masyarakat desa sekitar maupun dijual secara online di media sosial.

METODE

Kegiatan pelatihan yang dilakukan di Desa Tenggiring, Kecamatan Sambeng, Kabupaten Lamongan dengan cara mengumpulkan masyarakat yang tergabung dalam wali santri TPQ Al – Munawwir di TPQ untuk mengikuti pelatihan pembuatan *hand sanitizer* yang terbuat dari bahan – bahan kimia yang telah disesuaikan dengan standar WHO (*World Health Organization*). Kegiatan pelatihan diawali dengan memberikan penjelasan kondisi pandemi saat ini dan bahayanya virus Covid-19, lalu dilanjutkan dengan penjelasan singkat mengenai kegunaan dan keunggulan *hand sanitizer* serta cara pembuatan *hand sanitizer* dengan alat yang sederhana dan ekonomis. Setelah memberikan penjelasan tersebut, dilanjutkan dengan praktik bersama pembuatan *hand sanitizer*. Kegiatan pelatihan dan pendampingan pembuatan *hand sanitizer* ini dilaksanakan dalam 3 tahap yaitu:

1. Tahap persiapan, dilaksanakan dengan melakukan studi pendahuluan berupa studi literatur dan studi lapang serta percobaan pembuatan han sanitizer
2. Tahap pelaksanaan, dilaksanakan dengan cara pelatihan dan pendampingan
3. Tahap evaluasi, dilaksanakan dengan melakukan rapat evaluasi bersama dengan kelompok sasaran kegiatan pengabdian kepada msyarakat.

Secara umum rancangan kegiatan pelatihan akan dijelaskan melalui gambar dibawah ini.



Gambar 1. Diagram alur kegiatan pembuatan hand sanitizer

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Studi Pendahuluan

Pada tahap pendahuluan diawali dengan studi literatur lalu dilanjutkan dengan studi lapang. Studi literatur dilakukan dengan mencari referensi mengenai *hand sanitizer* dan cara pembuatan *hand sanitizer* menurut standar kesehatan yang digunakan di Indonesia. Sedangkan untuk studi lapang yang dilakukan adalah observasi di lapangan. Proses studi lapang dilakukan dengan cara mengamati kegiatan warga desa sehari-hari dan wawancara warga desa serta perangkat desa. Berdasarkan data studi lapang yang dilakukan, diketahui bahwa warga desa masih kurang memperhatikan protokol kesehatan khususnya dalam penggunaan masker dan menjaga kebersihan tangan setiap saat.

2. Percobaan Pembuatan *Hand sanitizer*

Setelah melakukan studi lapang, langkah selanjutnya yang adalah persiapan alat dan bahan yakni pembelian bahan – bahan dan penyediaan alat yang akan digunakan. Setelah persiapan alat dan bahan, melakukan uji coba pembuatan *hand sanitizer*, percobaan dilakukan sesuai dengan panduan dari WHO dengan ukuran yang tepat dan cermat. Hasil percobaan didapatkan beberapa botol *hand sanitizer* dengan ukuran 60 ml yang siap digunakan.



Gambar 2. Percobaan pembuatan hand sanitizer

3. Pelatihan dan Pendampingan

Setelah melakukan percobaan dalam membuat *hand sanitizer*, langkah

selanjutnya adalah melaksanakan pelatihan pembuatan *hand sanitizer* bersama wali santri TPQ Al – Munawwir sebagai peserta kegiatan yang bertempat di TPQ Al – Munawwir Desa Tenggiring, Kecamatan Sambeng, Kabupaten Lamongan. Kegiatan diawali dengan pengenalan kepada wali santri TPQ Al – Munawwir, kemudian dilanjutkan dengan edukasi tentang Covid-19, penjelasan singkat mengenai kegunaan dan keunggulan *hand sanitizer*. Setelah itu mendemonstrasikan cara membuat *hand sanitizer* sesuai panduan dari WHO, dengan menggunakan alat yang sederhana dan bahan yang dapat dijumpai di apotek.

Berikut ini alat dan bahan yang diperlukan dalam pembuatan 1 liter *hand sanitizer* serta proses pembuatannya :

Alat:

- a. Gelas Ukur
- b. Wadah Gelas/Baskom
- c. Botol Spray

Bahan:

- a. 833,3 ml Etanol 60% - 96%
- b. 41,7 ml Hidrogen Peroksida 3%
- c. 14,7 ml Gliserol 98%
- d. +/- 100 ml Aquades

Proses Pembuatan:

1. Masukkan Etanol kedalam gelas atau baskom yang sudah disediakan
2. Tambahkan Hidrogen Peroksida kedalam gelas atau baskom tadi
3. Selanjutnya, tambahkan Gliserol
4. aduk hingga tercampur rata
5. Tambahkan aquades dan aduk kembali hingga rata
6. Pindahkan campuran kedalam botol spray
7. Diamkan pada suhu ruangan selama 3 hari
8. *Hand sanitizer* siap digunakan
9. *Hand sanitizer* yang dihasilkan sebanyak 1 liter.

Cara Penggunaan:

1. Semprotkan 1 – 2 kali semprot *hand sanitizer* pada salah satu telapak tangan
2. Gosok pada seluruh permukaan kedua tangan dan jari setidaknya selama 30 detik.

Berdasarkan panduan dari WHO, dalam pembuatan *hand sanitizer* dibutuhkan setidaknya kandungan alkohol sebesar 60% agar efektif dalam membunuh kuman dan diimbangi dengan pelembab kulit berupa gliserol. Untuk memastikan kebersihan larutan *hand sanitizer* dibutuhkan juga cairan hidrogen peroksida dengan persentase sebesar 3%. Hidrogen peroksida berfungsi untuk membunuh kuman dan bakteri yang ada pada larutan. Alkohol dan hidrogen peroksida merupakan bahan yang tidak dianjurkan untuk digunakan

dalam keseharian, karena cairan tersebut dapat merusak kulit bila mengenai kulit secara langsung. Sehingga dalam proses pembuatan handsanitizer diperlukan ketelitian dalam pencampuran bahan – bahan yang diperlukan agar menghasilkan handsanitizer dengan kandungan alkohol dan hidrogen peroksida yang tepat dan dapat digunakan tanpa membuat kulit iritasi.

Setelah selesai melakukan demo, wali santri TPQ Al – Munawwir langsung mempraktikkan pembuatan *hand sanitizer* didampingi oleh tim. *Hand sanitizer* yang telah dibuat dibagikan kepada wali santri yang hadir dan dibagikan juga ke TPQ Al – Munawwir agar dapat digunakan bagi santri, ustadz/ustadzah maupun wali santri saat berkegiatan di TPQ.



Gambar 3. Pelatihan dan pendampingan pembuatan hand sanitizer



Gambar 4. Hand sanitizer hasil pelatihan dan foto bersama wali santri

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan di atas dan berdasarkan pelatihan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pelatihan pembuatan *hand sanitizer* ini disambut dengan antusiasme yang tinggi oleh ibu-ibu wali santri, akan tetapi peserta yang mengikuti pelatihan ini dibatasi karena adanya pandemi, sehingga sasaran pelatihan ini kurang meluas.
2. Pelatihan ini dapat dikembangkan dalam program pengabdian selanjutnya dengan sasaran yang lebih luas guna meningkatkan kepedulian diri masyarakat untuk mematuhi protokol kesehatan (prokes) agar dapat mengurangi penyebaran virus covid-19.

SARAN

Pelatihan pembuatan *hand sanitizer* kali ini terlalu terpaku pada satu referensi, sedangkan masih banyak referensi yang dapat digunakan dalam pembuatan *hand sanitizer*. Oleh karena itu untuk program pengabdian selanjutnya diharapkan dapat menambah sumber referensi lebih banyak sehingga dalam pelatihan nantinya diharapkan dapat membuat *hand sanitizer* dari banyak referensi yang terpercaya dan telah diuji oleh pihak pakar sebelumnya agar lebih terjamin kelayakan *hand sanitizer* tersebut dapat digunakan apa tidak.

DAFTAR PUSTAKA

- Evans, Celsa, Maria Sabarina Lato Lada, Yasinta Funan, Desi Asrini Loda Nangi, dan Timbul Yuwono. 2020. "Penyuluhan Dan Cara Pembuatan *Hand sanitizer* Untuk Masyarakat Dalam Covid-19 Di Kelurahan Pisang Candi Kota Malang." *Jurnal Pengabdian Masyarakat Khatulistiwa* 3(2):71–78.
- Fatimah, Cut, dan Rani Ardiani. 2018. "Pembuatan *hand sanitizer* (pembersih tangan tanpa air) menggunakan antiseptik bahan alami." Hlm. 336–43 dalam Vol. 1.
- Haryono, Agus. 2020. "Membuat *Hand sanitizer* Sederhana untuk Cegah Virus Corona."
- Lestari, Vegi, dan Adhiputro Pangarso Wicaksono. 2021. "Edukasi Protokol Kesehatan Di Masa Pandemi Covid-19 Pada Warga DK. Berdug Kulon RT 01 RW 11, Sidomulyo, Ampel, Boyolali." *Jurnal Ekonomi, Sosisal & Humaniora* 2(09):96–100.
- Nuraini, Catur, Astri Restullahwati, Santika Indah Pratiwi, dan Nurul Izzah Millennia. 2020. "Edukasi Pembuatan Han Sanitizer Di Rumah Yang Praktis dan Ekonmis Oleh Mahasiswa KKN BMC UNNES."
- Setiawati, Siti, dan Khairunnisa Fadhilla Ramdhanian. 2020. "Sosialisasi Media Sosial dan Pembuatan *Hand sanitizer*, Hand soap Dalam Rangka Ikut serta Menanggulangi COVID-19." *Jurnal Sains Teknologi dalam Pemberdayaan Masyarakat* 1(1):11–18.
- World Health Organization. 2020. "Transmisi SARS-CoV-2: implikasi terhadap kewaspadaan pencegahan infeksi." *Pernyataan Keilmuan* 1–10.

Pembuatan Desain Ruang Komunal sebagai Pemanfaatan Lahan Kosong Desa Tegalsari

Yana Respati Dewi*, Hanum Putryani Widayati

Universitas Negeri Malang

*Email: yana.respati.fe@um.ac.id

ABSTRAK

Ruang terbuka hijau merupakan wilayah atau area yang sebagian besar didominasi oleh tanaman yang difungsikan untuk pengembangan atau perlindungan habitat atau digunakan sebagai sarana sosial masyarakat sekitarnya. RTH ini juga dapat berfungsi sebagai area outdoor milik masyarakat yaitu tempat bersosial masyarakat seperti berekreasi, berolahraga, atau bermain. Desa Tegalsari yang terletak di Kecamatan Kepanjen Kabupaten Malang memiliki lahan kosong sekitar 1000m² yang dapat dimanfaatkan untuk adanya ruang terbuka hijau. Desain RTH dapat difungsikan oleh masyarakat desa sebagai tempat untuk berolahraga, tempat untuk bermain, dan sebagai fasilitas kegiatan desa. Metode kegiatan ini terdiri dari beberapa tahap dimulai dari mempersiapkan gambar kerja, membuat analisa harga satuan, menghitung volume pekerjaan, menentukan harga satuan kerja, menghitung biaya kerja, dan menghitung rekapitulasi.

Kata kunci: *Desa, Ruang Terbuka Hijau*

PENDAHULUAN

Perkembangan suatu wilayah sering mengorbankan ruang publik, sehingga jumlah ruang terbuka khususnya kawasan pertamanan saat ini mengalami penurunan yang signifikan hal tersebut tentunya berdampak pada kualitas lingkungan hidup yang mengakibatkan mulai banyak terjadinya bencana salah satunya yakni banjir, peningkatan pencemaran baik pencemaran darat, laut dan udara (Peraturan Menteri Pekerjaan Umum, 2010 dalam Noer Aini et al., 2015). Pembangunan Ruang Terbuka Hijau didasarkan pada beberapa alasan tersebut, diharapkan mampu mewujudkan keseimbangan lingkungan di sekitarnya. (Dewi & Agustina, 2020).

Menurut Ernawi, ruang ini dapat berbentuk jalur seperti penghijauan jalan, tepiansungai dan danau atau sepanjang jalur rel kereta api, dan jantung kota, berupa taman (Nurliah & Tajuddin, 2020). Sedangkan Ruang Terbuka Hijau menurut UU RI Nomor 12 Tahun 2007 tentang penataan ruang diartikan sebagai area wilayah yang memanjang atau jalur yang penggunaannya lebih bersifat terbuka, tempat bertumbuhnya tanaman, baik yang secara alamiah maupun yang secara sengaja (Sembel, 2015). Selain itu, RTH juga dapat didefinisikan sebagai daerah yang sebagian besar merupakan tanaman hijau untuk melindungi atau melestarikan habitat tertentu dan bisa digunakan sebagai sarana lingkungan, disamping itu juga difungsikan untuk meningkatkan kualitas udara, membantu melestarikan air serta tanah. Ruang terbuka ini biasanya berada di tengah pemukiman padat penduduk yang juga dapat berfungsi untuk meningkatkan kualitas lingkungan disekitarnya (Hakim, 2014 dalam Putri, 2010). Selain sebagai kawasan lindung, ruang terbuka hijau juga memiliki fungsi sosial sebagai *area luar ruangan* untuk tempat berinteraksi sosial oleh masyarakat seperti tempat untuk

berekreasi, berolahraga, atau area untuk bermain (Dwihatmojo, 2010). RTH bertujuan untuk menjaga keselarasan dan keseimbangan ekosistem lingkungan serta meningkatkan kualitas lingkungan yang sehat, indah, bersih dan nyaman (Adinata, 2016).

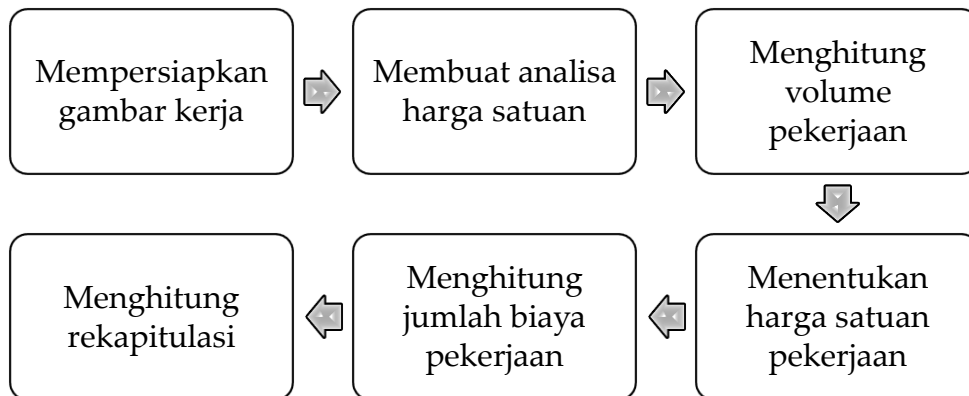
Berdasarkan UU Tata Ruang, kebutuhan RTH adalah minimal 30% dari luas wilayah dengan proporsi kepemilikan 2:1 antara public dengan kepemilikan privat (Santoso et al., 2012). Tanpa adanya RTH maka akan memicu munculnya pemanasan global atau heat island sehingga pengendalian emisi pada area perkopraan atau padat pemukiman akan berdampak pada kualitas atmosfer di wilayah tersebut. RTH dapat pula dibangun berdasarkan dari masalah – masalah lingkungan yang ada di sekitar seperti kebutuhan akan oksigen sehingga perlu pengelolaan yang baik.

Desa Tegalsari yang terletak di Kecamatan Kepanjen Kabupaten Malang memiliki lahan kosong yang berpotensi dalam menunjang perekonomian warga sekitar dan dapat dimanfaatkan sebagai gedung serba guna. Pemanfaatan lahan kosong tersebut sudah dilakukan dengan adanya lapangan sepakbola. Namun, sekitar 1000m² pada lahan tersebut masih belum dimanfaatkan oleh warga desa secara maksimal. Selain itu, Kepanjen merupakan ibukota dari Kabupaten Malang yang ditetapkan 2010 oleh Bupati Malang. Sehingga, Kepajen terus dibenahi dan dibangun guna mempertahankan predikatnya sebagai ibukota Kabupaten Malang karena pemanfaatan lahan kosong di Kabupaten Malang dapat dikatakan masih minim.

Ruang terbuka hijau yang didesain untuk Desa Tegalsari ini diharapkan dapat menunjang aktivitas dan perekonomian warga Desa Tegalsari. Desain ruang terbuka hijau ini juga dapat dipertimbangkan sebagai salah satu tempat yang dapat dimanfaatkan masyarakat desa sebagai tempat untuk berolahraga, tempat untuk bermain, dan sebagai fasilitas kegiatan desa.

METODE

Kegiatan desain ruang terbuka hijau ini berlokasi di Desa Tegalsari Kecamatan Kepanjen Kabupaten Malang dengan durasi waktu 45 hari. Adapun tahapan – tahapan dalam melaksanakan kegiatan ini yaitu, anggota tim mempersiapkan gambar kerja terlebih dahulu, setelah itu anggota tim membuat analisa harga satuan yang kemudian dilanjutkan dengan menghitung volume pekerjaan, menentukan harga satuan kerja, menghitung keseluruhan biaya kerja, dan yang terakhir adalah menghitung rekapitulasi. Bagan prosedur kegiatan ini dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Bagan Prosedur Pelaksanaan

HASIL & PEMBAHASAN

Pembahasan dalam hal ini adalah menguraikan bentuk kegiatan yang telah dilakukan berdasarkan konsep prosedur yang sudah ada. Pada tahap persiapan untuk keperluan penelitian seperti perhitungan volume dan rancangan anggaran biaya (RAB) karena dalam pengerjaan RAB diperlukan untuk berbagai jenis pekerjaan, spesifikasi, dan ukuran dari material. Sehingga, gambar kerja yang telah dibuat dapat membuat perhitungan RAB menjadi lebih mudah. Setelah mempersiapkan gambar kerja, tahap selanjutnya adalah membuat analisis harga satuan. Analisis ini merupakan perhitungan mengenai upah pekerja, satuan alat, dan satuan material. Dalam kegiatan ini, tim menggunakan AHSP Tahun 2016 Kota Malang.

Tahapan selanjutnya pada kegiatan ini adalah menghitung volume pekerjaan. Volume dihitung dari tiap satuan pekerjaan dengan menggunakan satuan m^2 , m^3 , atau per satuan unit. Volume ini nantinya akan digunakan untuk dikalikan dengan jumlah biaya pekerjaan. Setelah perhitungan volume dilakukan, selanjutnya akan dilakukan tahapan menentukan harga satuan pekerjaan atau yang biasa dikenal dengan istilah pembuatan HSP dimana harga yang dimasukkan adalah harga satuan upah dan bahan dari daerah tempat proyek pekerjaan dilaksanakan. Dalam tahapan ini dilakukan analisis secara teliti agar tidak terjadi peningkatan harga dalam pelaksanaan sebuah proyek. Tahapan selanjutnya adalah menghitung jumlah biaya pekerjaan. Setelah itu, tahapan terakhir pada kegiatan ini adalah menghitung rekapitulasi. Rekapitulasi yang dimaksud dalam hal ini adalah harga keseluruhan pekerjaan per satuan seperti persiapan, pondasi, dan lainnya.

Ruang Terbuka Hijau yang didesain untuk Desa Tegalsari disesuaikan dengan lahan sekitar $1000m^2$ disebelah lapangan sepak bola yang dapat dilihat pada Gambar 2. Desain Ruang Terbuka Hijau ini terdiri dari *green house* yang digunakan untuk memelihara beberapa tanaman untuk kelestarian lingkungan, gedung serbaguna yang dapat digunakan untuk fasilitas kegiatan desa, dan area taman yang dapat digunakan sebagai tempat berolahraga, bermain, dan sebagai tempat masyarakat untuk bersosialisasi. Desain *green house* yang terletak disebelah taman terbuka dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 2. Lahan Kosong Seluas 1000m²

Sumber: Dokumen Pribadi



Gambar 3. Desain 3D Ruang Terbuka Hijau (RTH)

Sumber: Dokumen Pribadi

Dibelakang *green house*, terdapat beberapa stand makanan yang dapat digunakan oleh warga untuk berjualan berbagai jenis makanan. Sehingga, Ruang Terbuka Hijau yang didesain ini juga dapat digunakan warga Desa Tegalsari sebagai sumber pendapatan. Letak stand makanan terletak di depan taman terbuka yang memiliki kursi dan arena bermain serta berolahraga sehingga warga dapat menikmati makanan yang ada di area taman sambil bersosialisasi dengan warga lainnya. Desain ini dapat dilihat pada Gambar 4.



Gambar 4. Desain 3D RTH dan Gedung Dari Depan

Sumber: Dokumen Pribadi

Diantara taman terbuka dan stand makanan, terdapat gedung serbaguna yang dapat digunakan untuk menunjang berbagai kegiatan di Desa Tegalsari. Desain gedung serbaguna ini dapat dilihat secara 2D pada gambar 5.



Gambar 5. Desain 2D Gedung Serbaguna

Sumber: Dokumen Pribadi

SIMPULAN

Lahan kosong di Desa Tegalsari Kecamatan Kepanjen Kabupaten Malang seluas 1000m² dimanfaatkan dengan membuat Rancangan Anggaran Biaya Bangunan (RAB) gedung serbaguna, desain 2D gedung serbaguna, dan desain Ruang Terbuka Hijau (RTH). Desain gedung serbaguna dan RTH tersebut ditujukan sebagai alternatif bagi masyarakat Desa Tegalsari Kecamatan Kepanjen Kabupaten Malang dalam memanfaatkan lahan kosong seluas 1000m². Desain gedung serbaguna dan RTH ini juga diharapkan dapat menunjang aktivitas perekonomian masyarakat Desa Tegalsari. Selain itu, desain ini dapat dipertimbangkan sebagai salah satu tempat yang dimanfaatkan warga sebagai tempat untuk berolahraga, tempat bermain, dan sebagai fasilitas kegiatan di desa. Penulis menyarankan untuk meninjau kembali desain dan RAB oleh ahli yang

sudah berpengalaman pada bidang teknik sipil dan pendesainan bangunan dan Ruang Terbuka Hijau (RTH) agar pihak desa mendapatkan hasil yang maksimal dalam membuat gedung serbaguna dan Ruang Terbuka Hijau (RTH) karena desain ini dibuat sesuai dengan pengetahuan dan kemampuan mahasiswa yang menempuh mata kuliah Kuliah Kerja Nyata serta beberapa desain disesuaikan dengan permintaan pihak desa.

DAFTAR PUSTAKA

- Adinata, B.L.(2016). Manajemen Strategi Pengelolaan Ruang Terbuka Hijau Taman Kota (Studi di DIInas Kebersihan dan Pertamanan Kota Surabaya. *Jurnal Mahasiswa*
- Arianti. I. (2010). Ruang Terbuka Hijau. *Jurnal Ilmu Pengetahuan dan Rekayasa*
- Dwihatmojo,R. (2010) Ruang Terbuka Hijau yang Semakin Terpinggirkan. *Badan Informasi Geospasial*.
- Noer Aini, L., Isnawa, B.H., & Saleh, E.R. (2015). Evaluasi Ruang Terbuka Hijau di Kota Pekanbaru. *Planta Tropika: Journal of Agro Science*, 3(1), 41-51.
- Nurliah & Tajuddin, M. S. (2020). Analisis Tata Kelola Ruang Terbuka Hijau Terhadap Pembangunan Kota di Kabupaten Majene. *Jurnal Ilmu Pemerintahan dan Ilmu Komunikasi*. 5(1). 71-82
- Putri, D.G. (2010). *Konsep Penataan Ruang Terbuka Hijau di Kawasan Pusat Kota Ponorogo*.
- Rahmi, D.H. (2002) Penyediaan Ruang Terbuka Hijau di Lingkungan Perhunian di Yogyakarta. *Manusia dan Lingkungan*. 9(2). 101-114.
- Rosawatiningsih, N. (2018). Kebijakan Pengelolaan Ruang Terbuka Hijau (RTH) Taman Flora Surabaya. *The Journal of Society & Media*, 3(1), 68-85)
- Santoso, B., Hidayah, R & Sumardjito. 2012. Pola Pemanfaatan Ruang Terbuka Hijau Pada Kawasan Perkampungan Plemburan Tegal. Ngaglik Sleman. *Inersia*, 8(1), 1-14.
- Sembel. A.A.Malik, A.A.M., & Moniaga, I.L. (2015). Peningkatan Kualitas Ruang Terbuka Hijau Melalui Pembangunan Taman PKK di Kecamatan Kalawar. *Media Matrasain*. 12(3). 54-61
- Silalahi, J.,& Harianjja, A.H. (2014). Analisis Kebutuhan Ruang Terbuka Hijau di Kota Medan. *Prosiding Ekspose Hasil Penelitian Tahun 2014*. 218-228

Peningkatan Nilai Jual Produk Olahan Lokal UMKM Melalui Penciptaan Kemasan Logo Produk Kreatif di Desa Krejengan Probolinggo

Yuli Agustina*, Agni Abdillah, Kurrotul Aini, Rizky Reviva Zadani, Tri Amalia Wahyuning Tias

Universitas Negeri Malang

*Email: yuli.agustina.fe@um.ac.id

ABSTRAK

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan kumpulan produk lokal yang saat ini menjadi perhatian secara nasional, selain mampu meningkatkan perekonomian, juga menjadi salah satu alternatif dalam mengembangkan produk lokal. Semakin banyaknya produk UMKM di berbagai daerah menyebabkan produsen mengalami persaingan ketat dalam pemasaran. Namun, tidak semua produk UMKM dapat diterima di pasar secara global karena masih terbatasnya kualitas, dan juga perijinan yang dimiliki. Selain itu, sampai saat ini, hal penting yang juga masih menjadi perhatian dalam hal kemasan yang dijual dari produk UMKM lokal. Kemasan yang masih dirasa kurang menjual, menarik menjadi satu perhatian yang dapat dijadikan tolak ukur keberhasilan produk lokal. Kegiatan pengabdian ini dilakukan dengan cara melakukan survey pada kelompok usaha di Desa Krejengan Kabupaten Probolinggo, mengetahui kendala kurangnya nilai jual dari produk yang dihasilkan, sosialisasi, pelatihan dan pendampingan hingga pemasaran untuk meningkatkan nilai jual dan jumlah produk yang dipasarkan. Hasil dari kegiatan ini, secara umum rata-rata produk yang dihasilkan kelompok usaha masih bersifat lokal dengan kemasan yang kurang menarik, sehingga mengalami kesulitan untuk dapat masuk ke pasaran lokal bahkan luar daerah. Dengan adanya kegiatann ini, selain memberikan wawasan, pengetahuan tentang pentingnya kemasan produk, juga kelompok usaha dapat meluangkan kreatifitas yang diharapkan dari harapan produk yang ingin dihasilkan melalui kemasan yang dibuat. Hal ini mejadi salah satu motivasi yang diharapkan para kelompok usaha agar kedepannya produk yang dihasilkan dapat mudah memasuki pasar lokal bahkan secara nasional.

Kata Kunci: *Logo, Kemasan Produk, Nilai Jual Produk, Produk Lokal, UMKM*

PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan sector yang menjadi tumpuan masyarakat yang dianggap mampu memberikan harapan untuk kesejahteraan masyarakat. Sektor ini pula yang sampai saat ini mampu mendukung pergerakan perekonomian dan penyerapan tenaga kerja secara capat. Pemerintah mendukung program usaha mikro kecil dan menengah ini dengan berbagai cara hingga mampu terus memberikan pembinaan kepada UMKM terutama membantu mengatasi masalah-masalah yang dihadapi oleh UMKM. Namun, sampai saat ini salah satu masalah yang sering dihadapi oleh usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) adalah bagaimana produk yang dihasilkan dapat laku dipasaran. Untuk mendukung hal tersebut perlu ada beberapa hal yang perlu diperhatikan salah satunya terkait dengan kemasan produk yang selama ini masih sangat minimalis dan sederhana. Perlu diakui bahwa produk-produk yang

dihasilkan oleh UMKM sebenarnya tidak kalah dengan produk industry secara umum. Namun karena permasalahan sederhana seperti tampilan produk, kemasan yang kurang menarik dapat menyebabkan produk kalah dipasaran. Menurut Kementerian Negara Koperasi Dan Usaha Kecil Dan Menengah., (2009) Bahwa Koperasi Usaha Kecil Dan Menengah (KUKM) Pangan adalah salah satu KUKM yang mempunyai potensi dalam pengembangan perekonomian Nasional. Dengan berjalannya waktu KUKM makanan dan Minuman Indonesia akan tergilas oleh makanan dan minuman impor apabila tidak meningkatkan mutu hasil produksi dan kemasannya. Sesuai Undang – Undang RI No. 20.,(2008) Kecil dan Menengah yang dimaksud : 1. Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan / atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undangundang ini. 2. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam undang-undang ini. 3. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.

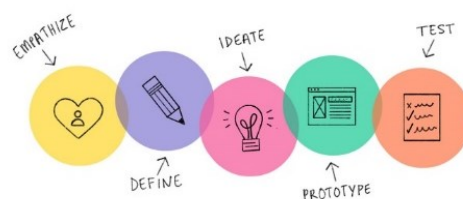
Selain kemasan yang menarik juga perlu adanya logo yang memberikan gambaran atas produk yang ada. Logo merupakan sebuah karya desain dengan melibatkan bentuk, warna, tekstur, dan ruang. Logo memiliki fungsi sebagai suatu identitas untuk membedakan dengan lainnya dan tidak hanya itu logo juga berfungsi sebagai identitas visual utama dalam branding, logo memang harus berbeda dan menjadi ciri khas dari suatu brand. Dalam pembuatan desain logo sebuah produk tak boleh sembarangan, logo ini akan menjadi daya tarik bagi suatu produk yang diperjual belikan di pasaran. Kebanyakan hanya berpikir keberhasilan harus selalu didukung oleh modal yang banyak, produk dan pemasaran yang baik atau pun bagus. Padahal ada banyak faktor lain yang saling terkait. Faktor yang tidak kalah pentingnya adalah dengan mengemas produk agar terlihat menarik di mata para konsumen atau calon konsumen. Menurut Klimchuk dan Krasovec dalam Jurnal Administrasi Bisnis menyatakan bahwa desain merupakan rancangan suatu kemasan sebagai syarat dan upaya dalam meningkatkan pemasaran produk yang akan dijual (Foster, 2000). Desain produk dapat melindungi, membungkus, sebagai pembeda, serta menambah daya tarik penampilan, ketahanan, dan kualitas dari suatu produk. Selain itu ketika memakai suatu produk, desain kemasan juga berfungsi untuk meningkatkan emosional dari

konsumen. Misalnya timbul rasa penasaran dengan bentuk kemasan produk sehingga membuat konsumen membelinya.

Terdapat fenomena yang menarik di desa krejengan dimana mengenai logo dan pengemasan sebuah produk yang masih menggunakan logo produk yang tidak menarik karena hanya menampilkan label tulisan saja dan difotokopi bahkan ada yang tidak menggunakan logo produk dan dalam kemasannya masih menggunakan plastikbening. Selain itu, kemasan dari produk-produk tersebut tidak menunjukkan ciri khas buatan dari Desa Krejengan. Desain logo dan perancangan kemasan sangat penting agar menjadi suatu ciri khas dan berbeda dengan produk yang lain. Dalam kemasan ini tidak hanya dapat melindungi sebuah produk saja namun juga dapat menarik minat konsumen untuk membeli produk tersebut. Produk desa Krejengan yang unggul yakni produk kripik waluh, kripik buah naga, kripik tempe, opak gulung, dan lukisan. Diharapkan dari pembuatan desain logo dan kemasan ini menjadikan Desa Krejengan memiliki sebuah produk yang mampu bersaing dengan produk-produk yang lain dan memiliki ciri khas. Tidak hanya itu diharapkan juga produk ini dapat berkembang dan mencakup pasar yang lebih luar melalui logo dan kemasan yang aman dan juga menarik. Sehingga dengan kegiatan pengabdian ini, diharapkan mampu meningkatkan nilai jual produk lokal UMKM melalui penciptaan kemasan kreatif.

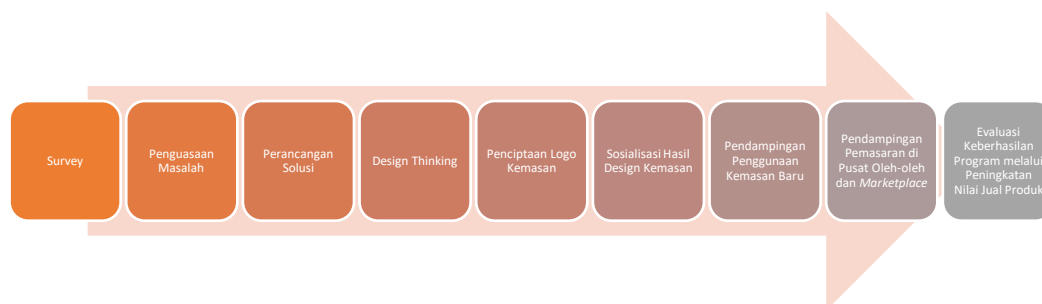
METODE

Metode yang digunakan untuk menunjang kegiatan pengabdian ini melalui 2 model antara lain model desain thinking dan realisasi prototype melalui kegiatan pendampingan. Metode pertama yaitu *design thinking*, dilakukan dengan observasi terhadap beberapa UMKM yang ada di Desa Krejengan dan juga penanggung jawab UMKM Desa Krejengan. Setelah melakukan observasi dan mendapat informasi, dilakukan perancangan design kemasan dan logo untuk UMKM Desa Krejengan. Pembuatan design kemasan dan logo dilakukan dengan kolaborasi tim pengabdian dengan kelompok usaha melalui ide kreatif dan harapan masing-masing pengusaha akan produk yang dihasilkan dalam bentuk logo dan kemasan yang diinginkan. Logo menjadi wadah untuk para pelaku usaha UMKM menuangkan harapannya dalam bentuk desain. Dari hasil design logo dan kemasan dilakukan tahapan selanjutnya yaitu perancangan dengan metode *brainstorming* untuk menemukan kesesuaian dan finishing hasil karya untuk logo dan kemasan.



Gambar 1. Tahapan Design Thinking Kemasan UMKM

Setelah desain logo dan kemasan telah berhasil dibuat, kegiatan selanjutnya adalah melakukan pendampingan secara kontinu kepada para pelaku usaha UMKM. Pendampingan ini dilakukan dengan kombinasi dari hasil prototype yang ada. Tahapan yang dilakukan antara lain *empathize*, *define*, dan *ideate*. Dalam tahap ini, memberikan hasil design sementara dari design kemasan dan logo 5 UMKM *trial* (kripik waluh, kripik buah naga, keripik tempe, opak gulung, dan lukisan). Prototype diberikan kepada penanggung jawab UMKM untuk dilakukan pengecekan dan penilaian. Setelah tahapan *prototype* selesai, mahasiswa melakukan tahapan terakhir yaitu *test*. Dalam tahap ini, dilakukan percobaan penerapan design kemasan dan logo hingga mendapatkan hasil yang real. Tahap selanjutnya adalah pendampingan penggunaan logo dan kemasan pada produk yang dihasilkan untuk dipasarkan baik secara offline dan online. Kegiatan pemasaran offline dengan pelengkapan ijin usaha, merek dagang dan juga pemasaran ke beberapa pusat oleh-oleh dan memasarkan produk melalui *market place* secara online.



Gambar 2. Tahapan Kegiatan Pengabdian

Dari tahapan yang dilakukan ini, diakhir kegiatan dilakukan pemantauan peningkatan jumlah penjualan produk dari kemasan baru yang digunakan. Evaluasi ini dilakukan untuk mengetahui apakah dengan adanya kemasan produk yang lebih menarik ini benar-benar mampu meningkatkan nilai jual produk UMKM di Desa Krejengan Kabupaten Probolinggo. Kegiatan evaluasi ini dilakukan dengan membandingkan jumlah penjualan sebelum dan sesudah produk memiliki kemasan dan logo baru. Survey ini dilakukan selama 2 bulan dengan melihat jumlah penjualan di pusat oleh-oleh, marketplace secara online, dan penjualan di lokasi UMKM.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebelum dilakukan kegiatan pengabdian, dilakukan terlebih dahulu penilai SWOT pada kelompok usaha UMKM di Desa Krejengan Kabupaten Probolinggo. Dari hasil pengamatan dan penilain cengan metode SWOT diperoleh hasil UMKM Krejengan memiliki *strength* atau kekuatan pada UMKM. Hal tersebut dapat dilihat dari beberapa produk yang telah beredar di masyarakat. Produk yang terkenal antara lain kripik tempe, kripik waluh, kripik buah naga, opak gulung, dan lukisan. Selain itu, jarak dari pusat Kota Kraksaan tidak jauh yaitu 8,7 km sehingga untuk

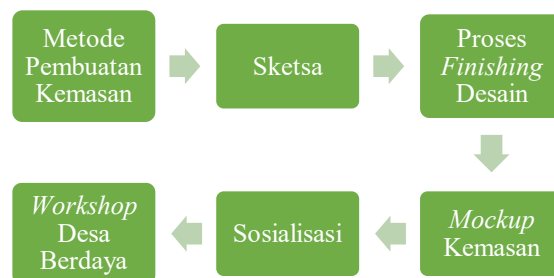
pemasaran dan penjualan tidak sulit. *Weakness* atau kelemahan dari Desa Krejengan adalah kemasan dari produk UMKM yang kurang menarik seperti hanya terbuat dari plastik bening dan ditempel dengan stiker. Bahkan beberapa label kemasan hanya dicetak dengan kertas dan difotokopi. Selain itu, kemasan dari produk-produk tersebut tidak menunjukkan ciri khas buatan dari Desa Krejengan. *Opportunity* atau kesempatan yang dimiliki oleh Desa Krejengan sebagai wilayah yang cukup dekat dengan Kota Kraksaan serta pondok pesantren, memungkinkan untuk memasok produk-produk unggulan ke toko, pusat oleh-oleh, maupun rumah makan yang terus mengalami perkembangan pesat. *Threat* atau ancaman yang dihadapi oleh Desa Krejengan adalah merek dan hasil produk UMKM yang dihasilkan desa lainnya. Kesamaan produk tersebut dapat mengancam UMKM Desa Krejengan. Beberapa faktornya seperti desain kemasan kurang menarik, rasa kurang enak, tekstur dan warna yang tidak sesuai dengan produk yang dihasilkan.

Dari hasil penilain SWOT tersebut selanjutnya mulai dibuat logo dan desain kemasan produk UMKM Desa Krejengan untuk menambah daya tarik sehingga minat beli konsumen juga meningkat. Selain itu juga sebagai sarana promosi produk UMKM Desa Krejengan. Logo dan desain kemasan produk tersebut diharapkan dapat meningkatkan penjualan dan produk UMKM dapat dikenal oleh banyak masyarakat baik di dalam maupun di luar Desa Krejengan. Logo dan desain kemasan harus diciptakan dengan original, menarik perhatian calon konsumen, dan unik. Selanjutnya, memberikan pendampingan dan contoh logo dan desain yang dapat diaplikasikan pada kemasan produk UMKM Desa Krejengan. Penayangan contoh logo dan desain kemasan diharapkan dapat membantu warga mengetahui cara *rebranding* kemasan sesuai kebutuhan dan keinginan. Tahapan awal yang dilakukan yaitu *design thinking*, dilakukan dengan observasi terhadap beberapa UMKM yang ada di Desa Krejengan dan juga penanggung jawab UMKM Desa Krejengan. Setelah melakukan observasi dan mendapat informasi, dilakukan perancangan design kemasan dan logo untuk UMKM Desa Krejengan. Pembuatan design kemasan dan logo dilakukan dengan kolaborasi tim pengabdian dengan kelompok usaha melalui ide kreatif dan harapan masing-masing pengusaha akan produk yang dihasilkan dalam bentuk logo dan kemasan yang diinginkan. Logo menjadi wadah untuk para pelaku usaha UMKM menuangkan harapannya dalam bentuk desain. Dari hasil design logo dan kemasan dilakukan tahapan selanjutnya yaitu perancangan dengan metode *brainstorming* untuk menemukan kesesuaian dan finishing hasil karya untuk logo dan kemasan.

Setelah desain logo dan kemasan telah berhasil dibuat, kegiatan selanjutnya adalah melakukan pendampingan secara kontinu kepada para pelaku usaha UMKM. Pendampingan ini dilakukan dengan kombinasi dari hasil prototype yang ada. Tahapan yang dilakukan antara lain *empathize*, *define*, dan *ideate*. Dalam tahap ini, memberikan hasil design sementara dari design kemasan dan logo 5 UMKM

trial (kripik waluh, kripik buah naga, keripik tempe, opak gulung, dan lukisan). Prototype diberikan kepada penanggung jawab UMKM untuk dilakukan pengecekan dan penilaian. Setelah tahapan *prototype* selesai, mahasiswa melakukan tahapan terakhir yaitu *test*. Dalam tahap ini, dilakukan percobaan penerapan design kemasan dan logo hingga mendapatkan hasil yang real. Tahap selanjutnya adalah pendampingan penggunaan logo dan kemasan pada produk yang dihasilkan untuk dipasarkan baik secara offline dan online. Kegiatan pemasaran offline dengan pelengkapan ijin usaha, merek dagang dan juga pemasaran ke beberapa pusat oleh-oleh dan memasarkan produk melalui *market place* secara online.

Dari tahapan yang dilakukan ini, diakhir kegiatan dilakukan pemantauan peningkatan jumlah penjualan produk dari kemasan baru yang digunakan. Evaluasi ini dilakukan untuk mengetahui apakah dengan adanya kemasan produk yang lebih menarik ini benar-benar mampu meningkatkan nilai jual produk UMKM di Desa Krejengan Kabupaten Probolinggo. Kegiatan evaluasi ini dilakukan dengan membandingkan jumlah penjualan sebelum dan sesudah produk memiliki kemasan dan logo baru. Survey ini dilakukan selama 2 bulan dengan melihat jumlah penjualan di pusat oleh-oleh, marketplace secara online, dan penjualan di lokasi UMKM. Berikut tahapan pendesainan logo dan kemasan untuk produk UMKM:



Gambar 3. Proses Pembuatan Desain

Adapun beberapa tahapan dalam perancangan desain logo dan kemasan produk UMKM Desa Krejengan, sebagai berikut:

1. Jenis Kemasan

Menentukan jenis kemasan kemasan yang akan digunakan dalam pembuatan desain yaitu dari plastik/kertas fleksibel.

2. Sketsa logo

Pertama kali membuat sketsa dasar desain logo terlebih dahulu, berikutnya dikembangkan sesuai ide yang telah didapat. Setelah desain manual jadi, detail dibuat dengan menggunakan laptop dan juga menentukan ukuran kemasan yang diinginkan.



Gambar 4. Sketsa Logo Produk

Sketsa logo tersebut dibuat untuk dijadikan dasar dan patokan logo yang nantinya dipakai dalam pembuatan kemasan produk UMKM.

3. *Finishing* Desain

Pada proses *finishing* desain semua desain mulai dari sketsa kemasan hingga pemilihan warna dan sketsa sudah dipersiapkan. Langkah berikutnya membuat kerangka kemasan. Proses ini memerlukan beberapa pengukuran yang sesuai dengan berat/isi produk agar desain kemasan yang nantinya akan digunakan sesuai. Pada tahapan ini kemasan sudah tercantum logo, tipe, dan informasi detail.

4. *Mockup* Kemasan

Proses terakhir yaitu membuat *mockup* kemasan sebelum diproduksi dalam skala besar. Tujuannya agar kemasan dapat dipresentasikan kepada warga Desa Krejengan.



Gambar 5. Hasil Kemasan dan Logo Produk

5. Sosialisasi

Desain yang telah siap dipresentasikan kepada warga Desa Krejengan. Harapan dari sosialisasi tersebut dapat membuka wawasan mengenai *branding*, Desa Krejengan memiliki ciri khas produk yang dikenal oleh masyarakat luas terutama dari segi penampilan logo dan kemasannya, memajukan produksi produk UMKM dengan meningkatnya daya tarik dan beli konsumen.



Gambar 6 Diskusi Bersama dengan Perwakilan Kelompok Usaha

6. Presentasi/*Workshop* Orientasi Desa Berdaya

Dalam kegiatan Orientasi Desa Berdaya Provinsi Jawa Timur, perwakilan Desa Krejengan tampil sebagai upaya untuk mengenalkan dan meningkatkan nilai jual produk UMKM Desa Krejengan dengan desain kemasan yang telah dibuat. Melalui kemasan yang baru dan menarik tersebut, produk UMKM diharapkan dapat lebih luas pemasarannya dan diminati oleh semua kalangan masyarakat.



Gambar 7. Hasil Pendampingan kemasan dan Logo melalui Kegiatan Desa Berdaya 2021

Menurut Andrews et al.,(2017) melalui Pengemasan (*packaging*) yang menarik dapat menjadi daya tarik tersendiri sehingga mampu meningkatkan nilai jual sebuah produk. Peran kemasan mempunyai sangat penting karena citra produk. Konsumen jelas akan memutuskan membeli sebuah produk dari kemasan yang menarik. Suatu Produk merupakan gabungan antara isi dan kemasan. Banyak pihak yang mengatakan bahwa kemasan hanya merupakan sampah dan menambah beban biaya penjualan. Namun tidak demikian adanya, kemasan yang standar dapat mengangkat citra suatu produk, memberikan nilai tambah dalam penjualan dan dapat melindungi produk dengan baik. Kemasan harus dapat memenuhi harapan konsumen. Menurut Kusumasari.,(2017) Kemasan bisa memberikan perlindungan produk dengan baik dari cuaca, cahaya/sinar, perubahan suhu, jatuh, tumpukan, kotoran, serangga, bakteri dan lain-lain. Struktur kemasan mudah dibuka, mudah ditutup dan mudah dibawa (ergonomi). Bentuk dan ukuran menarik sesuai dengan kebutuhan menciptakan daya tarik visual bagi konsumen. Bentuk fisik kemasan ditentukan oleh sifat produk itu sendiri, sistem penjualan, mekanis, display, distribusi dan segmen pasar. Labeling harus jelas dan lengkap dan disain kemasan dirancang unik dan khas sehingga tampak berbeda dengan produk lain.

Menurut Rhina Uchyani & Heru Irianto.,(2015) kemasan merupakan “pemicu” yang artinya dengan konsumen melihat sebuah kemasan maka akan membuat konsumen tertarik dan ada keinginan untuk membelinya. Sehingga dengan adanya kemasan yang menarik, enak dipandang, akan memberikan nilai tersendiri pada konsumen yang ingin membelinya. Menurut Rasyid & Karya.,(2019) Dengan mengetahui dasar-dasar pengetahuan tentang kemasan standar ini diharapkan para pelaku Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM)

dapat memahami serta secara cepat mampu melakukan perancangan untuk membuat kemasan yang menarik sehingga diharapkan produk UMKM dapat lebih higienis dan sehat dan mampu berdaya saing. Hal ini menjadi salah satu cara untuk mampu meningkatkan jumlah penjualan serta laba yang diperoleh. Menurut Mukhtar & Nurif.,(2015) Ada beberapa hal yang dapat dilakukan untuk menciptakan kemasan produk terbaik yang dapat memikat hati konsumen yaitu produk dengan kemasan yang unik, tampilan kemasan yang kreatif, desain yang dibuat dalam kemasan mampu menjelaskan isi dari produk, bentuk, ukuran sebanding atau sesuai, mudah dibawa, dan memiliki nilai yang minimal hal ini terkait dengan biaya yang harus dikeluarkan oleh para produsen dalam memproduksi produk dengan kemasan yang menarik tersebut.

