

Pengembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Serta Ekonomi Kreatif

Pemanfaatan Limbah Vinil Menjadi Tas Dan Souvenir Berbasis Ekonomi Kreatif

Agita Risma Nurhikmawati¹, Wachidatul Linda Yuhanna^{2*}

¹Universitas PGRI Madiun, Jalan Setia Budi No. 85 Madiun, 63118, Telp. (0351) 462986

²Universitas PGRI Madiun, Jalan Setia Budi No. 85 Madiun, 63118, Telp. (0351) 462986

¹agitarnurhikmawati@unipma.ac.id, ^{2*}linda.yuhanna@unipma.ac.id.

Abstrak

Limbah vinil di Desa Setono Kecamatan Ngrambe melimpah dan belum diolah secara optimal. Limbah vinil mempunyai potensi untuk dibuat produk tas dan souvenir berbasis ekonomi kreatif. Produk yang dihasilkan pada pelatihan ini adalah kreasi souvenir dari limbah vinil yang terdiri dari tas, dompet, goodie bag, pouch bag, tas laptop, tas netbook dan tas tempat makan. Kegiatan pelatihan pembuatan tas dan souvenir dari vinil ini dilakukan pada bulan Juli 2019 di kelompok Koperasi Wanita Putri Jati Emas sebanyak 30 orang. Alat yang digunakan adalah gunting, penggaris, pulpen, dan mesin jahit. Bahan yang digunakan adalah limbah vinil, kertas karton, benang, lem, retsleting, kancing, gesper dan ring tas. Materi yang berikan adalah pengenalan limbah vinil dan potensinya, pemilahan limbah vinil, mendesain pola, menggambar pola, menggunting, menjahit bahan vinil, menggabung potongan bahan, finishing, promosi dan pemasaran. Hasil dari kegiatan ini adalah kelompok Koperasi Wanita Putri Jati Emas mampu mengolah limbah vinil menjadi produk berupa tas souvenir berbasis ekonomi kreatif yang mendatangkan income. Sinergisitas antara Universitas PGRI Madiun, Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Ngawi serta kelompok Koperasi Wanita Putri Jati Emas dapat dilakukan untuk keberlanjutan program.

Kata Kunci: *vinil, souvenir, rkonomi kreatif*

Pendahuluan

Ekonomi kreatif merupakan salah satu sektor strategis dalam peningkatan perekonomian bangsa. Ekonomi kreatif saat ini digalakkan karena kemajuan era yang menuntut kreativitas dalam menciptakan produk baru. Aset paling penting di era global adalah modal manusia yang mempunyai kemampuan inovasi dan mengkreasi (Hasan, 2018; Herlambang, 2015). Ekonomi kreatif adalah kegiatan usaha yang mengarah pada kreasi dan inovasi (Khairani dan Pratiwi, 2018; Fitriana, 2014). Ekonomi kreatif banyak dipilih oleh para *start-up bussines* karena mempunyai potensi dan peluang yang potensial. Salah satu bentuk produk berbasis ekonomi kreatif adalah tas dan souvenir (Indahyani, 2010). Tas dan souvenir dapat dibuat dari berbagai bahan seperti kain, flanel, kayu dan bahan lainnya. Bahan lain yang dapat digunakan sebagai bahan souvenir adalah kain vinil. Kain vinil digunakan pada industri jok mobil. Banyak kain perca vinil yang dihasilkan dari industri jok mobil.