Menurut Boyd et al.,(2000) Pemasaran adalah suatu proses sosial dalam hal pertukaran produk dengan nilai jual yang diberikan. Hal ini bermakna nilai jual yang diberikan mampu menjadi salah satu alasan pembeli memilih produk tersebut. Selain itu, Pemasaran menurut Abdullah et al., (2016) adalah suatu sistem yang terdiri dari merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan konsumen. Melalui pelatihan kemasan yang diberikan pada UMKM diharapkan menjadi sebuah wadah pembelajaran UMKM dalam menyiapkan produknya dipasaran melalui kesiapan kemasan yang dimiliki. Kemasan sebuah produk memiliki peran cukup besar yaitu mampu menjadikan produk yang dihasilkan lebih tahan lama, mudah diminati dan menarik para pembeli, meningkatkan citra produk dan mudah dikenal oleh konsumen. Sehingga konsumen akan muda untuk memberikan loyalitas pada suatu produk tersebut dengan membeli Kembali produk dengan kemasan yang menarik. Keidentikan kemasan dengan produk yang dihasilkan menjadi salah satu daya Tarik dan daya jual yang harus dipelihara oleh produsen karena ini merupakan salah satu strategi pemasaran paling mudah.

Terakhir, dari kegiatan pengabdian ini diperoleh evaluasi melalui survey pasar saat sebelum peluncuran kemasan produk dan sesudah kemasan produk baru. Secara umum hasilnya hampir sekitar 30 persen kenaikan permintaan penjualan, omzet penjualan meningkat. Banyak konsumen yang datang untuk melakukan pemesanan dari informasi yang diberikan secara online. Sehingga dapat dikatakan bahwa dengan adanya strategi penggunaan logo dan kemasan yang menarik dapat keningkatkan nilai tambah dan nilai jual suatu produk. Hal ini dapat menjadi masukan untuk para pelaku usaha UMKM yang harus tetap memerhatikan logo kemasan produk sebagai salah satu daya Tarik untuk konsumen.

SIMPULAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan kumpulan produk lokal yang saat ini menjadi perhatian secara nasional, selain mampu meningkatkan perekonomian, juga menjadi salah satu alternatif dalam mengembangkan produk lokal. Semakin banyaknya produk UMKM di berbagai

daerah menyebabkan produsen mengalami persaingan ketat dalam pemasaran. Namun, tidak semua produk UMKM dapat diterima di pasar secara global karena masih terbatasnya kualitas, dan juga perijinan yang dimiliki. Selain itu, sampai saat ini, hal penting yang juga masih menjadi perhatian dalam hal kemasan yang dijual dari produk UMKM lokal. Kemasan yang masih dirasa kurang menjual, menarik menjadi satu perhatian yang dapat dijadikan tolak ukur keberhasilan produk lokal. Hasil dari kegiatan ini, secara umum rata-rata produk yang dihasilkan kelompok usaha masih bersifat lokal dengan kemasan yang kurang menarik, sehingga mengalami kesulitan untuk dapat masuk ke pasaran lokal bahkan luar daerah. Dengan adanya kegiatannya ini, selain memberikan wawasan, pengetahuan tentang pentingnya kemasan produk, juga kelompok usaha dapat meluangkan kreatifitas yang diharapkan dari harapan produk yang ingin dihasilkan melalui kemasan yang dibuat. Hal ini menjadi salah satu motivasi yang diharapkan para kelompok usaha agar kedepannya produk yang dihasilkan dapat mudah memasuki pasar lokal bahkan secara nasional.

DAFTAR RUJUKAN

- Andrews, J. C., & Shimp, T. A. (2017). *Advertising, promotion, and other aspects of integrated marketing communications*. Cengage Learning.
- Ari Widiati Abdullah, Thamrin Dan Tantri, Francis. (2016). *Manajemen Pemasaran*, PT. Raja Grafindo Persada.
- Boyd, Walker, L. (2000). *Manajemen Pemasaran Suatu Pendekatan Strategis Dengan Orientasi Global*. Penerbit Erlangga.
- Foster, Denis L, S. (2000). *Marketing For The Travel Profesional* (Penerjemah: Tri Budi Satrio. (ed.)). PT. Raja Grafindo Persada.
- Kementerian Negara Koperasi Dan Usaha Kecil Dan Menengah. (2009). *Pedoman Standar Kelayakan Kemasan Produk KUKM*.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong, 2001. *Prinsip Prinsip Pemasaran*, Edisi Delapan, Jilid I dan II, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, 2012, *Manajemen Pemasaran ; Edisi Milenium*, Diterjemahkan oleh Hendra Teguh dan Ronny A. Rusli, Edisi Kesembilan, Jilid I an II, Prentice Hall, New Jersey.
- Kusumasari, A. D., & S. (2017). Pengaruh Desain Kemasan Produk Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Brand Awareness Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Wardah Exclusive Matte Lip Cream. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 49(2), 103-111.
- Mukhtar, S., & Nurif, M. (2015). Peranan Packaging Dalam Meningkatkan Hasil Produksi Terhadap Konsumen. *Jurnal Sosial Humaniora*, 8(2), 181-191.
- Rasyid, R. A., & Karya, D. F. (2019). Perbandingan Logo, Warna, Dan Kemasan Terhadap Penjualan Produk. The Observatory for Technology Transfer of the University of Alicante. Design Thinking Agile Method. *Accounting And Management Journal*, 3(2), 51-56. <https://www.ovtt.org/en/resources/design-30>

thinking-agile-methods/

Rhina Uchyani, Heru Irianto. (2015). Pengemasan Produk Dalam Meningkatkan Produk Berbahan Baku Kacang Yang Marketable. *Laporan Prosiding Seminar Nasional 4th SME's Summit Dan Awards 2015*.

Undang – Undang RI No. 20. (2008). *Tahun Tentang Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah*.

Perancangan Strategi *Re-branding* Desa Wisata Kampung Mojopahit Trowulan Menggunakan Metode *Benchmarking* pada *Korean Folk Village*

Cesya Rizkika Parahiyanti*, Handri Dian Wahyudi, Nabila Rafifah Darma

Universitas Negeri Malang, Indonesia

*Email: cesya.rizkika.fe@um.ac.id

ABSTRAK

Tuntutan perkembangan jaman membuat masyarakat yang hidup di tengah-tengah pariwisata peninggalan sejarah diminta untuk terus dapat berinovasi agar mampu mempertahankan eksistensi guna menarik para pengunjung. Desa Bejjong merupakan desa yang terletak di Kecamatan Trowulan, Kabupaten Mojokerto. Desa ini memiliki banyak keunggulan terlebih karena lokasinya memiliki beberapa situs peninggalan jaman kebesaran Kerajaan Majapahit, salah satunya adanya Candi Brahu. Terdapat berbagai inovasi yang telah dilakukan oleh desa guna mengembangkan kawasan desa wisata. Namun, inovasi tersebut eksistensinya dinilai tidak bertahan lama karena jumlah pengunjung tidak mengalami kenaikan yang signifikan. Kegiatan pengabdian ini dilakukan untuk memberikan wawasan mengenai desa wisata berupa *good case practice* dari Korean Folk Village. Dari kegiatan pengabdian ini diharapkan masyarakat beserta para pemangku kepentingan dapat mengembangkan desain wisata heritage di Desa Bejjong.

Kata Kunci: *benchmarking, desa wisata,, , re-branding, Trowulan*

PENDAHULUAN

Di era globalisasi, bisnis pariwisata mengalami pertumbuhan yang cukup signifikan terutama untuk meningkatkan pemerekan suatu negara. Kompetisi di industri pariwisata semakin ketat dengan adanya perkembangan teknologi. Baik pelaku bisnis maupun penanggung jawab suatu destinasi pariwisata terus berlomba-lomba meningkatkan kinerja mereka untuk menarik wisatawan berkunjung ke destinasi yang mereka kelola. Suatu strategik yang tepat sangatlah dibutuhkan untuk mempertahankan bahkan meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke suatu destinasi.

Trowulan adalah sebuah kecamatan yang ada di kabupaten Mojokerto, Jawa Timur, Indonesia. Kecamatan ini terletak di bagian barat kabupaten Mojokerto yang berbatasan dengan wilayah kabupaten Jombang. Trowulan menjadi Kawasan yang cukup dikenal sebagai destinasi wisata karena daerah ini dulunya dipercaya sebagai pusat pemerintahan kerajaan terbesar di Indonesia, yaitu Kerajaan Majapahit. Terdapat banyak peninggalan kerajaan, seperti diantaranya patung-patung serta candi-candi. Salah satu desa di Trowulan yang memiliki warisan peninggalan kerajaan Majapahit adalah desa Bejjong. Desa Bejjong memiliki beberapa peninggalan bersejarah yang cukup terkenal dan masih ramai dikunjungi hingga saat ini, salah satunya dengan adanya keberadaan candi Brahu.

Menurut observasi yang dilakukan oleh Muafi dkk (2020), model pengembangan Desa Wisata Kampung Majapahit Desa Bejjong saat ini

mencangkup: (a) Model pengembangan Desa Wisata Kampung Majapahit termasuk kedalam model pengembangan Desa Wisata Berbasis Kearifan Lokal; (b) Lokasi Desa Wisata Kampung Majapahit berdekatan dengan situs peninggalan bersejarah Kerajaan Majapahit yaitu Candi Brahu, Maha Vihara (Patung Buddha Tidur), dan Makam Siti Inggil. (c) Mempunyai produk-produk unggulan yang ditawarkan seperti sentra industri rumahan batik majapahit, banyak pengerajin terakota, perunggu, kuningan, pengerajin patung, dan bercocok tanam.

Kesadaran masyarakat dalam memiliki desa wisata sangat dibutuhkan sebagai strategi untuk mengembangkan desa wisata yang kuat. Re-desain wisata *heritage* diharapkan mampu memberikan pengetahuan baru serta inspirasi bagi masyarakat untuk mempertahankan peninggalan kerajaan Majapahit, serta mampu meningkatkan jumlah kunjungan yang nantinya dapat memberikan dampak positif bagi perkembangan desa.

METODE PELAKSANAAN

Sasaran masyarakat yang dijadikan lokasi pengabdian adalah Desa Bejjong di Kecamatan Trowulan, Mojokerto, Jawa Timur. Desa Bejjong dikenal sebagai desa wisata karena terdapat beberapa situs peninggalan Kerajaan Majapahit. Desa Bejjong adalah satu desa yang paling barat dan desa yang paling dekat dengan kantor Kecamatan Trowulan ± 0 Km.

Berdasarkan data di tahun 2015, mata pencaharian penduduk Desa Bejjong yang paling banyak digeluti adalah sebagai pengrajin dengan jumlah 412 jiwa atau sebesar 35,12%. Jenis kerajinan yang ditekuni masyarakat desa Bejjong adalah sebagai pengrajin cor kuningan yang kegiatannya tersebar di desa Bejjong khususnya di dusun Kedungwulan. Seperti yang telah dijelaskan di bab selanjutnya, terdapat beberapa permasalahan yang dihadapi oleh mitra. Saat ini ditemukan bahwa masih terdapat ego sektor dalam proses pengembangan Desa Wisata Kampung Majapahit. Sektor Pemerintah Desa dengan Sektor Masyarakat terdapat ketidakserasian dalam proses pengembangan desa wisata. Antara kedua sektor tersebut mempunyai tujuan dan pemikiran yang berbeda. Pemerintah Desa Indentik dengan birokrasi yang panjang dan membutuhkan waktu yang lama. Beberapa tokoh masyarakat di desa Bejjong, sebaliknya, memiliki antusias yang tinggi dalam penyusunan rencana perkembangan desa. Namun, karena pemerintah desa cenderung dinilai lambat terhadap hal ini, maka masyarakat menjadi enggan dan kurang bersemangat di dalam mengembangkan desa wisata.

Sebenarnya, baik pemerintah pusat maupun pemerintah kabupaten sudah membangun beberapa program serta inovasi guna menambah atraksi di sekitar situs peninggalan kerajaan, seperti misalnya pembangunan rumah warga yang didesain seperti jaman Kerajaan Majapahit seperti yang terdapat pada gambar 1. Rumah Majapahit tersebut selain menambah suasana ala kerajaan jaman dahulu, juga diharapkan dapat dimanfaatkan oleh masyarakat sebagai homestay bagi pengunjung yang membutuhkan akomodasi Ketika mengunjungi Trowulan.



Gambar 1. Rumah Majapahit di Desa Bejjong

Melihat adanya potensi yang dapat dikembangkan di Desa Bejjong, tim pengabdian masyarakat FE UM berencana memberikan dukungan dari segi penyusunan kegiatan *re-design* Kampung Wisata Majapahit yang digaungkan di Desa Bejjong. Peta jalan yang dibentuk oleh tim disusun berdasarkan hasil *benchmarking* dengan melakukan studi kajian literatur di internet. Setelah dilakukan analisis, tim memutuskan untuk melakukan *benchmarking* Kampung Wisata Majapahit dengan *Korean Folk Village* yang terdapat di Korea Selatan. Penggunaan lokasi *Korean Folk Village* dipilih karena dinilai memiliki karakter yang mirip dengan Kampung Wisata Majapahit yang terdapat di Desa Bejjong, Trowulan, Kabupaten Mojokerto. Hasil akhir penyusunan *re-branding* ini akan diserahkan ke salah satu perwakilan aparat desa dan juga BPCB Kabupaten Mojokerto untuk dijadikan sebagai salah satu acuan pengembangan desa wisata di Kawasan Bejjong.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Ego sektor masih sering kali menjadi salah satu permasalahan dalam pengembangan Desa Wisata Kampung Majapahit (Muafi, dkk, 2020). Permasalahan ini terjadi diantara masyarakat, aparat desa, serta badan pelestarian cagar budaya (BPCB). Sering kali ketiga sektor tersebut memiliki selisih paham satu sama lain. Mayoritas kegiatan pemeliharaan dan tata Kelola candi merupakan tanggung jawab BPCB. Namun, di sisi lain, masyarakat di Desa Bejjong banyak yang kesehariannya bergantung pada pengunjung di situs candi maupun Maha Vihara sebagai Pedagang Kaki Lima (PKL) maupun sektor-sektor pendukung lainnya, seperti penyedia souvenir.

Pemerintah Kabupaten Mojokerto juga telah melakukan beberapa rancangan strategik diantaranya dengan pengadaan anggaran pembangunan rumah Majapahit di beberapa desa di Kawasan Trowulan, termasuk Desa Bejjong. Namun sayangnya, antusiasme warga terkait rencana ini tidak terlalu besar. Di sisi lain, warga yang sepakat untuk menerima pembangunan rumah Majapahit tersebut tidak merasakan adanya dampak yang signifikan terkait kunjungan

pariwisata. Terlebih, masyarakat desa menilai bahwa pemerintah pusat terlalu lamban dalam membangun pariwisata Majapahit di Kawasan Trowulan.

Metode yang digunakan dalam membantu peningkatan *branding* pariwisata Majapahit di Desa Bejjong adalah dengan Teknik *benchmarking*. *Benchmarking* mengacu pada perbandingan standar suatu perusahaan, produk, atau jasa yang dapat diukur ataupun dinilai. Camp (1989) membedakan tiga tipe *benchmarking* berdasarkan subyek yang dibandingkan, yaitu:

1. *Benchmarking* proses: fokus kepada kegiatan operasional sehari-hari perusahaan. Kegiatan ini dilakukan guna menjawab pertanyaan mengenai 'bagaimana', bukan 'seberapa banyak'
2. *Benchmarking* kinerja: merupakan bentuk *benchmarking* yang paling populer. *Benchmarking* ini biasanya dilakukan berdasarkan pengukuran indikator yang bervariasi tergantung pada hasil perusahaan maupun para pesaing atau *best practice*. Indikator yang terdapat pada proses ini meliputi kepuasan pelanggan, kepuasan pegawai, fitur produk, ataupun indikator keuangan.
3. *Benchmarking* Strategik: subyek yang dipelajari dan dibandingkan strategiknya adalah perusahaan pesaing ataupun penerapan *best practice*.

Selain ketiga tipe *benchmarking* di atas, Terziyska (2017) menambahkan ada beberapa aktivitas yang mencangkup sektor pariwisata, diantaranya:

1. *Benchmarking* bisnis pariwisata
2. *Benchmarking* destinasi-destinasi wisata
3. *Benchmarking* organisasi-organisasi *non-profit*, seperti asosiasi pariwisata
4. *Benchmarking* institusi pariwisata, seperti museum dan galeri
5. *Benchmarking* acara-acara khusus, seperti festival

Karena *benchmarking* sendiri merupakan proses berkelanjutan, maka salah satu cara terbaik untuk mengimplementasikannya adalah mengembangkan kolaborasi melalui sebuah asosiasi atau pihak lainnya yang relevan (Getz dan Brown, 2006)

Solusi yang ditawarkan pada Kawasan desa Bejjong adalah re-desain wisata heritage. Metode yang digunakan adalah metode *benchmarking* strategik dengan *Korean folk village* di Korea dengan penjabaran aktivitas sebagaimana yang telah diuraikan oleh Terziyska (2017). Tim pengabdian FE UM akan memberikan pemaparan mengenai desa wisata yang ada di Korea. Setelah melakukan beberapa kajian literatur melalui media daring, beberapa strategi *re-branding* dikembangkan oleh tim dan didesain sebagaimana terdapat pada Gambar 2, 3, dan 4.

1. Pengembangan busana tradisional, kerja sama dengan desainer ternama Indonesia atau tim Jember Fashion Carnaval (JFC) bertemakan Majapahit yang didesain kekinian
2. Mengembangkan map wisata desa Bejjong serta pengaturan rute wisata seperti pembuatan *welcoming gate* yang dapat dijadikan ikon desa

3. Mengembangkan wisata *full package* seperti optimalisasi *homestay*, toko souvenir, restoran, pusat kerajinan, wahana bermain anak-anak, dan lain sebagainya.

STRATEGI RE-BRANDING DESA WISATA KAMPUNG MAJAPAHIT

Berdasarkan analisis *benchmarking* dengan Korean Folk Village di Korea Selatan

PENGEMBANGAN BUSANA TRADISIONAL

kerja sama dengan desainer ternama Indonesia atau tim Jember Fashion Carnaval (JFC)

PEMBUATAN PETA WISATA

1. Mengembangkan map wisata desa Bejjong serta pengaturan rute wisata seperti pembuatan welcoming gate yang dapat dijadikan ikon desa

Tim Pengabdian Masyarakat FE UM 2021

Gambar 2. Rancangan Strategi *Re-Branding* Bagian 1

4. Re-desain toko souvenir menggunakan kemasan menarik dan kekinian
5. Re-desain restoran dengan mengelompokkan ke dalam beberapa kategori yaitu makanan khas tradisional yang didukung dengan peralatan makan khas ala kerajaan Majapahit dan kategori modern seperti masakan Indonesia, *Chinese food*, dan beberapa masakan modern.



PENGEMBANGAN FULL PACKAGE TOURISM

Mengembangkan wisata full package seperti optimalisasi homestay, toko souvenir, restoran, pusat kerajinan, serta wahana bermain anak-anak



RE-DESIGN GIFT SHOP

Re-desain toko souvenir menggunakan kemasan menarik dan kekinian

RE-DESIGN RESTORAN

mengelompokkan ke dalam beberapa kategori makanan tradisional yang didukung dengan peralatan makan khas ala kerajaan Majapahit dan kategori modern seperti masakan Indonesia, Chinese food, dan beberapa masakan modern.



Tim Pengabdian Masyarakat FE UM 2021

Gambar 3. Rancangan Strategi Re-Branding Bagian 2

6. Mengembangkan ide pengajuan proposal kepada agensi pembuatan film sebagai bentuk *brand positioning*
7. Program kerja sama dengan sekolah sebagai target wisatawan dan menargetkan sekolah dengan program internasional di Jawa Timur untuk memasukkan agenda kunjungan sebagai salah satu aktivitas sekolah, khususnya sekolah program internasional yang memiliki program *exchange student*
8. Pengaturan jadwal pertunjukkan masyarakat desa, seperti misalnya gebyar tari dan parade kostum Majapahit



Gambar 3. Rancangan Strategi *Re-Branding* Bagian 3

SIMPULAN

Wisata Kampung Majapahit yang berada di Kawasan Trowulan, Kabupaten Mojokerto, memiliki prospek yang menjanjikan untuk dikembangkan karena dari segi lokasi, wilayah ini mewarisi kekayaan peninggalan prasejarah jaman Kerajaan Majapahit. Salah satu bentuk upaya yang bisa dilakukan adalah melakukan strategi *re-branding*. Strategi ini dapat dirancang salah satunya menggunakan cara *benchmarking*. Kegiatan *benchmarking* atau tolak ukur dilakukan dengan cara mencari produk atau pelayanan yang menyerupai dengan produk atau pelayanan yang akan dinilai. Dalam melakukan *benchmarking* Wisata Kampung Majapahit, tim pengabdian masyarakat memilih *Korean Folk Village* yang berada di Korea Selatan untuk dijadikan tolak ukur oleh tim. Beberapa aktivitas penunjang strategi *re-branding* disusun oleh tim yang nantinya dapat digunakan oleh para pemangku

kepentingan pengembangan desa wisata Majapahit di Wilayah Trowulan, Kabupaten Mojokerto.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kegiatan pengabdian masyarakat ini merupakan hibah penelitian PNBK Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Malang. Tim pengabdian masyarakat FE UM mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan terlibat pada kegiatan pengabdian masyarakat yang telah berlangsung di Kawasan Trowulan, Kabupaten Mojokerto. Ucapan terima kasih khususnya diberikan kepada perangkat desa Bejjong atas kesempatan yang telah diberikan.

DAFTAR RUJUKAN

- Camp, R., (1989). *Benchmarking: The Search for Industry Best Practices That Lead to Superior Performance*. Productivity Press
- Getz, D. & Brown, G., 2006. Benschmarking wine tourism development: The case of the Okanagan Valley, British Columbia, Canada. *International journal of wine marketing*, 18(2), pp. 78-97.
- Muafi, K. Ati, N.U., Abidin, A.Z. (2020). Model Pengembangan Desa Wisata Kampung Majapahit (Studi Kasus Desa Bejjong, Kecamatan Trowulan, Kabupaten Mojokerto). *Jurnal Respon Publik*, 14 (3), 78-87
- Terziyska, Ilinka. (2017). Benchmarking wine tourism destinations – the case of Bulgaria, *International Journal of Wine Business*, <https://doi.org/10.1108/IJWBR-01-2017-0004>

Kesejahteraan dan Keunikan Desa Paleran Umbulsari

Ditia Tri Wahyuni*, Bagus Aiman Fadli

Universitas Negeri Malang

*Email: ditia.tri.1801116@students.um.ac.id

ABSTRAK

Profil Desa adalah gambaran secara menyeluruh tentang karakter atau ciri khas dari suatu desa yang meliputi data kependudukan seperti data dasar keluarga, potensi sumber daya alam (SDA), sumber daya manusia (SDM), kelembagaan, sarana dan prasarana, serta perkembangan kemajuan dan permasalahan yang di hadapi desa. Selain itu Profil Desa juga berguna sebagai media pengenalan seluruh perangkat desa yang berperan dalam pemerintahan desa serta media pendekatan terhadap masyarakat di desa dengan melihat kebutuhan apa yang belum terpenuhi untuk menutupi permasalahan yang sedang di alami. Model pendekatan yang digunakan dalam menjalankan Profil Desa ini yakni melalui model wawancara dari narasumber yang sudah ditentukan dan suvei lapangan. Setelah melakukan wawancara dan survei dibentuk sebuah skrip yang digunakan sebagai rancangan dalam pengambilan video dan foto yang berisikan tentang seluruh potensi dan kegiatan yang dilakukan oleh penduduk Desa Paleran. Desa Paleran merupakan salah satu desa percontohan diwilayah Kabupaten Jember karena pesatnya pembangunan serta administrasi yang sangat teratur. Dari pembuatan Profil Desa ini, penulis menemukan sebuah keunikan dari Desa Paleran yang tidak semua desa miliki. Kinerja dan layanan yang diberikan dapat memberikan kesejahteraan bagi keberlangsungan hidup masyarakatnya.

Kata kunci: Desa Paleran, Masyarakat, Profil Desa, Skrip, Perangkat Desa

PENDAHULUAN

Desa merupakan suatu kesatuan masyarakat hukum pada batas-batas wilayah tertentu, yang memiliki wewenang untuk mengatur dan mengurus kepentingan masyarakat setempat berdasarkan asal-usul, budaya dan adat istiadat yang ada dan dihormati di wilayah tersebut serta telah diakui dalam sistem Pemerintahan Negara Kesatuan Republik Indonesia (Widjaja, H.A.W., 2003).

Dalam rangka menambah informasi terkait potensi suatu wilayah tertentu, Direktorat Jenderal Pemberdayaan Masyarakat dan Desa (Ditjen PMD) Kementerian Dalam Negeri Republik Indonesia, menetapkan penyusunan Profil Desa dan Kelurahan berdasarkan Peraturannya Nomor 12 Tahun 2007 tentang Pedoman Penyusunan dan Pendayagunaan Data Profil Desa dan Kelurahan yang berisikan "Bahwasanya untuk mengetahui gambaran potensi dan tingkat perkembangan suatu desa yang akurat, komprehensif dan integral, perlu dibuat suatu pengolahan data yang mencakup seluruh potensi dan sumber daya melalui sebuah Profil Desa". Tujuan diadakannya pembuatan Profil Desa ini adalah untuk memberikan informasi kepada orang-orang yang membutuhkan data terkait desa yang bersangkutan dan sebagai sumber data dalam rangka pemberdayaan desa guna pemenuhan kebutuhan masyarakat desa.

Menteri Dalam Negeri juga menimbang bahwa data profil desa perlu didayagunakan untuk mendorong perkembangan desa supaya lebih maju dan

sejahtera dari yang sebelumnya. (Menteri Dalam Negeri, 2007) menyatakan bahwa Profil Desa adalah gambaran secara menyeluruh tentang karakter atau ciri khas dari suatu desa yang meliputi data kependudukan seperti data dasar keluarga, potensi sumber daya alam (SDA), sumber daya manusia (SDM), kelembagaan, sarana dan prasarana, serta perkembangan kemajuan dan permasalahan yang di hadapi desa. Selain itu Profil Desa juga berguna sebagai media pengenalan seluruh perangkat desa yang berperan dalam pemerintahan desa serta media pendekatan terhadap masyarakat di desa dengan melihat kebutuhan apa yang belum terpenuhi untuk menutupi permasalahan yang sedang di alami.

Konsep pembuatan Profil Desa dapat dilakukan oleh siapa saja, seperti yang dilakukan oleh Mahasiswa Universitas Negeri Malang dalam menjalankan tugas KKN (Kuliah Kerja Nyata) di Desa Paleran. Desa Paleran merupakan salah satu desa di Kecamatan Umbulsari, Kabupaten Jember yang berada di 30 km ke arah barat dari pusat Kabupaten Jember. Profil Desa yang dibuat oleh Mahasiswa Universitas Negeri Malang ini, dibuat dalam bentuk sebuah video yang nantinya akan di sebarluaskan melalui media youtube dengan tema “Mengenal Lebih Dekat Masyarakat Desa Paleran”. Meskipun tema yang dibuat lebih condong ke pengenalan masyarakat, tapi didalamnya sudah mencakup seluruh potensi wilayah di Desa Paleran baik dari sumber daya alam, sumber daya manusia dan lain sebagainya.

METODE

Metode yang digunakan dalam pembuatan Profil Desa pada kegiatan pengabdian masyarakat Mahasiswa KKN (Kuliah Kerja Nyata) Universitas Negeri Malang 2021 pada Profil Desa ini menggunakan metode penelitian kualitatif dimana menurut (Basrowi; Suwandi, 2008), melalui penelitian kualitatif ini, peneliti dapat mengetahui subjek dan kejadian yang sedang terjadi secara langsung di lapangan. Dalam penelitian kualitatif, peneliti juga terlibat langsung dalam konteks situasi dan setting fenomena yang sedang diteliti. Fenomena yang ditampilkan merupakan sesuatu hal unik yang terjadi dan berbeda dengan lainnya karena tidak semua hal yang terekam oleh peneliti sama dengan peneliti yang lainnya. Tujuan dari penelitian kualitatif ini adalah untuk memahami kondisi suatu wilayah tertentu dengan mengarahkan pada penjelasan atau pendeskripsian secara rinci dan mendalam mengenai potret kondisi lingkungan dalam suatu wilayah yang terjadi secara alami tanpa dibuat-buat sesuai dengan apa yang dilihat dan dipahami oleh peneliti ketika melakukan penelitian. Penelitian ini berisikan program kerja utama dengan pembuatan video Profil Desa Paleran yang dipublikasi melalui akun youtube Desa Paleran. Data-data dalam pembuatan Profil Desa ini diperoleh dari Bapak Irsyad selaku sumber informasi awal perolehan data penduduk dan pembimbing mahasiswa KKN di Desa Paleran.

Model pendekatan yang digunakan dalam menjalankan program ini yakni melalui model wawancara dan suvei. Wawancara merupakan salah satu cara

atau metode dalam menggali data atau informasi yang dilakukan oleh seorang pewawancara kepada si pemberi informasi atau narasumber sesuai dengan kebutuhan atau pertanyaan yang sudah disiapkan sebelumnya (Singh, A.K., 2004). Sedangkan survei merupakan metode pengumpulan data melalui beberapa sampel atau subjek tertentu dengan terjun langsung ke lapangan untuk mengetahui fenomena yang terjadi secara langsung disertai dengan kegiatan wawancara secara tertulis ataupun lisan (Gay, L. R. & Diehl, P. L., 1992). Wawancara dilakukan kepada Kepala Desa Paleran yakni Bapak Gunawan dan kepada salah satu petani jeruk buah di Desa Paleran. Untuk kegiatan survei dilakukan berdasarkan potensi dari sumber daya alam dan sumber daya manusia yang berkembang di Desa Paleran serta kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh masyarakat seperti kegiatan sosial, agama, ekonomi dan budaya. Peserta yang terlibat dan berperan dalam Profil Desa ini yakni Bapak Kepala Desa dan beberapa perangkat desa, masyarakat Desa Paleran serta Mahasiswa KKN (Kuliah Kerja Nyata) Universitas Negeri Malang yang bertugas sebagai pendokumentasian gambar dan pengambilan video juga editor.

HASIL & PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil wawancara dan survei yang dilakukan dalam pembuatan video Profil Desa ini, penulis terlebih dahulu mencari data awal melalui salah satu perangkat desa dan kemudian data yang di peroleh tersebut diolah menjadi sebuah skrip atau rancangan teks sebelum pengambilan video secara langsung. Setelah skrip di buat, penulis memberikan skrip tersebut kepada pembimbing desa dan Sekretaris Kepala Desa untuk di periksa ulang untuk mengetahui apa yang perlu diubah, di tambah atau dikurangi.

Skrip yang dibuat berisikan tentang seluruh potensi dan kegiatan yang dilakukan oleh penduduk Desa Paleran. Desa Paleran merupakan salah satu desa percontohan diwilayah Kabupaten Jember karena pesatnya pembangunan serta administrasi yang sangat teratur. Per tanggal 30 Juni 2021, desa ini memiliki luas wilayah sebesar 10.311 km², serta jumlah penduduk sebanyak 17.664 jiwa, yang mana terbagi menjadi 4 Dusun dengan 26 RW dan 83 RT. Saat ini Desa Paleran di pimpin oleh Bapak Gunawan serta semua staff nya yang bekerjasama dengan baik dalam mensejahterakan masyarakatnya.

Iklim di Desa Paleran, seperti di desa-desa lainnya di wilayah Indonesia, desa ini juga mempunyai iklim kemarau dan penghujan. Hal tersebut mempunyai pengaruh yang cukup besar terhadap pola pertanian yang ada di Desa Paleran. Dalam konteks agama atau kepercayaan masyarakat Desa Paleran, mayoritas beragama Islam. Suku bangsa masyarakat Desa Paleran ialah Jawa dan Madura. Begitupun dengan bahasa keseharian masyarakat Paleran yang digunakan, ialah bahasa Jawa dan bahasa Jawa Madura atau lebih di kenal dengan bahasa Pandalungan. Pandalungan sendiri merupakan salah satu proses perubahan atau percampuran budaya secara tidak langsung tampak secara alamiah dan dari suatu budaya tertentu mencoba untuk beradaptasi dengan budaya yang lainnya. Seperti

suku Madura yang beradaptasi dengan suku Jawa baik dari segi budaya ataupun bahasa (Raharjo, Christanto P., 2006).

Infrastruktur di Desa Paleran sangat memadai. Hal tersebut dapat dilihat dari berbagai fasilitas umum yang adaseperti, musholla, masjid, pasar, sekolah, jalan raya, pelayanan kesehatan, sistem pelayanan publik berbasis online dan lembaga pemerintahan yaitu balai desa. Sarana pendukung bagi terselenggaranya pemerintahan untuk masyarakat, menjadi suatu keharusan dihadirkan ruang layanan yang representatif. Pelayanan umum yang diberikan kepada masyarakat secara langsung ataupun berbasis onlineterpusat di Balai Desa Paleran. Pelayanan yang diberikan secara online digunakan sebagai sarana penunjang semua aktivitas masyarakat. Disana dapat digunakan untuk pelayanan publik, sarana penampung aspirasi masyarakat, sarana silaturahmi dan ajang tukar pikiran. Sedangkan untuk pelayanan kesehatan, masyarakat Desa Paleran berpusat di Pusat Kesehatan Masyarakat (PUSKESMAS) yang merupakan gerbang utama dengan harapan bisa memberikan pelayanan kesehatan kepada masyarakat secara tepat dan layak. Puskesmas Desa Paleran tidak hanya melakukan pelayanan kepada perseorangan atau masyarakat Desa Paleran saja tetapi juga kepada masyarakat yang lebih luas atau masyarakat diluar Desa Paleran. Puskesmas menyediakan pelayanan kesehatan untuk melayani keluhan masyarakat mengenai kesehatan masyarakat desa. Kemajuan dan kemunduran suatu masyarakat pada dasarnya dapat dilihat dari tingkat pendidikan masyarakat itu sendiri. Oleh sebab itu, pembangunan bisa lebih maju apabila didukung oleh sumber daya manusia yang memadai. Untuk menciptakan hal tersebut, maka pendidikan sudah semestinya mendapat perhatian dari kita semua, karena pendidikan merupakan tanggung jawab kita bersama baik itu dari Pemerintah Pusat, Pemerintah Desa dan Masyarakat setempat. Tingkat pendidikan di Desa Paleran terlihat mengalami perkembangan dan kemajuan yang cukup signifikan Hal ini terbukti dengan berdirinya berbagai lembaga pendidikan di Desa Paleran, diantaranya memiliki 5 Sekolah Dasar Negeri, 2 Sekolah Menengah Pertama, serta memiliki 1 Sekolah Menengah Kejuruan. Di Desa paleran juga memiliki 8 Pondok Pesantren dan 5 Taman Pendidikan Al Qur'an (TPQ). Maka tidak heran, desa Paleran memiliki berbagai potensi yang cukup baik sebagai sebuah desa.

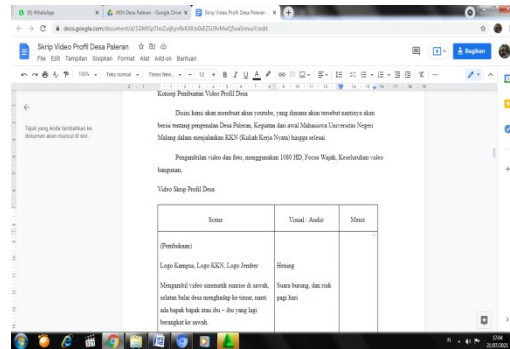
Adapun potensi lain yang terlihat dari Sumber Daya Alam (SDA), dan Sumber Daya Manusia (SDM) yang ada. Mata pencaharian utama masyarakat Desa Paleran yakni di sektor pertanian. Adapun yang lainnya seperti peternakan, budidaya, home industri dan perniagaan. Penduduk Desa Paleran mayoritas berprofesi sebagai petani. Hal ini karena Desa Paleran memiliki Sumber Daya Alam yang sangat besar seperti, padi, palawija, jeruk, dan cabai. Tetapi dalam hasil panen yang di unggulkan di Desa Paleran adalah hasil panen jeruk, karena buah jeruk adalah ciri khas yang dimiliki oleh Desa Paleran.

Untuk mengenal lebih dekat masyarakat Desa Paleran, peneliti mendapatkan data dan fenomena terkait program kegiatan yang sering dan masih dilakukan oleh

masyarakat. Kegiatan rutin yang diikuti oleh masyarakat di Desa Paleran yaitu seperti senam untuk lansia yang dilaksanakan setiap hari Selasa untuk menjaga kesehatan jasmani masyarakat desa. Sedangkan untuk anak-anak dan remaja dilaksanakan permainan Sepak Bola, Voli, dan Bulu Tangkis yang dikelola oleh Karang Taruna. Hal ini tentu sebagai wadah untuk mempererat silaturahmi dan rasa solidaritas antar masyarakat. Adapun kegiatan lain yang dilakukan masyarakat Desa Paleran yakni kegiatan sosial seperti kegiatan takziah yang diikuti oleh seluruh perangkat Desa Paleran, santunan untuk anak yatim yang diselenggarakan 2 kali dalam 1 tahun, dan santunan pada kaum du'afa yang diselenggarakan 1 tahun sekali di lapangan Desa Paleran. Uniknyanya kegiatan sosial ini juga dibarengi dengan kegiatan keagamaan sholawatan yang diikuti oleh masyarakat Desa Paleran. Masyarakat Desa Paleran mengikuti kegiatan keagamaan sebagai upaya untuk meningkatkan religiusitas diri. Kegiatan agama tersebut seperti majlis taklim *ALMADINAH* yang diadakan 1 bulan sekali, majelis dzikir sholawat (*RUHHA AL HABSU*), dan kegiatan dzikir antar Masjid *HAIHAH TAKMIRIL MASAJID* yang digagas langsung oleh kepala desa dengan melibatkan seluruh perangkat Desa dan pengurus Masjid. Menariknya lagi masyarakat desa Paleran juga turut melestarikan kesenian tradisional yang sudah jarang dijumpai di desa-desa lainnya yaitu Kesenian Karawitan yang diadakan setiap hari Minggu dan Kesenian Wayang Kulit yang diadakan setiap 1 bulan sekali di Balai Desa Paleran, tepatnya di bangunan Pendopo. Hal ini menjadi suatu keunikan dari Desa Paleran, ketika banyak masyarakat yang sudah melupakan kesenian tradisional, masyarakat Desa Paleran justru melestarikan kesenian Karawitan dan Wayang Kulit yang merupakan warisan budaya Indonesia.

Kegiatan lain yang dilakukan masyarakat Desa Paleran dalam hal mengembangkan kreativitas dan pendapatan masyarakat ialah dengan mengembangkan seni batik dan seni ukir. Seni batik dikelola oleh anggota PKK Desa Paleran. Sedangkan, seni ukir dikelola oleh Bapak Kepala Desa untuk masyarakat yang belum mempunyai pekerjaan. Kegiatan ini bermanfaat bagi masyarakat, karena dapat mengembangkan skill atau keterampilan yang dimiliki oleh masyarakat serta menyediakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat yang belum memiliki pekerjaan. Dari sini dapat diketahui bahwa kegiatan di Desa Paleran dapat meningkatkan kualitas Sumber Daya Manusia (SDM).

Setelah memperoleh data seperti yang dijelaskan sebelumnya, skrip yang berisikan tentang potensi yang dimiliki Desa Paleran sudah selesai dan tuntas mahasiswa KKN (Kuliah Kerja Nyata) Universitas Negeri Malang melanjutkan kegiatan dengan pengambilan video dan foto secara langsung sesuai dengan apa yang dituliskan dalam skrip.



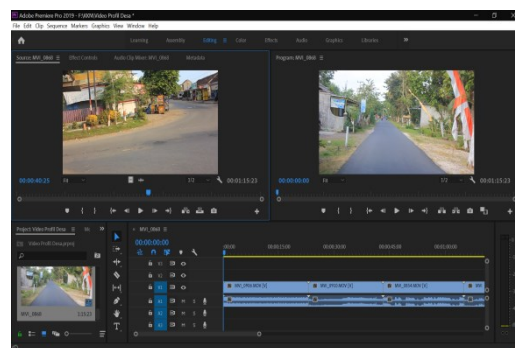
Gambar 1. Kegiatan Pembuatan File Skrip
Sumber: dokumentasi pribadi



Gambar 2. Kegiatan Wawancara Petani Jeruk
Sumber: dokumentasi pribadi



Gambar 3. Kegiatan Pengambilan Gambar
Sumber: dokumentasi pribadi



Gambar 4. Kegiatan Editing
Sumber: dokumentasi pribadi

SIMPULAN

Dari pembuatan Profil Desa ini, penulis menemukan sebuah keunikan dari Desa Paleran yang tidak semua desa miliki. Kinerja dan layanan yang diberikan dapat memberikan kesejahteraan bagi keberlangsungan hidup masyarakatnya. Kemakmuran yang ada di Desa Paleran ini dibentuk karena adanya kerjasama yang baik dan kerukunan antara masyarakat dan pemerintahnya. Fasilitas yang diberikan oleh pemerintah berdampak positif bagi perkembangan masyarakat Desa Paleran baik dalam bentuk sumber daya manusia ataupun sumber daya alamnya, yang diolah dengan baik oleh seluruh perangkat desa dan masyarakatnya.

Namun dalam hasil wawancara dan survei yang dilakukan perlu adanya pos penjagaan keamanan, karena ada beberapa warga yang mengatakan bahwa lingkungannya kurang aman. Sehingga perlu dibentuknya pos keamanan atau biasa disebut pos kamplang. Ada beberapa pos kamplang yang sudah dibentuk, akan tetapi perlu adanya peningkatan terkait tugas dalam mengamankan desa atau perlu dibuatnya struktur tugas penjagaan. Maka dari itu apabila nantinya ada mahasiswa dari kampus lain atau dari kampus yang sama tapi oleh kelompok lain, diharapkan juga fokus pada keamanan masyarakatnya. Masyarakat di ajak kerjasama dalam mesejahterakan sumber daya manusia demi keamanan bersama tentunya dengan dukungan dan bantuan dari perangkat desa.

UCAPAN TERIMA KASIH

Pada hasil penelitian yang sudah tertuliskan dalam artikel jurnal ini, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang terutama kepada Universitas Negeri Malang yang telah memberi dukungan moral dan materil terhadap program pengabdian masyarakat atau yang sekarang disebut KKN (Kuliah Kerja Nyata) ini. Dan juga kepada seluruh perangkat desa dan masyarakat Desa Paleran yang membantu dan memfasilitasi kebutuhan dalam penelitian sehingga penulis dapat menjalankan program pengabdian masyarakat atau KKN (Kuliah Kerja Nyata) ini dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Basrowi; Suwandi. (2008). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT. Rineka Cipa.
- Gay, L. R. & Diehl, P. L. (1992). *Research Methods for Business and Management*. New York: NY Press.
- Menteri Dalam Negeri. (2007). Pedoman Penyusunan dan Pendayagunaan Data Profil Desa dan Kelurahan. *PERMENDAGRI Nomor 12*, (hal. 1-17).
- Raharjo, Christanto P. (2006). Pendalungan: Sebuah Periuk Besar Masyarakat Multikultural. *Makalah disampaikan dalam kegiatan Jelajah Budaya, Balai Kajian Sejarah dan Nilai Tradisional Yogyakarta, 13 Agustus*.
- Singh, A.K. (2004). *Tests, Measurements and Research Methods in Behavioral Sciences*. Patna: Bharati Bhawan.
- Widjaja, H.A.W. (2003). *Otonomi Desa*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Penerapan *Digital Marketing* pada Desa Paleran Umbulsari

Sofi Salu Halawatus Sinta^{1*}, Faisal Fanani², Dediek Tri Kurniawan³

^{1,3}Manajemen, Universitas Negeri Malang,

²Teknik Elektro, Universitas Negeri Malang,

*Email: dediek.kurniawan.fe@um.ac.id

ABSTRAK

Pemasaran untuk memahami bagaimana kejadian yg ada di seluruh dunia berpengaruh terhadap pasar dalam negeri dan peluang pembaruan terkini, dan juga bagaimana perkembangan tersebut akan memberikan pengaruh terhadap sistem atau cara kerja pemasaran perusahaan. Juga sama seperti kondisi sekarang ini ketika dunia terdampak pandemi covid-19 yang sangat meresahkan selama 2 tahun ini, masyarakat seluruh dunia dituntut untuk melakukan perubahan agar pemasaran dan penjualan produk tidak lagi secara konvensional namun diganti dengan cara modern. Media yg digunakan untuk pemasaran digital misalnya website, social media, pemasaran email, iklan SEO, dll. Sehingga strategi inilah yang paling dibutuhkan masyarakat untuk sekarang ini karena meskipun kegiatan pemasaran jual beli tidak bisa dilakukan dengan cara langsung tetapi tetap dapat menarik konsumen dengan pemasaran digital dan pastinya juga lebih praktis. Penerapan digital marketing di beberapa usaha di Desa Paleran ini memakai jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Pengambilan populasi dan juga sampel dalam topik penelitian ini menggunakan metode Purposive Sampling. Penelitian ini sangat berguna untuk perubahan strategi dari konvensional menjadi digital dan bermanfaat untuk menambah pengetahuan tentang pemasaran online yang tepat guna dan tepat sasaran.

Kata Kunci: *digital marketing, pemasaran, media sosial, desa paleran, penerapan*

PENDAHULUAN

Pemasaran sebagaimana ilmu pengetahuan, mempunyai karakter yang dinamis bergerak dengan cepat menyesuaikan keadaan dan selalu mengalami perubahan. Transformasi yang terjadi pada *global marketing* adalah sesuatu yang harus terjadi sebab dunia usaha menjadi inti dari pemasaran senantiasa berubah beradaptasi dengan perkembangan zaman. Era globalisasi menaruh dampak yg relatif besar pada marketing dan menimbulkan rangsangan baru pada profesi *marketing* masa kini. Pemasaran untuk mengetahui bagaimana insiden-insiden yg ada seluruh dunia berpengaruh terhadap pasar dalam negeri dan peluang pembaruan terkini, dan juga bagaimana perkembangan tersebut akan memberikan pengaruh terhadap sistem atau cara kerja pemasaran perusahaan. Juga sama halnya seperti kondisi sekarang ini ketika dunia terdampak pandemi covid-19 yang sangat meresahkan selama 2 tahun ini, masyarakat seluruh duni dituntut untuk melakukan perubahan agar pemasaran dan penjualan produk tidak lagi secara konvensional (offline) namun diganti dengan cara modern (online).

Pemasaran digital adalah sistem pemasaran produk dan jasa dengan memakai media digital. Media yg digunakan untuk pemasaran digital misalnya website, *social media*, pemasaran email, iklan SEO, dll. Tujuan dari pemasaran digital yaitu memperluas pasar menggunakan media internet.

Desa Paleran terdiri atas berbagai usaha yang mumpuni seperti penjualan bunga, bibit, barang bekas dll. Sebagian besar pemasaran usaha yang dilakukan di desa ini menggunakan pemasaran secara langsung (offline). Namun akibat adanya pandemi ini dan terdapat kebijakan ppkm menyebabkan kegiatan diluar ruangan dibatasi. Maka dari itu mahasiswa KKN UM melakukan penerapan pemasaran digital (digital marketing) di beberapa usaha di Desa Paleran untuk mempertahankan dan meningkatkan usaha yang dijalankan ditengah pandemi. Karena strategi inilah yang paling dibutuhkan masyarakat dan paling sesuai untuk di aplikasikan. Meskipun kegiatan pemasaran jual beli tidak bisa dilakukan dengan cara langsung tetapi tetap dapat menarik konsumen dengan pemasaran digital dan pastinya juga lebih praktis.

METODE

Penerapan *digital marketing* di beberapa usaha di Desa Paleran ini memakai jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian kualitatif merupakan jenis penelitian yg hasil eksperimennya tidak didapatkan melewati mekanisme statistik ataupun bentuk hitungan. (Sugiyono, 2009). Sugiyono (2017:35) berpendapat bahwa pendekatan merupakan metode penelitian deskriptif ini dilakukan untuk mengenali eksistensi variabel mandiri, baik hanya satu variabel atau lebih tanpa menciptakan perbandingan variabel itu sendiri & mencari hubungan menggunakan variabel lain.

Pengambilan populasi dan sampel dalam penelitian ini memakai teknik *Purposive Sampling*. Sugiyono (2010) berpendapat bahwa *Purposive sampling* adalah cara untuk memilih sampel penelitian menggunakan beberapa pendapat eksklusif yg bertujuan supaya data yg didapat kelak mampu lebih tepat. Obyek penelitian untuk penerapan digital marketing di Desa Paleran yg dipilih antara lain Stand Bunga Desa Paleran dan Toko Barang Bekas Furniture Dan Elektronik Paleran. Sebab lantaran ke 2 bisnis tadi mudah didapatkan informasinya dan mempunyai data-data dan keterangan yg diharapkan peneliti. Teknik pengumpulan data yg dipakai merupakan observasi, wawancara, & dokumentasi.

HASIL & PEMBAHASAN

a. Penerapan Pemasaran Digital

Arti dari penerapan yang diambil dari Kamus Besar Bahasa Indonesia kontemporer adalah kegiatan pemanfaatan. Berdasarkan opini para ahli, penerapan merupakan sebuah kegiatan mempraktikkan teori, metode, dan lain-lain untuk memperoleh tujuan tertentu dan keperluan yg diharapkan oleh suatu kelompok ataupun kelompok yg direncanakan dan disusun sebelumnya. Pengertian penerapan menurut J.S Badudu dan Sutan Muhammad Zain (1996:1487), adalah hal, cara atau hasil. Berdasarkan pendapat Lukman Ali (1995:1044), penerapan

merupakan mempraktikkan, memasang. Menurut pengertian tadi bisa dikatakan bahwa penerapan suatu perbuatan yg dilakukan baik secara sendiri juga berkelompok dengan tujuan untuk mencapai maksud yang sudah disimpulkan.

Pemasaran digital adalah sistem pemasaran produk dan jasa dengan memakai media digital. Pemasaran digital saat ini sebagai topik hangat untuk berbagai kalangan, mulai dari pencari kerja sampai pengusaha. Banyak sekali perusahaan berkompetisi dalam pencarian bakal pekerja pemasar digital untuk menyokong bisnisnya. Jasa pemasaran digital yang ditawarkan oleh para agensi mandiri jumlahnya tidak sedikit. Pemasaran tradisional telah tidak lagi berhasil untuk pasar yg mayoritas telah beralih ke teknologi komunikasi masa kini. Apalagi ditambah dengan adanya pengaruh pandemi yg mengharuskan masyarakat bekerja dari rumah (WFH) secara online.

b. Media Pemasaran Digital

Media pemasaran digital merupakan wadah yang dipakai untuk memasarkan dan mencapai tujuan kesadaran merek, kekariban, kesenangan, dan untuk memengaruhi kehendak membeli dengan menganjurkan pengguna untuk melihat laman pada internet untuk turut menggunakan merk atau produk dan akhirnya memutuskan membeli secara online maupun offline lewat media digital misalnya dengan telepon atau pada toko. Peneliti menggunakan beberapa media pemasaran digital, diantaranya:

a) *Social Media Marketing*

Social Media adalah sarana yg disediakan untuk memudahkan kontak sosial yang saling berhubungan dan 2 arah. Media sosial yang berlandaskan teknologi internet, mengganti sistem penyebaran informasi menjadi lebih luas dan merata secara global. *Social media* seperti Youtube, Twitter, Instagram, juga Facebook ramai dipakai untuk menyebarkan informasi secara lebih cepat, mudah dan viral pada pemakai internet pada jumlah yang besar. Dijelaskan pada jurnal *User Participation of Social Media*, terdapat 5 karakteristik utama dalam *social media* yaitu:

- *Participation*, tindakan keikutsertaan pengguna dalam menggunakan social media, misalnya keseringan kunjungan & lamanya pemakaian.
- *Openness*, keadaan ketika media sosial tidak mempunyai kendala untuk mengakses informasi & share konten tertentu.
- *Conversation*, percakapan di social media bisa menyebar dengan cepat karena kemudahan akses yg terhubung menggunakan internet.
- *Community*, media sosial menyediakan wadah bagi penggunanya untuk menciptakan komunitas yg mempunyai kecenderungan minat.
- *Connectedness*, informasi pada media sosial bersifat khas viral, kondisi ini membantu memudahkan penggunanya untuk dapat terhubung satu sama lain.

b) *Facebook Marketing*

Pemasaran via facebook menurut Muttaqin (2011) yaitu melakukan aktivitas

marketing dengan memakai seluruh fasilitas/fitur yang disediakan oleh Facebook yang bermaksud menaikkan tingkat penjualan (sales) dan meningkatkan kualitas komunikasi dengan para pelanggan. Facebook juga turut merilis Fan Page atau Halaman Facebook seperti blog yang menyediakan informasi yang bermacam-macam selaras dengan keinginan pemakainya. Bertujuan untuk memberikan informasi yang transparan pada umum, selain itu Facebook juga menyediakan kebutuhan untuk membuat iklan dengan Facebook Ads. Dengan adanya halaman Facebook membuat pemilik dapat berhubungan dengan banyak pelanggan dan dapat bergabung membuat suatu kelompok organisasi dan mengembangkannya. Sedangkan Facebook Ads, membantu pemilik untuk mendapatkan target pasar, menarik perhatian mereka, dan mendapatkan hasil. Fitur Facebook for Business kian lengkap dengan adanya aplikasi Whatsapp Bisnis yang memudahkan pemilik halaman dapat melakukan kontak dengan pelanggan secara gampang dengan menggunakan alat untuk mengotomatiskan, mengurutkan, dan dengan sigap *me-replay* pesan.

c) *Instagram Marketing*

Instagram atau IG adalah sebuah aplikasi yang diperuntukkan untuk share foto maupun video. Instagram sendiri adalah bagian dari Facebook, setelah Mark Zuckerberg memindahkan kepemilikan aset di tahun 2012. Dan karena merupakan bagian dari Facebook, menyebabkan terhubungnya teman di Facebook bisa langsung mem-follow akun instagram kita. Semakin terkenalnya Ig sebagai aplikasi yang digunakan untuk *share* foto dan video, membuat banyak penggunanya untuk berinovasi dalam bidang marketing dengan melakukan promosi produk bisnis onlinnya melalui instagram. Menurut Landsverk yg diambil berdasarkan Utari, fasilitas yang ditawarkan Ig diantaranya:

- Feed. Fitur ini berfungsi supaya pengguna bisa melihat postingan yg diupload teman yg telah diikuti.
- Popular "tab". Difungsikan untuk melihat foto yg diupload pengguna lain. Foto maupun video yg masuk ke *popular page* adalah tempat kumpulan dari foto-foto yg paling banyak mendapatkan *like*.
- News and Updates. Dengan Ig membuat kita dapat berinteraksi dengan rekan yg di-follow melalui video ataupun foto yg diunggah dengan klik suka atau comment & memunculkan pemberitahuan pada akun kita yg menaruh info pengguna Instagram lain.
- Like, Comment, Bookmark. Like atau comment pada Instagram merupakan bentuk penghargaan (apresiasi) bagi warga Ig.
- Your Profile. Profil bisa dilihat pada ikon user, di pojok kanan bawah. Pada profile tersimpan file-file foto, video juga story yg pernah diunggah.
- Posting. Adalah kegiatan upload foto maupun video yang dapat diedit

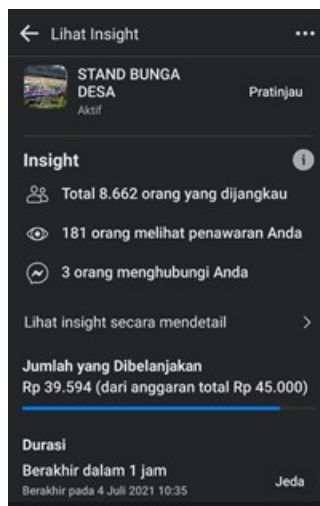
dengan filter bawaan maupun dengan menandai teman agar terlihat menarik.

Instagram Ads (Advertising). Dengan memakai fasilitas pembuatan iklan yg serupa dengan Facebook seperti yg dijelaskan pada digitalmarketer.id, berikut ini adalah beberapa faedah beriklan di Ig:

- 1.) Target konsumen yg khusus
- 2.) Lebih fleksibel
- 3.) Lebih murah
- 4.) Jangkauan lebih luas.

Aplikasi Instagram juga sering kali digunakan oleh pribadi maupun kelompok yang memiliki follower melimpah untuk membuat jasa marketing dengan Paid Promote yang merupakan *service promotion* berbayar. Pemakai jasanya adalah mereka yang memiliki bisnis / brand dan ingin produknya dipromosikan.

c. Implementasi Penerapan Digital Marketing Terhadap Usaha Bunga Desa Paleran



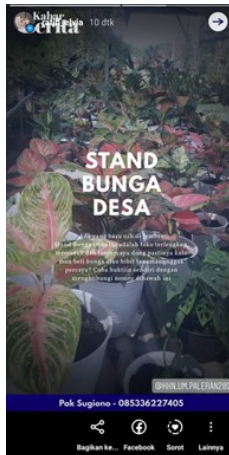
Gambar 1. Kegiatan Pembuatan Facebook Ads

Sumber: dokumentasi pribadi

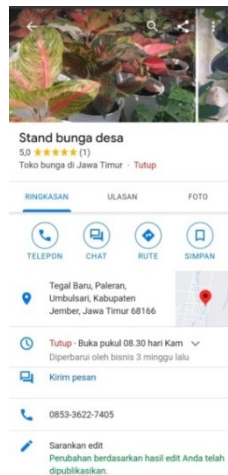
Jelas terlihat bahwa penggunaan Facebook Ads (Iklan Facebook) berdampak cukup baik terhadap usaha Stand Bunga Desa. Kelebihannya selain pengoperasian yang mudah biayanya pun cukup terjangkau. Sistem penargetan yang detail sehingga dapat menjangkau masyarakat sekitar supaya lebih mengenal dan mengetahui usaha yang dijalankan juga dapat menjangkau konsumen internasional. Format iklan yang ditawarkan juga lengkap.

Kemudian penggunaan iklan melalui paid promote instagram (Gambar 2) juga cukup memberikan dampak positif. Kelebihannya usaha tersebut dapat dikenal masyarakat lebih luas terutama pada kalangan anak muda. Biaya yang dikeluarkan tergantung penyedia jasa mana yang dipilih. Penggunaan google map

juga dapat menunjang priklanan suatu usaha (Gambar 3). Map membantu penemuan lokasi usaha oleh konsumen sehingga fitur tersebut juga dapat digunakan untuk beriklan.



Gambar 2. Kegiatan Beriklan Via Paid Promote Instagram
Sumber: dokumentasi pribadi



Gambar 3. Kegiatan Penamaan Lokasi Usaha di Map
Sumber: dokumentasi pribadi

SIMPULAN

Arti dari penerapan yang diambil dari Kamus Besar Bahasa Indonesia kontenporer adalah kegiatan pemanfaatan. Menurut pengertian tadi bisa dikatakan bahwa penerapan suatu perbuatan yg dilakukan baik secara sendiri juga berkelompok dengan tujuan untuk mencapai maksud yang sudah disimpulkan. Digital Marketing adalah sistem pemasaran produk & jasa dengan memakai media digital.

Media pemasaran digital merupakan wadah yg dipakai untuk memasarkan dan mencapai tujuan kesadaran merek, kekariban, kesenangan, & untuk

memengaruhi kehendak membeli dengan menganjurkan pengguna untuk melihat situs pada website untuk turut menggunakan merk atau produk & akhirnya untuk membeli secara online maupun offline melalui media digital misalnya dengan telepon atau pada toko. Media sosial yang berlandaskan teknologi internet, mengganti sistem penyebaran informasi menjadi lebih luas dan merata secara global. Pemasaran via facebook menurut Muttaqin adalah melakukan kegiatan marketing dengan memakai seluruh fasilitas/fitur yang disediakan oleh Facebook bermaksud menaikkan tingkat penjualan Instagram Marketing. Instagram adalah sebuah aplikasi yang digunakan untuk membagikan foto dan video. Aplikasi Instagram juga sering kali digunakan oleh perorangan maupun kelompok yang memiliki follower melimpah untuk membuat jasa paid promote yang merupakan layanan promosi berbayar.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyatakan terima kasih kepada Universitas Negeri Malang yang telah memberikan bantuan moral dan dana terhadap program pengabdian masyarakat ini. Dan Seluruh perangkat desa dan masyarakat Desa Paleran yang telah membantu dan memfasilitasi kebutuhan penulis dalam melakukan penelitian dan menjalankan program pengabdian masyarakat/ KKN (Kuliah Kerja Nyata) ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, Lukman. 1995. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Balai Pustaka.
- Badudu J.S dan Zain, Sutan Mohammad. (1996) *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.
- Sugiyono. 2009. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta,CV.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta,CV.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta,CV.
- A'yun, Annisa Qurrota., Suminah., & Hanifah Ihsaniyati. 2020. Pemberdayaan Digital Marketing Tourism Karang Taruna Desa Kemuning pada Destinasi Wisata Pasar Mbatok. E-ISSN: 2615-7721, P-ISSN: 2620-851, Vol 4, No. 1, 269-277.
- Muttaqin, Zainul. 2011. Facebook Marketing Dalam Komunikasi Pemasaran Modern. *Jurnal Teknologi*, Vol. 1, No. 2.
- Slyvia M Chan-Olmsted., Monhee Cho, and Sangwon Lee. 2013. User Perception of Social Media: A Comparative study of Perceived Characteristics and User Profiles by Social Media. *Online Journal of Communication and Media Technologies*. Vol. 3, No. 4.
- Utari, Monica. 2017. Pengaruh Media Social Instagram Akun @princessyahrini Terhadap Gaya Hidup Hedonis Para Followersnya. *Jurnal JOM FISIP*, Vol. 4, No. 2

Penyusunan Pedoman Manual Mutu Kegiatan Pembelajaran pada TK Islam Kyai Ageng Masrangi, Sawojajar, Malang

Tasnim Nikmatullah Realita^{1*}, Yuli Soesetio²

¹STIE Indocakti Malang

²Universitas Negeri Malang

*E-mail: tasnimnikmatullah3876@gmail.com

ABSTRAK

Pandemi COVID-19 memaksa setiap organisasi untuk beradaptasi secara cepat. Sebuah proses perubahan yang tidak mudah, karena harus dilakukan secara cepat di tengah keterbatasan ketersediaan sumberdaya. Sekolah sebagai lembaga pencetak generasi penerus bangsa menghadapi tantangan yang tidak mudah. Metode tatap muka di ruang kelas dalam proses pembelajaran yang terbiasa dilaksanakan, secara dramatis harus di rubah menjadi tatap muka di ruang maya. Lembaga pendidikan setingkat PAUD menghadapi tantangan yang cukup berat, mengingat peserta didik adalah anak-anak yang memerlukan pendekatan personal agar pembelajaran dapat dilaksanakan secara maksimal. Diperlukan panduan tertentu bagi pengajar dan pengelola sekolah agar perubahan metode kegiatan pembelajaran dapat tetap sesuai standar, peserta didik dapat merasakan pengalaman belajar yang tidak jauh berbeda dengan metode tatap muka di kelas. Tulisan ini bertujuan memaparkan hasil pengabdian masyarakat berupa Penyusunan Pedoman Manual Mutu Kegiatan Sekolah Adaptive Pandemi COVID-19 pada TK Islam Kyai Ageng Masrangi, Sawojajar, Malang.

Kata kunci: *Manual Mutu, Pandemi COVID-19, Pembelajaran, Lembaga Pendidikan*

PENDAHULUAN

Sektor pendidikan merupakan sektor yang merasakan dampak cukup berat ketika pandemic COVID-19 melanda dan aktifitas harus dilakukan secara daring. Berbagai permasalahan dan tantangan memerlukan gerak cepat penyesuaian agar tujuan pembelajaran dapat tercapai disesuaikan dengan situasi dan kondisi yang tengah terjadi. Diantara beberapa permasalahan tersebut adalah, tidak seluruhnya peserta didik memiliki perangkat dan fasilitas yang dibutuhkan untuk kegiatan pembelajaran secara daring akibatnya diperlukan alternatif metode belajar bagi peserta didik dengan keterbatasan. Maka sekolah harus mempersiapkan langkah-langkah antisipasi dan prosedur-prosedur tetap pelaksanaan variasi model pembelajaran agar semua siswa memperoleh hak nya untuk belajar.

Kesehatan dan keselamatan peserta didik, pendidik, tenaga kependidikan, keluarga, dan masyarakat merupakan prioritas utama dalam menetapkan kebijakan pembelajaran. Oleh karenanya ada beberapa hal yang harus dipenuhi saat sekolah dibuka baik pada masa transisi atau 2 bulan pertama dan pada masa kebiasaan new normal. Diantaranya yang harus dipenuhi oleh sekolah adalah:

1. Toilet bersih
2. Sarana cuci tangan dengan sabun, *hand sanitizer*
3. Disinfektan
4. Akses fasilitas layanan kesehatan (puskesmas, klinik, rumah sakit, dan lainnya)

5. *Thermogun*

Kemendikbud juga mensyaratkan adanya perubahan jumlah maksimal siswa di dalam kelas selama masa transisi dan kebiasaan baru, kapasitas maksimal pada tiap kelas menyesuaikan dengan ketentuan jaga jarak minimal 1,5 m. Untuk jenjang PAUD dan SLB, maksimal 5 siswa dalam satu kelas. Oleh karenanya, sekolah perlu mengatur sistem pergiliran rombongan belajar yang sesuai dengan situasi dan kebutuhan masing-masing.

Untuk pendidik dan tenaga kependidikan, mereka harus memastikan diri sendiri dalam kondisi sehat sebelum berangkat ke sekolah, makan makanan bergizi dan memakai masker serta mempersiapkan hand sanitizer. Dalam hal kegiatan belajar mengajar, tenaga kependidikan harus mempersiapkan alternatif teknik pembelajaran kombinasi daring dan luring. RPP yang disusun guru selama masa pandemic COVID-19 berbeda dengan RPP yang disusun dimasa normal. RPP belajar di rumah, dirancang dengan sederhana berisi kegiatan-kegiatan bermain yang memberikan pembelajaran bermakna tanpa harus terbebani tuntutan capaian pembelajaran sesuai kurikulum (admin PAUD, 2020)

Dalam paparannya, (Wijoyo & Indrawan, 2020) menjelaskan beberapa permasalahan terkait rancangan pembelajaran jarak jauh yang bermakna bagi siswa yaitu: (1) tidak ada pedoman pasti dalam mengajar jarak jauh, (2) orang tua tidak sepenuhnya mengerti pembelajaran di tingkat PAUD, (3) sulit untuk menyusun narasi laporan perkembangan siswa, (4) keterbatasan kepemilikan gadget orang tua, (5) tekanan yang tinggi ketika orangtua mendampingi anak belajar dan (6) orang tua juga masih harus membagi perhatian antara pendidikan anak dengan pekerjaan. Terkait persoalan teknis, permasalahan yang dihadapi adalah (1) guru dan wali siswa terutama di daerah terpencil, tidak memiliki gadget yang dapat diunakan untuk pembelajaran, (2) keterbatasan akses listrik, (3) kurangnya sosialisasi tentang belajar jarak jauh, (4) masih banyak guru yang belum paham sistem belajar secara online. Maka dari itu, diharapkan pendidik PAUD dapat segera beradaptasi dengan dengan berbagai perubahan yang terjadi dan dituntut untuk kreatif merancang model pembelajaran yang sesuai dengan situasi pandemi. Pembelajaran online memberikan keluasaan kepada pendidik untuk bereksplorasi dalam metode dan materi pembelajaran, namun demikian, pendidik PAUD harus tetap memperhatikan cakupan materi dan aplikasi yang sesuai dengan materi dan metode belajar yang digunakan (Nurdin & Anhusadar, 2021)

TK Islam Kyai Ageng Masrangi, Sawojajar, Malang adalah salah satu lembaga pendidikan yang mengalami kesulitan dan menghadapi beberapa keterbatasan dalam pelaksanaan pembelajaran secara daring. Dengan jumlah siswa total seluruhnya pada tahun ajaran 2019/2020 sebanyak 45 siswa, terdiri dari 25 siswa kelas A dan 20 siswa kelas B dan tingkat kesiapan teknologi orangtua siswa yang tidak cukup baik, sekolah menghadapi tantangan tersendiri dalam proses pembelajarannya serta kegiatan-kegiatan lain yang berkaitan. Kepala sekolah beserta dewan guru berupaya mencoba berbagai alternatif model pembelajaran

untuk memenuhi target pembelajaran, masing-masing guru bereksperimen, mencoba metode-metode yang sesuai dengan situasi dan kondisi yang dihadapi. Berbagai respon dan tanggapan muncul dari wali peserta didik terkait metode-metode yang diterapkan, salah satu respon yang cukup perlu mendapat perhatian adalah bahwa beberapa alternatif metode pembelajaran tidak sesuai dengan situasi dan kondisi wali peserta didik, respon lainnya adalah sangat bervariasinya capaian belajar antara satu siswa dengan siswa yang lain akibat berubah-ubahnya metode pembelajaran dan perbedaan tingkat kesiapan teknologi wali peserta didik.

Dari hasil observasi terkait permasalahan yang terjadi seperti paparan di atas, maka dapat dirumuskan solusi yang cukup relevan. Solusi tersebut adalah menyusun suatu panduan berupa manual mutu pelaksanaan kegiatan sekolah atau biasa disebut juga dengan *Standart Operating Prosedur* atau SOP. Tujuan penyusunan SOP tersebut untuk menetapkan prosedur standar dalam pelaksanaan berbagai kegiatan sekolah yang sesuai dengan situasi Pandemi yaitu pembelajaran secara daring dan penerapan protokol kesehatan jika diperlukan pelaksanaan kegiatan secara luring atau tatap muka. Kinerja Guru diyakini dapat ditingkatkan, salah satunya melalui penyusunan dan pelaksanaan SOP kegiatan pembelajaran secara disiplin dan konsisten. Penggunaan SOP berpengaruh terhadap kualitas pembelajaran di PAUD, kinerja guru dinyatakan 80% dalam kategori baik (Setiasih & et al, 2021). SOP ini juga dapat difungsikan sebagai alat kontrol dan evaluasi dengan melihat dan mengamati indikator-indikator keberhasilan dalam panduan. SOP menjadi sistem yang merupakan acuan kerja, kapan, di mana, oleh siapa, dan cara menjalankan kegiatan terutama yang bersifat rutin dan pembiasaan (Yunus, Soendjodjo, & Indriati, 2018)

PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian masyarakat berupa Penyusunan Pedoman Manual Mutu Operasional Sekolah dilaksanakan di TK Islam Kyai Ageng Masrangi, Sawojajar, Malang. Kegiatan ini dilaksanakan antara bulan Januari hingga Juni 2020. Dalam proses penyusunan pedoman manual mutu operasional sekolah, melibatkan kepala sekolah dan dewan guru sebagai konsultan internal terkait kesesuaian isi rancangan pedoman dengan fakta keseharian, ketersediaan sumberdaya dan berbagai keterbatasan yang menjadi permasalahan pada lembaga. Penyusunan Pedoman Manual Mutu juga melibatkan rekan sejawat dosen dan praktisi pendidikan sebagai konsultan eksternal. Dalam konteks ini, materi konsultasi lebih mengarah kepada kesesuaian pedoman dengan kebijakan pemerintah dan aspek-aspek teoritis serta keredaksian.

Kegiatan diawali dengan proses observasi dalam rangka melakukan pemetaan dan identifikasi permasalahan. Dari hasil observasi awal ditemukan bahwa sekolah menghadapi inkonsistensi dalam proses belajar mengajar dimasa pandemi. Inkonsistensi ini berupa, kurang siapnya fasilitas penerapan protokol kesehatan. Guru hanya memebrikan tugas tanpa memberikan apersepsi terhadap siswa. Kurang konsisten dalam melaksanakan protokol kesehatan seperti cuci tangan ketika sampai di sekolah. Inkonsistensi ini terjadi akibat belum disusun dan ditetapkannya standar pelaksanaan kegiatan belajar mengajar secara daring dimasa pandemi. Kondisi ini pada akhirnya menyebabkan (1) guru merancang kegiatan belajar mengajar sesuai dengan pemahaman masing-masing, (2) sulitnya melakukan evaluasi capaian pembelajaran dimasa pandemi. (3) belum terbentuk perilaku dan kesadaran paripurna patuh protokol kesehatan.

Tahapan selanjutnya adalah penyusunan rancangan manual mutu. Berdasarkan hasil identifikasi masalah pada bagian sebelumnya, maka disimpulkan bahwa sekolah memerlukan suatu dokumen standar pelaksanaan kegiatan belajar mengajar dimasa pandemi. Rancangan manual mutu terdiri dari:

1. SOP menyambut kedatangan siswa
2. SOP kedatangan guru dan tenaga kependidikan
3. SOP Perilaku hidup bersih
4. SOP pembelajaran melalui video
5. SOP pembelajaran melalui WA
6. SOP pemberian tugas siswa
7. SOP pengumpulan tugas
8. SOP Pelaporan hasil belajar siswa

SOP disajikan dalam bentuk tabel berisi uraian: (1) definisi, (2) Tujuan, (3) prinsip, (4) pihak terkait, (5) prosedur, (6) indikator keberhasilan, (7) dokumen kegiatan. Berikutnya rancangan SOP dikonsultasikan dengan pihak internal guna memperoleh masukan, saran, koreksi dan rekomendasi terkait isi SOP, serta memastikan kesesuaian sisi SOP dengan visi misi lembaga, budaya organisasi di TK Islam Kyai Ageng Masrangi dan pembentukan sikap dan karakter yang diinginkan. Dalam hal ini, proses konsultasi dilakukan dengan pihak Yayasan dan Kepala Sekolah. Rancangan SOP juga dikonsultasikan dengan pihak eksternal yaitu rekan sejawat dosen dan praktisi pendidikan, konsultasi dengan pihak eksternal terkait dengan keredaksian, kesesuaian isi dan dokumen dalam SOP dengan regulasi. Tahap selanjutnya, adalah revisi yang didasarkan pada paparan saran dan rekomendasi pihak-pihak yang terlibat. Setelah dilakukan revisi, SOP dinyatakan telah sesuai dengan kebutuhan lembaga, maka SOP dapat disahkan untuk kemudian disosialisasikan kepada dewan guru dan di laksanakan. Selanjutnya, pemantauan terhadap penggunaan panduan SOP dalam kegiatan pembelajaran, dilaksanakan secara intensif oleh kepala sekolah bersama penulis,

pemantauan ini dilakukan dalam rangka mengamati bagaimana SOP dijalankan serta bagaimana hasil dari penerapan SOP tersebut. Revisi dan perbaikan secara terus menerus dapat dilakukan dalam rangka menyesuaikan dengan perubahan dan dinamika yang terjadi di lapangan pada periode-periode selanjutnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengamatan terhadap pemanfaatan SOP dalam kegiatan pembelajaran sehari-hari dimasa pandemi, dilakukan dalam kurun selama 1 bulan, durasi pengamatan ini didasarkan pada durasi penyajian setiap tema yaitu rata-rata selama 4 minggu. Dari hasil pengamatan dapat disampaikan beberapa hal sebagai berikut: (1) guru memiliki arah dalam merancang dan menentukan kegiatan pembelajaran dimasa pandemi. Hal ini penting mengingat bahwa pembelajaran di masa pandemi sangat berbeda dengan pembelajaran di masa normal, perbedaan ini dapat dilihat dari perbedaan kebutuhan perangkat, perbedaan kesiapan tenaga pendidik dan oran tua wali, perbedaan akses terhadap listrik dan jaringan, perbedaan kemampuan siswa dalam menerima materi pembelajaran dengan sistem daring serta adanya himbauan untuk mengurangi tekanan psikologis akibat tuntutan target pembelajaran dengan jalan mengurangi durasi waktu belajar. Belajar jarak jauh tentu berbeda dengan belajar di sekolah, dari segi proses pembelajaran, metode belajar, respon siswa terhadap materi pelajaran dan kesehatan mental-sosial (Pramana, 2020). (2) setiap guru dapat menjalankan kegiatan rutin dan pembiasaan yang sama dan sesuai standar yang telah ditetapkan. Kesamaan pelaksanaan kegiatan pembiasaan dan rutin diperlukan untuk menghindari perbedaan ekstrim dalam persepsi dan hasil belajar pada setiap siswa. (3) kegiatan pembelajaran dan evaluasi dapat dilakukan dengan lebih mudah karena indikator-indikator keberhasilan pelaksanaan telah ditetapkan sehingga subyektifitas penilaian dapat diminimalkan. (4) hambatan-hambatan dalam pembelajaran dapat sesegera mungkin diketahui untuk kemudian ditemukan solusi yang relevan. (5) berkurangnya keluhan orangtua wali siswa terkait terlalu bervariasinya metode pembelajaran dan perangkat yang digunakan mengingat bahwa persoalan ketersediaan perangkat teknologi dan kesiapan teknologi orangtua wali siswa masih tergolong rendah atau mereka menghadapi beberapa anak usia sekolah di rumah yang membutuhkan perangkat tersebut pada waktu yang bersamaan.

Dalam konteks standarisasi kegiatan pembelajaran dimasa pandemi di TK Islam Kyai Ageng Masrangi, penyusunan SOP menemukan momentumnya untuk memperoleh perhatian lebih. Kesulitan-kesulitan yang dihadapi selama masa awal adaptasi dengan pandemi dan kebijakan pembelajaran jarak jauh, mendorong lembaga untuk secara serius menyusun sebuah pedoman kerja utamanya bagi

guru. Hal ini dilakukan untuk menjaga mutu dan mempertahankan kualitas alumni serta menjaga reputasi sekolah.

KESIMPULAN DAN SARAN

Melaksanakan pembelajaran di masa pandemi menghadirkan permasalahan tantangan tersendiri, setiap pihak yang terlibat dalam proses pembelajaran, baik guru, orang tua, anak dan lembaga pendidikan memiliki persoalannya masing-masing. Proses adaptasi terhadap situasi dan kondisi pandemic yang mengharuskan menjaga jarak bahkan melaksanakan proses pembelajaran dari rumah melahirkan upaya eksplorasi model pembelajaran secara masiv oleh para guru demi tetap memberikan hak belajar kepada peserta didik. Namun upaya eksplorasi harus diimbangi dengan pengetahuan tentang kesiapan lembaga, siswa dan orangtua berkaitan dengan teknologi, upaya eksplorasi juga harus tetap mempertimbangkan kesesuaian metode pembelajaran dengan peletakan isu dan protokol kesehatan sebagai skala prioritas.

TK Islam Kyai Ageng Masrangi Sawojajar Malang, dalam praktiknya juga perlu secara cepat beradaptasi dengan metode belajar di masa pandemi, oleh sebab itu, lembaga mempertimbangkan perlunya menyusun SOP kegiatan pembelajaran dalam rangka standarisasi proses belajar mengajar supaya aktifitas guru dapat lebih mudah dipantau serta lebih mudah dalam melakukan evaluasi terhadap keseluruhan kegiatan pembelajaran.

Untuk selanjutnya, disarankan kepada lembaga untuk secara konsisten melaksanakan kegiatan pembelajaran sesuai dengan SOP yang telah disusun. Disarankan pula kepada lembaga untuk melakukan pengawasan dan evaluasi pelaksanaan SOP untuk memastikan prosedur yang telah ditetapkan dijalankan secara disiplin. Yang terakhir, disarankan kepada lembaga untuk melakukan evaluasi terhadap SOP secara berkala untuk memeriksa kesesuaian dan relevansi isi SOP dengan situasi terbaru yang dihadapi oleh lembaga.

DAFTAR PUSTAKA

- admin PAUD. (2020, Juni). Perencanaan Pembelajaran pada Masa Pandemi COVID-19. Retrieved agustus 10, 2021, from <https://anggunpaud.kemdikbud.go.id/berita/index/20200615085919/Perencanaan-Pembelajaran-pada-Masa-Pandemic-Covid-19>
- Nurdin, & Anhusadar, L. (2021). Efektifitas Pembelajaran Online Pendidik PAUD di Tengah Pandemi COVID-19. *Jurnal Obsesi: Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 5(1), 686-697. doi:<https://doi.org/10.31004/obsesi.v5i1.683>
- Pramana, C. (2020). Pembelajaran Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD) Dimasa Pandemi COVID-19. *Indonesia Journal of Early Childhood: Jurnal Dunia Anak Usia Dini*, 2(2). doi:DOI: 10.35473/ijec.v2i2.557
- Setiasih, R., & et al. (2021). Supervision of Standard Operating Procedures (SOP) in

Early Childhood. *Journal of Primary Education*, 10(3), 290-295.
doi:<https://doi.org/10.15294/jpe.v10i3.35068>

Wijoyo, H., & Indrawan, I. (2020). Model Pembelajaran Menyongsong Era New Normal Pada Lembaga PAUD di Riau. *Jurnal Sekolah PGSD FIP UNIMED*, 4(3), 205-212.

Yunus, D., Soendjodjo, R., & Indriati, Y. (2018). *Pedoman Penyusunan Standar Operasional Prosedur Satuan Pendidikan Anak Usia Dini*. Direktorat Pembinaan PAUD, Dirjen PAUD dan Pendidikan Masyarakat, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan.

Pelatihan Pemasaran Produk Unggulan Berbasis Web untuk Mengembangkan Kemampuan Berwirausaha Para Pengelola UMKM

Naswan Suharsono^{1*}, I Putu Gede Parma², M Rudi Irwansyah³

¹Jurusan manajemen, FE Universitas Negeri Malang

²Jurusan manajemen FE Undiksha

³Jurusan Ekonomi dan Akuntansi, FE Undiksha

*E-mail: naswansuharsono.fe@um.ac.id

ABSTRAK

Kegiatan Penerapan IPTEKS di lingkungan Usaha Mikro, dan Kecil (UMK) ini dilakukan sebagai bagian dari upaya perintisan program pengembangan keterampilan alternatif wirausaha UMKM di bidang jasa, dagang dan industri. Program IPTEKS ini dilakukan untuk memberikan pengalaman praktis kepada wirausaha UMK agar dapat menerapkan tata nilai dan prinsip-prinsip dasar wirausaha dalam mengembangkan usahanya. Ada 25 unit usaha yang sedang berkembang dengan omzet penjualan yang cenderung terus meningkat yang dilibatkan dalam kegiatan P2M dengan tujuan untuk meningkatkan jalinan kemitraan antar Undiksha dengan dunia Usaha. Unit-unit usaha itu bergerak di bidang jasa, industri, dan serba-usaha, dalam skala kecil, namun sudah mempunyai surat izin usaha (SIUP) yang dikeluarkan pemerintah melalui Dinas Perindustrian, Perdagangan, dan Koperasi (Disperindagkop) dan Dinas Pariwisata Kabupaten Buleleng, Bali 2020. Dari 2 (dua) hari pelatihan bekerjasama dengan Dinas Pariwisata dan hasil pendampingan selama 5 (lima) minggu serta hasil pengamatan selama kunjungan lapangan didapatkan gambaran umum pola manajemen usaha yang bervariasi dalam kontinum pola manajemen keluarga dan kelompok usaha bersama. Kekayaan pengalaman dan gaya kepemimpinan dalam manajemen usaha didapatkan dari lapangan sejak awal pendirian usahanya. Kunci kesuksesan bagi kehidupan usaha selama ini bertumpu pada kekuatan dari dalam perusahaan dan para pengelolanya, dengan terus-menerus memacu diri menjadi yang terbaik di bidangnya.

Kata kunci: *Pelatihan pemasaran, Wirausaha, UMKM*

PENDAHULUAN

Program penerapan IPTEKS bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan bagian dari usaha pengembangan keterampilan alternatif di bidang jasa, dagang dan industri, Program IPTEKS ini dilakukan untuk memberikan pengalaman teoritis dan praktis kepada wirausaha UMK agar dapat menerapkan tata nilai dan prinsip-prinsip dasar wirausaha melalui penguasaan dan pematapan teori ke aplikasi.

Persoalan mendasar yang dihadapi para pemilik dan pengelola UMKM dalam 10 tahun terakhir ini adalah terbatasnya kemampuan mengakses pasar dalam dan luar negeri dikarenakan adanya hambatan regulasi, saluran-saluran distribusi dan sejumlah kondisi internal perusahaan yang melemahkan posisi tawar produk-produk unggulan (Kemenristek-Dikti, 2018). Tindakan bisnis ini bisa mengurangi kemandirian dan pendapatan netto perusahaan. Oleh karena itu diperlukan upaya-upaya terobosan untuk meningkatkan volume di satu sisi, sedangkan di sisi lainnya adalah peningkatan kemandirian dan posisi tawar para

pengusaha terhadap pembeli. Salah satu alternatif pemecahannya adalah, diterapkannya model *on-line* pemasaran produk berbasis website untuk menjangkau pasar global (Krazi, 2019)

Program P2M penerapan IPTEKS ini dilakukan untuk membantu para pengusaha meningkatkan kemampuan memasarkan hasil produknya melalui jaringan website, di samping jalur pemasaran yang sudah ada selama ini. Bersamaan dengan itu, kegiatan juga dilakukan untuk mengantarkan para mahasiswa menjadi calon pelaku wirausaha sukses di masa depan melalui lembaga perguruan tinggi melalui program KKL di dunia usaha.

Untuk mewujudkan target luaran kegiatan itu, ada dua hal yang harus dipenuhi yaitu tersedianya lokasi usaha mitra pendukung penyelenggaraan program IPTEKS, dan hasil-hasil akhir yang bisa dicapai para wirausaha peserta selama mengikuti program. Dengan demikian, maka produk utama kegiatan IPTEKS ini adalah (1) kesiapan kelompok wirausaha UMKM mengembangkan bahan promosi produk unggulan yang dimiliki, (2) mengenali lingkungan bisnis industri kerajinan, (3) kemampuan menerapkan prinsip-prinsip dasar manajemen bisnis dan pemasaran produk unggulan di tempat IPTEKS untuk meningkatkan volume penjualan.

Keberhasilan program IPTEKS ini ditandai oleh adanya 25 orang wirausaha UMKM yang memiliki wawasan tentang kerja usaha dan adanya seperangkat instrumen produk unggulan usaha kecil, yang dalam batas-batas tertentu, terbukti dapat digunakan sebagai instrumen lanjutan proses pembentukan wirausaha baru dari sekolah dan dari perguruan tinggi. Wawasan kerja usaha itu, sesuai dengan hasil kajian teoretik Suharsono (2018), dan hasil-hasil penelitian lapangan (Suharsono dkk. (2019) dan Suharsono dkk (2020), serta kebijakan pemerintah melalui program DP2M Dikti.

Untuk mewujudkan target luaran kegiatan itu, ada dua hal yang harus dipenuhi yaitu tersedianya lokasi usaha mitra pendukung penyelenggaraan program IPTEKS, dan hasil-hasil akhir yang bisa dicapai para wirausaha peserta selama mengikuti program. Dengan demikian, maka produk utama kegiatan IPTEKS ini adalah (1) kesiapan kelompok wirausaha UMKM mengembangkan bahan promosi produk unggulan yang dimiliki, (2) mengenali lingkungan bisnis industri kerajinan, (3) kemampuan menerapkan prinsip-prinsip dasar manajemen bisnis dan pemasaran produk unggulan di tempat IPTEKS untuk meningkatkan volume penjualan.

Keberhasilan program IPTEKS ini ditandai oleh adanya 25 orang wirausaha UMKM yang memiliki wawasan tentang kerja usaha dan adanya seperangkat instrumen produk unggulan usaha kecil, yang dalam batas-batas tertentu, terbukti dapat digunakan sebagai instrumen lanjutan proses pembentukan wirausaha baru di perguruan tinggi. Wawasan kerja usaha ditandai oleh indikator-indikator adanya peningkatan akses pasar, profesionalisme manajemen usaha, dan adanya website PT yang siap dimanfaatkan bermitra usaha. Indikator kriterium lainnya

adalah, minimal 60% wirausaha UMKM peserta IPTEKS mampu membuat bahan promosi produk baru (BPP) yang layak dipromosikan di website.

Hasil P2M Suharsono dkk (2016) menunjukkan bahwa pelatihan penerapan ipteks model PATRIOT terbukti dapat meningkatkan kemampuan mengatasi masalah bisnis dengan bantuan perangkat pendukung teknologi informasi *online* dan lingkungan sekitar. Adapun refleksi bersama dosen-mahasiswa terhadap hasil belajar pokok bahasan bisa mengakumulasi keterampilan dasar profesi seiring dengan bertambahnya volume kegiatan belajar yang dilakukan dan pengalaman praktek kerja latihan kerja lapangan. Termasuk didalamnya pelatihan berkelanjutan terkait pengembangan usaha dan revitalisasi standarisasi produk ipteks yang menjadi produk unggulan usaha (Suharsono dan Parma, 2019).

Usaha membangun jembatan sinergi itu dilakukan secara bertahap dengan menggunakan pola tertentu. Pola-pola itu dapat dikembangkan secara bertahap dan berkelanjutan terhadap kelompok usaha kerajinan rakyat tertentu, tetapi juga dapat dilakukan secara serentak dengan target sasaran kelompok yang berbeda-beda. Salah satu perbedaan pokok yang dapat dilihat pada ketiga pola itu adalah, tingkat kedalaman materi, kesempatan untuk mendapatkan bimbingan praktis di lapangan, dan target sasaran akhir program yang diajukan.

METODE

Kegiatan P2M ini dilaksanakan oleh satu Tim dosen, mahasiswa KKL, dan para mitra usaha yang secara khusus dirancang untuk percepatan pengembangan wirausaha baru melalui pelatihan dan pendampingan. Ada 25 unit usaha yang sedang berkembang dengan omzet penjualan yang cenderung terus meningkat yang dilibatkan dalam kegiatan P2M dengan tujuan untuk meningkatkan jalinan kemitraan antar Univ dengan dunia Usaha. Unit-unit usaha itu bergerak di bidang jasa, dagang dan industri kerajinan dalam skala kecil, namun sudah mempunyai surat izin usaha (SIUP) yang dikeluarkan pemerintah melalui Dinas Perindustrian, Perdagangan, dan Koperasi (Disperindagkop) Kabupaten Buleleng.

Pada tahap perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi program P2M ini aspek keterkaitan program ditinjau dari tiga aspek, yaitu aspek kerjasama antar sesama pengusaha mitra yang dilibatkan, kerjasama antar lembaga pendidikan dan dunia usaha, serta keterkaitan antara program P2M dengan program Kuliah Kerja Lapangan (KKL) mahasiswa Undiksha di dunia usaha.

Evaluasi kegiatan P2M ini mengikuti skenario tahap ketiga dan menjadi bagian integral dari program pengembangan budaya kewirausahaan dari perguruan tinggi. Dalam prakteknya, salah satu titik lemah dalam mengelola kehidupan dunia usaha kecil adalah disiplin pemilik dan pengelola usaha tentang pemisahan antara asset keluarga dan asset perusahaan. Ketidaktaat azasan dalam pelaksanaan operasional kehidupan dunia usaha sehari-hari menjadikan terganggunya likuiditas aliran dana kas (*cash flow*) sehingga berpengaruh terhadap produktivitas kinerja perusahaan. Demikian juga halnya dalam mengelola pasar pelembangan produk-produk usahanya di masa depan.

Pelaksanaan IPTEKS itu juga terletak pada mentalitas dan daya juang wirausaha mitra. Dari kalangan wirausaha UMKM peserta program ini juga akan dilacak kesulitan untuk mentransfer hasil dan pengalaman kerja individual ke dalam pembangunan tim kerja lintas bidang usaha serta kemungkinan dilakukannya kegiatan tindak lanjut menjadi program kerja riil pengembangan budaya kewirausahaan di masa-masa mendatang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil pelatihan 2 (dua) hari di kantor Dinas Pariwisata Kabupaten Buleleng ditambah 5 (lima) minggu pendampingan dan kegiatan pengamatan selama kunjungan lapangan didapatkan gambaran umum pola manajemen usaha yang bervariasi dalam kontinum pola manajemen keluarga. Kekayaan pengalaman dan gaya kepemimpinan dalam manajemen usaha didapatkan dari lapangan sejak awal pendirian usahanya. Kunci kesuksesan bagi kehidupan usaha selama ini bertumpu pada kekuatan dari dalam perusahaan dan para pengelolanya, dengan terus-menerus memacu diri menjadi yang terbaik di bidangnya.

Hasil kerja P2M Penerapan IPTEKS ini berupa kemampuan menerapkan sistem budaya wirausaha, aplikasi prinsip dasar kewirausahaan hasil pelatihan dan tampilan produk-produk unggulan UMKM yang sudah siap diupload ke Website www.fe.undiksha.ac.id/kewirausahaan di alamat resmi pusat inkubator bsnis Undiksha untuk semua program pendidikan, pelatihan dan kerjasama antar lembaga di bidang kewirausahaan.

Dari 25 wirausaha itu, dua usaha di antaranya telah memiliki foto-foto dan catalog produk yang siap di-upload di kedua website yang disediakan sebagai lokasi latihan. Setelah kegiatan selesai, mereka diharapkan bisa meningkatkan kemampuan menyiapkan materi promosi dan mengelola pemasara berbasis WEB yang layak untuk bisa tumbuh-kembang pada diri wirausaha UMKM untuk dunia usaha dan terus menjalin kemitraan dengan instansi dan lembaga pendidikan untuk meningkatkan kualitas produk usahanya. Adapun secara operasional, dari kegiatan P2M tersebut dapat dihasilkan empat hal sebagai berikut:

1. Pola manajemen usaha UMKM dibangun secara bertahap dan berkelanjutan. Kekuatan dan ketahanan usaha, pada umumnya dirintis sejak awal oleh para pemilik/pengelola terdahulu. Dengan kiat bisnis seperti ini, maka generasi muda penerus keluarganya bisa mendapatkan akses langsung ke perusahaan keluarga atau mitra usaha lainnya
2. Pada tahapan pelaksanaan pelatihan di lapangan, aneka produk usaha masing-masing peserta telah berhasil diidentifikasi dan dikategorikan berdasarkan prospek pengembangan pemasarannya di masa-masa mendatang. Dari masing-masing produk peserta yang ada, mereka dilatih untuk melabel produk dan mengelompokkan produk ke dalam tiga kategori, yaitu kategori produk unggulan, pasaran (masal), dan produk pesanan.
3. Dari ketiga kategori ini selanjutnya ditentukan spesifikasinya, sebagai bahan

data untuk pembuatan katalog produk pada tahun 2021 mendatang. Jadi pada tahap kegiatan P2M ini penanganan spesifikasi produk masih sebatas pada tahapan identifikasi usaha masing-masing peserta.

4. Program latihan P2M dilakukan dengan dua kegiatan utama, yaitu membuat dan mempresentasikan rencana usaha (*business plan*) agar para peserta bisa memiliki kemampuan esensial meniti karier sebagai wirausaha sukses. Hasil yang dicapai adalah tumbuhnya komitmen para peserta untuk membuat dan mengevaluasi rencana usaha, kemudian menyebarluaskan semangat juang itu untuk meningkatkan kecakapan entrepreneurship dengan jalan memberikan pelatihan bagi masyarakat umum.

Sebagai penutup dapatlah disimpulkan bahwa kegiatan pelatihan dan pendampingan lapangan didapatkan kesan umum pola manajemen usaha yang bervariasi dalam kontinum pola manajemen keluarga. Kekayaan pengalaman dan gaya kepemimpinan dalam manajemen usaha didapatkan dari lapangan sejak awal pendirian usaha. Kunci kesuksesan bagi kehidupan usaha selama ini bertumpu pada kekuatan dari dalam perusahaan dan para pengelolanya, dengan terus-menerus memacu diri menjadi yang terbaik di bidangnya.