Limbah vinil atau yang lebih dikenal dengan limbah jok mobil merupakan salah satu sumber daya yang dapat dimanfaatkan sebagai bahan pembuatan souvenir. Selama ini limbah vinil hanya dibuang, dibakar dan dibiarkan saja. Limbah dari bahan vinil tidak dapat terurai, sehingga mengganggu lingkungan apabila dibiarkan menumpuk. Limbah vinil dalam jumlah besar sangat mengganggu lingkungan karena mengurangi kesuburan tanah apabila ditimbun, dan mencemari udara apabila dibakar. Perlu penanganan berbasis *recycle* untuk mengurangi limbah vinil. Perca vinil dapat digunakan sebagai bahan tas dan souvenir yang mempunyai nilai jual tinggi. Produk souvenir yang dapat dibuat dari bahan vinil diantaranya dompet, tempat pensil, *pouch*, dan berbagai produk lainnya. Sedangkan tas yang bisa dibuat antara lain tas laptop, *goodie bag*, tas pancing, *sling bag* dan berbagai produk tas lainnya. Pengolahan limbah vinil menjadi berbagai produk bernilai jual tinggi selain membutuhkan aspek sumber daya alam (material) tentunya membutuhkan sumber daya manusia yang mumpuni. Salah satu sasaran SDM potensial di Desa Setono adalah kelompok koperasi wanita. Koperasi merupakan wadah organisasi ekonomi yang memiliki ruang gerak dan kesempatan usaha yang menyangkut kepentingan kehidupan ekonomi rakyat (Azqiyah, 2016).

Desa Setono Kecamatan Ngrambe Kabupaten Ngawi merupakan salah satu desa yang mempunyai dua UMKM jok mobil dan 1 UMKM sepatu kulit yang setiap hari menghasilkan limbah vinil yang melimpah. Setiap hari limbah yang dihasilkan 10-15 kg. Dalam waktu sebulan terdapat 300-450 kg limbah kain vinil. Limbah vinil yang melimpah ini mengganggu ketika dibakar karena menimbulkan asap dan mengganggu pernafasan. Limbah ini juga berbahaya jika ditimbun di dalam tanah karena tidak bisa diuraikan sehingga mengganggu lingkungan pekarangan rumah masyarakat. Jumlah keluarga yang terkena dampak langsung limbah vinil ini adalah 10 kepala keluarga di RT 03 RW 01 Desa Setono. Limbah vinil perlu diberikan penanganan yang komprehensif sehingga tidak mengganggu dan mempunyai nilai ekonomis. Hadi *et.al* (2017) menyebutkan bahwa pemanfaatan barang bekas dan limbah untuk meningkatkan perekonomian sangat bermanfaat bagi masyarakat.

Tujuan dari program pengabdian masyarakat ini adalah 1) Meningkatkan kemampuan kelompok Koperasi Wanita Putri Jati Emas dalam mengolah limbah vinil menjadi produk berupa tas dan souvenir berbasis ekonomi kreatif. 2) Membangun sinergisitas antara universitas PGRI Madiun, Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Ngawi dan masyarakat anggota Koperasi Wanita Putri Jati Emas dalam mengolah limbah vinil menjadi produk berupa tas dan souvenir berbasis ekonomi kreatif.

Metode Pelaksanaan

Pelatihan ini dilakukan di desa Setono Kecamatan Ngrambe Kabupaten Ngawi pada bulan Juli 2019. Sasaran dari pelatihan ini adalah kelompok Koperasi Wanita Putri Jati Emas sebanyak 30 orang. Alat yang digunakan adalah gunting, penggaris, pulpen, dan mesin jahit. Bahan yang digunakan adalah limbah vinil, kertas karton, benang, lem, retsleting, kancing,

gesper dan ring tas. Materi yang diberikan adalah pengenalan limbah vinil dan potensinya, pemilahan limbah vinil, mendesain pola, menggambar pola, menggunting, menjahit bahan vinil, menggabung potongan bahan, finishing, promosi dan pemasaran. Pelatihan ini menggunakan pendekatan partisipatif dan pendampingan secara langsung. Metode pelatihan menggunakan bantuan media visual dengan melihat video pembuatan kerajinan vinil dari *channel youtube*. Pendekatan partisipatif sangat relevan dengan kondisi masyarakat sasaran yang memungkinkan peserta untuk dapat mempraktikkan secara langsung materi yang didapatkan. Metode pemasaran yang digunakan adalah media sosial, display dan melayani pesanan dari sekitar kota Ngawi. Tim PKM sangat membantu proses pemasaran dan promosi produk.