Hasil kegiatan kerja P2M IPTEKS berupa kemampuan menerapkan sistem nilai budaya wirausaha, aplikasi prinsip dasar kewirausahaan hasil pelatihan dan tampilan produk-produk unggulan UMKM yang sudah siap diupload ke Website www.fe.undiksha.ac.id/kewirausahaan. Kegiatan ini disarankan agar dilanjutkan dengan pelatihan mengoperasikan jaringan website untuk pemasaran online. Apa yang dilakukan dalam kegiatan ini lebih difokuskan pada tahapan pengembangan pasar online, sebagai bagian dari keseluruhan lima tahap pengembangan budaya kewirausahaan di perguruan tinggi. Dalam kaitannya dengan pengembangan usaha, telah disepakati adanya program pendampingan lanjutan untuk mengurus ijin usaha, melalui program kerjasama Universitas dan Pemerintah Daerah melalui dinas perindustrian dan perdagangan yang didukung oleh lembaga-lembaga profesi untuk kemajuan dan kejayaan UMKM Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Kementerian Riset Teknologi dan Pendidikan Tinggi, (2018). *Panduan Program Pengembangan Budaya Kewirausahaan di Perguruan Tinggi*. Edisi Keempat. Jakarta: Direktorat Pembinaan Penelitian dan Pengabdian pada Masyarakat Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi
- Krazi Market Indonesia's Online Marketplace (2018). Jokowi: Pemerintah Mendukung Industri Kreatif. <http://www.indonesia.com/> Rabu, 22-April-2018, 12:58:51
- Suharsono, Naswan. (2004). "Model Pembelajaran Patriot dan Implementasinya dalam Proses Pengembangan Budaya Wirausaha di Perguruan Tinggi". *Orasi Ilmiah*. Pengenalan Jabatan Guru Besar. Disampaikan dalam Sidang Terbuka Senat IKIP Negeri Singaraja, 4 September 2004
- Suharsono, N, Sukra Warpala dan Made Tegeh (2011). Model Jaringan Website

- untuk Meningkatkan Efektivitas Perkuliahan Teknologi Pembelajaran Program Pascasarjana Undiksha. Laporan Penelitian PPs Universitas Pendidikan Ganesha
- Suharsono, Naswan, Edy Sujana, Putu Gede Parma, dan M. Rudi Irwansyah (2016) Pelatihan dengan model PATRIOT dan Pendampingan Pemasaran Produk Unggulan Berbasis WEB Untuk Mengembangkan Budaya Wirausaha Para Pengelola UMKM di Kabupaten Buleleng
- Suharsono, Naswan dkk. (2008). Implementasi Model Pembelajaran Multimedia dengan CD Interaktif untuk Menumbuhkan Budaya Kewirausahaan di Perguruan Tinggi. *Jurnal Pendidikan dan Pengajaran*. Volume 41 Januari 2008. Terakreditasi Hal.1422-1435
- Suharsono, Naswan (2020). Post-Pandemic Web-Based Product Marketing: Developing Micro and Small Enterprise Culture. Proceedings of the 5th International Conference on Tourism, Economics, Accounting, Management and Social Science.
- Suharsono, Naswan. (2018). Pendidikan **Kewirausahaan**. Dari Teori ke Aplikasi. Aku Patriot Sejati. Depok: Penerbit PT RajaGrafindo Persada.
- Suharsono, Naswan (2018). Model Pendidikan Berbasis Karakter untuk Mengembangkan Budaya Wirausaha di Perguruan Tinggi. Laporan Penelitian Dipa Universitas Pendidikan Ganesha
- Suharsono, Naswan, Gede Adi Yuniarta, Putu Gede Parma dan Agus Jana Susila (2019). Pelatihan dan Pendampingan Pemasaran Produk Unggulan berbasis WEB Untuk Mengembangkan Budaya Wirausaha Para Pengelola UMKM di Kabupaten Bangli. *Laporan P2M.*: LPPM Universitas Pendidikan Ganesha
- Suharsono, Naswan dan Putu Gede Parma (2019). 'Revitalisasi dan standarisasi Produk Industri Kerajinan untuk meningkatkan daya saing di Pasar Global'. **Bahan Ajar**. Disajikan dalam Pelatihan Penjaminan Mutu Produk Kerajinan Bali Utara, 11-12 Nopember 2019 di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Pemkab Buleleng

Kebiasaan Buang Sampah di Laut dan Pengelolaan Sampah pada Masyarakat Pesisir Kampung Nelayan Seberang Medan Belawan

**Ikhwan^{1*}, Fachrul Riza¹, Indah Puspa Wijaya Zebua¹,
Nabila Syahlan¹, Efi Brata Madya²**

¹Fakultas Kesehatan Masyarakat, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

²Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

*Email: ikhwan2899@gmail.com

ABSTRAK

Kampung Nelayan Seberang adalah sebuah pemukiman yang tidak terencana yang berada di daerah pesisir Kota Medan. Berdasarkan hasil observasi awal permasalahan yang terjadi pada masyarakat Kampung Nelayan Seberang adalah pengelolaan sampah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kebiasaan buang sampah di laut dan pengelolaan sampah pada masyarakat Kampung Nelayan Seberang. Jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif menggunakan desain studi kasus dengan teknik content analysis yang dilakukan di Kampung Nelayan Seberang, Lingkungan 12, Kelurahan Belawan I, Kecamatan Medan Belawa, Kota Medan. Provinsi Sumatera Utara pada tanggal 19 Juli 2021 sampai 2 Agustus 2021. Pengambilan Informan penelitian berdasarkan purposive sampling dengan melakukan wawancara mendalam semi-terstruktur kepada masyarakat kampung nelayan, kepala lingkungan, tetua dan sekretaris kelurahan Belawan I. Berdasarkan hasil penelitian Masyarakat memiliki kebiasaan membuang sampah di laut. Mereka menganggap lebih mudah dan praktis, kesadaran diri yang masih kurang untuk membuang sampah pada tempatnya, tidak memiliki TPS (Tempat Pembuangan Sementara) dan tidak adanya kapal pengangkut sampah ke TPS yang berada didarat menjadi alasan mereka membuang sampah di laut. Masyarakat juga belum melakukan pengurangan sampah. Penanganan sampah yang mereka lakukan hanya sebatas pemilihan sampah untuk di jual ke pengepul. Saran untuk pemerintah Kota Medan agar mensosialisasikan peraturan daerah Kota Medan No. 6 Tahun 2015 tentang pengelolaan persampahan dan mendorong serta memfasilitasi pengembangan pengelolaan persampahan di Kampung Nelayan Seberang melalui Kelurahan, Kepala Lingkungan dan masyarakat setempat.

Kata kunci: *sampah, laut, pengelolaan, pesisir*

PENDAHULUAN

Sampah masih menjadi permasalahan nasional, permasalahan sampah ini sangat erat hubungannya dengan pola konsumsi masyarakat, ekonomi dan pertumbuhan penduduk (Badan Pusat Statistik Indonesia, 2018). Indonesia menjadi negara kedua setelah cina yang paling banyak menyumbangkan sampah ke laut hingga 187,2 juta ton (Jambeck, R., J., 2015). Sampah laut adalah bahan proses atau diproduksi sengaja maupun tidak sengaja tertinggal dan terbuang di wilayah laut (Lippiatt dkk., 2013). Sampah laut ini dapat berupa palstik, kain, kertas, kayu, kaca, logam, karet dan sampah yang tidak diketahui pada wilayah pesisir (Lippiatt dkk., 2013).

Pesisir adalah derah perbatasan antara lautan dan daratan (Efendy, 2009).

Indonesia memiliki 17.499 pulau dengan luas total wilayah sekita 7,81 juta km² (Kementerian Kelautan dan Perikanan RI, 2020). Dari total luas tersebut, 3,25 juta km² adalah lautan dan 2,55 juta km² adalah Zona Ekonomi Eksklusif (ZEE) dan hanya 2,01 juta km² yang merupakan wilayah daratan (Kementerian Kelautan dan Perikanan RI, 2020). Sehingga dengan luas laut tersebut bangsa Indonesia memiliki potensi sumber daya kelautan yang sangat besar. Tetapi meskipun wilayah pesisir memiliki potensi sumberdaya alam yang besar, wilayah ini juga memiliki beragam permasalahan baik dalam hal, kesehatan, sosial budaya, ekonomi, konflik kepentingan maupun pengelolaan lingkungan (Mauludiyah dkk., 2015).

Berdasarkan data Dinas Kebersihan dan Pertamanan Kota Medan dalam penelitian Shiddiq (2020) volume sampah Kota Medan mencapai 272 ribu ton sampah pada tahun 2017, 338 ribu ton sampah pada tahun 2018 dan 247 ribu ton sampah pada tahun 2019. Salah satu upaya yang dilakukan Pemerintah Kota Medan untuk pengelolaan sampah ialah terbitnya Peraturan Daerah Nomor 6 Tahun 2015 tentang Pengelolaan Persampahan. Berdasarkan Pasal 1 Peraturan Daerah Nomor 6 Tahun 2015 tentang Pengelolaan Persampahan, bahwa : Pengelolaan persampahan adalah kegiatan yang sistematis, menyeluruh dan berkesinambungan yang meliputi pengurangan dan penanganan sampah. Pengurangan sampah meliputi kegiatan pembatasan, penggunaan kembali dan pendauran ulang sampah sedangkan Penanganan sampah meliputi kegiatan pemilahan, pengumpulan, pengangkutan, pengolahan dan pemrosesan akhir (Perda Kota Medan No. 6 Tahun 2015 Tentang Pengelolaan Persampahan, 2015). Sudah menjadi tanggung jawab pemerintah kota Medan untuk melaksanakan upaya pengelolaan sampah berdasarkan Peraruran tersebut dan meningkatkan kesadaran masyarakat untuk dapat mengelola sampah dan melestarikan lingkungan.

Kampung nelayan seberang adalah pemukiman nelayan yang terletak di Kelurahan Belawan Bahagia, Kecamatan Medan Belawan, Kota Medan, Sumatera Utara. Kampung Nelayan Seberang adalah sebuah pemukiman yang tidak terencana yang berada didaerah pesisir pantai dan sebagian besar masyarakatnya memiliki pekerjaan sebagai nelayan dan pedagang (Riana, 2021). Untuk menuju ke Kampung Nelayan Seberang, kita bisa menaiki perahu bermesin sederhana yang sering disebut "Bot" yang banyak berada didermaga penyebrangan.



Gambar 1. Sampah saat air laut pasang

Sumber: Dokumentasi peneliti



Gambar 2. Sampah saat air laut surut

Sumber: Dokumentasi peneliti

Berdasarkan hasil observasi dan dokumentasi awal (Gambar 1 dan Gambar 2) permasalahan yang terjadi pada kampung nelayan seberang adalah masalah pengelolaan sampah. Hal tersebut terjadi karena sampah yang dibuang sembarangan ke sungai di wilayah kota medan akan bermuara ke laut ditambah lagi kebiasaan masyarakat setempat yang menjadikan laut sebagai tempat pembuangan sampah dan kesadaran masyarakat yang masih kurang untuk pengelolaan sampah. Sehingga penelitian ini bertujuan untuk melakukan analisis kebiasaan buang sampah di laut dan pengelolaan sampah pada masyarakat pesisir Kampung Nelayan Seberang Medan Belawan.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan desain penelitian studi kasus. Dokumentasi, observasi dan wawancara mendalam semi-terstruktur dilakukan kepada 3 masyarakat kampung nelayan sebagai informan utama, 1 kepala lingkungan wilayah 12 sebagai informan kunci, 1 orang tetua yang sudah lama bertempat tinggal (>30 Tahun) di Kampung Nelayan Seberang sebagai informan pendukung dan 1 orang yang mewakili kelurahan Belawan I sebagai informan pendukung. Mereka diwawancarai secara mendalam untuk mengeksplorasi kebiasaan buang sampah di laut dan penanganan sampah pada masyarakat kampung nelayan seberang medan belawan. Persetujuan informan dibuktikan dengan penandatanganan lembar persetujuan (*information and consent form*). Data informasi diambil dari semua informan sampai tidak ada informasi baru yang didapatkan dan sudah mulai terjadi pengulangan informasi dari informan.

Penelitian ini dilakukan di Kampung Nelayan Seberang, Lingkungan 12, Kelurahan Belawan I, Kecamatan Medan Belawan, Kota Medan, Provinsi Sumatera Utara pada tanggal 19 Juli 2021 sampai dengan 2 Agustus 2021. Pengumpulan data menggunakan panduan wawancara, alat tulis dan alat perekam. Penelitian ini menghasilkan data primer yaitu keterangan fakta secara langsung yang diperoleh dari informan dengan menggunakan panduan wawancara serta observasi pada saat wawancara berlangsung. Pengkodean data dilakukan sesuai dengan pokok

bahasan untuk kemudian dilakukan analisis. Panduan wawancara dibuat dengan data yang dibutuhkan adalah karakteristik informan, kebiasaan membuang sampah dan penanganan sampah pada masyarakat. Wawancara dilakukan dalam rentang 25-35 menit pada setiap informan.

Analisis data dilakukan dengan teknik *content analysis* yaitu usaha menemukan karakteristik pesan, menganalisis semua bentuk komunikasi, serta pembahasan mendalam terhadap isi suatu informasi yang telah tertulis pada saat penelitian serta penarikan kesimpulan terhadap informasi-informasi tersebut. Penyajian data dilakukan dalam bentuk narasi deskriptif. Triangulasi sumber dan metode dilakukan untuk menilai keabsahan jawaban dari informan.

HASIL PENELITIAN

Berdasarkan Tabel 1. diketahui bahwa dari seluruh informan 2 informan berjenis kelamin laki-laki dan 4 informan berjenis kelamin perempuan dengan rentang usia 23-68 tahun. Informan memiliki tingkat Pendidikan tertinggi yaitu S1 dan terendah tidak bersekolah. Pekerjaan informan adalah Ibu Rumah Tangga, Nelayan, *Scuba divers* (nelayan penyelam), Kepala Lingkungan 12 dan Sekretaris Kelurahan.

Tabel 1. Karakteristik Informan Penelitian

Jenis Informan	Jenis Kelamin	Usia	Pendidikan	Pekerjaan
MN*	Perempuan	47 Tahun	SD	Ibu Rumah Tangga
WK*	Laki-laki	23 Tahun	D-III	Nelayan
SF*	Laki-laki	45 Tahun	SMP	<i>Scuba divers</i> (nelayan penyelam)
SW**	Perempuan	35 Tahun	S1	Kepala Lingkungan 12
AS***	Perempuan	68 Tahun	Tidak Sekolah	Ibu Rumah Tangga
RA***	Perempuan	39 Tahun	S1	Sekretaris Lurah

*Informan Utama

**Informan Kunci

***Informan Pendukung

Masyarakat Kampung Nelayan seberang telah mengetahui bahwa sampah merupakan hal yang kotor, mengganggu dan tidak enak dipandang. Mereka mengetahui bahwa sampah terdiri dari sampah organik yaitu sayur, daun daunan dan sampah non-organik yaitu sampah plastik, besi dan peralatan yang hanyut dilaut. Mereka mengatakan bahwa sampah yang disini bukan berasal dari mereka saja tapi ada sampah laut yang bermuara ketempat mereka.

"Sampah organik, non organik trus sampah rumah tangga, trus sampah sini sampah yang dibawa arus ga semua dari masyarakat sini."(WK, 24 Tahun)

"sampahkan banyak dia, ada sampah plastik, sayur yang jelas mengganggu lahan, jorok merusak pemandangan lah dia. Cuman kebiasaan orang disini dibuang kelaut ya kan, asal ada sampah ya buang aja langsung kesitu, air pasang ya hanyut air kering ya nyangkut, mengganggu juga kan." (SF, 45 Tahun)



Gambar 3. Karung Penampungan Sampah

Sumber: Dokumentasi peneliti



Gambar 4. Karung Penampungan Sampah

Sumber: Dokumentasi peneliti

Masyarakat Kampung Nelayan memiliki tempat sampah, mereka biasanya mengumpulkan sampah pada goni/karung dan setelah goni/karung penuh mereka membuang sampah ke laut atau membakarnya. Dari empat masyarakat yang kami wawancarai tiga masyarakat membuang sampah langsung kelaut dan hanya satu masyarakat yang membakar sampahnya pada saat sampah penuh dan air laut sedang surut. Mereka lebih memilih membuang ke laut karna merasa lebih mudah dan praktis.

"Tong sampah di karung itulah, langsung kelaut aja buang nya, mudah lah gapayah dibakar lagi." (AS, 68 Tahun)

"Tarok di goni, habis penuh digoni tu biasanya dibakar biar enak ditengok engga jorok."(MN, 47 Tahun)

Masyarakat Kampung Nelayan Seberang juga memiliki kebiasaan buang sampah di laut rendah kesadaran untuk membuang sampah pada tempatnya. Mereka beralasan tidak ada penampungan sementara untuk sampah yang mereka miliki. Padahal mereka juga mengetahui jika membuang sampah ke laut akan menimbulkan banjir, penumpukan sampah akan menjadi sarang nyamuk, akan mengganggu nelayan karna jaring tersangkut sampah dan meganggu ekosistem laut tempat mereka tinggal.

"kebiasaan juga, masyarakat sini dari dulu, trus ga ada tempat kumpul sampahnya ya udah lah di laut aja."(AS, 68 Tahun)

“karna ya memang kebiasaan buang sampah ke laut, trus anak anaknya juga engga ditanamkan kesadaran untuk buang sampah ditempatnya, padahal semua disekolah udah diajarkan...”(SW, 35 Tahun)

“bikin banjir kan, nyamuk dbd berkembangbiak banyak gitu, yang nelayan sulitkan karna lengket sampah di jaring, trus terumbu karang ga mau tumbuh juga karna ada sampah ini...”(WK, 23 Tahun)

Masyarakat Kampung Nelayan Seberang tidak mengetahui Peraturan Daerah Kota Medan Nomor 6 Tahun 2015 tentang pengelolaan persampahan. Mereka juga belum melaksanakan upaya pengurangan sampah seperti pembatasan, penggunaan kembali dan perdauran ulang sampah. Penangan sampah yang mereka lakukan hanya sebatas pemilihan sampah sebelum di jual ke botot (pengepul sampah). Sedangkan untuk upaya penangan sampah lainnya seperti pengumpulan sampah, pengelolaan sampah dan pemrosesan akhir sampah tidak dilakukan, mereka beralasan tidak ada petugas yang melakukan penanganan sampah dan juga pengangkutan sampah ke darat juga belum dilakukan.

“engga tau kalau ada peraturan itu, engga pernah dengar pun.”(MN, 47 Tahun)

“paling milah ajalah, kalau ngolah sampah bututin kaya botol aqua itu seribu gopek lakunya kalau di kumpul, ...”(MN, 47 Tahun)

“Belum ada proses kaya gitu, angkut angkut kedarat gada, apalagi diproses sampe akhir, ga ada petugasnya juga kan.”(SF, 45 Tahun)



Gambar 5. TPS di Lingkungan 7 Kelurahan Belawan I

Sumber: Dokumen peneliti



Gambar 6. TPS di Lingkungan 30 Kelurahan Belawan I

Sumber: Dokumentasi peneliti

Kelurahan Belawan I Memiliki dua TPS (Tempat Pembuangan Sementara) yaitu di lingkungan 7 dan lingkungan 30 (Gambar 5 dan Gambar 6) TPS Kelurahan Belawan I juga belum berbasis TPS3R. Sedangkan Kampung Nelayan Seberang yang termasuk wilayah lingkungan 12 belum memiliki TPS. Selain itu kapal pengangkut sampah dari laut menuju ke darat untuk dikumpulkan di TPS (TPS lingkungan 7 maupun TPS Lingkungan 30) juga belum ada sehingga sampah Masyarakat Kampung Nelayan Seberang tidak melewati proses pengolahan dan pemrosesan akhir di Tempat Pembuangan Akhir (TPA) Terjun di Kecamatan Medan Marelan. Tidak adanya kapal pengangkut sampah tersebut juga membuat sampah terbang begitu saja di laut.

"Engga ada, disini ga ada tempat kumpul sampah sampah gitu, angkutpun gada"(MN, 47 Tahun)

"Dari saya kecil, memang ga ada pengangkutan sampah dari sini, gini gini aja buang kelaut, kalau di teluk nibung kan ada tu pembuangannya ke marelan sana tapi kalau kita disini memang ga ada."(SF, 45 Tahun)

Kampung Nelayan Seberang belum memiliki peraturan khusus terkait pengelolaan sampah pada tingkat lingkungan maupun kelurahan. Kepala lingkungan tetap berupaya dengan memberikan arahan dan pemberian keranjang bambu, sapu dan pelaksanaan gotong royong. Tetapi sampah tetap muncuk dan menumpuk di wilayahnya karna sampah datang dari segala arah yang bermuara ke Kampung Nelayan Seberang ditambah lagi masyarakatnya yang memiliki kebiasaan buang sampah di laut. Bank sampah sempat terbentuk tapi berhenti ditengah jalan, dikarenakan kesibukan dari petugasnya.

"belum ada, kalau untuk kelurahan belawan I yang ibu tau belum ada peraturannya..."(RA, 39 Tahun)

"upaya tetap ya kita lakuin kaya arahan, teguran gitu, kasih keranjang bambu, sapu, gotong royong tapi kadang masyarakat bosan karna sampah terus datang dari mana aja, karna kita ini kan kaya teluk ini, sampah dari mana, sungai, hamparan perak, darat bermuara disini. Jadi sampah itu bukan dari kita semua sampahnya. Walaupun masyarakat banyak yang ga sadar buat buang sampah dikeranjang tempat sampah"

"ada bank sampah sebenarnya bu HJR yang olah, tapi vakum juga sampe sekarang, mungkin sibuk dianya, ya kembali ke laut jugaaa akhirnya sampah itu."(SW, 35 Tahun)

PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan sampah pada Masyarakat Kampung Nelayan Seberang bukan hanya berasal dari buangan mereka saja tetapi juga berasal dari sampah arus (sampah laut) yang bermuara ke tempat Mereka. Sampah laut (*marine debris*) merupakan produk sisa yang dibuang atau ditinggalkan ke laut seseorang kelaut secara tidak sengaja ataupun sengaja, begitu juga dengan produk sisa yang bermuara ke laut melalui pembuangan limbah industri, sungai ataupun rumah (Yogiesti, 2010). Hal ini sejalan dengan penelitian Pamungkas dkk. (2021) pada Kawasan Pesisir Taman Nasional Bali Barat yang menyatakan bahwa wilayah

pesisir merupakan tempat lalu lintas sampah laut yang pergerakannya tidak mengenal batas, sampah terus mengikuti arus laut yang terakumulasi pada wilayah pesisir setempat.

Masyarakat Kampung Nelayan Seberang hanya mengumpulkan sampah di goni/karung, setelah goni/karung tersebut penuh kemudian lebih memilih untuk membuangnya di laut dibandingkan membakarnya. Walaupun Masyarakat Nelayan Seberang mengetahui bahayanya mereka tetap memiliki kebiasaan membuang sampah di laut. Hal ini dikarenakan mereka berpikir lebih mudah dan praktik. Kurangnya kesadaran diri untuk membuang sampah pada tempatnya dan tidak memiliki TPS (Tempat Pembuangan Sementara) juga menjadi alasan mereka membuang sampah di laut. Hal ini sejalan dengan penelitian Arifiani & Mussadun (2016) pada wilayah pesisir Kecamatan Sarang yang menyatakan kebiasaan membuang sampah di laut muncul karena masyarakat pesisir menganggap hal tersebut praktis, mudah tanpa harus mengeluarkan biaya. Selain itu masih rendahnya kesadaran masyarakat pesisir membuang sampah pada tempatnya membuat kebiasaan membuang sampah ke laut sulit untuk dihilangkan.

Hasil penelitian menunjukkan Masyarakat Kampung Nelayan belum melakukan pengurangan sampah dan sudah melakukan penanganan sampah. Penanganan sampah yang mereka lakukan hanya sebatas pemilihan sampah untuk di jual ke pengepul sampah. Sedangkan berdasarkan Peraturan Daerah Nomor 6 Tahun 2015 menyatakan bahwa pengelolaan persampahan di Kota Medan dilakukan dengan pengurangan dan penanganan sampah. Pengurangan Sampah yang dimaksud adalah kegiatan yang meliputi pembatasan, penggunaan kembali dan pendauran ulangan sampah sedangkan penanganan sampah adalah kegiatan yang meliputi pemilahan, pengumpulan, pengangkutan, pengolahan dan pemrosesan akhir sampah (Perda Kota Medan No. 6 Tahun 2015 Tentang Pengelolaan Persampahan, 2015). Tidak terlaksananya Peraturan daerah Kota Medan No. 6 Tahun 2015 dikarenakan kurangnya sosialisasi terkait peraturan tersebut dan pemerintahan Kota Medan kurang mendorong dan memfasilitasi pengelolaan persampahan di Kampung Nelayan Seberang melalui Kelurahan, Kepala Lingkungan dan masyarakat setempat.

Kelurahan Belawan I hanya memiliki 2 TPS (Tempat Pembuangan Sementara) di lingkungan 7 dan 30 dan belum berbasis TPS3R. Masyarakat Kampung Nelayan Seberang juga tidak memiliki kapal pengangkut sampah ke darat untuk menuju TPS di lingkungan 7 dan 30. TPS yang hanya berjumlah 2 di Kelurahan Belawan I masih sangat kurang untuk menampung sampah dari 31 lingkungan yang ada. Belum digunakannya TPS berbasis TPS3R (*reduce, reuse, recycle*) pada Kelurahan Belawan I membuat sampah Ppenanganan sampah belum maksimal. Padahal penanganan sampah dengan sistem TPS3R (*reduce, reuse, recycle*) dapat mengurangi jumlah sampah dan memperbaiki kualitas sampah yang akan diolah di Tempat Pemrosesan Akhir (TPA). Pengadaan TPS3R dapat memberikan manfaat bagi masyarakat yang menjalankannya. Berdasarkan penelitian Irwansyah (2021)

tentang diseminasi teknologi pengolahan pakan ikan berbahan limbah hasil TPS3R menyatakan penggunaan TPS3R untuk bahan pembuatan pakan ikan bermanfaat bagi masyarakat kelurahan alalak terutama dalam aspek ekonomi dan lingkungan, masyarakat yang mengelola pakan ikan mendapatkan penghasilan tambahan, pemilik tambak juga mendapat keuntungan memiliki pasokan pakan ikan dan tentunya pengurangan sampah organik yang akan di dibuang ke TPA.

Kampung Nelayan Seberang belum memiliki peraturan khusus untuk pengelolaan sampah pada tingkat lingkungan dan kelurahan sehingga belum ada sanksi ketika masyarakat membuang sampah langsung di laut. Upaya pemberian arahan, pembuatan bank sampah dan pembagian kerajang bambu, sapu dan pelaksanaa kegiatan gotong royong dilaksanakan tapi pengelolaan sampah belum juga berjalan secara maksimal. Hal ini dikarenakan kebiasaan Masyarakat Kampung Nelayan Seberang yang membuang sampah sembarang dan tidak konsistennya petugas bank sampah. Hal ini sejalan dengan Penelitian Salim dkk. (2020) yang menyatakan kebiasaan membuang sampah di laut bagi masyarakat pesisir sulit sekali dihilangkan, karna telah membentuk gaya hidup. Saat melihat orang lain membuang sampah di laut secara tidak langsung akan muncul pola pikir bahwa membuang sampah di laut tersebut adalah hal yang lumrah yang biasa dilakukan (Wardhono dkk., 2020). Dibutuhkan penanaman kesadaran buang sampah di laut dan pengembangan fasilitas pengelolaan samapah oleh pemerintah daerah setempat agar kebiasaan membuang sampah di laut dapat berkurang perlahan.

KESIMPULAN

Sampah pada Masyarakat Kampung Nelayan Seberang bukan hanya berasal dari buangan mereka saja tetapi juga berasal dari sampah laut (*marine debris*) yang bermuara ke tempat Mereka. Mereka juga belum memiliki peraturan khusus terkait pengelolaan sampah baik pada tingkat lingkungan maupun kelurahan sehingga belum ada sanksi ketika masyarakat membuang sampah di laut. Walaupun masyarakat mengetahui bahaya membuang sampah di laut tetapi mereka tetap memiliki kebiasaan membuang sampah di laut. Hal ini dikarenakan mereka berfikir lebih mudah dan praktis, kesadaran diri yang masih kurang untuk membuang sampah pada tempatnya, tidak memiliki TPS (Tempat Pembuangan Sementara) dan tidak adanya kapal pengangkut sampah ke TPS darat juga menjadi alasan mereka membuang sampah di laut. Masyarakat juga belum melakukan pengurangan sampah dan penanganan sampah yang dilakukan hanya sebatas pemilihan sampah untuk di jual ke pengepul sampah.

SARAN

Saran untuk Pemerintah Kota Medan untuk dapat mensosialisasikan Peraturan Daerah No 6 Tahun 2015 tentang pengelolaan persampahan dan mendorong serta memfasilitasi pengembangan pengelolaan sampah di Kampung Nelayan Seberang melalui Kelurahan, Kepala Lingkungan serta masyarakat

setempat. Kepala lingkungan juga harus pro-aktif melakukan pedekatan dan mengingatkan masyarakat tentang pengurangan dan penanganan sampah di Kampung Nelayan Seberang.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis mengucapkan Terimakasih kepada Allah SWT yang telah memberikan keberkahan sehingga penelitian ini dapat terselesaikan. Terimakasih kepada segenap warga Kampung Nelayan Seberang, Kepling Lingkungan 12, Kantor Lurah Belawan I beserta jajarannya dan kepada bapak Dosen Pembimbing Lapangan Dr. Epi Brata Madya, M.Si yang telah membimbing sehingga jurnal ini dapat diselesaikan dengan baik, serta teman teman kelompok 2 KKN DR Terukur Universitas Islam Negeri Sumatera Utara yang telah memberikan semangat saran dan kritikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifiani, N. A., & Mussadun, M. (2016). Studi Persepsi Masyarakat terhadap Tingkat Keberlanjutan Wilayah Pesisir Kecamatan Sarang. *Jurnal Wilayah Dan Lingkungan*, 4(3), 171–186. <https://doi.org/10.14710/JWL.4.3.171-186>
- Badan Pusat Statistik Indonesia. (2018). *Statistik Lingkungan Hidup Indonesia (Environment Statistics Of Indonesia) Pengelolaan Sampah di Indonesia*. BPS Indonesia.
- Darwati, S. (2019). *Pengelolaan Sampah Kawasan Pantai*. <http://publikasiilmiah.ums.ac.id/handle/11617/11347>
- Efendy, M. (2009). Pengelolaan Wilayah Pesisir Secara Terpadu: Solusi Pemanfaatan Ruang, Pemanfaatan Sumberdaya Dan Pemanfaatan Kapasitas Asimilasi Wilayah Pesisir Yang Optimal Dan Berkelanjutan. *Jurnal Kelautan: Indonesian Journal of Marine Science and Technology*, 2(1), 81–86. <https://doi.org/10.21107/jk.v2i1.906>
- Irwansyah, A. S. S. A. (2021). Diseminasi Teknologi Pengolahan Pakan Ikan Berasal Dari Sampah Organik Pada Tps 3 R Berbasis Masyarakat Di Kelurahan Alalak Dan Surgi Mufti Kota Banjarmasin. *Pro Sejahtera (Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 3(1). <http://snllb.ulm.ac.id/prosiding/index.php/snllb-abdimas/article/view/604>
- Jambeck, R., J., et l. (2015). Plastic Was Inputs From Land Into The Ocean. *Journal Science*, 347, 768–770.
- Kementerian Kelautan dan Perikanan RI. (2020). *KKP | Kementerian Kelautan dan Perikanan*. <https://kkp.go.id/djprl/artikel/21045-konservasi-perairan-sebagai-upaya-menjaga-potensi-kelautan-dan-perikanan-indonesia>
- Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat. (2017). *Petunjuk Teknis TPS 3R Tempat Pengolahan Sampah 3R*.
- Lippiatt, Sherry, Sarah O, C. A. (2013). Marine Debris Monitoring and Assessment. *NOAA Technical Memorandum*.

- Mauludiyah, M., Sawiji, A., & Sholeh, M. (2015). Pengelolaan Sampah Berbasis Masyarakat Pesisir. *Marine Journal*, 1(2). <http://jurnalsaintek.uinsby.ac.id/mhs/index.php/marine/article/view/27>
- Pamungkas, P. B. P., Hendrawan, I. G., & Putra, I. N. G. (2021). Karakteristik dan Sebaran Sampah Terdampar di Kawadan Pesisir Taman Nasional Bali Barat. *Jurnal of Marine Research and Technology*, 4(1), 9–15.
- Perda Kota Medan No. 6 Tahun 2015 Tentang Pengelolaan Persampahan, 1 (2015).
- Riana. (2021). *Analisis Pendapatan Nelayan (Studi Kasus: Kampung Nelayan Seberang, Kelurahan Belawan I, Kecamatan Medan Belawan, Kota Medan)*. Universitas Sumatera Utara.
- Salim, M., Hakim, L., Mayangsari, D., Taryono, M. D., Aprilliya, S., Kahar, V. J., & Perwirayudha, K. (2020). Membentuk kesadaran dampak sampah melalui pemahaman gaya hidup minim sampah. *Journal Community Development and Society*, 2(2). <https://doi.org/10.25139/CDS.V2I2.2995>
- Shiddiq, M. (2020). *Peramalan Produksi Sampah Kota Medan Tahun 2020-2021 dengan Metode Exponential Smoothing*. Universitas Sumatera Utara.
- Wardhono, H., Budiyono, B., & Hartati, F. K. (2020). Desa Wisma siaga bencana di desa bungurasih sidoarjo. *Journal Community Development and Society*.
- Yogiesti, V. Hariyani, S. dan S. (2010). Pengelolaan Sampah Terpadu Berbasis Masyarakat Kota Kediri. *Jurnal Tata Kota Dan Daerah*, 2(2), 95–102.

Pengembangan Eduwisata sebagai Pilihan Rasional Pengusaha Bale Tani Jombang dalam Memajukan Desa Banjaragung

Lailiyatur Romadhoni*, Ekna Satriyati

Universitas Trunojoyo Madura

*E-mail: lailiyaturromadhonilaili0611@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bentuk pengembangan eduwisata sebagai pilihan rasional pengusaha Bale Tani Jombang dalam memajukan wisata desa. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Data dalam penelitian ini diperoleh dengan cara observasi, wawancara, dan dokumentasi. Informan dalam penelitian ini diperoleh menggunakan teknik purposive sampling yang sudah ditentukan kriterianya. Teknik analisa data menggunakan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Teknik keabsahan menggunakan triangulasi sumber. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pengembangan Eduwisata Bale Tani merupakan pilihan rasional yang dilakukan pengusaha. Dengan merubah kandang sapi menjadi Eduwisata Bale Tani. Pilihan rasional yang dilakukan pengusaha dengan mengembangkan Eduwisata Bale Tani dan penambahan fasilitas, dengan menghitung biaya yang harus dikeluarkan yang nantinya memberi keuntungan akan tetapi juga memberi kebermanfaatn kepada masyarakat dalam bidang ekonomi, dan pendidikan melalui kerjasama.

Keywords: *Pariwisata, Dana Desa, Eduwisata, Pilihan Rasional*

PENDAHULUAN

Pariwisata idealnya akan memiliki dampak pada partisipasi dan peran masyarakat setempat secara aktif, sebab masyarakat yang memiliki kebudayaan dengan norma dan adat istiadat yang berlaku dimasyarakat. Ada tiga aktor penting yang menggerakkan sistem pariwisata, yakni masyarakat, swasta dan pemerintah. Semua komponen tersebut harus berjalan beriringan, perlu koordinasi yang bagus dalam mengembangkan pariwisata di suatu tempat. Ketika salah satu komponen bergerak sendirian, maka hasil yang di dapat tidak optimal dan tidak sesuai target yang diinginkan. Kebijakan yang dapat dilakukan pemerintah salah satunya melalui pengembangan dana desa. Pengembangan ini menjadi salah satu pengembangan yang diunggulkan oleh presiden ri periode Jokowi. Dalam visi trisakti yakni membangun Indonesia dari pinggiran, salah satunya tentang kemandirian ekonomi (Nafidah Dan Anisa, 2017). Secara umum, penggunaan dana desa lebih diprioritaskan untuk bidang pembangunan dan pemberdayaan masyarkat (Lapananda, Yusran, 2016).

Teori pilihan rasional ini dengan jelas dalam gagasan dasarnya bahwa tindakan perseorangan mengarah pada suatu tujuan, dan tujuan tersebut adalah tindakan yang ditentukan oleh nilai atau preferensi (pilihan). Coleman menyatakan bahwa tindakan memerlukan konsep yang tepat mengenai aktor rasional yang berasal dari ilmu ekonomi yang melihat aktor memilih tindakan yang dapat memaksimalkan kegunaan ataupun keinginan serta kebutuhan

mereka. Ada dua unsur utama dalam teori Coleman, yaitu aktor dan juga sumber daya. Pilihan rasional terkait dengan kalkulasi seseorang dalam berbagai tindakan alternatif yang tersedia baginya. Mereka membandingkan jumlah imbalan yang bernilai tinggi dengan yang bernilai rendah. Imbalan yang paling diinginkan adalah imbalan yang sangat bernilai dan sangat mungkin tercapai. Dalam proporsi rasionalitas, Homans mengaitkan dengan keberhasilan, stimulus, dan proposisi nilai (Ritzer, 2012). Pengembangan adalah suatu usaha untuk meningkatkan kemampuan teknis, teoritis, konsetual, dan moral sesuai dengan kebutuhan melalui pendidikan dan latihan. Pengembangan adalah suatu proses mendesain pembelajaran secara logis, dan sistematis dalam rangka untuk menetapkan segala sesuatu yang akan dilaksanakan dalam proses kegiatan belajar dengan memperhatikan potensi dan kompetensi peserta didik (Majid, 2005).

Konsentrasi pengembangan kepariwisataan Jawa Timur dipusatkan pada obyek wisata alam dan budaya. Salah satu kota yang ada di Jawa Timur yaitu Kota Jombang, kota ini terkenal akan julukan kota santri dengan banyak berdirinya pondok pesantren di Jombang, akan tetapi Jombang juga memiliki daya tarik tersendiri yaitu potensi pariwisata yang sangat melimpah, baik itu potensi wisata alam, wisata peninggalan bersejarah, maupun wisata religi yang cocok untuk dikunjungi oleh masyarakat umum. Salah satu desa yang memiliki wisata yang ada di Kabupaten Jombang adalah Desa Banjaragung. Desa tersebut memiliki beberapa daya pikat bagi wisatawan untuk dikunjungi dan menjadi obyek wisata, dengan mengusung konsep eduwisata.

Pengembangan desa tidak lepas dari peran pemerintah dan juga masyarakat. Wisata yang dikelola oleh masyarakat setempat dengan konsep wisata yang bisa dikatakan kekinian dengan banyak spot foto tetapi tidak mengesampingkan edukasi dalam bidang pertanian. Dari latar belakang yang telah diuraikan di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian pada Eduwisata Bale Tani di Desa Banjaragung Kecamatan Bareng Kabupaten Jombang dengan judul pengembangan pengembangan eduwisata sebagai pilihan rasional pengusaha bale tani Jombang dalam memajukan Desa Banjaragung. Dengan adanya penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui bentuk pengembangan eduwisata sebagai pilihan rasional pengusaha Eduwisata Bale Tani Jombang dalam memajukan wisata desa dengan persepektif teori pilihan rasional dari James Coleman.

METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan observasi, studi pustaka, dan wawancara dengan informan yang dipilih sesuai kriteria. Dengan menggunakan pedoman wawancara yang sudah dirancang sebelumnya untuk menjawab rumusan masalah. Penentuan informan dengan menggunakan teknik *purposive sampling*.

Pendekatan penelitian yang digunakan peneliti adalah penelitian studi kasus. Penelitian studi kasus menekankan kedalaman analisis pada kasus tertentu yang

lebih spesifik. Berhubungan dengan sesuatu yang luar biasa, yang berkaitan dengan kepentingan umum. Memiliki batasan-batasan yang dapat ditentukan dengan jelas oleh peneliti, hal ini juga yang akan mempengaruhi kedalaman keluasan data yang akan digali. Mampu mengantisipasi berbagai alternative jawaban dan persepektif informan yang berbeda-beda. Alasan peneliti menggunakan studi kasus yaitu: memiliki batas, lingkup, dan pola pikir tersendiri agar dapat menangkap realitas, detail menangkap makna dibalik kasus sehingga bermanfaat untuk memecahkan masalah-masalah spesifik, suatu studi untuk mendukung studi-studi yang besar dikemudian hari dan studi kasus dapat digunakan sebagai contoh ilustrasi baik dalam perumusan masalah, serta cara-cara perumusan generalisasi dan kesimpulan (Moleong, 2014).

Dengan menggunakan data primer dan sekunder. Lokasi penelitian berada di Kota Jombang dengan spesifiknya di desa Banjaragung Eduwisata Bale Tani, wilayah tersebut dipilih dengan tiga alasan. pertama karena menerapkan eduwisata yang belum ada di kabupaten jombang. kedua, eduwisata bale tani memiliki dampak yang cukup untuk memajukan desa dengan pengembangan yang di gagas oleh pengusaha. ketiga, karyawan dan pengusaha memiliki pendidikan yang beragam sehingga sangat mudah dalam berinteraksi dan terbuka akan orang baru.

PEMBAHASAN

Sejarah Eduwisata Bale Tani

Sejarah awal lahirnya Eduwisata Bale Tani yang terletak di Desa Banjaragung Kecamatan Bareng Kabupaten Jombang ini bermula dari seorang petani keturunan Cina datang ke Desa Banjaragung untuk menjadi petani. Dengan waktu satu tahun eduwisata mulai melakukan pengembangan, meskipun belum memiliki konsep yang jelas. Hal yang mendasari adalah modal yang belum dimiliki. Dengan keterbatasan modal ini pengelola hanya memberikan perubahan sedikit demi sedikit meskipun belum terkonsep. Di akhir tahun pengelola juga mengajak karyawan untuk mencari referensi dari wisata lain yang nantinya bisa di tiru oleh Eduwisata Bale Tani.

Di tahun dua ribu sembilan belas ini banyak yang berubah dengan perkembangan yang sangat pesat untuk empat tahun. Berkembangnya fasilitas yang ada ini berdampak pada harga tiket yang awalnya lima ribu menjadi sepuluh ribu. Dibalik kesuksesan Eduwisata Bale Tani ini terdapat tim yang kompak dan solid, karyawan yang sudah seperti keluarga merupakan salah satu kunci kesuksesan Eduwisata Bale Tani. Ismail merupakan pemilik dan pengelola ini memperlakukan karyawan sebagai saudara sehingga ketika di masa pandemi semua saling menguatkan untuk tetap optimis dalam berbagai situasi. Sehingga bisa di simpulkan modal sosial berupa keluarga jauh lebih berharga. Namun untuk mencapai titik ini tentu saja dibutuhkan modal yang besar berupa dana, keberanian akan resiko dan juga rasa kekeluargaan yang tercipta. Dari penjelasan data tersebut sejarah dari titik nol yaitu berangkat dengan kandang sapi yang tidak di gunakan

di alih fungsikan untuk menjadi Eduwisata Balai Tani seperti saat ini.

Pengembangan Pengembangan Eduwisata Bale Tani

Aktor pada Eduwisata Bale Tani ini adalah pengelola sekaligus pemilik yaitu Bu Yana dan Pak Ismail. Dalam teori pilihan rasional menjelaskan bahwa aktor sebagai individu yang melakukan sebuah tindakan, dari tindakan tersebut yang nantinya akan menghasilkan perubahan sosial. Tindakan tersebut berupa keputusan Bu Yana dan Pak Ismail yang mengalihkan fungsi kandang sapi yang tidak dipakai untuk dijadikan Eduwisata Bale Tani. Dengan mengajak karyawan yang sudah bekerja lama di p4 S sedulur tani untuk Membangun Eduwisata Bale Tani. Langkah awal yang dilakukan aktor yaitu Bu Yana dan Pak Ismail, dimulai dengan merubah kandang sapi yang sudah tidak terpakai untuk menjadi Eduwisata Bale Tani yang memberikan edukasi. Dalam teori pilihan rasional aktor memilih tindakan ini dengan memperhitungkan nilai dari segi pemanfaatan atau preferensi dalam pemilihan suatu bentuk tindakan. Seperti yang bisa kita lihat di awal masuk Eduwisata Bale Tani. Sebelum membeli tiket pengunjung di sajikan bener yang menunjukkan beberapa tempat yang bisa dijadikan spot foto untuk pengunjung yang baru memasuki kawasan Edwisata Bale Tani.

Pengembangan Eduwisata Bale Tani selanjutnya yaitu ucapan selamat datang yang berada setelah dari loket, ucapan selamat datang ini menadi awal dari pengenalan eduwisata yang menggusung konsep jawa dengan mengenalkan kesenian jawa yaitu wewayangan dengan tokoh sinta, semar dan gunung sebagai hiasan. tujuannya untuk melestarikan kembali kesenian jawa yang mulai luntur di era saat ini. sebelumnya dilakukan rapat di akhir bulan untuk menambah mengurangi dan memperbaiki sarana dan prasarana di eduwisata bale tani. seperti mendesain ulang untuk ucapan selamat datang ini, beragam pendapat dari pengelola maupun pekerja, namun pada intinya semua menginginkan yang terbaik untuk Eduwisata Bale Tani yang lebih baik. pengenalan budaya Jawa menjadi salah satu upaya yang dilakukan pengelola untuk mengenalkan dan menghidupkan budaya jawa kembali, sehingga budaya jawa tetap terpelihara dan tidak tersgeser oleh budaya asing yang tidak di filter oleh media sosial.

Pengembangan eduwisata tidak berhenti hanya dengan melihat satu sisi, yaitu pembelajaran dalam bidang pertanian. Namun pengembangan yang bersifat dinamis dengan melihat kebutuhan pengunjung. Pintu kayu dengan hiasan bunga dan bambu kuning ini juga hasil dari usulan pengunjung yang menginginkan spot foto seperti acara lamaran atau nikahan teman-teman mereka yang sering mereka datangi. Keputusan merubah tatanan selalu melalui rapat dengan pengelola maupun dengan karyawan yang lain. Sehingga banyak ide baru bermunculan yang bisa dijadikan opsi. pengembangan fasilitas yang ada tidak selalu dari pengelola maupun desain interior namun bisa saja dari pengunjung yang menginginkan pembaruan dalam fasilitas yang sudah ada. Selain pembaruan ada identitas yang ingin di tunjukan yaitu kebudayaan Jawa yang sederhana dengan aksen pintu dan bambu kuning.

Pengenalan selanjutnya yang bisa dinikmati oleh pengunjung adalah gang di belakang rumah singgah, yang sudah ada sebelumnya. Dari gambar ini sangat jelas nuansa Jawa yang begitu kental dengan kursi model zaman dahulu dan lampu minyak yang sudah tergantikan oleh lampu listrik. Selain itu pengembangan ini juga mengenalkan akan tradisi minum kopi di gelas dari tanah.

Pengelola ini ingin mengingatkan kita semua bahwa di zaman dahulu orang jaya ketika lumbungnya penuh dan sawahnya luas. Dengan makanan yang sederhana dari umbi-umbian. Namun untuk mencapai itu semua petani harus bekerja keras. dari penjelasan tersebut Ada pembelajaran mengenai sejarah yang dibungkus rapi dengan spot foto, dari tempat ini anak akan memahami kesederhanaan dan pentingnya pertanian di zaman dahulu.

Pembangunan Eduwisata Bale Tani yang dari awal untuk edukasi pertanian ini tidak mengesampingkan kebutuhan pengunjung yang lain. Seperti yang bisa dilihat dalam gambar diatas adanya bale sawah yang full digunakan untuk spot foto, dengan beberapa konsep yang berbeda. Meski begitu masih dekat dengan sawah yang sedang di kelola petani sekitar. mengentikan Eduwisata Bale Tani di buka sampai malam.

Pengembangan Eduwisata Bale Tani tidak pernah berhenti, dengan adanya balai sawah ini menunjukkan bahwa adanya pengembangan yang bisa dinikmati oleh anak muda maupun orang tua. Di penghujung tahun 2021 Eduwisata Bale Tani menerima usul saran yaitu pembuatan kolam renang untuk orang dewasa. Pembangunan dan dana yang tentunya membutuhkan modal yang sangat besar. Hal ini bertujuan untuk menjangkau pengunjung yang juga ingin berenang, karena kolam renang yang ada hanya untuk anak kecil. Pembuatan kolam renang yang memanfaatkan momen penutupan Eduwisata Bale Tani, karena pandemi covid-19 ini merupakan bentuk kepedulian pengelola pada karyawan yang harus tetap menghidupi keluarga di masa pandemi. Dengan dana yang tidak sedikit ini awalnya ragu tapi keadaan yang memaksa pengelola untuk membuat kolam renang dewasa..

Pengembangan Pembelajaran Eduwisata Bale Tani

Balai buah yang berada di dekat balai utama ini sering menjadi perhatian utama saat musim buah tiba. Aneka macam buah yang bisa dilihat dan dinikmati oleh pengunjung Eduwisata Bale Tani. Ada beberapa buah yang sering menjadi pusat perhatian yaitu buah kelengkeng dan belimbing. Tidak hanya satu tempat yang di tanami buah-buahan tapi sangat banyak dan itu hampir di setiap jalan. Ada jambu kristal ada buah manga ada buah sawo, buah rambutan dan juga buah jeruk. Semua pengunjung bisa belajar dan menikmati buah yang ada dengan meminta tolong karyawan untuk menggambilkan. Dalam setiap tindakan akor menghitung dari segi kebermanfaatan yang bisa di peroleh oleh pengunjung dan juga pihak Eduwisata Bale Tani seperti data tersebut menunjukkan aktor memilih meletakkan balai kebun di depan tujuannya agar pengunjung dapat menikmati dan menambah wawasan mengenai buah buahan dan juga paham bagaimana

perawatan buang yang baik dan benar. Hal ini tentu tidak menjadi edukasi bagi anak kecil saja tapi juga orang tua. dengan demikian balai kebun menjadi salah satu edukasi bagi semua pengunjung baik anak TK maupun orang dewasa.

Bale pari merupakan salah satu inti dari Eduwisata Bale Tani. Yaitu tempat dimana anak dikenalkan akan pertanian. Disini anak akan diberi pengarahan dalam menanam padi, tidak hanya pengarahan tapi juga pengalaman menjadi petani. Bale pari ini menjadi tujuan utama anak-anak tk untuk mengenal pertanian sebelum diajak ke sarana yang lain. Disini anak akan dikenalkan bagaimana proses dan apa saja yang dilakukan petani untuk menghasilkan padi yang berkualitas.

Outbound merupakan salah satu sarana dan pengembangan Eduwisata Bale Tani, setelah anak dikenalkan dengan pertanian anak juga akan dikenalkan dengan *outbund*. Dalam permainan ini anak akan diberi pemahaman tentang pentingnya kerjasama, melawan rasa takut dan belajar berani dengan kondisi yang sedang mereka hadapi. Dengan adanya *outbund* ini menjadikan Eduwisata Bale Tani semakin beragam dalam proses pembelajaran pada anak. Keselamatan menjadi hal pokok dan diutamakan untuk itu pengelola dan desain interior berusaha mencari orang yang ahli dalam bidangnya. Tindakan ini selain untuk memperluas Eduwisata Bale Tani dan pengembangan fasilitas tapi juga untuk membuka lapangan pekerjaan meski dengan skala kecil.

Studio 3D, fasilitas yang bisa dinikmati selanjutnya adalah studio atau bioskop mini 3D. Ruangan yang berada di dekat parkir ini menjadi rangkaian paket edukasi, yang diawali dengan pengenalan proses penanaman padi, *out bund* dan juga menonton film dengan durasi sekitar tiga puluh menit sampai empat puluh lima menit. Jika di *outbund* dan balai pari mengenalkan proses menanam padi yang harus paket tapi jika ingin menikmati fasilitas ini bisa dengan individu atau personal, dengan membayar tiket lima ribu rupiah.

Bentuk Kerjasama Eduwisata Bale Tani

Eduwisata tidak menutup mata dengan mengabaikan tawaran yang masuk untuk menjalin kerja sama. Seperti gambar di atas kerjasama antara Eduwisata Bale Tani dan pemilik mainan ini sebatas bagi hasil dan menyewa tempat. Dari sini terbuka lapangan pekerjaan baru dengan adanya kerjasama yang bisa diakses untuk menambah penghasilan. Hal yang mendasari yaitu dari pengelola juga memberi izin untuk bisa bergabung sedang dari desain interior juga sengaja memberi tempat untuk sama-sama mencari nafkah, melalui Eduwisata Bale Tani.

Kerjasama yang dilakukan pengelola oleh pihak luar atau masyarakat yang berada di Desa Banjaragung maupun luar Desa Banjaragung. Seperti yang bisa dilihat di parkir ada beberapa penjual makanan yang sengaja berjualan disitu. Selain makanan ada juga penjual mainan anak-anak. Semua penjual yang ada wajib membayar pajak walaupun itu lima ribu sampai sepuluh ribu, dengan catatan jika dagangan mereka laku tetapi jika tidak laku penjual tidak perlu membayar pajak yang sudah di sepakati dengan pengelola.

Selain penjual makanan di parkir, ada juga penjual es dawet yang ada di

dalam Eduwisata Bale Tani. Kalau di luar mereka hanya perlu membayar pajak dengan nominal yang sudah menjadi kesepakatan. Namun beda cerita jika minuman es dawet ini pemilik es dawet menitipkan dagangan mereka dan yang menjajakan dari karyawan bale tani sendiri. Hal yang sama juga di lakukan pengelola dengan petani yang ada di wonosalam. Yaitu menjajakan dagangan tanaman buah, bunga dengan sistem bagi hasil. Selain keuntungan pengelola juga mencoba merangkul petani kecil agar tetap bisa bertahan di masa pandemi yang belum usai. Satu pohon dengan harga dua puluh lima ribu ini pengelola mengaku mendapat keuntungan sekitar lima ribu per pohonnya, dengan waktu yang tentunya tidak sebentar bisa dua minggu baru laku tapi pengelola harus merawat tanaman ini setiap hari.

Penunjang Pilihan Rasional

Penunjang pilihan rasional selain keuntungan yaitu dampak atau kebermanfaat yang di dapat masyarakat dalam bidang pendidikan ketika melakukan kunjungan wisata ke Eduwisata Bale Tani. Hal ini bisa dilihat dengan melihat antusias masyarakat untuk berwisata ke Eduwisata Bale Tani Dengan adanya Eduwisata Bale Tani yang mengangkat konsep dan pembelajaran dalam bidang pertanian ini memberikan kebermanfaatan yang cukup baik dalam dunia pendidikan di Desa Banjaragung. Hal ini dapat dilihat dari kunjungan wisata dari sekolah yang ada. Hampir setiap minggu mereka datang dari sekolah yang berbeda, hal ini menunjukkan bahwa adanya ketertarikan dari bapak ibu guru untuk mengenalkan pada pertanian. Selain itu adanya spot foto yang semakin menarik perhatian pengunjung dan juga adanya karyawan yang mengenakan batik jawa, hal ini menjadi identitas bahwa kita orang jawa yang turut bangga dengan mengenakan batik dalam keseharian seperti orang di zaman dahulu. Dari tindakan pengelola dan desain interior ini dapat disimpulkan pula bahwa pemilihan desain untuk Eduwisata Bale Tani sudah di fikirkan kebermanfaatannya. Dengan memilih karyawan yang ramah tamah juga adanya nilai yang ingin di angkat bahwa orang Indonesia yang dikenal akan ramah tamahnya dan etika yang baik seperti orang jawa yang memiliki sopan santun yang tinggi. Sehingga dengan semua komponen tersebut dibentuklah Eduwisata Bale Tani yang bisa memberi contoh dan tempat untuk belajar.

Eduwisata Bale Tani memberikan kebermanfaatan yang cukup terhadap ekonomi dan pendidikan, namun tidak hanya kenyamanan yang ingin di tawarkan oleh pengelola Eduwisata Bale Tani, ada hal lain, yaitu menciptakan Eduwisata Bale Tani yang memberikan edukasi dengan tiga M yaitu Murah, Mudah, dan Menyenangkan. Selain tarif yang murah pengelola juga mengonsep Eduwisata Bale Tani ini dengan tiga M yaitu mudah murah dan menyenangkan. Dengan murah tariff untuk masuk, mudah dijangkau karena berada di jalur utama antar kecamatan dan bisa dilalui semua kendaraan sehingga tidak ada pengecualian dalam transportasi. Dan yang terakhir yaitu menyenangkan selain belajar menanam padi di Eduwisata Bale Tani juga ada bunga, buah sayur dan juga memberi makan

ikan. Dengan begitu anak yang belajar akan semakin senang karena banyak pilihan yang bisa mereka pelajari dan tidak merasa bosan. Selain itu masih ada musik dan terapi ikan yang bisa di nikmati pengunjung baik anak kecil maupun orang tua.

Eduwisata yang berdiri dan berjaya hampir empat tahun ini memberikan dampak yang luar biasa dalam bidang ekonomi dan pendidikan di Desa Banjaragung. Dengan inovasi yang terus dilakukan dan memegang teguh tiga M yaitu murah, mudah dan menyenangkan. Dengan pengembangan yang terus dilakukan untuk kemajuan Eduwisata Bale Tani dengan memberikan keringanan boleh membawa makanan dari luar sehingga meringankan keluarga yang ingin datang ke Eduwisata Bale Tani sambil piknik.

KESIMPULAN

Eduwisata Bale Tani yang merupakan Eduwisata Bale Tani yang di kelola oleh perseorang dengan modal utama rasa kekeluargaan dan alam yang mendukung. Seperti letak geografis, kemudahan akses dan peluang yang dimanfaatkan secara maksimal. Pengembangan Eduwisata Bale Tani tidak lepas dari kerjasama yang baik antara pengelola dan karyawan. Dengan membuat rapat satu bulan sekali untuk musyawarah mengenai pengembangan Eduwisata Bale Tani. Pengembangan Eduwisata Bale Tani tidak melibatkan dana desa maupun pemerintah, karena Eduwisata Bale Tani milik perseorangan bukan bagian dari pengembangan dana desa. Dana desa di gunakan untuk pemberdayaan dalam bidang peternakan.

Eduwisata ini memberikan dampak yang cukup besar terhadap kemajuan desa, dengan mengajak sebagian masyarakat untuk bekerja di Eduwisata Bale Tani. Seperti banyak berdiri rumah makan dan usaha rumahan yang dititipkan di Eduwisata Bale Tani untuk dijual dengan sistem bagi hasil. Pilihan rasional pengelola Eduwisata Bale Tani dalam memajukan desa melalui beberapa pengembangan yang di gagas yaitu menjadikan dua orang dari setiap dusun untuk bekerja di Eduwisata Bale Tani. Mengajak pemuda karangtaruna desa untuk bekerjasama dalam promosi di media sosial. Selain itu anak karang taruna juga di beri ruang untuk bekerja di Eduwisa Bale Tani meski tidak setiap hari. Penambahan wawasan akan Eduwisata Bale Tani juga dilakukan dengan studi banding ke wisata yang ada diluar Kota Jombang. Selain itu penanaman karakter dengan aturan yang berlaku di Eduwisata Bale Tani sebagai pengendalian karyawan dan betuk memaksimalkan tindakan aktor untuk memperoleh keuntungan sekaligus penanaman norma, seperti wajib menggunakan hijab, ramah tamah dan datang tepat waktu.

Dengan pengembangan yang sudah dilaksanakan ini peneliti menganggap bahwa pengelola sudah melakukan tindakan sesuai dengan pilihan rasional untuk memajukan desa melalui Eduwisata Bale Tani. tindakan pengusaha di bagian dari wujud pembangunan yang berkelanjutan yang tidak hanya mengedepankan keuntungan akan tetapi juga memberi peningkatan SDM melalui berbagai pengembangan yang bisa meningkatkan dari segi pendidikan maupun ekonomi,

dengan begitu pembangunan Indonesia bisa dimulai dari pinggir yaitu desa untuk Indonesia yang lebih baik. salah satu yang bisa dilakukan yaitu melestarikan usaha wisata alam maupun buatan dengan menyelipkan nilai pendidikan dan memberikan pengaruh pada ekonomi setempat sehingga SDM unggul bisa terwujud di masa sekarang dan yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

- Coleman, James S & Fararo, Thomas J. (1992). *Rational choice theory: advocacy and critique*. London: Sage Publications.
- Damsar. 2011. *Pengantar sosiologi ekonomi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Desiati Rosita. 2001. *Pemberdayaan masyarakat melalui pengelolaan pengembangan desa wisata*. Diklus.
- Edi Martono dan Muhammad. 2017. *Pemberdayaan masyarakat melalui pengembangan desa wisata dan implikasinya terhadap wisata*. Ketahanan Nasional.
- Ezmir. 2016. *Teknik analisis data*. Jakarta: PT Grafindo Persada.
- Iswandi, U. 2016. *Analisis potensi pengembangan ekowisata pantai mendeh kabupaten pesisir selatan*. Jurnal Spacial. Universitas Negeri Padang. Vol. 2
- Kementerian Keuangan Republik Indonesia. 2017. *Buku pintar dana desa*.
- Kitzinger, J. 1994. *The methodology of focus group interviews: the importance of interaction between research participants*. Sociology of Health and Illness.
- Koentjaraningrat. 2009. *Pengantar ilmu antropologi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Lapananda, Yusran. 2016. *Hukum pengelolaan keuangan desa*. Jakarta: PT Wahana Semesta Intermedia.
- Lehoux, P., Poland, B., dan Daudelin, G. 2006. *Focus group research and the patient's view*. Sosial dan Medicine
- Majid, Abdul. 2005. *Perencanaan Pembelajaran*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Moleong, Lexy, J. 2014. *Metode penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nafidah, L., N., dan Anisa, N. (2017). *Akuntabilitas pengelolaan keuangan desa di kabupaten jombang*. Jurnal Ilmu Akuntansi. Universitas Stie Dewantara Jombang. Jurnal Ilmu Akuntansi. Vol. 10
- Nugroho, 2003, *Good Governance*, Bandung, Mandar Maju.
- Ritchie, J.B. & Crouch, G.I. 2003. *The competitive destination: a sustainable tourism perspective*. Trowbridge: Cabi Publishing.
- Rodger 1998. *Leisure, learning and travel*. Journal of Physical Education,
- Ritzer George, Douglas J. Goodman. 2012. *Teori sosiologi*. Bantul: Kreasi Wacana.
- Sunaryo, B. 2013. *Kebijakan pembangunan destinasi pariwisata konsep dan aplikasinya di Indonesia*. Yogyakarta: Gava Media.
- Saepudin, Encang Dkk. 2019. *Pengembangan desa wisata pendidikan di desa kabupaten Bandung Barat*. Jurnal Sosial Humaniora. Universitas Padjajaran. Vol. 21.
- Soedarso, Muhammad Nurif, Windiani. 2014. *Potensi dan kendala pengembangan pariwisata berbasis kekayaan alam dengan pendekatan marketing places. (studi kasus pengembangan pariwisata di kabupaten Bojonegoro)*. Jurnal Sosial

- humaniora. Institut teknologi sepuluh nopember. Vol.7.
- Thomas. 2013. *Pengelolaan lokasi dana desa dalam upaya meningkatkan pembangunan di desa sebwang kecamatan sesayap kabupaten tana*. Jurnal pemerintah integrative. Vol.1
- Topan setiawan. 2012. *Pengertian dan definisi metode, penelitian dan metode penelitian*. <http://setiawantopan.wordpress.com/2012/02/22/metode-penelitian-dan-metode-penelitian/>
- Unggul priyadi. 2016. *Pariwisata syariah prospek dan perkembangan*. Yogyakarta: upp stim ykpn,
- Wahab s. 1989. *Manajemen kepariwisataan*. Jakarta: pt pradinya paramita.
- Wiratna sujarweni. 2015. *Akuntansi desa*. Yogyakarta: pustaka baru press.
- Wirawan, i.b. 2012. *Teori-teori sosial dalam tiga paradigma (fakta sosial, definisi sosial, dan perilaku sosial)*. Jakarta: kencana.

Peningkatan Legalitas dan Penguatan Produk Kelompok Tani Jengglong Sejahtera Desa Sumbertempur Kabupaten Malang Melalui Sosialisasi PIRT

Adelia Shabrina Prameka^{1*}, Adinda Trisna Salsyabilla², Ilma Nafi'Atul Istiqomah³

¹ Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Malang

² Jurusan Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Malang

³ Jurusan Sastra Arab, Fakultas Sastra, Universitas Negeri Malang

*Email: adelia.shabrina.fe@um.ac.id

ABSTRAK

SPP-IRT merupakan salah satu output berbentuk jaminan tertulis yang didapatkan apabila mengurus perizinan pangan produksi yang dihasilkan dari Industri Rumah Tangga (IRTP) yang dikeluarkan oleh Bupati atau Walikota melalui Dinas Kesehatan. Desa Sumbertempur memiliki potensi alam yang dapat dikembangkan. Tanaman kopi menjadi salah satu tanaman yang mudah tumbuh di desa ini, sehingga hampir seluruh masyarakat memiliki tanaman kopi sendiri. Tanaman kopi sendiri banyak diolah menjadi bubuk kopi siap minum. Selain tanaman kopi, masyarakat Desa Sumbertempur aktif beternak kambing yang tentunya kotoran kambing tersebut dapat diolah menjadi pupuk yang bernilai ekonomis. Namun banyak produk yang dihasilkan masyarakat desa khususnya Kelompok Tani Jengglong Sejahtera yang belum memiliki izin edar sehingga hanya mampu diperdagangkan antar desa. Oleh karena itu, kelompok tim pengabdian masyarakat Universitas Negeri Malang melaksanakan sosialisasi PIRT bagi warga desa Sumbertempur. Sosialisasi ini akan membahas tentang apa itu PIRT sampai tata cara perizinannya sampai memperoleh SPP-IRT. Tahap persiapan meliputi analisis program kerja, survey lokasi, dan diskusi berbagai hal yang diperlukan. Tahap pelaksanaan dilakukan selama satu hari yaitu Dinas Kesehatan melakukan sosialisasi PIRT kepada masyarakat desa yang datang. Tahapan terakhir adalah tahap evaluasi yang berisi analisis kekurangan dalam pelaksanaan program kerja.

Kata Kunci: *Sosialisasi, PIRT, masyarakat desa*

PENDAHULUAN

Indonesia memiliki 34 provinsi yang membentang dari sabang sampai Merauke. Hal ini membuat Indonesia menjadi beragam baik dari segi sumber daya manusia maupun sumber daya alamnya. Provinsi Jawa Timur adalah satu dari banyaknya provinsi yang memiliki sumber daya alam yang beragam dan dapat dikembangkan lebih lanjut. Kabupaten Malang memiliki beragam potensi alam yang dapat dikembangkan (Satria, 2009). Hal ini dikarenakan banyak daerah Kabupaten Malang yang berada di daerah pegunungan sehingga cocok ditanami berbagai sayuran, buah, bahkan biji-bijian (Shinta, 2001).

Salah satu desa yang memiliki sumber daya alam yang berkembang adalah Desa Sumbertempur Kecamatan Wonosari. Desa ini memiliki tanaman kopi yang dapat tumbuh dengan mudah dan menghasilkan biji kopi yang dapat bernilai ekonomis. Biji kopi yang siap panen banyak dimanfaatkan warga desa untuk diolah menjadi bubuk kopi. Selain bubuk kopi, terdapat pula industri rumah tangga yang mengolah menjadi rengginang yang siap makan. Terdapat beberapa

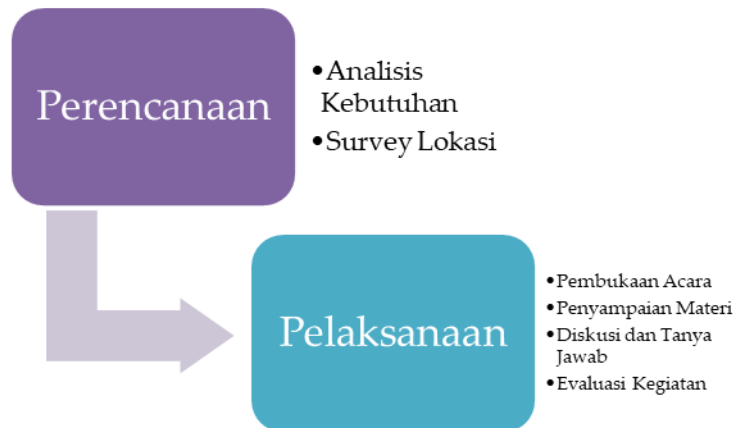
kelompok dan industri rumah tangga yang memproduksi sendiri bubuk kopi. Kelompok Tani Jengglong Sejahtera merupakan salah satu kelompok tani yang aktif dan sudah berjalan selama satu tahun. Salah satu produksi pangan yang mereka olah yaitu bubuk kopi yang sudah siap minum dan biji kopi yang sudah di roasting dan siap jual. Namun kendalanya, produk yang mereka jual belum memiliki izin edar sehingga pasar yang dijangkau hanya sebatas jual beli antardesa. Produk yang belum memiliki izin edar tidak bisa dititipkan ke pasar yang jangkauannya lebih luas seperti hypermart, indomart, dan lain sebagainya. Tidak hanya itu, tingkat kepercayaan produk yang diperjualkan tanpa izin edar akan cenderung rendah.

Dari adanya fenomena tersebut, solusi yang dapat ditawarkan adalah mengadakan sosialisasi PIRT (Pangan Industri Rumah Tangga) di Desa Sumbertempur. PIRT merupakan salah satu bentuk perizinan berupa SPP-IRT. SPP-IRT sendiri merupakan salah satu output berbentuk jaminan tertulis yang didapatkan apabila mengurus perizinan pangan produksi yang dihasilkan dari Industri Rumah Tangga (IRTP) yang dikeluarkan oleh Bupati atau Walikota melalui Dinas Kesehatan (Dhika dan Rahma, 2018). Sosialisasi ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan membantu warga desa yang memiliki permasalahan produk yang belum memiliki izin edarnya tentang bagaimana tata cara perizinan PIRT hingga mendapatkan SPP-IRT. Keuntungan yang didapatkan apabila sudah mendapatkan SPP-IRT adalah produk tersebut bisa menembus pasar yang lebih luas sehingga dapat meningkatkan keuntungan warga desa (Ellia, dkk. 2016). Selain itu, meningkatkan kepercayaan konsumen untuk mengkonsumsi produk tersebut (Eny, 2017).

Kegiatan ini bertujuan untuk membantu permasalahan warga desa Sumbertempur Kecamatan Wonosari Kabupaten Malang tentang produk yang diperjualbelikan belum memiliki izin edar sehingga diadakan sosialisasi PIRT. Sosialisasi PIRT diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan warga desa tentang tata cara perizinan PIRT sampai mendapatkan SPP-IRT (Isna, 2020). Kegiatan yang dilakukan meliputi perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi. Pelaksanaan kegiatan yang dilakukan berupa penjelasan materi dan tanya jawab dengan warga desa terkait masalah perizinan PIRT (Ratih, dkk, 2020). Secara keseluruhan, kegiatan ini dilaksanakan untuk membantu program desa dalam mewujudkan pengembangan produk sehingga tercipta ekonomi kreatif.

METODE

Pendekatan yang digunakan dalam pengabdian masyarakat ini adalah penyuluhan atau sosialisasi. Tim memberikan penyuluhan kepada Kelompok Tani Jengglong Sejahtera. Sosialisasi PIRT ini memiliki skema kegiatan dengan berdiskusi dan tanya jawab langsung dengan kelompok tani tentang permasalahan-permasalahan yang dihadapi terkait perizinan PIRT.



Gambar 1 – Tahapan Kegiatan Pengabdian Masyarakat

Sumber: Data Diolah, 2021

Tahapan kegiatan sosialisasi PIRT sesuai dengan gambar 1 dan dijelaskan lebih lanjut sebagai berikut.

1. Perencanaan

- 1) Analisis Kebutuhan, Sebelum melaksanakan kegiatan, hal pertama yang dilakukan adalah menganalisis program kerja yaitu dengan mencari kendala atau permasalahan yang terjadi.
- 2) Survey Lokasi, Melaksanakan survey lokasi yang berada di tempat pengolahan bubuk kopi dengan enam perwakilan tim pengabdian masyarakat dan beberapa anggota kelompok tani Desa Sumbertempur. Survey dilaksanakan dengan mencari informasi mengenai beberapa hal kepada narasumber yaitu Bapak Ghofur selaku ketua kelompok tani dan Bapak Yuono selaku sekretaris. Hal-hal yang dipertanyakan meliputi:
 - a. Apa saja kendala yang dihadapi dalam pemasaran bubuk kopi
 - b. Mengapa produk kopi belum didaftarkan perizinannya

2. Pelaksanaan

Program kerja sosialisasi PIRT dilaksanakan selama satu hari dari jam tujuh pagi sampai jam sepuluh siang. Rangkaian kegiatan meliputi sebagai berikut:

1) Pembukaan acara.

Sambutan dan pembacaan CV pemateri, Sambutan dilakukan oleh Bapak Yasman Selaku Kepala Desa Sumbertempur dan penanggung jawab program kerja. Sambutan ini menjadi salah satu pengantar sebelum acara inti. Setelah itu MC membacakan CV pemateri Bapak Apt. Randhi Churniawan, S.Farm dari Dinas Kesehatan Kabupaten Malang.

2) Penyampaian materi

Penyampaian materi didatangkan langsung dari Dinas Kesehatan Kabupaten Malang oleh Bapak Apt. Randhi Churniawan, S.Farm.

Penyampaian materi dijelaskan dengan jelas dari apa itu PIRT sampai pada syarat-syarat pendaftaran PIRT sampai dengan mendapatkan SPP-IRT.

3) Diskusi dan tanya jawab.

Kelompok tani memberikan pertanyaan terkait hal-hal yang sudah disampaikan. Pertanyaan yang ditanyakan bisa seputar apapun terkait PIRT.

4) Evaluasi Kegiatan

Tim pengabdian melakukan analisis pasca kegiatan mengenai kekurangan yang ada dalam pelaksanaan program kerja yang sudah berjalan. Analisis yang dilakukan terkait dengan dimulainya analisis program kerja, survey lokasi, hingga selesai pelaksanaan. Selanjutnya melaporkan progress kegiatan kepada dosen pembimbing lapangan dan mulai Menyusun laporan program kerja.

HASIL & PEMBAHASAN

Kegiatan sosialisasi PIRT (Pangan Industri Rumah Tangga) yang dilaksanakan tanggal 2 juli 2021 di Aula Desa Sumbertempur Kecamatan Wonosari Kabupaten Malang berjalan dengan lancar. Sosialisasi PIRT dihadiri oleh 8 tamu undangan yang berasal dari kelompok tani Jengglong Sejahtera. Pelaksanaan kegiatan ini dapat berjalan dengan lancar karena memenuhi beberapa indikator ketercapaian yang telah dirumuskan.

Terdapat beberapa indikator ketercapaian yang telah dirumuskan penanggung jawab program kerja yaitu sebagai berikut:

1. Acara dihadiri oleh Bapak Yasman selaku Kepala Desa dilanjutkan dengan kedatangan ketua kelompok tani Bapak Ghofur
2. Dihadiri oleh Bapak Apt. Randhi Churniawan, S.Farm. dari Dinas Kesehatan sebagai pemateri PIRT (Pangan Industri Rumah Tangga)
3. Dilaksanakan secara offline ditempat yang sudah disetujui yaitu Aula Balai Desa Sumbertempur
4. Acara tetap dilaksanakan dengan menerapkan protokol kesehatan dan pembatasan jumlah peserta



Gambar 2 – Sosialisasi dari Dinas Kesehatan

Sumber: Dokumentasi Tim, 2021

Pelaksanaan sosialisasi PIRT menambah antusias masyarakat desa dikarenakan Dinas Kesehatan terjun langsung untuk mengedukasi masyarakat. Materi dijelaskan dengan jelas dan rinci. Materi yang disampaikan dijelaskan mulai dari apa itu PIRT sampai dengan bagaimana tata cara mendaftarkan PIRT sampai bisa mendapatkan SPP-IRT. SPP-IRT merupakan salah satu output berbentuk jaminan tertulis yang didapatkan apabila mengurus perizinan pangan produksi yang dihasilkan dari Industri Rumah Tangga (IRTP) yang dikeluarkan oleh Bupati atau Walikota melalui Dinas Kesehatan. Apabila produk masyarakat desa khususnya produk kelompok tani sudah mendapatkan nomor PIRT, maka produk akan dapat diperdagangkan ke pasar yang lebih luas.

Pada program kerja sosialisasi PIRT terlihat tamu undangan aktif bertanya tentang permasalahan produk mereka. Hal ini bisa dikatakan sosialisasi ini berhasil menambah pengetahuan dan membantu masyarakat desa khususnya kelompok tani terkait masalah perizinan produk bubuk kopi yang dihasilkan. Tamu undangan yang datang, masing-masing mendapatkan formulir pendaftaran PIRT. Hal ini dapat mempermudah apabila produk ingin didaftarkan PIRT nya. Setelah dilakukan tanya jawab antara tamu undangan dengan pemateri, maka selanjutnya MC memberikan kesimpulan materi dari awal hingga akhir agar masyarakat dapat mengingat kembali hal-hal yang sudah disampaikan terkait PIRT.



Gambar 3 – Sesi tanya jawab Sosialisasi PIRT

Sumber: Dokumentasi Tim, 2021

Dalam pelaksanaan kegiatan sosialisasi PIRT, terdapat permasalahan sebelum acara berlangsung yaitu laptop yang digunakan untuk penyampaian materi. Laptop yang dibawa adalah jenis laptop yang membutuhkan kabel Hdmi untuk menyambungkan ke LCD. Apabila tidak ada kabel Hdmi maka tidak akan bisa menampilkan materi PIRT (Pangan Industri Rumah Tangga) ke tamu yang datang. Solusi dari permasalahan tersebut adalah sebelum acara berlangsung, tim pengabdian masyarakat mencoba mencari kabel Hdmi agar acara dapat tetap berlangsung dengan lancar. Solusinya adalah menghubungi salah satu mahasiswa

yang menyusul paginya untuk membawa kabel tersebut. Oleh karena itu, acara sosialisasi PIRT dapat berjalan dengan lancar dari awal sampai akhir.

Selain dari indikator yang sudah disebutkan, program kerja ini dapat berhasil dikarenakan terdapat faktor pendukungnya dan penghambatnya yaitu sebagai berikut:

1. Faktor Pendukung

- 1) Adanya Kerjasama yang baik antara tim pengabdian masyarakat dalam proses perencanaan hingga pelaksanaan program kerja
- 2) Adanya respon yang baik dari pihak desa terkait program kerja yang dilaksanakan
- 3) Adanya komunikasi yang baik antara tim pengabdian masyarakat dengan kelompok tani dan Dinas Kesehatan
- 4) Adanya dana yang tersedia dan tamu undangan yang sudah berkesempatan untuk hadir.

2. Faktor Penghambat

Terdapat beberapa kali perubahan jadwal dan konsep kegiatan karena situasi dan kondisi yang darurat. Hal ini dikarenakan kurangnya observasi secara lebih detail terkait pelaksanaannya

SIMPULAN

Kegiatan program kerja sosialisasi PIRT dapat berjalan sesuai dengan indikator ketercapaian yang sebelumnya telah ditetapkan. Faktor pendukung kegiatan adalah adanya kerjasama yang baik antara tim pengabdian masyarakat dalam proses perencanaan hingga pelaksanaan program kerja, adanya respon yang baik dari pihak desa terkait program kerja yang dilaksanakan, adanya komunikasi yang baik antara tim pengabdian masyarakat dengan kelompok tani dan Dinas Kesehatan, adanya dana yang tersedia dan tamu undangan yang sudah berkesempatan untuk hadir. Lalu untuk faktor penghambatnya adalah terdapat beberapa kali perubahan jadwal dan konsep kegiatan karena situasi dan kondisi yang darurat. Hal ini dikarenakan kurangnya observasi secara lebih detail terkait pelaksanaannya. Lalu terdapat permasalahan kabel HDMI untuk menampilkan materi di proyektor. Sehingga solusinya adalah menghubungi salah satu mahasiswa yang menyusul paginya untuk membawa kabel tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Dhika, A, K., Rahma, Y, A. (2018). Pendampingan Pengurusan Izin PIRT Sebagai Langkah Awal Pengembangan dan Perluasan Pasar Bagi Produk Lokal IKM Ponorogo. *Jurnal of Social Dedication*, 1(2), 55-64.
- Ellia, K., Firdanis, S., Febrian, I., Ahmad, S, A. (2016). Standar Produk Kopi Dalam Kemasan dan Strategi Pemasarannya. *Jurnal Standardisasi*, 18(3), 205-216.
- Ema, K., Dina, W., Nafisah, E, P. (2021). Pendampingan Pengurusan P-IRT UMKM

- Pangan di Desa Cikidang, Sukabumi. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Universitas Al-Azhar Indonesia*, 3(1), 9-15.
- Eny, K. (2017). Asas-asas Umum Pemerintahan Yang Baik Pada Produk Hukum Perizinan Investasi Pemerintah Daerah. *Jurnal Hukum Ius Quia Iustum Faculty of Law*, 24(4), 663-688.
- Isna, W., Subandi, Siti, K., M, H, N. (2020). Meningkatkan Daya Saing Produk Usaha Rumahan Keripik Singkong. *Jurnal Impact: Implementation and Action*, 2(2), 1-9.
- Ratih, K., Ignatius, S, K., Alfiatul, M., Agus, D, C. (2020). Pelatihan UKM Rumahan Industri Pangan Sebagai Upaya Meminimalkan Kendala Berwirausaha. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1), 23-28.
- Satria, D. (2009). Strategi pengembangan ekowisata berbasis ekonomi lokal dalam rangka program pengentasan kemiskinan di wilayah Kabupaten Malang. *Journal of Indonesian Applied Economics*, 3(1).
- Shinta, A. (2001). Ilmu Usaha Tani. Universitas Brawijaya Press

Pelatihan *Product Branding* dan *Product Development* pada Usaha Krupuk Upil Masyarakat Desa Semanding sebagai Produk Unggulan Desa di Kecamatan Rejoso Kabupaten Nganjuk

Defita Dwi Anggi*, Ardhina Nadhianty, Khofifatu Rohmah Adi

Prodi S1 Pendidikan IPS, FIS, Universitas Negeri Malang

*Email: defitadwi100@gmail.com

ABSTRAK

Desa Semanding, Kecamatan Rejoso, Kabupaten Nganjuk mempunyai produk unggulan desa yang telah menjadi usaha yang dikembangkan oleh warga setempat yaitu produk kerupuk upil. Namun, dalam perkembangannya usaha tersebut masih menemui hambatan diantaranya belum adanya brand produk yang dimiliki, terbatasnya varian rasa yang ditawarkan, kemasan produk yang belum mempunyai ciri khas apabila dibandingkan dengan produk serupa, serta pemasaran produk yang masih dalam skala kecil dan belum memanfaatkan media sosial dan *marketplace*. Dengan adanya kendala yang dihadapi oleh masyarakat tersebut maka perlu dilaksanakan kegiatan pelatihan *Product branding* dan *Development product* pada usaha Kerupuk Upil di Desa Semanding. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk menerapkan branding dan pengembangan produk. Strategi untuk mencapai tujuan tersebut dilaksanakan dalam kegiatan 1) pelatihan materi branding dan pengembangan produk 2) pendampingan perancangan brand dan inovasi pengembangan produk. Sasaran kegiatan ini adalah masyarakat penghasil kerupuk upil Desa Semanding. Kegiatan pelatihan dilaksanakan dengan presentasi penyampaian materi dan diskusi. Kemudian kegiatan sosialisasi dan pendampingan perancangan serta implementasi dilaksanakan selama kurang lebih 4 minggu. Keberhasilan kegiatan ini dilihat dari antusiasme peserta serta adanya output inovasi pengembangan produk berupa nama, tampilan, dan variasi rasa produk.

Kata kunci: *branding, development product, Kerupuk upil, Produk unggulan desa*

PENDAHULUAN

Nganjuk merupakan salah satu Kabupaten yang berada di Jawa Timur yang sering dijuluki dengan sebutan Kota Angin (Santoso *et al.*, 2020). Kabupaten Nganjuk memiliki posisi yang strategis dikarenakan menjadi bagian dari jalur utama Surabaya-Yogyakarta dan menjadi persimpangan dengan jalur menuju Kediri (Wasistoadi, 2000). Kabupaten Nganjuk memiliki beragam oleh-oleh khas yang dapat dicicipi oleh wisatawan yang berkunjung, mulai dari makanan basah hingga makanan ringan. Salah satu camilan khas Kabupaten Nganjuk adalah kerupuk upil. Kerupuk upil merupakan kerupuk yang terbuat dari tepung tapioka, garam, dan bawang putih yang diolah dengan cara digoreng menggunakan pasir. Kerupuk upil ini merupakan kerupuk yang memiliki rasa gurih dan non kolestrol karena digoreng tanpa minyak. Kerupuk upil juga disebut dengan kerupuk *melarat* karena harganya yang sangat murah. Salah satu usaha kerupuk upil yang berada di Kabupaten Nganjuk adalah usaha kerupuk upil yang ada di Desa Semanding, Kecamatan Rejoso. Berdasarkan wawancara dengan masyarakat, Usaha Kerupuk Upil di Desa Semanding merupakan salah satu usaha yang sudah cukup lama

digeluti masyarakat Semanding, yakni sekitar 20 tahun.

Masalah yang dihadapi usaha kerupuk upil di Desa Semanding sangat banyak walaupun produk ini sudah berjalan bertahun-tahun. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dilapangan diketahui bahwa, kerupuk upil yang dihasilkan masyarakat desa Semanding sebagian besar memiliki varian rasa yang terbatas, yakni hanya ada rasa asin saja. Selain itu dari segi tampilan produk ini hanya dibungkus dengan menggunakan kantong plastic biasa sehingga tampilan kurang menarik serta tidak memiliki ciri khas maupun brand yang dapat membedakan produk mereka dengan produk lain. Permasalahan dari segi pemasaran adalah adanya jangkauan yang sempit dalam pemasaran produk. Produk Kerupuk Upil Semanding yang dihasilkan juga hanya dipasarkan di sekitar wilayah Kecamatan Rejoso dan sekitarnya dan paling jauh dijual ke daerah Bojonegoro. Hal ini sekaligus sebagai akibat dari kurangnya pengetahuan dan wawasan tentang cara pemasaran. Sehingga pemasaran yang digunakan masih sederhanya, yakni dengan cara menitipkan produk tersebut di took sekitar dan dijual secara langsung di rumah.

Pengelola usaha Kerupuk Upil di Desa Semanding mengakui bahwa mereka memiliki keterbatasan untuk menggunakan teknologi modern seperti memasarkan produk pada media sosial dan *marketplace online*. Selain itu pengelola Kerupuk Upil di Desa Semanding tidak bisa megedit kemasan dan logo kekinian untuk produknya, sehingga produknya ini tidak dapat dikenali di pasaran luas. Selain itu produk Kerupuk Upil di Desa Semanding hanya digemari oleh kalangan tua saja, dikarenakan varian rasanya yang kurang menarik minat kalangan milenial. Kerupuk Upil di Desa Semanding ini memiliki kisaran harga Rp 5000 dengan kemasan kecil dan Rp 10.000 dengan kemasan besar. Pengelola Kerupuk Upil di Desa Semanding memproduksi seminggu 2 kali saja dengan cara menggunakan alat pemutar yang nanti akan menghasilkan panas dan memanfaatkan media pasir yang lembut untuk mengembangkan kerupuknya.

Menyikapi berbagai permasalahan yang ada pada usaha Kerupuk Upil di Desa Semanding tersebut, diperlukan adanya tindakan *branding* produk dan pengembangan produk yang dapat dijadikan solusi untuk mengatasi permasalahan. *Branding* dapat disebut juga dengan merek. Merek dapat diartikan sebagai kombinasi yang terdiri dari nama, istilah, simbol, rancangan, atau segala sesuatu yang bertujuan untuk memberikan tanda pada suatu produk maupun jasa yang digunakan sebagai pembeda dengan produk serupa lainnya (Armstrong and Kotler, 2007). Pemberian *brand* atau merek pada suatu produk dapat memberikan kelebihan pada citra produk, menambah daya tarik pada produk, serta membuat produk lebih dipercaya di masyarakat (Nofiana and Utami, 2019). *Brand* atau merek pada sebuah produk juga mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli produk tersebut (Khasanah, 2013). Selain melakukan *branding* produk, pelaku usaha Kerupuk Upil Semanding juga dapat melakukan upaya pengembangan produk. Pengembangan produk dapat dilakukan dengan cara

memberikan inovasi pada varian produk maupun kemasan produk agar memiliki tampilan yang lebih baik dari sebelumnya. Kegiatan pengembangan produk juga terbukti mampu memberikan peningkatan pada hasil penjualan atau omset suatu usaha dan meningkatkan produktivitas produk (Lutfiyati, Bagus E. P. and Setiyo, 2018).

Sebagai upaya dalam memperluas cakupan pemasaran, suatu usaha dapat memanfaatkan media sosial dan *marketplace online* sebagai media pemasaran produk. *Marketplace online* mampu memfasilitasi usaha kecil menengah untuk memasarkan produknya dengan mudah dan dalam skala yang lebih luas (Yustiani and Yunanto, 2017). Melalui *marketplace online* pelaku usaha hanya harus memberikan informasi secara rinci mengenai produknya agar dapat dibaca oleh pembeli. Selain *marketplace online*, media sosial juga dapat digunakan sebagai alternatif media promosi pada suatu produk. Media sosial terbukti mampu meningkatkan pendapatan dari penjualan suatu produk, serta mampu mengenalkan produk ke cakupan yang lebih luas (Andes and Sunaryanto, 2020).

Dengan melihat permasalahan yang dihadapi usaha Kerupuk Uphil di Desa Semanding, kami mengadakan kegiatan pengabdian dengan tema pelatihan strategi *branding* dan pengembangan produk pada usaha Kerupuk Uphil di Desa Semanding. Tujuan dari kegiatan yang kami lakukan adalah melakukan pendampingan dan edukasi terhadap pelaku usaha Kerupuk Uphil di Desa Semanding mengenai pelatihan *Product branding* dan *development product*.

METODE

Berdasarkan permasalahan dilapangan dapat ditawarkan kegiatan yakni pelatihan serta pendampingan produk *branding* dan *development product*. Adapun uraian kegiatan ini adalah sebagai berikut:

1. Penyampaian materi *branding* dan pengembangan yang dilaksanakan di rumah mitra.
2. Pelatihan dan pendampingan pengembangan produk kerupuk uphil. Kegiatan pendampingan *branding* dan *development product* ini meliputi kegiatan yang ditawarkan untuk memecahkan masalah yang dihadapi mitra dilapangan. Kegiatan tersebut meliputi (1) Melakukan *branding* terhadap produk Kerupuk Uphil di Desa Semanding dengan memberikan nama *brand*/merek dan logo agar menjadi ciri khas dari produk tersebut. Hal tersebut dilakukan supaya produk yang ditawarkan memiliki ciri khas dan dapat dibedakan dari produk sejenis lainnya. Mengingat, banyak sekali produk krupuk uphil serupa yang tersebar di Kabupaten Nganjuk, (2) Melakukan *packaging*, yakni memperbaiki bentuk dan desain kemasan yang semula hanya kemasan plastik biasa. kemudian diperbaiki dengan menggunakan kemasan yang kekinian, agar menjadi daya tarik konsumen, (3) Mengembangkan produk varian rasa yang disukai oleh masyarakat seperti menambahkan rasa balado, rasa pedas, dan lain sebagainya. Selain itu, mitra dapat menawarkan variasi paket penjualan dengan tambahan sambal

kacang khas Nganjuk disetiap paketnya, (4) Memperluas cakupan promosi dan pemasaran produk dengan memanfaatkan media sosial dan *marketplace* yang saat ini banyak digunakan dan dikenal masyarakat.

Adapun rencana proses pelaksanaan kegiatan adalah sebagai berikut:

a. Tahap Pra Kegiatan

Rencana tindakan yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Identifikasi permasalahan mitra
Permasalahan yang dihadapi pelaku usaha Kerupuk Upil di Desa Semanding dalam mengembangkan produknya adalah kendala mengenai *branding produk*, varian rasa kerupuk upil yang masih terbatas, serta kurangnya pemahaman mengenai pemasaran dengan pemanfaatan media sosial dan *marketplace online*.
2. Melakukan perizinan kepada mitra yang terlibat.
Pada tahap ini dilakukan kunjungan kepada mitra kegiatan yaitu pelaku usaha Kerupuk Upil di Desa Semanding untuk mendapatkan perizinan mengenai kegiatan pengabdian yang akan dilakukan dan penetapan waktu pelaksanaan kegiatan.
3. Penyampaian alternatif solusi kepada mitra yang terlibat.
Pada tahap ini disampaikan berbagai alternatif solusi untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh pelaku usaha Kerupuk Upil di Desa Semanding.

b. Tahap Pelaksanaan Kegiatan

1. Persiapan
Pada tahap ini dilakukan diskusi dengan pelaku usaha Kerupuk Upil di Desa Semanding mengenai nama/merek produk, logo produk, desain kemasan yang akan digunakan pada produk, serta variasi rasa dan paket yang akan dipasarkan. Setelah kesepakatan tercapai, langkah selanjutnya yaitu mempersiapkan semua bahan yang dibutuhkan seperti pembuatan desain logo, mempersiapkan kemasan, dan memproduksi variasi krupuk upil sesuai dengan varian rasa yang telah disepakati sebelumnya.
2. Pelaksanaan pelatihan
Pada tahap ini dilakukan pelatihan dan pendampingan kepada pelaku usaha Kerupuk Upil di Desa Semanding mengenai cara pengembangan produk. Pada tahap ini juga dilakukan pendampingan dan pemberian materi mengenai pemasaran produk dengan memanfaatkan media sosial dan *marketplace online*. Pelaku usaha kerupuk upil dikenalkan dengan media promosi berbasis media sosial seperti instagram dan mengenalkan *marketplace online* seperti shopee.

c. Tahap Pasca Kegiatan

Setelah kegiatan dilakukan maka langkah selanjutnya adalah melakukan evaluasi. Hal ini dilakukan untuk mengetahui hasil dari kegiatan yang telah dilaksanakan. Evaluasi ini dilakukan dengan proses diskusi bersama.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Persiapan Pelaksanaan Pelatihan

Pra kegiatan pengabdian adalah langkah awal sebelum pelaksanaan pengabdian tentang pemberdayaan masyarakat dalam kegiatan pelatihan strategi *branding* dan pengembangan produk Kerupuk Upil Desa Semanding. Kegiatan ini meliputi perencanaan dan koordinasi dengan pihak terkait. Selain itu, pada tahap ini juga dilakukan pengurusan segala administrasi yang berkaitan dengan kelancaran pelaksanaan pengabdian, seperti pengurusan perizinan, dan semua kegiatan persiapan lainnya yang berkaitan dengan kelancaran kegiatan pengabdian.