Hasil dan Pembahasan

Pelatihan ini merupakan pelatihan lanjutan dari pelatihan sebelumnya yaitu pembuatan produk *houseware* dari limbah vinil. Pelatihan pembuatan tas dan souvenir pada kelompok Koperasi Wanita Putri Jati Emas banyak mendapatkan apresiasi dan dukungan banyak pihak, sehingga dapat berjalan lancar. Sebanyak 30 peserta mengikuti pelatihan dengan antusias dan interaktif. Produk yang dihasilkan pada pelatihan ini adalah kreasi souvenir dari limbah vinil yang terdiri dari tas, dompet, goody bag, pouch bag, tas laptop, tas netbook dan tas tempat makan. Berbagai produk tersebut diproduksi oleh kelompok Koperasi Wanita Putri Jati Emas dengan bantuan tim pengabdian masyarakat dari Universitas PGRI Madiun.

Penyampaian Materi Pengolahan Limbah Vinil dan Industri Kreatif

Materi pertama yang disampaikan adalah pengenalan limbah vinil. Limbah vinil merupakan perca atau potongan kain dari jok mobil. Limbah vinil banyak didapatkan di Desa Setono karena di desa ini terdapat dua UMKM jasa servis jok dan interior mobil serta satu UMKM sepatu kulit. Selain diperkenalkan dengan limbah vinil, peserta juga diberikan pengetahuan tentang sortasi limbah. Pemilahan limbah dilakukan berdasarkan warna, jenis kain dan ukuran bahan. Perca vinil akan dikombinasikan menjadi produk tas dan souvenir.

Gambar 1. Proses pelatihan pembuatan tas dan souvenir dari limbah vinil





Sumber: dokumen penulis

Pembekalan materi industri kreatif juga diberikan oleh tim dengan tujuan mengenalkan kelompok Koperasi Wanita Putri Jati Emas tentang perkembangan bisnis saat ini. Ekonomi kreatif sangat potensial untuk membentuk wirausaha baru. Tim juga memberikan contoh penggiat ekonomi kreatif berupa produk souvenir yang telah sukses mengembangkan usahanya.

Pembuatan Tas dan Souvenir dari Limbah Vinil

Produk yang akan dibuat adalah tas, dompet, *goodie bag*, *pouch bag*, tempat pensil, tas laptop, tas netbook dan tas tempat makan. Pembuatan tas dan souvenir dimulai dari tahapan analisis desain. Tahapan awal untuk pemula, tim memberikan contoh model tas dan souvenir yang akan dibuat. Adriansyah *et.al* (2017) dan Indahyani (2010), Hidayati (2013) menjelaskan bahwa desain sangat berpengaruh pada minat konsumen dan daya beli. Produk yang sederhana dimulai dari dari pembuatan tempat pensil, *pouch bag* dan dompet. Model sederhana yang telah dipilih kemudian dibuat pola sesuai ukuran. Pembuatan pola dilakukan dengan pendampingan dari tim pengabdian masyarakat. Selanjutnya pola yang telah siap digambar pada bahan perca vinil yang telah dipilih. Setelah pola tergambar pada limbah vinil, dilanjutkan dengan pemotongan pola dan menjahit limbah vinil. Pada pelatihan ini peserta yang mampu menjahit sebanyak 6 orang. Proses menjahit vinil sedikit lebih sulit dibandingkan dengan kain biasa karena ukurannya yang tebal. Tim memberikan pendampingan dan arahan untuk proses menjahit bahn vinil. Selain dijahit, souvenir juga dipasang retleting dan aksesoris lainnya. proses terakhir yaitu *finishing* produk dengan memperhatikan model, bentuk dan kerapian jahitan.