Kegiatan koordinasi secara umum telah dilakukan yaitu yang pertama kelompok melakukan musyawarah untuk menentukan kegiatan yang cocok dilakukan di Desa Semanding. Kemudian tim pengabdian melakukan koordinasi dengan mitra pengabdian. Koordinasi bermaksud untuk menjelaskan kegiatan dan tujuan kegiatan pengabdian yang akan dilakukan. Selain itu, koordinasi juga dilakukan mengenai tempat dan waktu pelaksanaan kegiatan. Hasil koordinasi yaitu berupa jadwal pelaksanaan dan tempat pelaksanaan kegiatan yakni rumah mitra pengabdian.

Pelaksanaan Kegiatan Pelatihan Strategi *Branding* dan Pengembangan Produk Kerupuk Upil

Pelaksanaan kegiatan dilakukan pada hari Minggu, 2 Mei 2021 di kediaman salah satu peserta tepatnya di Desa Semanding, Kecamatan Rejoso, Kabupaten Nganjuk. Sebelum acara dimulai, tim memaparkan/ menjelaskan mengenai gambaran program yang akan dilakukan. Acara awal dimulai dengan sambutan. Sambutan ini berisikan rasa terima kasih kepada warga setempat yang sudah bersedia bergabung serta menyampaikan tujuan adanya kegiatan “Pelatihan Strategi *Branding* dan Pengembangan Produk pada Usaha Kerupuk Upil Di Desa Semanding Kecamatan Rejoso Kabupaten Nganjuk”.



Gambar 1. Pelaksanaan sosialisasi

Acara selanjutnya yakni penyampaian materi sosialisasi mengenai strategi *branding* dan pengembangan produk pada usaha kerupuk upil yang dapat digunakan sebagai alternatif pemecahan masalah yang dihadapi produk kerupuk upil di Desa Semanding. Sosialisasi tersebut juga menyampaikan tentang proses bagaimana pengemasan dan pemasaran produk yang menarik serta cara pengelolaan media sosial instagram dan *marketplace* shopee yang nantinya digunakan sebagai media pemasaran produk. Kegiatan ini dilanjutkan dengan diskusi mengenai pengembangan produk. Banyak sekali ide dan saran yang muncul dari kegiatan diskusi.



Gambar 2. Penyampaian materi



Gambar 3. Peserta Sosialisasi

Kegiatan diskusi pengembangan produk menghasilkan kesepakatan mengenai nama atau merek produk, desain logo produk, serta model kemasan produk yaitu dengan merek “Kupilih Rasa (Kerupuk Upil Pilihan Rasa). Yang mana nama ini akhirnya disepakati dan dipilih menjadi merek mitra. Selain merek produk secara umum, tim pengabdian juga memberikan ide untuk memberikan nama di setiap inovasi rasa produk. Nama produk sesuai dengan rasa yang ditawarkan antara lain rasa original (rasa teman), rasa balado (rasa pacar), rasa pedas (rasa mantan). Penamaan ini didasarkan atas sasaran pasar baru yang ditargetkan untuk remaja. Hal ini karena diawal permasalahan mitra adalah pangsa pasar yang mana hanya sebatas orang tua. Hal lain yang ditawarkan adalah ide untuk paket penjualan produk yang diberi nama paket selingkuh dan paket spesial. Paket selingkuh merupakan paket yang berisi produk yang terdiri dari tiga

variasi rasa yaitu rasa teman, rasa pacar, dan rasa mantan. sedangkan paket spesial merupakan paket yang terdiri dari tiga variasi rasa dari produk Kupilih Rasa dengan ditambah sambal kacang khas Nganjuk sebagai pelengkap.



Gambar 4. Logo Produk



Gambar 5. Label kemasan produk



Gambar 6. Kemasan produk

Kegiatan praktek pendampingan pengembangan produk diawali dengan kegiatan pengembangan varian rasa. Kegiatan ini dilakukan dengan demo praktik cara pemberian rasa. Bahan utama yang perlu disiapkan tentunya kerupuk Upil khas Semanding, bumbu balado, bumbu pedas. Kemudian tim mempraktekkan dan memberi contoh cara mencampur bahan.



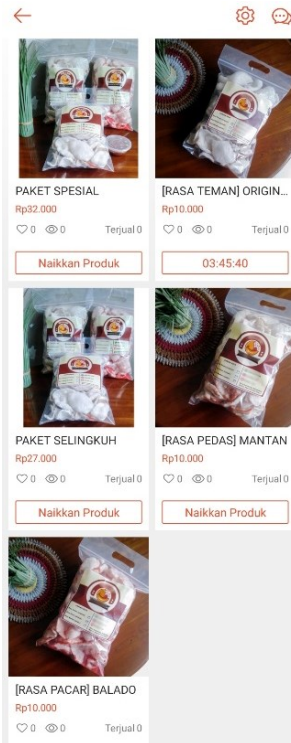
Gambar 7. Pelatihan pengembangan produk

Kegiatan berikutnya adalah pelatihan dan pendampingan packaging. Dari hasil diskusi sebelumnya telah disepakati nama produk atau merek serta desain label yang akan digunakan dan kemasan baru yang akan digunakan oleh produk mitra. Pada kegiatan ini semua diskusi dan kesepakatan diawal diimplementasikan ke produk. Sehingga hasil akhir tampilan produk mitra adalah sebagai berikut:



Gambar 8. Hasil akhir produk "Kupilih Rasa"

Setelah produk selesai dipoles dengan penambahan varian rasa, pemberian merek dan label logo merek serta pengemasan yang baru. Kegiatan berikutnya adalah melaksanakan pemasaran dengan cara baru. Jika selama ini mitra masih menggunakan cara tradisional dengan menawarkan produk di rumah atau dititipkan di toko sekitar mereka. pada kegiatan ini mitra diberi pelatihan dan didampingi untuk melakukan pemasaran dengan cara yang lebih modern. Cara tersebut adalah dilakukannya pemasaran melalui social media dan *marketplace*. Hasil dari kegiatan ini adalah mitra memiliki akun shopee serta Instagram yang dapat digunakan sebagai media untuk melaksanakan pemasaran. Media-media ini tidak hanya dibuat saja, akan tetapi mitra juga telah memanfaatkan media-media tersebut untuk pemasaran produknya. Berikut adalah gambar dari pemasaran produk mitra pada akun marketplace dan social media yang telah dibuat.



Gambar 9. Akun shopee produk “Kupilih Rasa”



Gambar 10. Akun instagram produk “Kupilih Rasa”

Respon dan Rencana Tindak Lanjut

Akhir dari kegiatan pelatihan dan pendampingan ini adalah dilakukan evaluasi dan refleksi kegiatan. Evaluasi dan refleksi kegiatan dilakukan dengan merefleksikan bagaimana kegiatan pelatihan berlangsung dan apa saja hambatan yang dialami oleh peserta dengan cara berdiskusi. Hasil refleksi dan evaluasi menunjukkan bahwa kegiatan telah berjalan dengan baik. Hal ini dibuktikan dengan adanya pengembangan produk baik dari brand, logo, rasa, serta pemasaran yang telah dilakukan. Peserta kegiatan juga sangat antusias dalam

mengikuti pelatihan. Hal ini dapat dilihat dari antusiasme peserta dalam diskusi maupun saat demo pelatihan. Hambatan yang dialami adalah peserta masih mengalami kesulitan dalam mengoperasikan sarana pemasaran. Hal ini wajar terjadi diawal sebab adaptasi teknologi memang memerlukan waktu. Sehingga kegiatan kedepan adalah masih memantau penggunaan akun media promosi.



Gambar 11. Foto bersama kegiatan sosialisasi

SIMPULAN

Berdasarkan pelaksanaan kegiatan pelatihan product branding dan development produk kerupuk upil sebagai produk unggulan desa dapat diketahui bahwa pelaksanaan kegiatan berjalan dengan baik dan lancar. Kegiatan ini terbagi atas 2 kegiatan yakni penyampaian materi serta pelatihan dan pendampingan. Hasil dari kegiatan pelatihan dan pendampingan pengembangan produk krupuk upil ini adalah dihasilkannya merek produk, logo, serta kemasan produk. Selain itu terciptanya inovasi varian rasa dari produk kerupuk upil. Dan yang terakhir adalah pemasaran yang dilakukan dengan menawarkan paket-paket kerupuk dengan nama-nama yang unik serta penggunaan media sosial dan *marketplace* untuk melakukan promosi.

DAFTAR PUSTAKA

- Andes, R. J. and Sunaryanto, L. T. (2020) 'Peran Promosi Penjualan Melalui Instagram', *Peran Promosi Penjualan Melalui Instagram Terhadap Penjualan Sayur Organik*, 16(1), pp. 27–36.
- Armstrong, G. and Kotler, P. (2007) *Marketing an Introduction (Eight Edition)*. Pearson Prentice Hall: New Jersey.
- Khasanah, I. (2013) 'Analisis Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Sedaap Di Semarang', *Jurnal Dinamika Manajemen*, 4(1), pp. 93–102.
- Lutfiyati, H., Bagus E. P., C. and Setiyo, M. (2018) 'Pengembangan Produk Unggulan Daerah Kopi Robusta Temanggung', *Senadimas*, pp. 75–79.
- Nofiana, M. and Utami, R. F. (2019) 'Pengaruh Strategi Branding Terhadap

- Peningkatan Omset Penjualan Siomay Di Desa Karangcegak-Kecamatan Sumbang', *Prosiding Seminar Nasional LPPM UMP*, IV, pp. 437–444.
- Santoso, E. B. *et al.* (2020) 'Peningkatan Keterampilan UKM Logam Melalui Pelatihan Pembuatan Mesin Perajang Bawang Merah Di Kota Nganjuk', *Jurnal Pengabdian Masyarakat Ilmu Terapan*, 2(1), pp. 17–24.
- Wasistoadi, M. F. (2000) *Hotel Resort Sebagai Sarana Akomodasi Di Kawasan Wisata Sedudo-Sawahana Kabupaten Nganjuk Jawa Timur*. Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.
- Yustiani, R. and Yunanto, R. (2017) 'Peran Marketplace Sebagai Alternatif Bisnis Di Era Teknologi Informasi', *Jurnal Ilmiah Komputer dan Informatika (KOMPUTA)*, 6(2), 43–48.

Pelatihan Keterampilan Pemanfaatan Botol Bekas Untuk Pot Tanaman Obat Keluarga

Novita Sari¹, Aulia Margeta², Dediek Tri Kurniawan^{2*}

¹Jurusan Ekonomi Pembangunan, Universitas Negeri Malang

²Jurusan Manajemen, Universitas Negeri Malang

Email: dediek.kurniawan.fe@um.ac.id

ABSTRAK

Sampah anorganik merupakan sampah yang sangat sulit untuk diuraikan, dan menjadi masalah pencemaran lingkungan di Indonesia. Pemerintah telah membuat program 3R reduce, reuse, dan recycle (mengurangi penggunaan barang-barang yang berpotensi pencemaran, menggunakan ulang, dan daur ulang). Tujuannya untuk mengurangi pencemaran akibat sampah, khususnya sampah anorganik. Program ini perlu disosialisasikan kepada masyarakat salah satunya dengan mengadakan pelatihan. Dengan diadakannya pelatihan keterampilan pemanfaatan sampah botol bekas menjadi pot tanaman obat keluarga di Desa Paleran, Kecamatan Umbulsari, Kabupaten Jember diharapkan mampu meningkatkan keterampilan dalam mengelola botol bekas memberi nilai manfaat lain. Kegiatan pelatihan diberikan pada anak-anak usia 6-12 tahun. Melalui pelatihan ini anak sejak dini memiliki pengetahuan tentang pencegahan pencemaran lingkungan melalui pemanfaatan botol untuk pot tanaman obat keluarga, sekaligus mengenalkan manfaat tanaman obat keluarga.

Kata Kunci: *sampah anorganik, kerajinan tangan, daur ulang*

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara penghasil sampah terbanyak nomor dua setelah China. Hal tersebut disebabkan oleh beberapa hal yang seringkali terjadi. Kebiasaan masyarakat dalam menggunakan sampah plastik untuk setiap produk yang digunakan secara tidak langsung maka akan menyebabkan peningkatan kuantitas sampah plastik di Indonesia. Minimnya kesadaran masyarakat untuk membuang sampah pada tempatnya, bahkan membuang sembarangan seperti di sungai, pingir jalan, daerah resapan sehingga akan menimbulkan masalah lainnya. Selain itu, masyarakat kurang peduli untuk memilah antara sampah organik dan anorganik sehingga menjadi kendala terbesar terkait permasalahan pengelolaan sampah di Indonesia.

Sampah anorganik adalah sampah berasal dari sumber daya alam yang tidak terbarui, seperti sisa-sisa hasil produksi dan mineral (Suprihatin et al., 1996). Pada dasarnya, alam tidak mampu menguraikan zat anorganik dan sebagian ada yang mampu diuraikan dapat diuraikan namun memerlukan waktu yang cukup lama. Contoh sampah anorganik adalah sampah dari plastik seperti botol plastik, kemasan plastik, dll.

Sampah plastik merupakan salah satu permasalahan yang sangat mengganggu lingkungan. Plastik merupakan sampah anorganik yang terbuat dari bahan sintetik (sampah non alami), sehingga sulit untuk diuraikan serta membutuhkan waktu yang cukup lama sehingga akan menyebabkan masalah kesehatan. Terlebih lagi

jika penggunaan plastik hampir tidak bisa dikendalikan maka juga akan menjadikan suhu udara menjadi lebih panas.

Jumlah sampah plastik yang terus menerus mengalami peningkatan, maka sangat perlu adanya tindakan yang tepat untuk mengimbangi kondisi tersebut. Kreativitas yang tinggi sangat diperlukan sebagai jalan untuk membantu mengatasi permasalahan sampah tersebut. Keberadaan sampah plastik dapat menjadi nilai yang positif jika dilakukan daur ulang atau pengolahan yang tepat. Salah satu sampah plasti yang bisa dilakukan pendauran ulang adalah sampah botol bekas. Dengan proses daur ulang atau pengelolaan kembali botol bekas yang sudah tidak terpakai menjadi lebih memiliki nilai guna, sehingga daur ulang merupakan solusi yang cukup baik dan tepat untuk mengatasi permasalahan sampah yang terjadi.

Penanganan permasalahan sampah telah tercantum dalam UU No. 18 Tahun 2008, bahwa “memandang sampah bukan lagi sebagai sesuatu yang tidak berguna, akan tetapi melihat sampah sebagai sesuatu yang berharga dan menjadi sumber ekonomi dalam masyarakat dan negara”. Botol bekas yang ada dapat dikelola dengan cara mengubahnya menjadi pot bunga untuk tanaman obat keluarga. Sehingga siapapun dapat melakukannya di rumah dengan mudah.

Dengan adanya pelatihan keterampilan untuk meningkatkan kreativitas masyarakat maka diharapkan dapat memupuk kepedulian terhadap lingkungan sejak dini dan meningkatkan kesadaran akan pentingnya menjaga lingkungan untuk kenyamanan bersama. Selain itu, pelatihan keterampilan ini juga akan memberikan edukasi tentang pemanfaatan hasil keterampilan dan mengenalkan tanaman obat keluarga dan manfaatnya.

METODE

Paengabdian melalui pelatihan keterampilan pemanfaatan botol bekas menjadi pot tanaman obat keluarga yang dilaksanakan selama tiga hari, dimulai pada tanggal 27 Juni 2021 hingga tanggal 29 Juni 2021. di Desa Paleran, Kecamatan Umbulsari, Kabupaten Jember, Provinsi Jawa Timur. Partisipan dalam kegiatan ini yaitu anak-anak usia 6-12 tahun khususnya di Dusun Krajan Wetan, RT/RW : 04/07, Desa Paleran. Kegiatan pelatihan keterampilan tersebut di mulai dengan mengurus perizinan kepada pihak pemerintahan Desa Paleran mengenai pelaksanaan kegiatan. Kemudian melakukan survey lokasi dan sasaran peserta. Kegiatan pelatihan dilakukan di tanggal 29 Juni 2021 yaitu dengan melakukan persiapan tempat, peralatan, tanaman obat keluarga dan bahan-bahan untuk membuat pot.

Metode yang digunakan dalam kegiatan pelatihan keterampilan ini yaitu:

1. Mengumpulkan anak-anak usia 6-12 tahun sebagai langkah awal untuk mengetahui antusiasme dalam kegiatan.
2. Menjelaskan secara detail kegiatan yang akan dilaksanakan.
3. Menyampaikan materi mengenai alat, bahan, dan cara pembuatan kerajinan pot.
4. Berkreasi yaitu praktik pembuatan yang dimulai dari menggambar

karakter pada botol bekas, menggunting sesuai pola karakter, dan pengecatan sesuai karakter yang diinginkan.

5. Melakukan pemanfaatan hasil kerajinan pot untuk menanam tanaman obat keluarga.
6. Mengedukasi mengenai jenis-jenis tanaman obat keluarga beserta manfaatnya untuk pengobatan.
7. Evaluasi kegiatan pelatihan yang telah dilaksanakan.
8. Penyusunan laporan akhir hasil kegiatan

HASIL & PEMBAHASAN

Banyaknya sampah di Indonesia menjadi masalah utama dalam kerusakan lingkungan. Berikut adalah data Capaian Kinerja Pengelolaan Sampah pada tahun 2020 yang terdiri dari 292 Kabupaten/kota se-Indonesia:

Tabel 1. Capaian kinerja pengelolaan sampah pada tahun 2020

Pengelolaan Sampah	Jumlah
Timbulan Sampah	37,492,073.71 (ton/tahun)
Pengurangan Sampah	5,919,047.22 (ton/pertahun)
Penanganan Sampah	14,498,449.40 (ton/tahun)
Sampah Terkelola	20,417,496.62 (ton/tahun)
Sampah Tidak Terkelola	17,074,577.09 (ton/tahun)

Sumber: Data Sistem Informasi Pengelolaan Sampah Nasional tahun 2020

Dari tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa jumlah sampah di Indonesia masih cukup banyak, sehingga perlu adanya pelatihan keterampilan pemanfaatan sampah yang tidak dikelola, khususnya sampah yang tidak dapat terurai.

Di era ini, seharusnya masyarakat mulai dapat mendaur ulang sampah sesuai dengan apa yang bisa dibuat atau dimanfaatkan. Karena banyak sekali sampah yang dibiarkan terbuang begitu saja tanpa ada daur ulang yang menyebabkan setiap hari keterangkutan sampah perhari semakin banyak. Hal ini sesuai dengan tabel berikut:

Tabel 2. Keterangkutan Sampah per Hari di Beberapa Ibu Kota Provinsi 2016

Kota	Keterangkutan Sampah Perhari
Mamuju	2.82%
Pekanbaru	37.99%
Tanjung Pinang	40.59%
Kupang	76.95%
DKI Jakarta	84.75%
Banjarmasin	95.98%
Denpasar	97.47%

Sumber: Badan Pusat Statistik

Masalah keterangkutan sampah perhari ini akan terus semakin meningkat jika tidak diikuti dengan pemilihan sampah yang sesuai. Menurut riset BPS, di tahun 2013 dan 2014, masih banyak Masyarakat Indonesia yang belum memiliki perilaku mengelola dan memilah sampah rumah tangga dengan baik. Sesuai dengan data riset tersebut yang awalnya 23,69% menjadi 18,84%. Untuk masyarakat yang tidak memilah sampah sebelum dibuang di angka 76,31% di tahun 2013 kemudian naik di tahun 2014 menjadi 81,16%.

“Pemahaman masyarakat terhadap konsep 3R, yaitu reuse (memakai kembali barang bekas yang masih bisa dipakai), reduce (berusaha mengurangi sampah) dan recycle (mendaur ulang sampah agar dapat dimanfaatkan) juga masih rendah” (Subekti, 2010). Dengan kurangnya pemahaman masyarakat terhadap konsep tersebut dikarenakan semakin meningkatnya sampah dimana-mana di setiap harinya yang disebabkan oleh produksi sampah yang dihasilkan oleh masyarakat. Tempat Pembuangan Akhir (TPA) ini akhirnya bertebar dimana-mana. TPA-TPA ini meupakan TPA liar atau ilegal. Penambahan TPA liar ini terletak dimana-mana. Jika ada banyak TPA liar maka menyebabkan polusi udara, tempat tersebut kurang sehat, serta bau yang menyengat. Karena hal ini, masyarakat memiliki peran penting dalam pengelolaan sampah agar mengurangi TPA liar serta membuat lebih kreatif dalam memanfaatkan barang-barang bekas yang bisa menjadi sesuatu yang baru.

“Sampah plastik dapat dikreasikan menjadi karya kerajinan bernilai jual tinggi tanpa melakukan peleburan terlebih dahulu. Pengolahan dilakukan dengan menggabungkan lembaran-lembaran plastik menjadi bahan dasar, baik dengan menjahitnya atau menempelkannya pada material lain” (Asteria, D. 2016). Karya kerajinan yang bernilai jual tinggi mengajarkan setiap orang untuk membaca peluang dalam melakukan suatu karya kerajinan plastik. Plastik memiliki beberapa kelebihan yaitu kuat, anti air, desain yang bagus, murah, ringan, lentur, mudah dibentuk dan dilipat.

Pelatihan keterampilan pemanfaatan sampah botol bekas menjadi solusi yang cukup baik untuk memberikan nilai manfaat pada botol bekas. Salah satunya dengan mengubah botol bekas menjadi pot untuk tanaman obat keluarga. Selain itu, pelaksanaan pelatihan ini membantu pengurangan pencemaran lingkungan dengan memebrikan pemahaman mengelola kembali sampah botol bekas pada anak sejak usia dini.

Kegiatan pelatihan keterampilan pemanfaatan botol bekas untuk pot tanaman obat keluarga dilaksanakan setelah melakukan survei pada Desa Paleran untuk meninjau sampah botol bekas yang perlu dikelola. Salah satu hasil survey adalah di kawasan Dusun Krajan Wetan RT 04/RW 07 yang mana kawasan ini adalah kawasan belantaran sungai. Pada sungai tersebut banyak dijumpai sampah botol yang perlu untuk dikelola agar mengurangi pencemaran pada sungai.

Hasil dari pengabdian masyarakat berupa pelaksanaan kegiatan pelatihan keterampilan pemanfaatan botol bekas menjadi pot untuk tanaman obat keluarga adalah sebagai berikut:

1. Anak menjadi lebih terampil dan memiliki kreativitas dalam memanfaatkan sampah botol bekas.
2. Anak memiliki kesadaran akan kebersihan lingkungan dengan memanfaatkan botol bekas, sehingga akan meminimalisir dampak pencemaran lingkungan.
3. Anak memiliki kreatifitas dalam mengelola botol bekas menjadi kerajinan yang lebih bervariasi
4. Anak lebih mengenal macam-macam tanaman obat keluarga dan manfaatnya.



Gambar 1. Mahasiswa KKN bersama peserta

Sumber: dokumentasi pribadi

Hasil pelatihan ini merubah anak-anak untuk lebih memiliki keterampilan dalam mengelola sampah botol bekas dan menambah nilai manfaat lainnya. Kegiatan dimulai dari sosialisasi kegiatan, pengenalan alat, proses pembuatan akan menambah kreatifitas, sikap terampil dan konsentrasi pada anak. Selain itu, edukasi tanaman obat keluarga menambah wawasan anak tentang pemahaman tanaman obat keluarga dan manfaatnya. Setelah terlaksananya kegiatan pelatihan maka akan dilanjutkan dengan laporan pengabdian sebagai wujud peranan pengabdian.



Gambar 2. Kegiatan Pembuatan Kerajinan

Sumber: dokumentasi pribadi

SIMPULAN

Program pengabdian yang dilakukan oleh dosen dan mahasiswa yaitu dengan mengadakan pelatihan keterampilan membuat kerajinan tangan dari botol bekas bersama anak-anak di Desa Paleran. Dengan adanya antusiasme yang tinggi maka dapat memberikan dampak positif terhadap keberhasilan pelaksanaan kegiatan. Dengan memberikan pelatihan keterampilan pada anak diharapkan mampu menunjang kreatifitas mereka dan meningkatkan pemahaman anak tentang pencemaran limbah sampah, khususnya botol plastik sejak usia dini.

Setelah melakukan pengabdian masyarakat berupa kegiatan pelatihan pada anak-anak usia dini, diharapkan dapat meningkatkan pemahaman tentang pentingnya menjaga lingkungan dan tidak membuang sampah di sembarang tempat khususnya sampah plastik yang sulit terurai. Selain itu, diharapkan dapat menumbuhkan kreatifitas anak-anak untuk lebih memanfaatkan sampah yang ada di lingkungan sekitar menjadi sesuatu yang bernilai positif, salah satunya seperti pot untuk tanaman obat keluarga.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada Universitas Negeri Malang yang telah memberikan kesempatan untuk melaksanakan program pengabdian kepada masyarakat. Selanjutnya kepada Kepala Desa Paleran, Kecamatan Umbulsari, Kabupaten Jember yakni Bapak Gunawan dan seluruh perangkat desa yang telah mengizinkan dan membantu pelaksanaan pengabdian dosen dan mahasiswa dengan baik dan telah mendukung terlaksananya kegiatan pelatihan keterampilan sejak awal mengenai perizinan hingga penutupan kegiatan. Selain itu kepada masyarakat paleran yang telah antusias dan terlibat dalam kegiatan dan program yang dilaksanakan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abrauw, A., Yunus, H. S., & Giyarsih, S. R. (2011). Perilaku masyarakat dalam pengelolaan sampah anorganik di Kecamatan Abepura Kota Jayapura. *Majalah Geografi Indonesia*, 25(1), 1-14.
- Asteria, D., & Heruman, H. (2016). Bank sampah sebagai alternatif strategi pengelolaan sampah berbasis masyarakat di Tasikmalaya (Bank Sampah (Waste Banks) as an alternative of community-based waste management strategy in Tasikmalaya). *Jurnal manusia dan lingkungan*, 23(1), 136-141.
- Pratikto, H., Ichsan, S. A., & Prabawati, K. (2019). Edukasi Membuat Kerajinan Tangan Tempat Alat Tulis Dari Botol Bekas. *Jurnal Abdikarya: Jurnal Karya Pengabdian Dosen dan Mahasiswa*, 3(1).

- Putri, Rizqy dkk. 2018. Pelatihan Pemanfaatan Barang Bekas Menjadi Barang Bernilai Ekonomis. Medan: Universitas Muslim Nusantara.
- Setiorini, I. L. (2018). Pemanfaatan barang bekas menjadi kerajinan tangan guna meningkatkan kreativitas masyarakat Desa Paowan. *Integritas: Jurnal Pengabdian*, 2(1), 53-61.
- Subekti, S. (2010). Pengelolaan Sampah Rumah Tangga 3R Berbasis Masyarakat. *Prosiding SNST Fakultas Teknik*, 1(1). Subekti, S. (2010). Pengelolaan Sampah Rumah Tangga 3R Berbasis Masyarakat. *Prosiding SNST Fakultas Teknik*, 1(1). <https://sipsn.menlhk.go.id/sipsn/>
- Suminto, S. (2017). Ecobrick: solusi cerdas dan kreatif untuk mengatasi sampah plastik. *Productum: Jurnal Desain Produk (Pengetahuan dan Perancangan Produk)*, 3(1), 26-34.
- Suprihatin *et al.* (1996). Pengelolaan Sampah. Malang: PPGT/PPEDC Malang.

Pemasangan Papan Nama Jalan di Desa Paleran dalam Rangka Meningkatkan Fasilitas Desa

Indah Tini Humayroh¹, Linda Wahyu Ningrum¹, Dediek Tri Kurniawan²

¹Jurusan Akuntansi, Universitas Negeri Malang

²Jurusan Manajemen, Universitas Negeri Malang

*Email: indah.tini.1804216@students.um.ac.id

ABSTRAK

Desa Paleran terletak di Kecamatan Umbulsari Kabupaten Jember. Desa ini memiliki empat dusun, yaitu Dusun Karangrejo, Dusun Krajan Kulon, Dusun Krajan Wetan, dan Dusun Tegalbaru. Mahasiswa KKN melaksanakan pengabdian selama 45 hari yang dimulai pada tanggal 11 Juni 2021 sampai 25 Juli 2021. Hasil dari pengabdian ini salah satunya adalah produk fasilitas desa yang berupa sembilan papan nama jalan. Papan nama jalan berfungsi sebagai penunjuk nama jalan di Desa paleran yang memudahkan warga masyarakat untuk mengetahui alamat di desa ini. Metode yang dipilih untuk melaksanakan kegiatan pembuatan dan pemasangan papan nama jalan ini yakni penyelesaian suatu permasalahan yang dimiliki masyarakat secara langsung dengan menggunakan sumber daya manusia yaitu mahasiswa yang turun langsung ke lapangan dalam pembuatan sekaligus pemasangan papan nama desa.

Kata Kunci: *Papan nama, peningkatan fasilitas, Desa Paleran.*

PENDAHULUAN

Pengabdian kepada masyarakat merupakan suatu kegiatan yang dilaksanakan dengan mengamalkan suatu ilmu pengetahuan, teknologi, maupun seni budaya kepada masyarakat yang dilaksanakan dengan tujuan untuk mempercepat tingkat pertumbuhan dan pembangunan nasional di wilayah tertentu. Pengabdian terhadap masyarakat termasuk dalam salah satu Tri Dharma Perguruan tinggi yang merupakan pilar dasar pada pola pikir dan juga sebuah hal yang menjadi kewajiban bagi setiap mahasiswa yang merupakan kaum intelektual yang ada di negara ini, sehingga setiap Mahasiswa dituntut untuk ikut serta dalam kegiatan pengabdian terhadap masyarakat seperti kegiatan KKN (Kuliah Kerja Nyata).

Sebagai generasi muda penerus bangsa, mahasiswa dituntut untuk mampu memanfaatkan teknologi yang sudah ada agar dapat bermanfaat bagi masyarakat sekitar sebagai bentuk pengabdian kepada masyarakat dalam bentuk apapun pengabdian itu dilakukan. Mahasiswa KKN (Kuliah Kerja Nyata) Universitas Negeri Malang melakukan pengabdian kepada masyarakat dan sebagai bagian dari Tri Dharma Perguruan Tinggi di mana dalam hal ini yang menjadi sasaran utaman KKN Pulang Kampung yakni Desa Paleran yang terletak di Kecamatan Umbulsari, kabupaten Jember, Provinsi Jawa Timur.

Melalui perkembangan teknologi yang semakin pesat dan juga seiring dengan berjalannya waktu sehingga menyebabkan terjadinya banyak perubahan-

perubahan di berbagai aspek mulai dari perubahan gaya hidup dan sampai sistem informasi dan komunikasi. Dengan adanya perkembangan teknologi ini bermanfaat untuk memudahkan kita dalam berkomunikasi dan memperoleh informasi yang dibutuhkan. Pekerjaan manusia akan dipermudah lagi dengan adanya teknologi yang semakin berkembang. Tetapi, bukan berarti setiap orang dapat mengakses teknologi informasi yang sudah ada. Banyak dari mereka yang masih belum paham mengenai teknologi. Hal tersebut membuat setiap orang tetap akan selalu bergantung pada teknologi masa lalu yang masih bisa dimanfaatkan dan tidak akan termakan oleh zaman. Di lingkungan pedesaan sendiri Sumber Daya Manusia (SDM) dirasa kurang cukup dan belum memadai yang disebabkan karena kurangnya pengetahuan terhadap TIK, sehingga masih dibutuhkan produk-produk informasi yang bersifat manual.

Salah satu bentuk pengabdian yang dilaksanakan Mahasiswa KKN Pulang Kampung Universitas Negeri Malang yakni pembuatan dan pemasangan papan nama jalan yang dilaksanakan di beberapa titik wilayah seperti di beberapa gang yang ada di Desa Paleran, Kecamatan Umbulsari, Kabupaten Jember. Papan nama jalan adalah tanda nama untuk mengetahui nama jalan sehingga masyarakat dapat dengan mudah mengetahui nama jalan yang telah di pasang dengan papan nama jalan. Di beberapa wilayah tertentu (tiap gang) tidak adanya sarana dan prasarana lingkungan seperti papan nama jalan menjadi sebuah permasalahan tersendiri baik bagi masyarakat setempat maupun masyarakat luar daerah. Sebenarnya pada beberapa wilayah tertentu sudah pernah dipasang papan nama jalan sebelumnya akan tetapi beberapa papan nama jalan yang telah dipasang sudah rusak termakan usia dan cuaca, sehingga diperlukan suatu pembaruan atau pemasangan ulang papan nama jalan yang baru. Tidak adanya papan nama jalan di wilayah tersebut hal ini menyebabkan kesulitan bagi masyarakat luar untuk menemukan alamat di wilayah tersebut. Adanya masalah-masalah tersebut menjadi alasan bagi Mahasiswa KKN Pulang Kampung Universitas Negeri Malang di Desa Paleran untuk merencanakan kegiatan pembuatan dan pemasangan papan nama jalan sebagai suatu solusi untuk mengatasi masalah diatas dengan membuat dan memasang papan nama jalan di beberapa titik wilayah di Desa Paleran.

METODE

Metode yang dipilih untuk melaksanakan kegiatan pembuatan dan pemasangan papan nama jalan ini yakni penyelesaian suatu permasalahan yang dimiliki masyarakat secara langsung. Masyarakat sekitar menyatakan kesulitan saat hendak melakukan pengiriman barang antar wilayah melalui jasa pengirim serta keluhan dari masyarakat luar desa tentang kesulitan untuk mencari lokasi di wilayah tersebut sehingga kami membuat papan nama jalan dan memasangnya di beberapa wilayah tersebut.

Kegiatan ini telah tercantum dalam proposal program kerja KKN Pulang Kampung Universitas Negeri Malang. Papan nama jalan ini dibuat dengan gotong-royong oleh Mahasiswa KKN Pulang Kampung Universitas Negeri Malang di Desa

Paleran, Kecamatan Umbulsari, Kabupaten Jember. Desain dari papan nama jalan ini yakni berukuran 60 x 20 cm yang dikerjakan oleh salah satu mahasiswa dengan dibantu mahasiswa lainnya. Dari pencarian bahan, pengecatan, dan membuat nama-nama dalam setiap papan dilakukan secara mandiri oleh semua mahasiswa yang terlibat.

Berdasarkan beberapa referensi yang diperoleh bahan-bahan yang digunakan dalam proses pembuatan papan nama jalan yakni: 1) plat besi ukuran 60 x 20 cm, 2) kertas stiker, 3) cat besi, 4) mur baut, 5) pasir, 6) semen, 7) air. Sedangkan untuk alat-alat yang digunakan yakni meliputi: 1) mesin potong/gergaji, 2) meteran/penggaris, 3) cetok, 4) computer, 5) Kuas.

Kontruksi pembuatan papan nama jalan ini terdiri dari papan nama jalan yang terbuat dari bahan berupa plat dari lempengan besi dengan alasan material besi ini dianggap memiliki kekuatan dan ketahanan dalam berbagai keadaan sehingga sangat sesuai untuk digunakan sebagai bahan dasar pembuatan papan nama jalan. Kemudian pembuatan papan nama jalan juga terdiri dari tiang, bahan yang dipilih untuk dijadikan tiang seperti pipa dan besi untuk tiang yang berbahan pipa ditambahkan adukan pasir dan semen pada bagian rongganya supaya lebih kokoh. Kontruksi yang ketiga yakni tulisan tulisan pada papan nama jalan ditulis dengan menggunakan cat berwarna putih. Pembuatan papan nama jalan ini dilakukan dengan baik dengan melibatkan perangkat desa sebagai koordinator di mana papan nama jalan tersebut akan dipasang. Dengan begitu tidak akan ada kesalahan karena perangkat desa telah paham dengan tempat yang akan dipasangi papan nama jalan tersebut.

Untuk langkah kerja pembuatan dan pemasangan papan nama jalan dilaksanakan sebagai berikut:

1. mendesain bentuk papan nama jalan/wilayah
2. mengisi rongga pipa dengan adukan semen, pasir dan air
3. melakukan pengecatan pada plat papan nama jalan dan tiang
4. mendesain dan menulis bentuk huruf pada plat papan nama jalan
5. meletakkan plat papan nama jalan pada tiang dengan menggunakan mur baut
6. memasang tiang papan nama jalan di wilayah yang ditentukan.



Gambar 1. Pemotongan Plat Besi



Gambar 2. Percobaan Pemasangan Plat Besi Pada Tiang



Gambar 3. Pengecatan Plat Besi



Gambar 4. Tiang yang sudah dicat

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari program kerja Mahasiswa KKN yang berupa papan nama jalan ini adalah papan nama jalan yang berjumlah sembilan nama jalan yang dibuat papan nama jalan di mana dipilih jalan-jalan atau gang yang terletak di tepi jalan raya, diantaranya:

1. Jalan Pahlawan Seruji
2. Jalan K.H. Agus Salim
3. Jalan Diponegoro
4. Jalan Imam Asyafi'i
5. Jalan Imam Bonjol
6. Jalan K.H. Ahmad Dahlan
7. Jalan K.H. Sobari
8. Jalan K.H. Abdur Rohman Wahid
9. Jalan Fayakun Saleh

Pembuatan papan nama jalan ini dilakukan dalam beberapa tahap mulai dari pemilihan bahan yang awalnya yaitu papan kayu beserta paralon sebagai tiangnya. Tetapi setelah mahasiswa melakukan diskusi ulang dengan berbagai pertimbangan lainnya, plat besi lah yang pada akhirnya dipilih. Untuk tiangnya, paralon diisi oleh adonan semen dan pasir, tetapi karena dinilai kurang kuat, jadi untuk paralon hanya dipilih lima yang paling kuat dan kokoh untuk dijadikan tiang papan nama jalan. Sehingga empat tiang lainnya menggunakan paralon besi. Plat papan nama kemudia dicat dengan warna dasar hitam dan untuk tulisan nama jalannya diberi warna putih agar lebih mudah terlihat. Tulisan huruf-huruf nama jalan dibuat dengan huruf kapital dengan ukuran maksimal sesuai dengan ruang yang ada pada papan nama tersebut.

Pemasangan papan nama jalan dilakukan di lokasi yang telah ditentukan sesuai dengan nama jalan masing-masing. Pemasangan ini dilakukan pada tanggal 19 Juli 2021 oleh Mahasiswa KKN Pulang Kampung Universitas Negeri Malang. Papan nama jalan dipasang pada sore hari di mana alat dan bahan diangkut menggunakan mobil jenazah milik Pemerintah Desa Paleran. Pemasangan di mulai di gang pertama yaitu di Jalan Pahlawan Seruji dan berakhir di Jalan Fayakun

Saleh. Proses pemasangan diawali dengan menggali tanah sedalam 30 cm kemudian diberi adonan pasir dan semen dengan dicampur sedikit batu- batuan kecil agar tiang dapat berdiri kokoh.



Gambar 5. Pembuatan adonan semen dengan pasir



Gambar 6. Pemasangan Papan Nama Jalan

Mahasiswa KKN tidak merasakan adanya kendala yang berarti dalam pemasangan papan nama jalan ini, sehingga proses pemasangan papan nama jalan dan pemasangannya pun berjalan dengan lancar. Dengan adanya program kerja pemasangan jalan ini, warga desa merasa sangat terbantu karena dengan adanya pemasangan papan nama jalan ini mempermudah warga untuk mencari informasi mengenai letak alamat jalan yang ada di Desa Paleran ini.

SIMPULAN

Papan nama jalan sebagai salah satu program kerja KKN Pulang Kampung Universitas Negeri Malang di Desa Paleran, Kecamatan Umbulsari, Kabupaten Jember dengan jumlah total sembilan papan nama jalan yang sangat bermanfaat untuk warga masyarakat sekitar karena dapat mempermudah untuk mengetahui informasi mengenai alamat dan jalan yang sudah diberi petunjuk nama oleh papan nama jalan. Pemasangan papan nama jalan ini juga sebagai peningkatan fasilitas desa yang sebelumnya belum terpenuhi. Papan nama terbuat dari plat besi yang dinilai lebih awet dari pada papan kayu. Tiangnya pun juga menggunakan tiang pipa besi walau ada yang menggunakan paralon yang dicor dengan semen. Diharapkan papan nama tersebut dapat bermanfaat dan menjadi produk luaran KKN Pulang Kampung Universitas Negeri Malang di Desa Paleran yang berkualitas baik yang mampu bertahan di bawah cuaca desa yang cukup berangin.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mewakili mahasiswa KKN Pulang Kampung Universitas Negeri Malang mengucapkan terima kasih kepada Universitas Negeri Malang, Kepala Desa Paleran dan seperangkat desa, dan warga Desa Paleran, serta pihak-pihak lain yang telah mendukung program ini baik secara moral ataupun material. Karena atas dukungannya mahasiswa KKN Pulang Kampung mampu menyelesaikan program kerja ini.

DAFTAR RUJUKAN

- Lian, Bukman. 2019. Tanggung Jawab Tri Dharma Perguruan Tinggi Menjawab Kebutuhan Masyarakat. Prosiding Seminar Nasional Pendidikan Program <https://jurnal.univpgri-palembang.ac.id/index.php/Prosidingpps/article/download/2965/2791>
- Mukshin. 2020. Peranan Teknologi Informasi dan Komunikasi Menerapkan Sistem Informasi Desa Dalam Peblikasi Informasi Desa Di Era Globalisasi. *TEKNOKOM, Vol. 3 No. 1*
- Nurhadi, Fathur Rohman, dkk. 2020. Pembuatan Papan Nama Jalan Untuk RT 05 RW 16 Desa Ngenep, Kec. Karangploso, Kab. Malang. Diakses dari https://www.researchgate.net/publication/344592417_PEMBUATAN_PAPAN_NAMA_JALAN_UNTUK_RT_05_RW_16_DESA_NGENEP_KEC_KARANGPLOSO_KAB_MALANG
- Pengabdian Pada Masyarakat. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas https://feb.unpas.ac.id/fe_app/index.php?TF4HWFNTSlouNTFslyorKicnZS0pEj4_PXc8PmkFMzk_ODg_NTwwfzAABgJEKAcUEQgYCgcMGg

Pelatihan Mengoperasikan *Google Meet* dan Webinar Pertolongan Pertama pada Cedera Luar dan Dalam

Salma Afifah¹, Arelung Pangestu², Aun Afi³, Dimitra Ega Lianny⁴, Yaumi Sri
Adinawati⁵, Dediek Tri Kurniawan⁶

^{1,2,4}Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam, Universitas Negeri Malang

^{3,5}Fakultas Sastra, Universitas Negeri Malang

⁶Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Malang

Email: dediek.kurniawan.fe@um.ac.id

ABSTRAK

Berdasarkan informasi data Gugus Tugas Percepatan Penanganan COVID-19, terhitung per tanggal 28 Juli 2021 total kasus pasien terkonfirmasi positif covid-19 di Indonesia mencapai 3.287.727. Pandemi ini memberikan banyak sekali dampak pada segala sektor, seperti perekonomian, kesehatan, pendidikan dll. Khususnya para pelaku di dunia pendidikan memiliki keresahan terkait kegiatan belajar mengajar yang harus dilakukan secara daring yang mana masih sangat jarang dilakukan di Indonesia terutama di daerah pedesaan. Oleh karena itu, KKN Pulang Kampung Universitas Negeri Malang di Desa Curahnongko Tahun 2021 memberikan pelatihan cara menggunakan Google Meet serta pengaplikasiannya dalam bentuk webinar PPPC (Pertolongan Pertama Pada Cedera Luar dan Dalam) di SMP PGRI 03 Tempurejo.

Kata kunci: *Pandemi, KKN, webinar, pelatihan*

PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 di Indonesia hingga saat ini merenggut ribuan korban jiwa. Berdasarkan informasi data Gugus Tugas Percepatan Penanganan COVID 19, terhitung per tanggal 28 Juli 2021 total kasus pasien terkonfirmasi positif covid-19 di Indonesia mencapai 3.287.727 (BNPB, 2021). Pandemi ini memberikan banyak sekali dampak pada segala sektor, seperti perekonomian, kesehatan, pendidikan dll. Pada bidang pendidikan, kondisi pandemi ini berdampak pada keterbatasan akses dan perencanaan pembelajaran tatap muka, dan sebagai konsekuensi permasalahan tersebut, siswa wajib memahami materi pembelajaran secara daring (Atsani, 2020). Pada sektor ini para pendidik dan peserta didik mengalami kesulitan dalam belajar mengajar dikarenakan adanya larangan sekolah tatap muka sehingga semua kegiatan terpaksa dilakukan secara daring atau *online*. Menurut (Famukhit, 2020) pembelajaran secara daring merupakan bentuk pemanfaatan internet sebagai media untuk membagikan serangkaian solusi dalam meningkatkan pengetahuan.

Pembelajaran daring ini salah satu faktor penghambat keberlangsungan belajar daring yaitu adanya kesenjangan digital di Indonesia. Dengan adanya kesenjangan penggunaan digital, penyebaran informasi tidak akan merata. Beberapa sekolah di perkotaan tidak terlalu mengalami kesulitan dalam pembelajaran secara daring karena pada dasarnya warga perkotaan lebih *melek*

digital, namun jika dibandingkan dengan sekolah yang berada di pedesaan hal tersebut sangat jauh berbeda. Hal itu dapat dikarenakan oleh pengaruh SDM (Sumber Daya Manusia) yang rendah di daerah pedesaan, yang mana bertolak belakang dengan syarat diterimanya perkembangan teknologi informasi (Nasution, 2016). Sehingga kegiatan belajar mengajar tidak terlaksana dengan baik karena sulitnya beradaptasi dengan cepat dalam pembelajaran secara online.

Dikarenakan adanya pandemi berkepanjangan ini, banyak masyarakat yang ingin meningkatkan imunitas diri dengan melakukan olahraga sehingga persentase terpapar dari COVID 19 akan semakin minim. Akan tetapi, semua cabang olahraga tidak luput dari cedera olahraga. Meskipun kita telah melakukan peregangan, pemanasan bahkan melengkapi diri dengan alat protektor namun tetap saja cedera tidak dapat dihindarkan, peluang adanya cedera tersebut tetap saja bisa terjadi (Widhiyanti, 2019). Selaras dengan pendapat sebelumnya, Cedera dalam olahraga merupakan hal-hal yang sangat dihindari oleh seorang pemain yang mana sering terjadi pada cabang olahraga yang mempunyai intensitas tinggi dan kontak fisik (Junaidi, 2018). Cedera yang terjadi harus mendapatkan pertolongan dan pengobatan sedini mungkin, agar para olahragawan tidak mengalami kesakitan yang lebih fatal dan dapat menimbulkan kecacatan sehingga ia segera dapat mengikuti aktifitas fisik, berlatih dan bertanding kembali (Ulfah, 2013). Dilihat dari beberapa pendapat tersebut, cedera kemungkinan akan terjadi meskipun telah dilakukannya sebuah pemanasan atau persiapan sebelumnya. Oleh karena itu, Pertolongan pertama pada cedera sangat penting untuk dipelajari bagi kita semua.

Kabupaten Jember merupakan salah satu kabupaten yang memiliki dampak Covid-19 yang cukup besar. Dilansir dari AntaraNews.com, kasus positif Covid-19 pada 27 Juni 2021 bertambah 31 orang. Oleh karena itu pemerintah kabupaten Jember memperpanjang masa belajar di rumah dan perpanjangan tersebut telah dilakukan sebanyak 5 kali. SMP PGRI 03 Tempurejo adalah salah satu Sekolah Menengah Pertama di Desa Curahnongko Kecamatan Tempurejo Kabupaten Jember Jawa Timur. Sekolah ini memiliki keterbatasan sistem pembelajaran dikarenakan siswanya yang masih belum terlalu mengenal teknologi, sehingga pembelajarannya hanya terbatas melalui aplikasi *WhatsApp* dan *Google Classroom* saja. Oleh karena itu, KKN Pulang Kampung Universitas Negeri Malang di Desa Curahnongko Tahun 2021 memberikan pelatihan cara menggunakan *Google Meet* serta pengaplikasiannya dalam bentuk webinar PPPC (Pertolongan Pertama Pada Cedera Luar dan Dalam) dengan tujuan agar pembelajaran dapat terlaksana dengan baik serta memberikan pengetahuan baru untuk siswa SMP PGRI 03 Tempurejo terkait bagaimana cara mengatasi cedera dalam kehidupan sehari-hari.