Pada awal pelatihan pembuatan souvenir, peserta mengalami kesulitan untuk membuat pola dan menjahit bahan vinil. Proses ini merupakan pengalamn pertama bagi peserta dalam membuat produk dari limbah vinil. Proses pelatihan peserta dibagi menjadi 5 kelompok dengan menghasilkan produk yang beragam. Pembagian tugas tim terdiri dari personil pembuat pola, menggunting pola dan menjahit pola, sehingga semua peserta berperan aktif. Berdasarkan hasil pengamatan tim, dari 30 peserta yang mahir dalam menjahit sebanyak 6 orang. Ibu-ibu yang mahir menjahit ini diberi pelatihan lebih lanjut dalam membuat tas dengan model yang lebih kompleks, sedangkan yang belum mahir melanjutkan untuk pembuatan souvenir yang sederhana. Produk lanjutan dibuat oleh ibu-ibu adalah tas laptop,

goodie bag, tas netbook, dan tas tempat makan. Secara umum proses yang dilakukan sama mulai dari pembuatan pola sampai *finishing* produk, hanya saja ukuran dan jahitan semakin sulit. Agar kelompok putri jati emas dapat meningkatkan skill menjahit, tim pengabdian masyarakat memberikan bantuan mesin jahit untuk keberlanjutan program. Vinda (2017) menjelaskan bahwa pemberian bantuan mesin jahit sangat membantu masyarakat untuk mencintakan produk dan desain baru. Penguasaan materi dan praktik dalam pembuatan tas dan souvenir memang tidaklah mudah, maka diperlukan keterampilan, ketelitian dan kreativitas. Tim pengabdian masyarakat berkomitmen untuk memberikan pendampingan untuk proses keberlanjutan dengan membentuk kelompok binaan Universitas PGRI Madiun.

Gambar 2. Produk tas dan souvenir dari limbah vinil



Sumber: dokumen penulis

Penyampaian Materi Promosi dan Pemasaran

Materi lanjutan yang disampaikan tim pengabdian masyarakat adalah tentang strategi promosi dan pemasaran. Promosi dapat dilakukan secara langsung maupun tidak langsung. Promosi secara langsung dilakukan pada berbagai event, pameran, display produk dan dijual langsung. Sedangkan promosi secara tidak langsung dapat dilakukan dengan memanfaatkan *marketplace* dan penjualan online melalui media sosial. Pemasaran juga dilakukan secara *offline* maupun *online*. Penggunaan media sosial seperti instagram, facebook dan whatsapp dirasa

efektif untuk menjual produk (Khairani dan Pratiwi, 2018). Selain itu tim juga memberikan gambaran tentang strategi dan analisis pasar souvenir berbasis ekonomi kreatif. Setelah pelatihan berjalan pada bulan Juli 2019, kelompok koperasi wanita mampu menjual 12 tas perlengkapan bayi, 20 tempat pensil, dan 50 pot bunga vinil. Tas dijual seharga Rp. 45.000, tempat pensil Rp.10.000 dan pot dijual Rp. 10.000. biaya yang diperlukan untuk memproduksi produk tersebut adalah Rp. 285.000. laba penjualan yang diperoleh adalah Rp. 940.000 - Rp 285.000 = Rp. 655.000. Laba ini dimasukkan ke dalam kas Koperasi Wanita Putri Jati Emas bulan Agustus.

Tabel 1. Rekapitulasi pendapatan kelompok Koperasi Wanita Putri Jati Emas

No.	Nama Barang	Jumlah	Harga Satuan (Rp)	Total (Rp)
1.	Tas perlengkapan bayi	12	45.000	540.000
2.	Tempat pensil	20	10.000	200.000
3.	Pot bunga kecil	50	10.000	200.000
Total (Rp)				940.000

Sumber: dokumen penulis

Sinergisitas antara Pemerintah Daerah, Akademisi dan Masyarakat

Pembangunan ekonomi kreatif khususnya untuk ibu-ibu kelompok Koperasi Wanita Putri Jati Emas ini memerlukan dukungan dari berbagai pihak terkait khususnya pemerintah daerah (Suryolaksono, 2015). Tim pengabdian masyarakat Universitas PGRI Madiun menggandeng Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Ngawi untuk membantu keberlanjutan, proses pemasaran dan display produk. Dinas Koperasi dan Usaha Mikro juga membantu dalam menjembatani vendor atau instansi dengan masyarakat, sehingga dapat membangun link dan kerjasama dalam pengembangan usaha. Selain itu, pemerintah desa Setono dan Koperasi Wanita Putri Jati Emas berkomitmen untuk melanjutkan program sehingga dapat meningkatkan *skill* dan ekonomi. Sinergisitas antara akademisi, pemerintah dan masyarakat ini diharapkan mampu membangun perekonomian melalui pengolahan limbah vinil menjadi produk souvenir dan tas.

Simpulan

Kesimpulan dari kegiatan ini adalah 1) Kelompok Koperasi Wanita Putri Jati Emas mampu mengolah limbah vinil menjadi produk berupa tas dan souvenir berbasis ekonomi kreatif yang mendatangkan *income*. 2) Sinergisitas antara Universitas PGRI Madiun, Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Ngawi dan masyarakat anggota Koperasi Wanita Putri Jati Emas dapat dilakukan untuk keberlanjutan program. Saran untuk keberlanjutan program adalah memberikan pendampingan untuk menghasilkan produk souvenir dengan berbagai model, meningkatkan promosi dan pemasaran serta meningkatkan penjualan produk. Upaya ke depan juga lebih banyak menggandeng pihak-pihak terkait terutama dari dunia industri.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terimakasih kami sampaikan kepada Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat Kemenristekdikti atas pembiayaan dari skim PKM. Kami juga mengucapkan terimakasih atas dukungan dari Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Ngawi, Pemerintah Desa Setono, Kelompok Koperasi Wanita Putri Jati Emas dan Universitas PGRI Madiun.

Daftar Pustaka

- Adriansyah, G., Prasnowo, M. A., Rodli, A. F., & Hidayat, K. (2017). Pengembangan Sentra Industri Tas Dan Koper Tanggulangin Dalam Menghadapi MEA. *Jurnal Darussalam: Jurnal Pendidikan, Komunikasi dan Pemikiran Hukum Islam*, 9(1), 24-31.
- Azqiyah, W. (2016). Koperasi Industri Tas dan Koper (INTAKO) di Tanggulangin Sidoarjo Tahun 1976-2013. *Avatara*, 4(2).
- Fitriana, A. N. (2014). Pengembangan Industri Kreatif di Kota Batu (Studi tentang Industri Kreatif Sektor Kerajinan di Kota Batu). *Jurnal Administrasi Publik*, 2(2), 281-286.
- Hadi, M. F., Darwin, R., Widiarsih, D., Hidayat, M., Murialti, N., & Asnawi, M. (2017). Pemanfaatan Barang-Barang Bekas Yang Bernilai Ekonomi Bagi Peningkatan Produktivitas Jiwa Entrepreneur Ibu Rumah Tangga RT. 01/RW. 12 Desa Limbungan Kecamatan Rumbai Pesisir. *Jurnal Pengabdian UntukMu NegeRI*, 1(2), 42-47.
- Hasan, M. (2018). Pembinaan Ekonomi Kreatif dalam Perspektif Pendidikan Ekonomi. *JEKPEND: Jurnal Ekonomi dan Pendidikan*, 1(1), 81-86.
- Herlambang, Y. (2015). Peran Kreativitas Generasi Muda Dalam Industri Kreatif Terhadap Kemajuan Bangsa. *Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi (Tematik)*, 2(1), 61-71.
- Hidayati, E. K. (2013). Pelatihan Pembuatan Dompot Makrame Dari Kain Perca Di Panti Asuhan Muhammadiyah Kh. Achmad Dahlan Surabaya. *Jurnal Tata Busana*, 2(3).
- Indahyani, T. (2010). Sukses Mengembangkan Desain Seni dan Kerajinan Menjahit Aplikasi Berbahan Dasar Limbah Kain (Kain Perca) bagi Industri Rumah Tangga. *Humaniora*, 1(2), 431-444.
- Suryolaksono, B. (2015). Studi Deskriptif Tentang Program Disperindag Dalam Pemberdayaan Usaha Kecil Menengah Kerajinan Tangan (Handycraft) Di Kelurahan Wonorejo Kecamatan Tegalsari Kota Surabaya. *Jurnal Kebijakan dan Manajemen Publik*, 3(1).
- Vinda, k. (2017). Efektivitas program pemberdayaan masyarakat dalam kelompok usaha bersama (Studi Kasus Pada Pemberian Bantuan Mesin Jahit Kelompok Usaha Bersama Bunga Sejahtera Desa Ngampungan Kecamatan Bareng Kabupaten Jombang). *Publika*, 5(1).