METODE

Metode yang digunakan pada pelatihan mengoperasikan *Google* dan Webinar PPPC ini adalah metode sosialisasi. Metode sosialisasi dilakukan guna sebagai proses mempengaruhi kepribadian dan mengajarkan peranan-peranan yang harus dijalankan oleh individu (Murtani, 2019). Sosialisasi yang digunakan tetap menggunakan bahasa yang sederhana dengan tujuan agar siswa yang mengikuti kegiatan ini dapat memahami dengan mudah sehingga materi dapat tersampaikan dengan baik. Kegiatan pelatihan cara mengoperasikan *Google Meet* dan webinar PPPC (Pertolongan Pertama Pada Cedera Luar dan Dalam) ini dilaksanakan dalam waktu 1 hari yaitu pada tanggal 12 Juli 2021 secara bergantian yakni *offline* dan *online*, kegiatan pertama (Webinar PPPC) dilakukan secara online yaitu dengan menggunakan platform *Google Meet* dan kegiatan kedua (Pelatihan *Google Meet*) dilakukan secara *offline* yang bertempat di laboratorium komputer SMP PGRI 03 Tempurejo. Sasaran dari kegiatan ini adalah siswa pengurus OSIS SMP PGRI 03 Tempurejo yang berjumlah 12 anak.

Beberapa tahapan yang dilakukan untuk melaksanakan kegiatan ini yaitu:

1. Persiapan.

Pada tahap persiapan ini berisikan beberapa kegiatan yaitu observasi dan mempersiapkan materi.

- a. Observasi

Tujuan diadakannya observasi yaitu untuk mengenali permasalahan yang ada di SMP PGRI 03 Tempurejo, salah satu permasalahan yang ditemukan adalah sistem pembelajaran daring yang hanya dilakukan pada 2 platform saja yaitu *WhatsApp* dan *Google Classroom* sehingga pembelajaran kurang tersampaikan secara maksimal, ketika permasalahan sudah ditemukan maka langkah selanjutnya yaitu menghubungi pihak terkait yakni kepala sekolah SMP PGRI 03 Tempurejo pada tanggal 30 Juni 2021 dengan tujuan meminta izin untuk memberikan pelatihan *Google Meet* dan webinar PPPC kepada siswa. Lalu pada pertemuan kedua yakni pada tanggal 6 Juli 2021 dilakukan konfirmasi ulang dan menjelaskan lebih rinci tentang program kerja yang akan kami laksanakan, serta menetapkan jadwal pelaksanaan kegiatan.

- b. Pembuatan materi presentasi

Kegiatan selanjutnya adalah membuat materi yang akan dipresentasikan saat webinar PPPC (pertolongan Pertama Pada Cedera Luar dan Dalam) dan membeli hadiah untuk pemenang kuis yang mana kegiatan ini dilakukan pada tanggal 9 Juli 2021.

2. Pelaksanaan

Pelaksanaan program kerja ini dilaksanakan di laboratorium komputer SMP PGRI 03 Tempurejo pada tanggal 12 Juli 2021, dimulai dari jam 08.00 WIB dan berakhir pada jam 11.10 WIB. Dikarenakan kegiatan ini dilakukan saat pandemi

Covid-19 maka terdapat pembatasan jumlah peserta kegiatan yakni hanya berjumlah 12 orang peserta. Kegiatan ini dilakukan sesuai protokol kesehatan yang ketat, seperti memakai masker, mencuci tangan sebelum kegiatan, memakai *handsanitizer* dan menjaga jarak.

Tabel 1. Pelaksanaan Kegiatan

Hari, Tanggal	Waktu	Sasaran	Kegiatan
Senin, 12 Juli 2021	08.00 - 09.00		Persiapan kegiatan
	09.00 - 09.15		Pembukaan serta perkenalan
	09.15 - 09.45		Webinar PPPC (Pertolongan Pertama Pada Cedera Luar dan Dalam)
	9.45 - 10.00	Siswa pengurus	Kuis
	10.00- 10.05	OSIS SMP PGRI 03 Tempurejo	Penutupan webinar PPPC (Pertolongan Pertama Pada Cedera Luar dan Dalam)
	10.05- 11.00		Pelatihan cara mengoperasikan Google meet
	11.00- 11.10		Penutupan seluruh kegiatan

3. Menyusun artikel dan laporan akhir

Pada tahap terakhir ini dilakukan penyusunan artikel untuk media massa dan artikel ilmiah serta laporan akhir sebagai salah satu persyaratan pertanggung jawaban keikutsertaan dalam kegiatan KKN di Universitas Negeri Malang.

HASIL & PEMBAHASAN

Kondisi awal peserta didik SMP PGRI 03 Tempurejo hampir seluruhnya gagap teknologi. Sebagian dari mereka telah mengetahui dan sering memainkan *game online* namun mereka tidak akrab dengan *platform-platform* yang digunakan untuk pembelajaran daring. Hal demikian juga termasuk yang dikeluhkan oleh para guru. Ketidak akrabannya peserta didik dengan pembelajaran media digital mengakibatkan proses transfer ilmu selama PJJ (Pembelajaran Jarak Jauh) menjadi terhambat.

Pelatihan pengoperasian *Google meet* dilakukan agar dapat membantu keberlangsungan PJJ di SMP PGRI 03 Tempurejo. Pemilihan *platform Google meet* sebagai media pelatihan karena *platform Google meet* dirasa paling sering

digunakan dan lebih mudah pengajarannya. Setelah diajarkan bagaimana cara mengoperasikan *Google meet* diharapkan peserta didik dapat beradaptasi dengan media-media serupa.

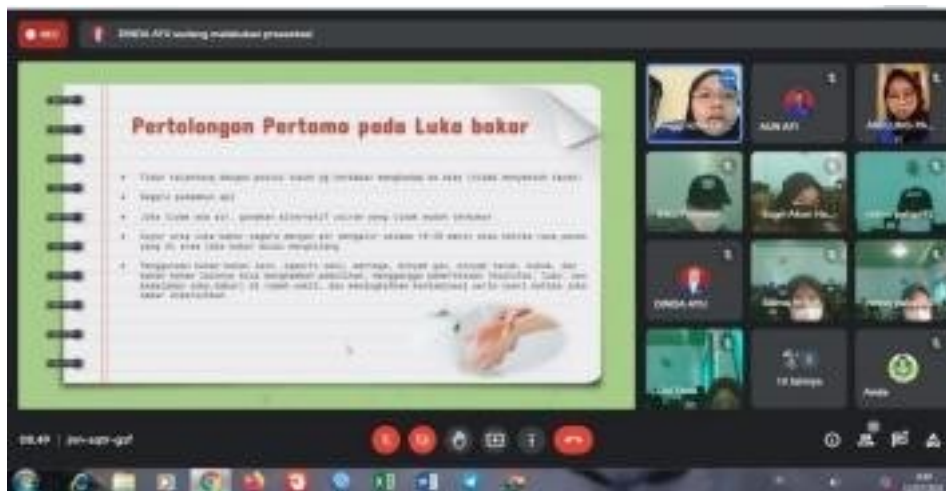
Langkah awal mahasiswa KKN UM mengajarkan cara mengoperasikan *Personal Computer* (perangkat komputer) terlebih dahulu. Hal ini dilakukan karena ternyata sebagian besar peserta didik masih belum lancar untuk menyalakan dan menonaktifkan *PC*. Sesuai dengan kejadian di lapangan, peserta didik antusias untuk mempraktikkan setaip langkah yang diinstruksikan sehingga pelatihan berjalan dengan lancar.



Gambar 1. Pelaksanaan Pelatihan *How to Use Google Meet*

Sumber: Dokumen Pribadi

Kemudian dilanjutkan dengan Webinar PPC (Pertolongan Pertama Pada Cedera Luar dan Dalam). Pelaksanaan program ini telah melalui perombakan, yang mana rencana awal dilakukan secara luring namun dengan melonjaknya kasus Covid-19 maka pelaksanaan program dilakukan secara daring. Upaya ini dilakukan untuk menghindari pengadaaan kegiatan yang mengakibatkan kerumunan banyak orang. Meski demikian webinar dapat berjalan dengan lancar, terbukti dari beberapa peserta webinar yang merupakan peserta didik SMP PGRI 03 Tempurejo dapat menjawab pertanyaan-pertanyaan dari pemateri setelah sesi pemaparan.



Gambar 2. Webinar PPPC (Pertolongan Pertama Pada Cedera Luar dan Dalam)

Sumber: Dokumen Pribadi

Pelatihan *How to Use Google Meet* dan Webinar PPPC (Pertolongan Pertama Pada Cedera Luar dan Dalam) terbilang berjalan dengan lancar. Meski demikian ada beberapa hal yang menjadi masalah seperti saat pelaksanaan Webinar PPPC (Pertolongan Pertama Pada Cedera Luar dan Dalam) peserta sangat pasif sehingga ketika pemaparan materi telah usai dan memasuki sesi tanya jawab, suasana forum menjadi hening untuk beberapa menit. Selebihnya, tidak ada kendala yang mengakibatkan kegiatan ini terhambat.

Sejalan dengan permasalahan yang telah disampaikan, solusi yang tepat untuk mengatasi suasana forum atau peserta webinar yang pasif dapat dengan memantik pertanyaan kepada peserta terlebih dahulu. Selain itu penyampaian materi oleh pemateri yang terkesan santai dan beberapa kali mengajak dialog peserta webinar juga dapat mencairkan suasana webinar yang tegang.

SIMPULAN

Pelatihan *How to Use Google Meet* dan Webinar PPPC (Pertolongan Pertama Pada Cedera Luar dan Dalam) dilaksanakan berdasarkan survei atas keluhan guru SMP PGRI 03 Tempurejo mengenai keterampilan peserta didiknya yang minim akan penggunaan media pembelajaran digital. Kemudian hal lain yang menjadi pertimbangan yaitu adalah perlunya edukasi kepada masyarakat desa akan penanganan cedera sehari-hari yang dianggap sepele namun tidak dibarengi dengan penanganan yang tepat, sehingga hal tersebut melatar belakangi kegiatan Webinar PPPC (Pertolongan Pertama Pada Cedera Luar dan Dalam). Sasaran dari kegiatan Pelatihan *How to Use Google Meet* dan Webinar PPPC (Pertolongan Pertama Pada Cedera Luar dan Dalam) adalah peserta didik SMP PGRI 03 Tempurejo. Melalui kegiatan ini diharapkan peserta didik SMP PGRI 03 Tempurejo dapat mengikuti PJJ (Pembelajaran Jarak Jauh) secara lebih optimal dan setelah mengikuti Webinar PPPC (Pertolongan Pertama Pada Cedera Luar dan Dalam) peserta dapat melakukan penanganan cedera sehari-hari

yang mungkin terjadi dengan prosedur yang tepat.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terimakasih kepada Ibu kepala Sekolah SMP PGRI 03 Tempurejo yang telah berkenan mengizinkan melaksanakan program kerja ini di laboratorium komputer SMP PGRI 03 Tempurejo serta membantu kami dalam mengkoordinasikan siswa pengurus OSIS SMP PGRI 03 Tempurejo untuk mengikuti program kerja ini. Ucapan terakhir kami khususkan untuk siswa pengurus OSIS SMP PGRI 03 Tempurejo yang telah meluangkan waktunya untuk mengikuti program kerja ini hingga selesai dan program ini berjalan dan berakhir dengan sangat lancar.

DAFTAR PUSTAKA

- Atsani, L.G.M.Z. 2020. Transformasi Media Pembelajaran Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Studi Islam*. 1(1):82-83.
- Famukhit, M. L. (2020, June). Google Classroom sebagai Media Pembelajaran Daring Online pada Program Studi Pendidikan Informatika STKIP PGRI Pacitan. In *Seminar Nasional Pendidikan Program Pascasarjana Universitas PGRI Palembang* (Vol. 338).
- Graha Nasional Badan Penanggulangan Bencana. (2021). Situasi Covid-19 Indonesia. URL: <https://bnpb-inacovid19.hub.arcgis.com/>. Diakses tanggal 28 Juli 2021.
- Junaidi, Ilham Arvan dkk. (2018) *Pelatihan Pencegahan dan Perawatan Cidera dalam Berolahraga*. Wahana Dedikasi, 1.
- Murtani, A. (2019). Sosialisasi Gerakan Menabung. *Sindimas*, 1(1), 279-283.
- Nasution, R. D. (2016). Pengaruh kesenjangan digital terhadap pembangunan pedesaan (rural development). *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik*, 20(1), 31-44
- Ulfah, AR. (2015). *Jurnal Pertolongan Pertama cedera olahraga*. Jakarta.
- Widhiyanti, KA. Tri dkk. (2019). *Analisa Penanganan Pertama Cedera Olahraga pada Tim Atlet Bola Voli Putra Ikip PGRI Bali*

Pelatihan dan Pendampingan Kewirausahaan dalam Menghadapi Pandemi COVID-19

Aza Maulana Hadi¹, Arelung Pangestu², Dediek Tri Kurniawan³

¹Jurusan Matematika, Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam, Universitas Negeri
Malang

²Jurusan Kimia, Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam, Universitas Negeri Malang

³Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Malang

Email : dediek.kurniawan.fe@um.ac.id

ABSTRAK

Berdasarkan kondisi pandemi COVID-19, Indonesia mengalami resesi sejak tahun 2020 dan diprediksi berlanjut hingga 2021. Dampak resesi meliputi masyarakat kehilangan pendapatan bahkan mengalaih Pemutusan Hubungan Kerja (PHK), turunnya daya beli masyarakat, turunnya nilai investasi, dan kurs Dolar tidak stabil. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Katadata.co.id pada 206 pelaku UMKM di Jabodetabek pada Juni 2021, 56% UMKM berada pada kondisi buruk setelah terjadinya pandemi. Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) atau Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) menyulitkan interaksi sosial masyarakat yang artinya juga menyulitkan interaksi antara pelaku UMKM dengan konsumennya. Minimnya keterampilan menggunakan media online bagi pelaku UMKM di Desa Curahnongko melatar belakangi Program Pelatihan dan Pendampingan Kewirausahaan ini. Pendekatan yang digunakan adalah pelatihan dan pendampingan karena setiap UMKM memiliki keunikan tersendiri dalam berwirausaha dan aspek yang perlu didampingi juga berbeda. Program Pelatihan dan Pendampingan Kewirausahaan berhasil dilaksanakan sebanyak tujuh kali kunjungan dengan melibatkan tiga UMKM di Desa Curahnongko. Program ini berfokus untuk mengusulkan beberapa alternatif mulai dari pengemasan produk yang lebih efisien untuk menekan biaya produksi hingga lokasi pemasaran offline seperti pusat oleh-oleh setempat atau online melalui Tokopedia atau Shopee. Kesadaran akan tanggung jawab terhadap penggunaan internet masih sangat rendah, terutama pada UMKM sektor desa yang minim kemauan dan keberanian untuk menggunakannya.

Kata kunci: *Dampak Covid-19, UMKM, Desa*

PENDAHULUAN

Media internasional seperti ABC, BBC News, Al Jazeera English, dan DW News menyatakan bahwa Indonesia merupakan *epicentre* COVID-19 di Asia (ABC, 2021) (Al Jazeera English, 2021) (BBC News, 2021) (DW News, 2021). Dalam data harian kasus COVID-19, Indonesia sempat mencapai sekitar 56.000 kasus baru dalam sehari atau lebih parah dari pada yang pernah dialami India (DW News, 2021). Hal ini menunjukkan bahwa pandemi beserta kebijakan seperti Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB), Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM), atau sejenisnya tidak akan berakhir dalam waktu dekat.

Dalam Indonesia Economic Outlook 2021 yang bertajuk *The Great Escape: Covid-19 in the Short-Term and Middle-Income Trap in the Long-Term* memprediksi bahwa Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia diprediksi akan mengalami penurunan sekitar -3.9% hingga -2.8% pada kuartal ke-3 tahun 2020 dengan secara

keseluruhan untuk tahun 2020 sekitar -2.2% hingga -0.9%. Ini artinya Indonesia mengalami resesi pada tahun 2020. Berdasarkan kondisi pandemi COVID-19 gelombang kedua di awal tahun 2021, kondisi resesi akan terus berlanjut di 2021 (Rezki, et al., 2020).

Dimuat dalam laman Kompas.com, dampak resesi meliputi masyarakat kehilangan pendapatan atau bahkan mengalami Pemutusan Hubungan Kerja (PHK), turunnya daya beli masyarakat, menurunnya nilai investasi, kurs Dolar yang tidak stabil, hingga naiknya tingkat suku bunga (Gischa, 2020).

Terjadinya resesi artinya terjadinya depresi ekonomi. Menurut laman Kompas.com depresi ekonomi ditandai dengan terjadinya kemampuan belanja masyarakat yang semakin menurun, jumlah pengangguran yang sangat banyak, tingkat konsumsi yang semakin menurun sehingga menimbulkan kelebihan suplai di pasar domestik, harga-harga barang kebutuhan semakin berjatuh, dan hilangnya kepercayaan masyarakat (Gischa, 2020).

Menurut Bahtiar, Rais A. pada Info Singkat, Indonesia memiliki Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sekitar 64,19 juta dengan Usaha Mikro dan Kecil sejumlah 64.13 juta atau 99.92% dari pelaku UMKM di seluruh Indonesia. Sektor UMKM ini merupakan salah satu penyumbang PDB terbesar di Indonesia yang artinya secara teori UMKM semestinya mengalami perlambatan atau bahkan penurunan laju bisnis (Bahtiar, 2021).

Katadata.co.id melakukan survei pada 206 pelaku UMKM di Jabodetabek pada Juni 2021. Berdasarkan data dengan penilaian tiga faktor diperoleh 56% UMKM berada dalam kondisi buruh setelah terjadinya pandemi dan hanya 14.1% yang berada dikondisi baik. Kemudian 82.9% UMKM menyatakan mengalami dampak negatif selama terjadinya pandemi dan hanya sekitar 5.9% yang menyatakan mengalami dampak positif. Dampak negatif ini cukup parah dengan ditunjukkan 63.9% UMKM mengalami penurunan omset lebih dari 30% (Katadata, 2020).

PSBB ataupun PPKM menyulitkan interaksi antar sesama manusia yang artinya juga berdampak terhadap interaksi antara pelaku UMKM dengan pelanggannya. Adaptasi seperti penggunaan media digital seperti sosial media ataupun *e-commerce* perlu dimanfaatkan sebaik mungkin. Berdasarkan informasi dari Katadata.co.id sekitar 80.6% UMKM menyatakan bahwa internet sangat membantu menjalankan usaha terutama di masa pandemi. Akan tetapi adaptasi ini cenderung lambat yang ditunjukkan dengan 23.8% UMKM menyatakan kurang pengetahuan menjalankan usaha *online* dan 34% lainnya menyatakan konsumennya belum mampu menggunakan internet (Katadata, 2020).

Desa Curahnongko, Kecamatan Tempurejo, Kabupaten Jember merupakan desa terpencil namun separuh modern. Terpencil karena jarak terdekat dari pusat keramaian yaitu Kecamatan Ambulu sekitar 30 menit menggunakan sepeda motor. Separuh modern karena di Desa Curahnongko telah memiliki infrastruktur sinyal

4G dari berbagai penyedia telekomunikasi di Indonesia namun kesadaran akan penggunaan dan pemanfaatan teknologi yang baik dan benar masih kurang.

Oleh karena itu kami berinisiatif untuk mengadakan Pelatihan dan Pendampingan Kewirausahaan bagi Desa Curahnongko, Kecamatan Tempurejo, Kabupaten Jember. Hal ini dimaksudkan untuk mengejar ketertinggalan dengan memanfaatkan momen pandemi COVID-19. Sehingga UMKM di Desa Curahnongko mampu menjadi bagian yang merasakan dampak positif dengan terjadinya pandemi.

METODE

Dalam melaksanakan Program Pelatihan dan Pendampingan Kewirausahaan kami memilih pendekatan Pelatihan dan Pendampingan ketimbang Pendidikan dan Pelatihan atau lebih sering dikenal dengan DIKLAT. Hal ini disebabkan karena tiap UMKM memiliki cara unik dalam berwirausaha dan kami tidak ingin mengubah yang telah ada. Pengembangan serta peningkatan efektivitas bahan dan alat yang telah ada merupakan senjata yang akan digunakan dalam perang melawan depresi ekonomi di Indonesia.

Pemerintah desa menyarankan tiga UMKM yang menjadi sasaran Pelatihan dan Pendampingan Kewirausahaan ini, yaitu UMKM Opak Gulung, UMKM Keripik Tempe, dan UMKM Bakpia. Oleh karena itu kami memutuskan untuk melaksanakan program ini menggunakan konsep penyelesaian kasus demi kasus.

Konsep penyelesaian kasus demi kasus diharapkan mampu menyelesaikan masalah lebih dalam dan lebih terarah. Selain itu konsep penyelesaian ini juga dapat mengurangi kerumunan sehingga diharapkan dapat menjalankan protokol kesehatan lebih mudah.

Setiap UMKM setidaknya terdapat dua sesi kunjungan. Kunjungan pertama dimaksudkan untuk memperoleh segala informasi terkait UMKM baik secara operasional serta cara pembuatannya. Kemudian kunjungan kedua dimaksudkan untuk dilakukan penyampaian hasil dengan cara diskusi. Penyampaian dengan cara diskusi dimaksudkan tanpa mengurangi hormat, menggurui, atau merasa paling benar sehingga perubahan datang secara sukarela dari pelaku UMKM sendiri. Kunjungan dapat bertambah apabila perlu dilakukan diskusi lebih lanjut.

Di antar setiap kunjungan terdapat proses penggalian informasi secara primer ataupun sekunder. Hal ini dimaksudkan untuk mendapatkan informasi secara akurat dan benar. Sumber yang menjadi referensi adalah dari buku, artikel, atau publikasi lainnya, serta wawancara pada ahlinya.

HASIL & PEMBAHASAN

Program Pelatihan dan Pendampingan Kewirausahaan berhasil dilaksanakan sebanyak tujuh kali kunjungan dengan melibatkan tiga UMKM di Desa

Curahnongko. Dalam pelaksanaan program terbukti tiap UMKM memiliki masalahnya masing-masing.

Pelaku UMKM Opak Gulung telah menjalankan wirausahanya lebih dari 5 tahun. UMKM ini diproduksi dan didistribusikan oleh Subatmi seorang. Selama pandemi penjualan UMKM Opak Gulung tidak mengalami perubahan yang signifikan. Hanya saja dari tahun ke tahun UMKM Opak Gulung yang dijalani tidak mengalami perubahan sama sekali.



Gambar 1 Pengenalan alat pembuatan Opak Gulung

Sumber: Dokumen pribadi

Dari diskusi yang dilakukan didapati bahwa UMKM Opak Gulung ini mengalami hambatan dalam beradaptasi dan ketiadaan generasi penerus. Bu Subatmi yang sudah berumur 50 tahunan merasa dirinya sudah tidak mampu untuk belajar lagi guna memperbaiki dari operasional dan bahkan melakukan digitalisasi. Hal ini diperparah dengan tidak adanya generasi penerus bahkan dari keluarga sendiri.

Oleh karena itu kami mendorong dan memberikan masukan dengan memberikan gambaran-gambaran apa saja yang mungkin terjadi pada UMKM Opak Gulung ini jika mau beradaptasi. Gambaran-gambaran tersebut seperti bukti bahwa harga kemasan plastik seperti *standing pouch* pada *e-commerce* seperti Shopee memiliki harga yang sangat murah, pemasaran bisa melalu pusat oleh-oleh terdekat seperti SR dan Dira Park yang kini tidak lagi memungut biaya pemasaran. Hal ini dimaksudkan guna memanfaatkan kondisi yang ada untuk meningkatkan keuntungan tanpa harus mengeluarkan modal, dan tenaga.

Semestinya UMKM Opak Gulung ini punya peluang besar untuk berkembang karena proses pembuatannya sebagian besar dari bahan mentah. Proses yang panjang ini dapat dengan mudah dioptimalkan dengan penggunaan statistika dasar seperti menggunakan Rancangan Acak Lengkap (RAL), Rancangan Acak Kelompok (RAK), dan Grafik Kendali. Akan tetapi rendahnya rasa ingin

belajar bahkan pada hal sederhana membuat pelatihan penggunaan RAL, RAK, dan Grafik Kendali ditiadakan.

Kemudian ada pelaku UMKM Keripik Tempe. UMKM Keripik Tempe ini sangat telah berdiri sekitar 3 tahun dan sebelumnya pernah di pasarkan di Samarinda, Kalimantan Timur. Proses yang sederhana dan cepat menyebabkan UMKM Keripik Tempe hampir tidak pernah mengalami kerugian.

UMKM Keripik Tempe pernah melakukan pemasaran melalui *e-commerce* Shopee. Sayangnya pada impresi pertama ini memiliki kesan buruk. Pada pengiriman pertamanya paket UMKM Keripik Tempe sebagian tak sampai ke pelanggan. Oleh karena itu UMKM Keripik Tempe harus mengganti dengan uang sejumlah harga dari barang yang tak sampai. Selain itu UMKM Keripik Tempe ini juga kesulitan dalam mencairkan dana dari platform digital Shopee.



Gambar 2 Diskusi terkait penggunaan aplikasi Shopee

Sumber: Dokumen pribadi

Oleh karena itu kami menawarkan pelatihan penggunaan platform digital Shopee dan Tokopedia serta bagaimana cara melakukan fotografi produk untuk pemula. Dan kembali lagi ke pendekatan dari Program Pelatihan dan Pendampingan Kewirausahaan, proses dan hasil kami kembalikan kepada pelaku UMKM sendiri tanpa adanya paksaan.

Selain itu kami mendapati bahwa UMKM Keripik Tempe menggunakan potongan kertas HVS dengan tinta berwarna sebagai label dari produknya. Oleh karena itu kami menyarankan kepada pelaku usaha UMKM Keripik Tempe untuk mencoba menggunakan sablon plastik. Selain harganya yang relatif murah juga label berukuran besar, tajam, dan tahan lama.

Kemudian yang terakhir adalah UMKM Bakpia. UMKM ini cukup baru dengan sistem penjualan paling modern. UMKM yang berumur 3 tahun ini melakukan pemasarannya melalui media sosial seperti Facebook dan Whatsapp. Sistem penjualannya menggunakan sistem *pre-order* tanpa ada penitipan pada

warung-warung atau toko seperti UMKM Opak Gulung dan UMKM Keripik Tempe.



Gambar 3 Dikusi proses pembuatan Bakpia

Sumber: Dokumen pribadi

Sebelum pandemi UMKM Bakpia memanfaatkan kurir untuk pemasaran di luar desa. Akan tetapi dengan adanya pandemi dan juga kurir yang biasanya mengantar memutuskan untuk membuka usaha sendiri akhirnya pengiriman di luar desa dilakukan hanya pada pemesanan jumlah besar dan dikirim oleh keluarga sendiri.

Berdasarkan pengamatan yang kami lakukan terhadap UMKM Bakpia. Kami melakukan pelatihan fotografi produk bagi pemula dengan harapan dapat diterapkan untuk meningkatkan *brand engagement* terutama pada pasar anak muda.

SIMPULAN

"With great power comes great responsibility." Itulah kutipan yang populer dari komik Spider-Man yang ditulis oleh Stan Lee (Cronin, 2015). Internet merupakan salah satu teknologi yang *powerful*. Terbukti berdasarkan data yang diperoleh oleh Katadata.co.id, 80,6% UMKM menyatakan bahwa internet sangat membantu dalam menjalankan wirausahanya. Akan tetapi kesadaran akan tanggung jawab terhadap penggunaan internet sangat rendah. Oleh karena itu kemauan dan keberanian dalam penggunaannya pada sektor desa sangat rendah sekali.

Edukasi, edukasi, dan edukasi harus terus menerus dilakukan baik dari pemerintah atau akan lebih baik lagi oleh putra-putri desa yang telah sadar dan melek internet. Kesadaran ini perlu terus dipacu, karena ketertinggalan tidak hanya pada penggunaan internet tetapi juga kesadaran akan sains, data, dan seni.

Sebagaimana dalam Teori Evolusi Darwin yaitu seleksi alam, makhluk hidup yang bertahan adalah makhluk hidup yang mampu beradaptasi pada lingkungannya. Hal ini juga berlaku pada sektor UMKM. Oleh karena itu

kesadaran terhadap sains, data, dan seni harus terus dipacu guna keberlangsungan ekonomi tingkat desa bahkan tingkat nasional.

DAFTAR PUSTAKA

- ABC. (2021, July 28). Indonesia faces devastating new COVID surge. *ABC News Prime*. United State of America: ABC. Dipetik July 29, 2021, dari <https://www.youtube.com/watch?v=9vxbG0zOYYI>
- Al Jazeera English. (2021, July 20). What's behind Indonesia's COVID-19 surge? | Inside Story. *Inside Story*. Qatar: Al Jazeera English. Dipetik July 29, 2021, dari <https://www.youtube.com/watch?v=XKPL6VQBlew>
- Bahtiar, R. A. (2021, May). Dampak Pandemi COVID-19 Terhadap Sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah serta Solusinya. *Info Singkat*, 8(10). Jakarta Pusat, DKI. Jakarta, Indonesia: Pusat Penelitian Badan keahlian DPR RI. Diambil kembali dari https://berkas.dpr.go.id/puslit/files/info_singkat/Info%20Singkat-XIII-10-II-P3DI-Mei-2021-1982.pdf
- BBC News. (2021, July 29). Covid ravages Indonesia with daily deaths above 1,000. *BBC News*. London, United Kingdom: BBC News. Dipetik July 29, 2021, dari <https://www.youtube.com/watch?v=cQU7q3mSInc>
- DW News. (2021, July 17). Indonesia's COVID-19 surge: Could it get as bad as in India? *DW News Asia*. Germany: DW News. Dipetik July 29, 2021, dari <https://www.youtube.com/watch?v=7f62uGEZAd4>
- Gischa, S. (2020, August 4). Dampak Resesi Ekonomi. *Skola*. Indonesia: Kompas.com. Dipetik July 29, 2021, dari <https://www.kompas.com/skola/read/2020/08/04/150000069/dampak-resesi-ekonomi>
- Katadata. (2020, June). Digitalisasi UMKM di Tengah Pandemi Covid-19. *Katadata Insight Center*. Indonesia: Katadata. Dipetik July 29, 2021, dari <https://www.kompas.com/skola/read/2020/08/04/150000069/dampak-resesi-ekonomi>
- Rezki, J. F., Sabrina, S., Desdiani, N. A., Riefky, T., Cesarina, A., & Husna, M. (2020, November). The Great Escape: Covid-19 in the Short-Term and Middle-Income Trap in the Long-Term. *Indonesia Economic Outlook 2021*. Indonesia: LPEM FEB UI. Dipetik July 29, 2021, dari <https://www.lpem.org/wp-content/uploads/2020/11/IEO2021-EN.pdf>

Pembuatan Kerajinan Sebagai Bentuk Pemanfaatan Limbah Sampah Dan Meningkatkan Kreatifitas Anak

Ika Zutiasari^{1*}, Ainun Nuriyah², Alfiyah Salsabila Yuwana³, Muhammad Ibrahim⁴, Sugeng Priyadi⁵

¹Jurusan Kependidikan Sekolah Dasar & Prasekolah, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Negeri Malang

²Jurusan sastra inggris, Fakultas Sastra, Universitas Negeri Malang

³Jurusan Teknik Elektro, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Malang

⁴Jurusan Bimbingan dan Konseling, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Negeri Malang

*Email: ika.zutiasari.fe@um.ac.id

ABSTRAK

Sampah telah menjadi momok sehari-hari bagi masyarakat Indonesia. Terutama, pengolahan sampah di Indonesia juga tidak semaksimal negara-negara lain sehingga membuat sampah selalu ada di sekitar dan menyebabkan Indonesia menjadi negara penghasil sampah kesebelas dari semua negara. Oleh karena itu, tim pengabdian kepada masyarakat menjadikan momok tersebut menjadi hal yang dapat dimanfaatkan, yaitu dengan menggunakan limbah kardus menjadi kerajinan (tempat tabungan). Tidak hanya itu, kegiatan yang dilakukan oleh anak-anak akan mengajarkan tentang bagaimana memanfaatkan sampah dan mampu mengasah kreativitas mereka. Kegiatan ini dilaksanakan di Desa Druju, Sumbermanjing, Malang dengan mengundang anak-anak yang ada di Desa Druju. Pelaksanaan dimulai dengan tahap uji coba, pemberian contoh, dan pembuatan kerajinan oleh anak-anak. Dalam menciptakan kerajinan dari limbah kardus diperlukan adanya sebuah ide kreatif dari tim pengabdian kepada masyarakat. Kerajinan dari kardus menjadi salah satu kerajinan tangan yang mudah dibuat dan tidak perlu mengeluarkan biaya mahal. Kerajinan ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang peduli sampah.

Kata kunci: *anak-anak, limbah, kerajinan, kreativitas, pemanfaatan*

PENDAHULUAN

Menurut UU-18 tahun 2008, definisi sampah ialah sisa kegiatan sehari-hari manusia atau proses alam yang berbentuk padat. Sampah sendiri terbagi menjadi 3 yaitu sampah rumah tangga (berasal dari kegiatan sehari-hari dalam rumah tangga), sampah sejenis sampah rumah tangga (berasal dari kawasan industri, kawasan khusus, fasilitas umum, dan kawasan komersial) sedangkan sampah spesifik (berasal dari bahan yang berbahaya/beracun, akibat bencana, yang tidak dapat diolah dan timbul secara periodik).

Limbah secara umum dapat terbentuk akibat hasil penggunaan bahan baku yang tidak mengalami perubahan komposisi baik secara kimia maupun biologis. Menurut Naswandi (2020) Indonesia merupakan negara ke 11 penghasil sampah terbanyak yang berjumlah sekitar 5.045.714 ton. Limbah sampah tersebut berasal dari pemukiman warga. Pengelompokan serta pengumpulan sampah sering digunakan di dalam kalangan masyarakat, sehingga hal tersebut dapat mempermudah dalam mengolah kembali sampah yang masih bisa di daur ulang kembali. Penggolongan limbah sampah tersebut yaitu a) sampah organik

(dedaunan, kayu, kertas, karton, tulang serta sisa makanan ternak dan b) sampah anorganik (kaleng, plastik, besi, gelas, mika serta logam-logaman).

Dengan bertambahnya penduduk yang semakin pesat, dapat mengakibatkan peningkatan jumlah penimbunan sampah sehingga perlu adanya kesadaran dari masyarakat dalam mengolah limbah sampah yang dapat digunakan kembali. Tanpa adanya partisipasi dari masyarakat, program pengelolaan sampah tidak dapat berjalan dengan lancar. Namun selain masyarakat, sangat penting adanya edukasi bagi anak-anak dalam memanfaatkan sampah. Jika kesadaran sudah tertanam sejak dini, maka penanganan sampah yang membuat resah masyarakat Indonesia bisa ditangani.

Pemberian edukasi tentang sampah dapat dilakukan dengan memberikan pengertian kepada anak-anak tentang bagaimana memanfaatkan limbah sampah secara baik dan membedakan mana sampah yang dapat digunakan kembali dan mana sampah yang tidak dapat digunakan kembali. Dalam hal ini, penulis mengajak anak-anak Desa Druju untuk mengetahui seberapa pentingnya peduli tentang sampah. Untuk kali ini, tim Pengabdian Kepada Masyarakat mengajarkannya dengan cara membuat kerajinan dari hasil limbah sampah. Sebelum itu, anak-anak melihat tayangan video mengenai sampah. Menurut Sucipto (2012:39) manfaat sampah untuk manusia adalah sebagai berikut: 1) sebagai pupuk organik tanaman; 2) sebagai daur ulang, sampah dapat didaur ulang untuk dijadikan berbagai produk yang bermanfaat.

Daur ulang sampah dapat diolah dengan kreatif yang akan menghasilkan sebuah produk kerajinan. Kerajinan adalah hasil suatu barang yang berkaitan dengan pemikiran manusia yang dikerjakan menggunakan indera peraba tangan. Salah satu bentuk kerajinan daur ulang sampah yaitu tempat tabungan. Dalam hal ini, pemanfaatan limbah sampah yang dapat digunakan kembali seperti kardus bisa dijadikan sebuah benda yang bermanfaat seperti tempat tabungan. Kegiatan pelatihan juga dapat digunakan sebagai kegiatan bermain.

Menurut Singer (Kusantanti, 2004), bermain merupakan hal untuk mengembangkan kompetensi atau potensi dan mengembangkan kreativitas. Sedangkan Menurut Munandar (2004: 94) salah satu hal potensi yang dimiliki oleh anak yaitu kreativitas. Kreativitas anak dapat dikembangkan melalui kegiatan bermain. Bahwa dalam hal ini terdapat hubungan yang erat antara bermain dengan kreativitas. Kreativitas menurut Supriyadi (2001: 7) adalah kemampuan seseorang dalam menghasilkan sesuatu yang baru. Menurut Munandar (1995) kreativitas ialah kemampuan dalam menghasilkan suatu kombinasi baru, berdasarkan hal yang ada sebelumnya kemudian menjadi suatu hal yang baru.

Menurut Walas terdapat 4 proses dalam kreativitas yaitu sebagai berikut : 1) persiapan, merupakan tahapan pengumpulan data sebagai bahan penyelesaian masalah; 2) Inkubasi, tahap pemecahan masalah; 3) Iluminasi, tahap munculnya inspirasi-inspirasi dalam memecahkan masalah; dan 4) Verifikasi, tahap munculnya pemikiran kritis dalam mengevaluasi. Kreativitas termasuk aspek dari

semua perkembangan, sehingga kreativitas bukan perkembangan tambahan namun kompoknen lingkungan bermain utuh yang bersifat spontan dan potensial.

Tujuan dan manfaat dari kegiatan pembuatan kerajinan berbahan dasar limbah daur ulang, yaitu: 1) untuk menumbuhkan kesadaran sejak dini tentang sampah serta anak dapat memanfaatkan limbah sampah menjadi barang yang berguna; 2) mengasah kreativitas anak; 3) memberikan anak kesempatan untuk berpikir imajinatif; dan 4) mengasah ketelatenan anak ketika melakukan pelatihan. Serta 5) membantu anak dalam menambah pengetahuan, wawasan serta pengalaman.

METODE

Pelaksanaan program pengabdian terkait pembuatan kerajinan dari limbah berupa kardus bekas oleh tim Pengabdian Kepada Masyarakat UM 2021 dengan sasaran anak-anak usia 9-12 tahun yang masih menempuh jenjang pendidikan sekolah dasar. Serangkaian tahapan yang dilakukan oleh tim sehingga program kerja terlaksana dengan baik antara lain:

a. Perencanaan

Langkah awal untuk mempersiapkan pelaksanaan program kerja ini dilakukan dengan diskusi melalui aplikasi virtual dengan pokok bahasan media atau limbah bekas apa yang bisa dimanfaatkan dalam pelaksanaan program kerja, penentuan sasaran/peserta kegiatan, lokasi untuk menjalankan program kerja serta reward apa saja yang akan diberikan kepada peserta kegiatan.

b. Survey Lokasi

Setelah tahap perencanaan sudah disepakati bersama, kemudian dilakukan tindaklanjut pemantauan pada lokasi pengabdian. Hasil yang didapat dalam survey lokasi yaitu berupa limbah kardus yang bisa dijadikan kerajinan tangan, mendapat gambaran peserta kegiatan yaitu anak-anak kecil. Setelah itu penentuan tempat pelaksanaan kegiatan dengan memperhitungkan kondisi lingkungan yang aman dan nyaman. Setelah diskusi lebih lanjut maka dapat dipastikan pelaksanaan program kerja kerajinan limbah ini membutuhkan kardus bekas, anak-anak kecil yang berada pada sekitar ruang lingkup Desa Druju, pemberian *reward* apa saja yang akan diberikan kepada peserta kegiatan, dan penetapan lokasi pelaksanaan program kerja yang bertempat di Aula Kantor Desa Druju.

c. Percobaan Pembuatan Kerajinan

Percobaan pembuatan kerajinan dari limbah kardus ini juga sudah melalui beberapa diskusi dengan anggota lain, hingga tercipta sebuah kesepakatan untuk membuat tempat menabung uang untuk anak-anak. Percobaan pembuatan kerajinan tangan yang dilakukan oleh tim sudah berhasil dibuat sehingga pada saat pelaksanaan kegiatan, anak-anak mendapatkan sebuah gambaran atau bentuk yang akan dibuat.

d. Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan berlangsung 1 hari selama kurang lebih 5 jam. Dengan memberikan contoh yang sudah dibuat, diharapkan anak-anak bisa menirukan dan mengerjakan kerajinan tangan dengan baik, selain itu peserta kegiatan juga diberikan keleluasaan untuk menghias kerajinan tangan yang telah dibuat sendiri dengan menggunakan cat akrilik. Peserta kegiatan berjumlah 10 anak, kemudian dibagi menjadi 3 kelompok sehingga setiap kelompok terdapat satu pendamping dari pihak mahasiswa untuk mengarahkan dan menjaga agar suasana tetap aman dan kondusif. Tak lupa pula tim tim pengabdian kepada masyarakat juga memberikan masker kepada peserta kegiatan yang tidak memakai masker sebelum pelaksanaan kegiatan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembuatan kerajinan dari limbah kardus merupakan salah satu program kerja pengabdian yang dilaksanakan oleh tim pengabdian kepada masyarakat UM 2021 di Desa Druju. Kegiatan ini muncul berawal dari ide teman-teman yang melihat adanya sampah yang semakin menumpuk diberbagai lingkungan. Maka dari itu, tim berinisiatif memanfaatkan salah satu limbah sampah yaitu kardus untuk dijadikan sebuah kerajinan yang bermanfaat.

Program kerja kerajinan limbah dilaksanakan pada Jumat, 02 Juli 2021. Kegiatan pelatihan ini diikuti oleh 10 anak yang tinggal di Desa Druju dan kemudian dibagi menjadi 3 kelompok yang masing-masing berjumlah 3 dan 4 orang. Untuk memutus tali penyebaran virus COVID-19 selama kegiatan berlangsung, teman-teman tetap mematuhi protokol kesehatan dengan memberikan masker kepada anak-anak dan tidak lupa menjaga jarak. Saat kegiatan berlangsung terdapat beberapa faktor pendukung dan penghambat ialah sebagai berikut;

Faktor Pendukung:

Faktor pendukung program daur ulang sampah kardus meliputi faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal seperti semangat, dan kemauan dari anak kecil Desa Druju serta untuk belajar. Sedangkan faktor pendukung eksternal yaitu adanya kerjasama yang kuat dari teman-teman dan juga kerjasama dengan pihak perangkat desa.

Faktor Penghambat:

Faktor penghambat dalam pelaksanaan kegiatan daur ulang sampah kardus yaitu sulitnya mengumpulkan anak di masa pandemi ini, pada hari pelaksanaan terdapat info tidak diperbolehkannya mengadakan kegiatan berkerumun. Selain itu, masyarakat Desa Druju kurang memiliki minat untuk menggunakan produk daur ulang dari sampah.

Proses pembuatan kerajinan dilaksanakan dengan tahapan sebagai berikut ini; 1) semua tim mengumpulkan limbah kardus dari masyarakat; 2) kemudian tim

berdiskusi mengenai proses pembuatan kerangka kerajinan; 3) membuat kerangka keajinan ; 4) menerapkannya kepada anak-anak. Ketika menerapkan pelatihan pembuatan kerajinan dari bahan limbah kardus kepada anak-anak, sebelumnya tim sudah menyiapkan kerangkanya sehingga memudahkan pemberian contoh pembuatan secara langsung. Setelah anak-anak menyimak cara pembuatan kerajinan yang telah diterangkan oleh tim, selanjutnya mereka mencoba untuk membuatnya. Setelah kerajinan sudah terbentuk, anak-anak diberi kebebasan untuk menghias kerajinan tersebut sesuai kreativitas dan imajinasi mereka dengan menggunakan cat akrilik. Ketika acara pelatihan sudah selesai, segenap tim memberikan apresiasi dengan memberikan hadiah kepada anak-anak atas hasil kerajinan yang telah dibuatnya dan kegiatan ini berlangsung kurang lebih 4 jam.



Gambar 1. Kegiatan pemberian contoh pembuatan kerajinan kepada anak-anak



Gambar 2. Kegiatan membuat kerajinan



Gambar 3. Hasil kerajinan



Gambar 4. Pemberian hadiah kepada perwakilan kelompok

SIMPULAN

Kegiatan ini dilangsungkan oleh tim pengabdian kepada masyarakat agar dapat mengajarkan anak-anak akan cara mengelola sampah, dalam hal ini yaitu dijadikan kerajinan. Selain itu, kerajinan juga dipilih agar anak-anak bisa berpikir kreatif dan mampu memanfaatkan sampah yang ada di sekitar menjadi hal yang berguna. Meskipun kegiatan ini hanya untuk anak-anak, diharapkan kegiatan selanjutnya juga mengundang remaja dan orang dewasa lainnya sehingga mereka juga bisa lebih memanfaatkan tentang kegunaan sampah. Serta diharapkan agar barang yang dibuat tidak hanya satu macam kerajinan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada 10 anak yang telah dengan senang hati mengikuti kegiatan ini. Terimakasih juga kepada masyarakat Desa Druju yang telah mendukung kegiatan dan menyiapkan sarana dan prasarana. Tak lupa, terimakasih kepada tim pengabdian kepada masyarakat yang dengan senang hati mendampingi dan membantu selama proses persiapan. Akhirnya, terima kasih

kepada Universitas Negeri Malang dan tim, mereka dengan senang hati mengalokasikan sejumlah dana untuk kegiatan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Anita, S., Sucipto, S., & Kurniawan, B. (2019). *Pengembangan Ide Kreatif Bank Sampah Barokah Bersama Terhadap Peningkatan Pendapatan Masyarakat Kecamatan Kota Baru Kota Jambi* (Doctoral dissertation, UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi).
- Astuti, R. D., & Budi, A. S. (2020). Upaya Pemberdayaan Masyarakat melalui Kardus (Kerajinan Daur Ulang Sampah) Plastik di Desa Manyar Kecamatan Sekaran Kabupaten Lamongan. *Jurnal Abdimas Berdaya: Jurnal Pembelajaran, Pemberdayaan dan Pengabdian Masyarakat*, 1(02), 67-72.
- Candrakirana, R. (2015). Penegakan hukum lingkungan dalam bidang pengelolaan sampah sebagai perwujudan prinsip good environmental governance di kota Surakarta. *Yustisia Jurnal Hukum*, 4(3), 581-601.
- Kurnia, R. (2012). Konsepsi Bermain dalam menumbuhkan kreativitas pada anak usia dini. *Jurnal Educhild: Pendidikan dan Sosial*, 1(1), 77-85.
- Mulyadi, S., 2004. *Bermain dan Kreativitas (Upaya Mengembangkan Kreativitas Anak Melalui Kegiatan Bermain)*. Papas Sinar Sinanti : Jakarta
- Munandar, Utami S.C. (1992). *Mengembangkan Bakat dan Kreativitas Anak Sekolah*. Jakarta : PT Grasindo
- Naswandi (2020). Deretan 10 Negara dengan sumbangan Limbah Plastik Terbesar Di Dunia.(Online)(<https://jurnalpalopo.pikiran-rakyat.com/nasional/pr43706636/deretan-10-negara-dengan-sumbangan-limbah-plastik-terbesar-di-dunia?page=2>) diakses pada tanggal 18 juli 2021.
- Nofia, A. (2019). *Pemberdayaan Perempuan Melalui Program Daur Ulang Limbah Sampah Anorganik di Kelompok Pengelola Sampah Mandiri Kardus Banjar (Studi Kasus Di Kelurahan Banjar Kecamatan Ampenan)* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Mataram).
- Priyanto, A. (2014). pengembangan kreativitas pada anak usia dini melalui Aktivitas bermain. *Jurnal Ilmiah Guru Caraka Olah Pikir Edukatif*, (2).
- Rahman, Z. (2015). Polemik pengelolaan sampah, kesenjangan antara pengaturan dan implementasi.
- Ramadhan, R. F. (2018). *Celengan Pintar Untuk Anak Berbasis Raspberry Pi* (Doctoral dissertation, Universitas Komputer Indonesia).
- Undang-undang Nomor 18 Tahun 2008 tentang Pengelolaan Sampah.
- Utami, P. P., Vioeza, N., & Putri, A. (2021). Pemberdayaan Pemulung melalui Limbah Kardus. *Jurnal Abdimas Prakasa Dakara*, 1(1), 1-11.
- Wicaksono, N. (2020). *Perencanaan Program Ekowisata Kerajinan Tangan Khas di Kabupaten Subang Provinsi Jawa Barat*.
- Yani, E. P., & Arisandy, Y. (2019). Funding Celengan Pada BPRS safirBengkulu. *Jurnal BAABU AL-ILMI: Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 3(1).

Sosialisasi Pentingnya Strategi Pemasaran dan Packaging untuk Keberhasilan Bisnis pada Generasi Muda di Desa Pringu

Renda Sufitra¹, Muhammad Aditia Syauqi², Raisa Fitri^{3*}

Universitas Negeri Malang

*E-mail: raisa.fitri.fe@um.ac.id

ABSTRAK

Abstrak: tujuan dari pengabdian masyarakat ini adalah untuk meningkatkan pemahaman generasi muda desa Pringu terutama siswa siswi SMP dan SMA Wahidiyah, Desa Pringu, Kecamatan Bululawang, Kabupaten Malang terhadap pentingnya strategi pemasaran dan packaging dalam menjalankan suatu bisnis. Oleh karena itu kami mengadakan program pengabdian Sosialisasi Pentingnya Strategi Pemasaran dan Packaging untuk Keberhasilan Bisnis untuk memberi pengetahuan mengenai bagaimana cara memasarkan suatu produk dan membuat packaging yang menarik serta cara memasarkan produk yang benar sehingga dapat menarik calon pembeli. Metode yang kami gunakan untuk melaksanakan program dimulai dari observasi lokasi. Selanjutnya melakukan koordinasi dengan kepala desa mengenai program yang akan dijalankan. Setelah mendapatkan izin dari kepala desa tim pengabdian melakukan kontak dan mengkoordinasikan program pengabdian dengan perwakilan dari SMP dan SMA Wahidiyah. Setelah mendapatkan izin dari pihak sekolah, pada hari yang telah disepakati melakukan pelaksanaan dan terakhir melakukan evaluasi hasil dari program pengabdian. Hasil dari program pengabdian masyarakat ini adalah pelajar di SMP dan SMA Wahidiyah dapat memahami pentingnya strategi pemasaran dan pengemasan serta tata cara mempromosikan produk yang dijual guna kelangsungan bisnis yang dijalankan, hal tersebut terbukti dari bagaimana mereka menerapkan teori yang mereka dapatkan pada event bazar yang di adakan pada acara pelepasan wisuda

Kata Kunci: *packaging, sosialisasi, strategi pemasaran*

PENDAHULUAN

Menjalankan sebuah bisnis tentunya sangat dipengaruhi dengan seberapa menarik produk yang kita jual, seberapa besar harga yang kita pasang untuk produk kita, lokasi strategis yang mendukung penjualan produk kita, dan promosi yang seperti apa yang akan kita lakukan agar calon pembeli tertarik untuk membeli produk kita. Ke empat hal tersebut adalah strategi bauran pemasaran yang di digunakan pembisnis hingga saat ini. (Ulus 2013) Bauran pemasaran adalah Salah satu unsur dalam strategi pemasaran terpadu adalah strategi bauran pemasaran yang merupakan strategi yang dijalankan perusahaan, yang berkaitan dengan penentuan bagaimana perusahaan menyajikan penawaran produk pada segmen pasar tertentu, yang merupakan sasaran pasarnya. Bauran pemasaran rangkaian sarana pemasaran taktis terpadu yang dapat dikendalikan (produk, harga, tempat, dan promosi) untuk mengetahui respon pasar sasaran yang diinginkan oleh perusahaan (Machfoedz, 2005). Dengan melaksanakan strategi pemasaran ini

secara tepat dan dengan analisis informasi yang benar maka, bisnis yang kita jalankan akan dapat bersaing. Tanpa melakukan strategi pemasaran tersebut kita tidak akan bisa mengetahui target pasar kita memfokuskan diri akan kemana yang menjadi bibit kegagalan suatu bisnis. Bauran pemasaran ini sendiri terdiri dari produk, harga, tempat dan promosi. Menurut Kotler dan Keller (2007) mengartikan produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dimiliki, digunakan atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen (Hermawan 2018). Dalam menjalankan sebuah bisnis, menciptakan sebuah produk harus memiliki pembeda dengan produk yang lainnya. Dengan adanya sebuah pembeda dalam bentuk inovasi atau kreatifitas membuat produk yang akan dijual mudah untuk dikenali oleh calon pembeli. Selain dari inovais dan kreatifitas dari produk yang kita jual, hal yang menarik minat calon pembeli terhadap produk kita adalah harga, harga yang kita tetapkan harus pantas terhadap produk yang akan kita jual dan tentunya memiliki daya saing harga dengan produk lain. Menurut Stanton (1998) harga adalah sejumlah uang (kemungkinan ditambah beberapa barang) yang dibutuhkan untuk memperoleh beberapa kombinasi sebuah produk dan pelayanan yang menyertainya. Penetapan harga dipengaruhi oleh permintaan produk, target pangsa pasar, reaksi pesaing, strategi penetapan harga, bagian lain di luar bauran pemasaran dan biaya operasional (Hermawan 2018). Menentukan harga menjadi hal yang cukup berat dalam persaingan bisnis. Dasarnya kita tidak bisa menetapkan harga dibawah modal yang kita keluarkan, maka apabila hal tersebut terjadi yang menjadi senjata kita ada di pembeda produk, semakin menarik produk yang kita jual maka akan membuat calon konsumen tidak akan ragu untuk membeli produk kita sekalipun produk yang kita jual memiliki harga di atas produk yang dijual pesaing kita karena dasarnya harga akan menyesuaikan kualitas, semakin bagus kualitas maka akan semakin tinggi harga. Menetapkan sebuah harga dalam bisnis, jangan sasmpai memberikan diskon di bawah harga pokok produksi. Sekalipun kita memberikan sebuah diskon, paling tidak harus sesuai dengan harga pokok produksinya agar tidak rugi.

Sekalipun produk dan harga yang kita tetapkan menurut kita sudah sangat bersaing tanpa adanya tempat yang strategis, bisnis kita akan sepi pembeli. Agar bisnis kita bisa menarik calon pembeli kita harus menempatkan lokasi bisnis di tempat dimana konsumen mudah untuk menemukan produk kita. Kotler (2009) menyatakan bahwa lokasi (Place) adalah suatu strategi yang menentukan dimana dan bagaimana kita menjual suatu produk tertentu. Yang terpenting dalam strategi ini adalah menetapkan lokasi, distributor atau outlet dimana konsumen dapat melihat dan membeli barang yang ditawarkan itu (Hermawan 2018). Ketika kita sudah mendapatkan tempat yang strategis untuk bisnis kita berjalan, selanjutnya yang dilakukan adalah promosi. Pada dasarnya promosi adalah semua kegiatan yang bermaksud mengomunikasikan atau menyampaikan suatu produk kepada pasar sasaran untuk memberi informasi tentang keistimewaan, kegunaan dan yang

paling ,penting adalah tentang keberadaannya, untuk mengubah sikap ataupun mendorong orang untuk bertindak (Hermawan 2018). Promosi ini sendiri menjadi salah satu elemen dari bauran pemasaran yaitu 4P; Product, Price, Place dan Promotion. 4P ini adalah salah satu bentuk strategi pemasaran yang menjadi senjata utama bagi pembisnis dalam memasarkan produk untuk menciptakan kepuasan konsumen (Rachmawati 2015). Dalam berbisnis promosi mengambil peranan yang sangat penting demi meningkatkan volume penjualan karena sedikit banyaknya produk kita yang terjual berhubungan langsung dengan kelangsungan hidup bisnis yang kita jalankan (Pradiani, Penjualan, dan Malang 2017). Tanpa adanya promosi yang kita lakukan untuk produk kita, tentu konsumen tidak akan mengenal dan mengetahui produk yang kita jual, dasarnya ketika konsumen tidak tahu maka penjualan akan kecil atau bahkan tidak terjual sama sekali, ketika tidak ada produk yang terjual kita tidak akan bisa memutar modal untuk melanjutkan bisnis kita dan berakhir dengan kepailitan. Salah satu strategi promosi yang sangat berpengaruh terhadap minat calon pembeli adalah pengemasan. Pengemasan adalah ilmu, seni, dan teknologi yang bertujuan untuk melindungi produk saat akan dikirim yang dibuat secara menarik dan mempunyai daya pikat dari orang yang ingin membeli produk tersebut . memiliki fungsi sebagai alat komunikasi antara produsen dengan calon konsumen, sehingga dalam desain kemasan harus memuat informasi informasi yang harus diketahui oleh calon konsumen (Mukhtar dan Nurif 2015), yang artinya, jati diri dari produk yang kita jual hanya bisa di lihat oleh calon pembeli dari pengemasan produk yang kita lakukan, mulai dari pengenalan produk berupa identitas, bahan yang digunakan, hingga fungsi dari produk tersebut karena dalam pengemasan memuat brand, logo dan info info lain yang dibutuhkan oleh calon pembeli. *Branding* adalah nama, istilah, simbol atau design khusus atau beberapa kombinasi unsur unsur *brand name* dan *brand mark* yang dirancang untuk mengidentifikasi produk yang ditawarkan penjual. Dengan adanya *branding* ini dapat membedakan produk yang kita jual dengan produk lain (Guspul 2018). brand disini lebih ke brand name dimana brand name ini adalah suatu merk yang dapat di sebutkan dengan indra pengecap. Dan brand mark berupa simbol yang berfungsi untuk visual dan simbol serta pembeda dari produk kita dengan produk lain. Brand mark ini berupa logo yang tertempel pada sebuah kemasan pada tiap produk. Logo ini sendiri merupakan karya design yang melibatkan unsur design berupa bentuk, warna, tekstur, dan ruang yang berfungsi sebagai identitas suatu entitas untuk membedakannya dengan yang lain yang berfungsi sebagai identitas visual utama dalam *branding* (Listya dan Rukiah 2018). dari penjelasan dari brand dan logo dapat kita simpulkan ke dua hal ini adalah satu kesatuan dari strategi pengemasan yang menjadi salah satu media promosi dalam memperkenalkan produk yang kita jual kepada calon pembeli.

Dalam proses pertimbangannya bisnis harus berorientasi pada kebutuhan pembeli bukan hanya kepentingan semata seperti kualitas produk dan pelayanan yang prima agar produk yang dihasilkan dapat diterima dengan baik oleh calon

pembeli karena pada dasarnya produk ini adalah titik sentral dari kegiatan strategi pemasaran, oleh karena itu tingkat keberhasilan suatu bisnis dapat diukur dari feedback calon pembeli terhadap produk kita tersebut (Rusmadi 2016). Dengan melaksanakan strategi bauran pemasaran yang memuat ke empat strategi yaitu produk, harga, tempat dan promosi. dengan melaksanakan strategi pemasaran ini secara tepat dan dengan analisis informasi yang cermat maka, bisnis yang kita jalankan akan dapat bersaing dan bertahan, ketika bisnis dapat bersaing dan bertahan maka orientasi terhadap profitpun berjalan lancar dan menghasilkan sebuah keuntungan.

Berdasarkan pengamatan penulis ketika melakukan survey dan melakukan wawancara di awal dengan Kades Desa Pringu bahwa rata-rata mata pencaharian penduduk Desa Pringu adalah petani jagung padi dan perkebunan tebu, karena potensi dari desa pringu ini sendiri ada pada hasil buminya ini yang berupa pagi, jagung dan tebu. Namun, hampir dari survey yang dilakukan penulis tidak ada melihat umkm yang berdiri padahal dalam pengamatan yang dilakukan, penulis melihat banyak kios kios yang tutup yang menimbulkan pertanyaan dibenak penulis mengenai alasan kios kios tersebut tidak berjalan lagi. Pada awal wawancara penulis menyakan kepada Kades alasan minimnya umkm didesa pringu. Kami mendapatkan jawaban bahwa sedikitnya umkm di desa Pringu dikarenakan kurangnya pemahaman masyarakat terhadap strategi pemasaran yang menarik, seperti membuat olahan produk dari hasil perkebunan dan pertanian, bagaimana cara memasarkan produk, mendesain produk agar menarik dan memiliki nilai jual yang tinggi. Menjual produk yang terpenting adalah mendapatkan kesan awal dari calon pembeli. Apabila calon pembeli tidak tertarik, seaneak apapun seaneak apapun kualitas produk yang kita jual maka tidak akan dapat terjual. Salah satu cara untuk menarik minat calon pembeli adalah dengan pengemasan yang menarik dengan membuat logo yang menarik dan mudah diingat, kemasan yang membuat visual dari produk yang kita jual terlihat cantik. Namun tidak cukup hanya dengan melakukan pengemasan produk yang menarik, ketika pemngemasan sekiranya sudah menarik maka promosikan, memperkenalkan produk yang kita jual kepada calon pembeli dengan berbagai media, bisa menggunakan media sosial (promosi online), ataupun menyebar brosur. David W. Cravens mengatakan bahwa penetapan pasar sasaran artinya memilih konsumen atau organisasi yang akan dilayani manajemen dalam pasar produk. Strategi ini dipengaruhi oleh kematangan pasar, keanekaragaman kebutuhan dan preferensi pembeli, ukuran perusahaan dibanding pesaingnya, sumber daya dan prioritas perusahaan, serta besarnya pasar yang diperlukan untuk mencapai keadaan keuangan yang menguntungkan. (Pasigai 2009). Dari kutipan diatas dapat kita pahami, hal yang membuat bisnis kita tidak dapat berjalan adalah karena kita tidak memahami konsep strategi pemasaran yang kita lakukan. Maka pengetahuan akan Strategi pemasaran memang harus kita kuasai agar bisnis yang kita jalankan dapat bersaing dan bertahan.

Berdasarkan permasalahan di atas, penulis berencana mengadakan kegiatan pengabdian berupa sosialisasi mengenai pentingnya strategi pemasaran dan packaging untuk meningkatkan kualitas masyarakat dalam berbisnis namun dikarenakan kondisi yang tidak mendukung mengharuskan kami mengganti konsep pengabdian kami menjadi sosialisasi pentingnya strategi pemasaran untuk meningkatkan kualitas generasi muda desa Pringu terhadap bisnis. Tujuan diadakannya pengabdian sosialisasi pentingnya strategi pemasaran kepada generasi muda di desa Pringu ini adalah untuk meningkatkan pemahaman generasi muda desa Pringu terhadap pentingnya strategi pemasaran dan packaging dalam menjalankan suatu bisnis.

METODE

Dalam kegiatan pengabdian masyarakat mengenai Sosialisasi Pentingnya Strategi Pemasaran dan *Packaging* untuk Keberhasilan Bisnis pada Generasi Muda terdapat tahapan yang harus dilakukan, sebagai berikut:

Lokasi kegiatan:

Pelaksanaan program pengabdian Sosialisasi Pentingnya Strategi Pemasaran dan *Packaging* untuk Keberhasilan Bisnis pada Generasi Muda Desa Pringu, Kecamatan Bululawang, Kabupaten Malang, Jawa Timur. Tepatnya di SMP dan SMA Wahidiyah dan Dihadiri oleh 76 siswa siswi SMP dan SMA Wahidiyah, pelaksanaan kegiatan pengabdian dilaksanakan di aula lantai 3 sekolah wahidiyah

Partisipan kegiatan:

Program pengabdian masyarakat ini dilaksanakan dengan persetujuan Kepala Desa Pringu serta koordinasi dengan pihak sekolah, yaitu Kepala Sekolah dan Kesiswaan SMP dan SMA Wahidiyah Desa Pringu. Pola pengumpulan peserta pengabdian dilaksanakan dengan memberikan himbauan kepada peserta pengabdian untuk berkumpul di aula lantai 3 SMP Wahidiyah dengan dipisah antara laki laki dan perempuan.

Adapun tahapan dari metode yang dilaksanakan, yaitu (a) tahap perencanaan, (b) tahap pelaksanaan (c) tahap evaluasi.

Tahap Perencanaan

Diawali dengan meminta izin kepada Kades desa Pringu untuk menjalankan program kerja sosialisasi pentingnya strategi pemasaran dan packaging untuk keberhasilan bisnis pada generasi muda, dilanjutkan dengan melakukan koordinasi dengan pihak SMP dan SMA Wahidiyah mengenai program pengabdian tersebut. Setelah mendapatkan izin menjalankan program pengabdian di SMP dan SMA Wahidiyah, tim pengabdian melakukan koordinasi dengan pemateri yang akan mengisi acara pada hari pelaksanaan

Tahap Pelaksanaan

Kami melakukan kegiatan pengabdian masyarakat berupa sosialisasi pentingnya strategi pemasaran dan packaging untuk keberhasilan bisnis pada generasi muda dengan sasaran siswa siswi SMP dan SMA Wahidiyah desa Pringu, Kecamatan Bululawang. Pelaksanaan acara diadakan pada tanggal 28 juni 2021 dan dilaksanakan di aula lantai 3 SMP Wahidiyah yang memuat kurang lebih 76 peserta pengabdian dari SMP dan SMA Wahidiyah. Dimulai dengan sesi perkenalan dilanjutkan penjelasan dari pemateri, setelah pemateri selesai menjelaskan materi yang dibaawakan dilanjutkan dengan sesi tanya jawab dan quiz dan diakhiri dengan pembagian hadiah serta penutupan acara sosialisasi. Setelah kegiatan pengabdian sosialisasi pentingnya strategi pemasaran dan packaging untuk keberhasilan bisnis dilakukan kegiatan pendampingan kepada peserta pengabdian dari tim pengabdian demi kelancaran acara bazar yang akan di adakan di pelepasan wisuda SMP dan SMA Wahidiyah. Pendampingan yang dilakukan oleh tim pengabdian berupa mengajarkan kepada peserta pengabdian cara menentukan harga melalui rumus harga pokok produksi, mengenalkan mereka tentang modal yang di gunakan dalam produksi, biaya over head, dan biaya tenaga kerja, menjelaskan kepada peserta pengabdian tentang jenis produk yang dapat dijual tidak hanya terbatas pada produk yang sudah jadi, dapat mengolah produk setengah jadi menjadi produk jadi sehingga peserta pengabdian dapat menambahkan suatu inovasi maupun kreatifitas mereka pada produk tersebut.

Tahap Evaluasi

Peserta pengabdian sangat antusias dengan kegiatan sosialisasi pentingnya strategi pemasaran dan packaging yang diadakan . hal tersebut terlihat dari cara peserta pengabdian yang mendengarkan materi dengan seksama dan juga mencatat materi yang dijelaskan. Keantusiasan peserta pengabdian juga dapat dilihat dari kualitas pertanyaan peserta pengabdian pada sesi tanya jawab dan ketepatan jawaban dari peserta pengabdian ketika sesi quiz. Hal yang perlu ditingkatkan pada program pengabdian ini adalah memaksimalkan peran tim pengabdian untuk menyikapi beberapa peserta pengabdian yang kurang kondusif.

HASIL & PEMBAHASAN

Kegiatan Sosialisasi Pentingnya Strategi Pemasaran dan Packaging untuk Keberhasilan Bisnis pada Generasi Muda di SMP dan SMA Wahidiyah yang menghadirkan siswa siswinya sebagai peserta untuk meningkatkan pemahaman generasi muda desa Pringu terhadap pentingnya promosi dan pemasaran pada suatu bisnis dan menekankan pada generasi muda bahwa tanpa memahami konsep dasar strategi pemasaran dalam melakukan suatu bisnis, bisnis tidak akan bisa bersaing atau bertahan. Kegiatan sosialisasi pentingnya strategi pemasaran

untuk generasi muda dapat dikatakan berjalan dengan lancar tanpa adanya hambatan.

Kegiatan pelaksanaan pengabdian sosialisasi pentingnya strategi pemasaran dan packaging untuk keberhasilan bisnis pada generasi muda dilaksanakan pada hari Selasa, tanggal 28 juni 2021 yang dimulai pada pukul 08.00 WIB sampai menjelang sore. Sebelum acara dimulai, tim pengabdian masyarakat melakukan perkenalan terlebih dahulu dengan peserta pengabdian dan memberikan sedikit gambaran mengenai pentingnya strategi pemasaran untuk bisnis pada peserta pengabdian. Selanjutnya setelah perkenalan tersebut dimulailah kegiatan pengabdian sosialisasi pentingnya strategi pemasaran dan packaging untuk keberhasilan bisnis pada generasi muda yang dibawakan oleh pemateri. Berbagai hal yang dijelaskan oleh pemateri mengenai strategi pemasaran dan bauran pemasaran menjadi hal yang sangat menarik bagi peserta pengabdian karena tidak hanya dari segi materi saja yang menarik, cara pemateri menjelaskanpun sangat menarik dan berkesan pada peserta pengabdian karena dibawakan dengan santai dan menyesuaikan bahasa keseharian peserta pengabdian. Jadi, bagi peserta pengabdian sangat mudah untuk mencerna penjelasan dari pemateri. Dalam penjelasannya pemateri mengatakan bahwa bauran pemasaran adalah strategi yang sudah banyak dilakukan oleh para pembisnis. Dalam bauran pemasaran ini terdapat empat unsur yang harus diperhatikan baik baik dalam mendirikan suatu bisnis yaitu (1) produk yang berbeda dengan produk lain atau produk yang sama dan diberi suatu tambahan berupa inovasi baru ataupun meningkatkan kreatifitas produk yang akan dijual, (2) menetapkan harga yang dapat bersaing dengan produk lain, (3) memilih tempat yang strategis, dalam menjalankan sebuah bisnis pilihan kita adalah dekat dengan bahan baku atau dekat dengan pasar, yang artinya disini dalam memilih tempat kita juga harus tahu target pasar bisnis kita dan yang terakhir (4) mempromosikan produk kita melalui media offline berupa pamflet atau katalog atau dengan media online menggunakan media sosial seperti instagram, gacebook, dan twitter. Pemateri juga menjelaskan, tidak cukup hanya dengan melakukan ke empat unsur tersebut ada hal yang tidak kalah pentingnya dengan strategi bisnis diatas. Hal tersebut adalah pengemasan. Pada awalnya kemasan (package) hanya digunakan untuk mengemas suatu benda/produk agar tetap dalam kondisi yang baik (Setiawan & Oemar, 2015). Pada perkembangan kemasan berfungsi dari sebuah pelindung dari sebuah produk tapi lebih dari itu. Desain kemasan justru kiat menguatkan persepsi sebuah kualitas produk. Tampilan dan estetika kemasan justru menjadi sangat penting dalam membangun brand sebuah produk. Setiadi (2005) menjelaskan fungsi kemasan sebagai informasi, sebagai pelindung produk, dan branding/merek (Permadi, Susatyo, & Pujotomo, 2017) (Kurniawan et al. 2021). Pengemasan memuat segala informasi mengenai produk kita, yang tentunya akan mempengaruhi minat dari calon pembeli, dan di pengemasan itu juga memuat

brand dan logo bisnis kita yang akan membuat calon konsumen langsung mengenali produk yang kita jual.



Gambar 1. Pemateri mengisi acara sosialisasi

Hal tersebut dapat dibuktikan dari keantusiasannya peserta dalam mencatat materi yang dibawakan, mereka benar-benar mencatat poin-poin penting yang dijelaskan di buku atau kertas yang mereka bawa, kondisi dari kegiatan pengabdian dapat dikatakan kondusif walaupun ada beberapa yang tertidur dan bercerita ketika kegiatan dilaksanakan.



Gambar 2. Siswa dan Siswi mencatat Materi yang di sampaikan

Ketika pemateri selesai membawakan materinya, moderator membuka sesi tanya jawab yang mana pada sesi tanya jawab ini menjadi media bagi tim pengabdian untuk mengetahui feedback dari peserta pengabdian terhadap sosialisasi pentingnya strategi pemasaran dan packaging ini. Feedback yang diharapkan tim pengabdian benar-benar muncul, banyak dari peserta pengabdian ingin mengajukan pertanyaan dan kami hanya memilih tiga peserta untuk mengajukan pertanyaan dikarenakan waktu yang terbatas. Salah satu pertanyaan dari peserta yang dilontarkan kepada pemateri adalah cara agar bisnis yang kita jalankan agar tetap dapat bertahan maupun bersaing di masa pandemi. Jawaban pemateri mengenai pertanyaan tersebut adalah dengan melakukan promosi di

media sosial, membuat calon pembeli tertarik dengan promo promo yang diberikan seperti memberikan diskon beli 2 gratis 1 atau mungkin potongan harga. Selain promosi dari media sosial beri juga calon pembeli tersebut sample produk. Apabila yang dijual adalah jasa maka beri tahukan review yang di dapat, apabila produk makanan maka diberi tester produk yang dijual kepada calon pembeli, apabila berbentuk benda seperti baju, tas dan sepatu tentunya dengan memberikan kesempatan calon pembeli untuk melakukan kontak langsung dengan produk agar calon pembeli mengetahui kualitas produk yang dijual.



Gambar 3. Sesi tanya Jawab

Ketika pertanyaan dari ke tiga peserta pengabdian ini selesai, dilanjutkan dengan pemateri menjawab pertanyaan pertanyaan peserta tersebut. Mendengar jawaban yang diberikan oleh pemateri membuat peserta pengabdian ini tersenyum kagum. Karena, dalam menjawab pertanyaan peserta ini pemateri menggunakan bahasa yang mudah dimengerti dan membuat peserta ini merasa benar benar puas atas jawaban yang diberikan dan menimbulkan sebuah kepercayaan diri ketika akan merencanakan mendirikan sebuah bisnis..

Usai sesi tanya jawab dilaksanakan, moderator membuka sesi quiz yang dipimpin langsung oleh pemateri. Tujuan dari sesi quiz ini adalah memperkuat pengamatan tim pengabdian terhadap feedback dari peserta pengabdian. Pertanyaan demi pertanyaan disebutkan dan cukup banyak yang mengangkat tangan untuk menjawab pertanyaan dari pemateri, namun dari yang diamati tim pengabdian peserta yang mengangkat tangan pada sesi quiz ini lebih sedikit dibandingkan pada sesi tanya jawab sebelumnya.



Gambar 3. Siswa menjawab quiz dari pemateri

Mendekati akhir acara, moderator menutup sesi quiz dan dilanjutkan dengan sesi pemberian hadiah kepada peserta pengabdian yang mengajukan pertanyaan dan menjawab quiz sebagai bentuk apresiasi dari tim pengabdian terhadap keaktifan peserta pengabdian



Gambar 4. Sesi Pemberian Hadiah

Akhir acara setelah hadiah di berikan kepada peserta pengabdian tersebut. Moderator menutup acara dan meminta tim pengabdian berfoto dengan peserta pengabdian. Peserta pengabdian langsung menata posisi dan barisan untuk melakukan sesi berfoto dengan tim pengabdian.

Setelah sesi berfoto selesai beberapa dari peserta pengabdian menghampiri tim pengabdian dan meminta tim pengabdian untuk ikut serta dalam event bazar yang di adakan pada acara pelepasan wisuda SMP dan SMA Wahidiyah yang diadakan pada hari Selasa, 6 Juli 2021 untuk menilai dan mengawasi apakah mereka sudah benar dalam menerapkan strategi pemasaran. Menanggapi

informasi tersebut, tim pengabdian berkoordinasi dengan perwakilan sekolah dan menawarkan diri untuk ikut andil dalam kegiatan event bazar untuk menilai dan membantu mengawasi kegiatan peserta pengabdian sebagai bentuk praktik dari teori yang dibawakan oleh pemateri dan menjadikan kegiatan tersebut menjadi tahap pendampingan dari tim pengabdian untuk peserta pengabdian.



Gambar 5. Sesi Foto usai Sosialisasi Promosi dan Pemasaran

Tahap pendampingan yang dilakukan oleh tim pengabdian adalah dengan menjelaskan kepada peserta pengabdian mengenai tata cara menentukan harga melalui rumus harga pokok produksi, mengenalkan mereka tentang modal yang di gunakan, biaya over head, dan biaya tenaga kerja, menjelaskan kepada peserta pengabdian tentang jenis produk yang dapat dijual tidak hanya terbatas pada produk yang sudah jadi, dapat mengola produk setengah jadi menjadi produk jadi sehingga peserta pengabdian dapat menambahkan suatu inovasi maupun kreatifitas mereka pada produk tersebut.

Demikian kegiatan pengabdian masyarakat ini, khususnya untuk siswa siswi SMP dan SMA Wahidiyah dengan diadakannya kegiatan pengabdian ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman generasi muda desa Pringu terhadap pentingnya strategi pemasaran dalam menjalankan suatu bisnis.

SIMPULAN

Dari Kegiatan Sosialisasi Pentingnya Strategi Pemasaran dan Packaging untuk Keberhasilan Bisnis pada Generasi Muda di SMP dan SMA Wahidiyah Desa Pringu, Kecamatan Bululawang, Kabupaten Malang. Nilai yang paling utama diperoleh adalah mengenai besarnya pengaruh suatu strategi pemasaran dalam berbisnis, pentingnya pengemasan yang memuat logo, brand, dan informasi pada produk, dan cara mempromosikan produk yang tepat dengan menggunakan media offline maupun online.

Dengan diadakannya tahap pendampingan pada acara bazar berupa memberikan informasi tambahan mengenai perhitungan harga pokok produksi dapat membuat peserta pengabdian dengan mudah menghitung kemungkinan profit yang akan mereka dapatkan dan menentukan harga yang dapat bersaing serta tidak mengalami kerugian dalam menjalankan bisnis mereka di event bazar.

SARAN

Video profil yang diberikan akan terus digunakan untuk acara desa agar masyarakat sekitar juga mengetahui potensi-potensi dari Desa Pringu. Selain itu video profile tersebut dapat dipublikasikan melalui youtube Desa Pringu agar lebih dikenal oleh masyarakat luas.

UCAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulillah pelaksanaan program pengabdian berupa Sosialisasi Pentingnya Strategi Pemasaran dan packaging untuk Keberhasilan Bisnis pada Generasi Muda di SMP dan SMA Wahidiyah Desa Pringu, Kecamatan Bululawang berjalan lancar. Pertama, kami ingin menyampaikan terima kasih kepada Ibu Raisa selaku dosen pembimbing lapangan yang telah memberikan arahan dalam melaksanakan program kerja kami. Kedua, kami berterimakasih kepada Kepala Sekolah dan Kesiswaan SMP dan SMA Wahidiyah yang sudah mempercayakan pelaksanaan program kerja kami serta peserta pengabdian yang berpartisipasi dalam acara sosialisasi tersebut. Tidak lupa kami sampaikan terimakasih kepada LP2M Universitas Negeri Malang yang mendukung terlaksanakannya program kerja kami dengan memberikan pembiayaan dalam persiapan program Kegiatan Sosialisasi Pentingnya Strategi Pemasaran dan Packaging untuk Keberhasilan Bisnis pada Generasi Muda

DAFTAR PUSTAKA

- Guspul, Ahmad. 2018. "Pengaruh Strategi Green Marketing Pada Bauran Pemasaran Dan Citra Merk Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Membeli Produk Herbalife (Studi Kasus Pada Club Sehatway Di Wonosobo)." *Jurnal Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat UNSIQ* 5(1): 107–22.
- Hermawan, Haris. 2018. "Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan, Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Dalam Pembelian Roti Ceria Di Jember." *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia* 3(2): 152. <http://jurnal.unmuhjember.ac.id/index.php/JMBI/article/view/21>.

- Kurniawan, Dediek Tri, Inanda Shinta Anugrahani, Arum Prasasti, dan Raisa Fitri. 2021. "Pelatihan Dan Pendampingan UMKM Di Desa Gajahrejo Dalam Pembuatan Desain Kemasan Inovatif Oleh-Oleh Khas Malang Untuk Meningkatkan Daya Saing Produk Di Desa Gajahrejo Terletak Di Kecamatan Berbatasan Langsung Dengan Samudra Hindia Sehingga Memiliki Kawasa." 3(April).
- Listya, Ariefika, and Yayah Rukiah. 2018. "Visual Branding Produk Belimbing Olahan Umkm Depok Melalui Desain Logo." *Desain Komunikasi Visual, Manajemen Desain dan Periklanan (Demandia)* 3(02): 199.
- Mukhtar, Sukrianti, dan Muhammad Nurif. 2015. "Peranan Packaging Dalam Meningkatkan Hasil Produksi Terhadap Konsumen." *Jurnal Sosial Humaniora* 8(2): 181.
- Pasigai, Moh. Aris. 2009. "Pentingnya Konsep Dan Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis." *Jurnal Ilmu Ekonomi Studi Pembangunan* 1(1): 51–56.
- Pradiani, Theresia, Volume Penjualan, and Singosari Malang. 2017. "Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil." *Jibeka* 11: 46–53.
- Rachmawati, Rina. 2015. "Peranan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Terhadap Peningkatan Penjualan." *Jurnal Kompetensi Teknik* 2(2): 143–50.
- Rusmadi. 2016. "Analisis Strategi Pemasaran Bisnis Modern." *Jurnal Ilmiah Indonesia* 1(4): 69–78.
- Ulus, Algrina. 2013. "Bauran Pemasaran Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Pada Pt. Astra Internasional Manado." *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 1(4): 1134–44.

Seminar Pengelolaan Akad Syariah di Lembaga Keuangan Mikro Syariah (LKMS)

Vega Wafaretta*, Dian Syariati, Muhammad

Universitas Negeri Malang

*Email: vega.wafaretta.fe@um.ac.id

ABSTRAK

Industri Keuangan Syariah (IKS) saat ini berkembang pesat dan banyak isu terkait sejauh mana praktik dan pengelolaan akad di lapangan sesuai dengan teori. Untuk merespon hal itu, maka dalam pembelajaran akuntansi syariah perlu melibatkan pelaku industri agar mahasiswa dapat memperoleh gambaran praktik akad. Oleh karena itu, perlu dilakukan pengabdian dengan melakukan seminar daring bagi mahasiswa tentang praktik akad syariah di Lembaga Keuangan Mikro Syariah (LKMS), yaitu Bitul Maal Wattambil (BMT) Ngabar, Ponorogo. Seminar "Praktik Akad Syariah di LKMS". Isu-isu yang didiskusikan lebih lanjut antara lain pengelolaan BMT di lingkungan pondok pesantren dengan memegang teguh nilai-nilai ke-Islam-an, tantangan LKMS untuk bersaing dengan lembaga keuangan lain, akad murabahah sebagai akad yang paling banyak digunakan, terkadang ditemui piutang murabahah atau tagihan pembiayaan yang sulit ditagih, serta BMT yang berperan dalam membantu perekonomian di masyarakat sekitar BMT. Secara umum peserta mahasiswa mempersepsikan kegiatan seminar memberikan kontribusi pengetahuan tentang pengelolaan LKMS dan akad yang digunakan.

Kata kunci: *akad, BMT, LKMS*

PENDAHULUAN

Industri Keuangan Syariah (IKS) saat ini berkembang pesat, baik lembaga keuangan seperti bank syariah, maupun non-bank seperti gadai syariah, asuransi syariah, pembiayaan syariah, hingga pasar modal syariah (Otoritas Jasa Keuangan (OJK) 2020). Seluruh aktivitas di IKS pasti menggunakan akad-akad syariah. Banyak isu-isu terkait pelaksanaan akad syariah di lapangan seperti bagaimana praktik akad di lapangan dan sejauh mana kesesuaiannya dengan teori.

Untuk merespon hal itu, maka dalam pembelajaran akuntansi syariah perlu melibatkan pelaku industri agar mahasiswa dapat memperoleh gambaran (Chibi 2018), termasuk mengenai aplikasi akad syariah. Tidak hanya dari segi teori saja, pelibatan praktisi dalam perkuliahan dapat membantu memberikan wawasan praktis ke mahasiswa. Kelengkapan dalam pembelajaran ini dapat menjembatani gap antara teori dan praktik (Camsooksai 2002; Leigh, Howarth, and Devitt 2005).

Oleh karena itu, perlu dilakukan pengabdian untuk melakukan seminar daring bagi mahasiswa dengan narasumber pelaku IKS. Pengabdian dikhususkan untuk mensosialisasikan pengelolaan akad syariah di Lembaga Keuangan Mikro Syariah (LKMS). Hal ini dikarenakan LKMS memiliki karakteristik seperti lingkup wilayah tertentu dan lembaga mikro yang berpotensi menghadapi lebih banyak tantangan dalam praktiknya. Paper ini memaparkan kegiatan seminar

daring bagi mahasiswa yang menempuh mata kuliah akuntansi syariah terkait “Pengelolaan Akad Syariah di LKMS”.

METODE

Metode pelaksanaan kegiatan seminar daring ini terdiri dari beberapa langkah. Langkah pertama adalah analisis kebutuhan, yaitu mencermati kebutuhan mahasiswa atas gambaran riil akad syariah. Hal ini dikarenakan mahasiswa belum pernah menemui akad-akad syariah sebelumnya di mata kuliah lain. Sementara itu, di mata kuliah akuntansi syariah, mahasiswa dituntut harus memahami akad syariah sekaligus akuntansinya. Karena mahasiswa masih sulit memperoleh gambaran bagaimana pelaksanaan akad syariah, maka mahasiswa perlu mengetahui praktik dan pengelolaan akad syariah di lapangan yang mendorong perlunya kegiatan seminar ini.

Langkah kedua adalah persiapan seminar daring yang meliputi 1) penentuan tanggal pelaksanaan dan narasumber; 2) diskusi topik dan bahasan yang perlu disampaikan oleh narasumber, yaitu terkait pengelolaan BMT dan akad-akad syariah yang digunakan; serta 3) mempersiapkan berkas undangan dan media seminar. Seminar daring dilaksanakan dengan media zoom.

Langkah ketiga adalah pelaksanaan kegiatan. Partisipan kegiatan seminar adalah 310 mahasiswa, yang terdiri dari mahasiswa semester 2 atau angkatan 2020 dan mahasiswa semester 6 atau angkatan 2018 yang menempuh akuntansi syariah.

Langkah keempat adalah menghimpun umpan balik dari partisipan. Umpan balik memuat kepuasan terkait sejauh mana seminar memberikan kontribusi/manfaat pengetahuan bagi peserta. Tingkat kepuasan diukur dengan skala likert 1-5, yaitu 1 adalah sangat tidak setuju hingga 5 adalah sangat setuju. Umpan balik diisi oleh peserta mahasiswa dengan googleform.

HASIL & PEMBAHASAN

Hasil kegiatan seminar “Pengelolaan Akad Syariah di LKMS” dijabarkan dalam beberapa subbahasan, yaitu pelaksanaan (peserta dan materi seminar dari narasumber), materi/bahasan yang didiskusikan dalam tanya jawab, dan umpan balik peserta.

Pelaksanaan Kegiatan Seminar

Seminar dilaksanakan secara daring pada hari Jumat, 23 April 2021 pukul 8.00 – 11.00 WIB. Narasumber adalah Bapak Drs. Alwi Mudhofar, M.Pd.I. dari Baitul Maal wa Tamwil (BMT) Ngabar, Pondok Pesantren Wali Songo, Ponorogo,

Jawa Timur yang hampir empat (4) tahun mengelola BMT sejak beroperasi pada 10 Agustus 2017. Screenshot zoom pelaksanaan seminar ditampilkan pada Gambar 1 berikut.



Gambar 1. Kegiatan Seminar Daring “Pengelolaan Akad Syariah di LKMS”

Materi yang disampaikan oleh narasumber antara lain BMT telah memiliki struktur organisasi yang terdiri dari pengawas syariah, pengawas manajemen, pengurus, dan pengelola. Sebagaimana entitas syariah lainnya, BMT Ngabar juga memiliki pengawas syariah untuk mengawasi akad dan kegiatan operasional tetap sesuai koridor syariah. Sementara itu, pengawas manajemen mengawasi pengelolaan atau aspek manajerial BMT. Pengurus adalah yang menjadi penanggung jawab kepengurusan BMT, sedangkan pengelola adalah pelaku teknis kegiatan di BMT. Dalam pengelolaannya, BMT juga melibatkan santri untuk mengetahui kegiatan operasional BMT. Sementara itu, jumlah pengguna mencapai lebih dari 3.000 orang yang merupakan nasabah BMT, baik dari kalangan santri atau masyarakat sekitar pondok.

BMT Ngabar memiliki beberapa produk simpanan, baik simpanan biasa, khusus santri, untuk qurban, dan berjangka. Penyaluran dana BMT diberikan melalui beberapa akad, yaitu murabahah, musyarakah, ijarah multijasa, dan mudharabah. Akad yang paling banyak digunakan adalah murabahah.

Isu-isu yang Didiskusikan dalam Kegiatan Tanya Jawab

Selain materi utama, terdapat isu-isu yang didiskusikan lebih lanjut dalam sesi tanya jawab. Beberapa isu tersebut ditampilkan pada Tabel 1 berikut

Tabel 1. Isu-Isu dalam Diskusi Seminar “Pengelolaan Akad Syariah di BMT Ngabar”

No.	Materi
1	Tantangan operasional BMT
2	Pengelolaan BMT di lingkungan pondok pesantren dan nilai-nilai ke-Islam-an
3	Pembiayaan dan simpanan yang dihimpun
4	Praktik akad syariah
5	Peran BMT dalam membantu perekonomian di masyarakat sekitar BMT

Sumber: Data Diolah

Narasumber memaparkan bagaimana LKMS bersaing secara kompetitif dengan lembaga keuangan lain untuk memberikan penyaluran dana karena masyarakat yang bervariasi. Terdapat masyarakat yang mempertimbangkan akad syariah karena religiusitas, tetapi sebagian masyarakat lain tidak melihat perbedaan antara syariah dan konvensional yang berorientasi pada biaya rendah untuk memperoleh pembiayaan maupun keuntungan yang diperoleh (Warsame 2020). Peserta juga memperoleh wawasan bagaimana pondok pesantren memegang nilai-nilai ke-Islam-an yang diterapkan juga dalam operasional BMT (Podungge 2014).

Selain itu, dari keempat pembiayaan yang diberikan, ternyata akad yang paling banyak disalurkan adalah murabahah. Sudah menjadi pengetahuan umum bahwa akad yang paling banyak digunakan dan jumlahnya paling material di lembaga keuangan syariah adalah murabahah. Sebagaimana lembaga keuangan syariah lainnya, kadang ditemui piutang murabahah atau tagihan pembiayaan yang macet atau sulit ditagih. Tidak hanya dimanfaatkan oleh santri, tetapi seperti LKMS di lingkungan pondok lainnya, terdapat jaringan wali santri dan masyarakat sekitar pondok (Masrifah 2020) yang dapat mengajukan pembiayaan dan melakukan simpanan. Dengan demikian, BMT Ngabar juga berkontribusi dalam perekonomian masyarakat sekitar pondok.

Umpan Balik Seminar

Setelah pelaksanaan seminar, peserta mahasiswa mengisi umpan balik. Ringkasan kepuasan atas manfaat yang diperoleh dari seminar disajikan pada Tabel 2 berikut.

Tabel 2. Kepuasan terkait Manfaat yang Diperoleh dari Seminar

Pernyataan	Rata-rata
Kegiatan seminar "Pengelolaan Akad Syariah di LKMS" ...	
1. Berkontribusi menambah pengetahuan terkait tantangan LKMS	4,103
2. Berkontribusi menambah pengetahuan terkait strategi pengelolaan LKMS	4,090
3. Berkontribusi menambah pengetahuan terkait praktik akad-akad syariah	4,087
4. Memberikan gambaran yang lebih jelas atas praktik akad syariah	4,061
5. Perlu untuk menambah informasi di luar perkuliahan di kelas	4,097

Sumber: Data Diolah

Berdasarkan Tabel 2, secara umum peserta mahasiswa mempersepsikan kegiatan seminar memberikan kontribusi, yaitu memberi pengetahuan tentang tantangan LKMS dan akad yang digunakan. Peserta mengharapkan ada kegiatan seminar lanjutan yang bisa memperdalam praktik akad syariah lain maupun akad

syariah yang sama di lembaga keuangan syariah lain. Setiap lembaga keuangan tentunya bisa memiliki kebijakan yang berbeda atas implementasi akad.

SIMPULAN

Seminar “Pengelolaan Akad Syariah di LKMS” dilaksanakan secara daring pada hari Jumat, 23 April 2021 dengan narasumber adalah Bapak Drs. Alwi Mudhofar, M.Pd.I. dari Baitul Maal wa Tamwil (BMT) Ngabar, Pondok Pesantren Wali Songo, Ponorogo, Jawa Timur. Materi yang disampaikan oleh narasumber antara lain BMT telah memiliki struktur organisasi yang baku; beberapa produk simpanan; serta penyaluran melalui beberapa akad, yaitu murabahah, musyarakah, ijarah multijasa, dan mudharabah. Terdapat isu-isu yang didiskusikan lebih lanjut dalam sesi tanya jawab antara lain pengelolaan BMT di lingkungan pondok pesantren dengan memegang teguh nilai-nilai ke-Islam-an, tantangan LKMS untuk bersaing dengan lembaga keuangan lain, akad yang paling banyak disalurkan adalah murabahah, terkadang ditemui piutang murabahah atau tagihan pembiayaan yang sulit ditagih, serta BMT yang berperan dalam membantu perekonomian di masyarakat sekitar BMT. Secara umum peserta mahasiswa mempersepsikan kegiatan seminar memberikan kontribusi pengetahuan tentang pengelolaan LKMS dan akad yang digunakan. Peserta mengharapkan ada kegiatan seminar lanjutan yang bisa memperdalam praktik akad syariah lain maupun akad syariah yang sama di lembaga keuangan syariah lain.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih diberikan Universitas Negeri Malang (UM) atas hibah dana yang mendukung kegiatan seminar ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Camsooksai, J. 2002. “The Role of the Lecturer Practitioner in Interprofessional Education.” *Nurse Education Today* 22(6):466–75.
- Chibi, Mounir. 2018. “The Role of the ESP Practitioner as Business English Teacher.” *International Journal of English Literature and Social Sciences* 3(2):197–203. doi: 10.22161/ijels.3.2.12.
- Leigh, Jacqueline, Michelle Howarth, and Patric Devitt. 2005. “The Role of the Lecturer Practitioner: An Exploration of the Stakeholders and Practitioners Perspective.” *Nurse Education in Practice* 5:258–65. doi: 10.1016/j.nepr.2005.01.001.
- Masrifah, Atika Rukminastiti. 2020. “Efisiensi Baitul Māl Wat Tamwīl (BMT) Pesantren Di Indonesia Atika.” *Islamic Economics Journal* 6(1):75–100. doi: <http://dx.doi.org/10.21111/iej.v6i1.4548>.
- Otoritas Jasa Keuangan (OJK). 2020. *Laporan Perkembangan Keuangan Syariah Indonesia*.

- Podungge, Rulyjanto. 2014. "Potensi BMT (Baitul Mal Wattamwil) Pesantren Guna Menggerakkan Ekonomi Syari'ah Di Masyarakat." *Jurnal Al-Mizan* 10(1):48–68.
- Warsame, M. H. 2020. "Islamic Micro-Financing Schemes among Financial Institutions." *Utopia y Praxis Latinoamericana* 25(Esp.2):223–30. doi: 10.5281/zenodo.3809333.

ISBN 978-602-470-642-5 (PDF)



9 786024 706425

Anggota IKAPI No. 059/JTI/89