Pemberdayaan Ekonomi Kelompok Usaha Penunjang Pariwisata: Kelompok Kusir Andong “Kotagede I”

Agnes Ratih Ari Indriyani¹, Sukamto², dan Henry Sarnowo³

^{1,2,3}Universitas Janabadra

Jl. Tentara Rakyat Mataram, Bumijo, Jetis, Kota Yogyakarta 55231

Email: agnes@janabadra.ac.id

Abstrak

Sasaran Program Kemitraan bagi Masyarakat (PKM) ini adalah masyarakat yang produktif secara ekonomi. Mitra program ini adalah kelompok kusir andong di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta yaitu kelompok “Kotagede 1”. Tujuan program ini adalah pemberdayaan ekonomi kelompok usaha andong melalui peningkatan kinerja aspek produksi, pemasaran, sumber daya manusia dan aspek ekonomi secara umum. Program-program ini kami laksanakan berdasar pada permasalahan: 1) Kurangnya kemampuan paguyuban/kelompok dalam membantu kesulitan keuangan anggota, 2) Kurangnya pemahaman pengelolaan ekonomi keuangan kelompok, 3) Belum adanya upaya pemasaran dengan menggunakan media promosi dan kerjasama dengan pelaku wisata yang lain 3) Kurangnya kesadaran dalam menjaga kebersihan terutama penanganan kotoran kuda, 4) rendahnya kemampuan berbahasa Inggris praktis untuk melayani wisatawan mancanegara. Metode yang digunakan yaitu melalui pelatihan dan konsultasi, pendampingan, penerapan IPTEKS, substitusi IPTEKS dan peningkatan kualitas faktor produksi dan advokasi. Paguyuban/kelompok kusir mengalami peningkatan kemampuan dalam mengatasi kesulitan keuangan anggota, pengelolaan keuangan kelompok yang lebih baik, terhubungnya beberapa jejaring wisata dalam upaya peningkatan promosi, meningkatnya kesadaran para kusir tentang perlunya menjaga kebersihan dan peningkatan keberanian/kemampuan dalam melayani wisatawan asing dalam hal komunikasi/bahasa. Kesimpulan dari pelaksanaan program ini, kerjasama antara tim pengabdian dan kelompok mitra mampu meningkatkan keberdayaan kelompok dan mengoptimalkan potensi yang dimiliki.

Kata kunci: Pemberdayaan ekonomi kelompok, usaha bersama, andong, moda transportasi tradisional.

Pendahuluan

Kebijaksanaan pemberdayaan masyarakat secara umum dapat dipilah dalam tiga kelompok (Sumodiningrat, 1999) yaitu, (i) kebijaksanaan yang secara tidak langsung mengarah pada sasaran tetapi memberikan dasar tercapainya suasana yang mendukung kegiatan sosial ekonomi rakyat; (ii) kebijaksanaan yang secara langsung mengarah pada peningkatan kegiatan ekonomi kelompok sasaran; (iii) kebijaksanaan khusus menjangkau masyarakat miskin melalui upaya khusus

Andong adalah alat transportasi tradisional yang sampai saat ini masih cukup banyak terdapat di Yogyakarta. Jumlah andong di DIY sebanyak kurang lebih 450 unit yang tersebar

di seluruh kabupaten dan kota Yogyakarta. Keberadaannya sebagai moda transportasi tradisional memiliki dua fungsi sekaligus, yaitu sebagai penunjang pariwisata yang cukup menarik dan diminati oleh wisatawan mancanegara maupun nusantara, sekaligus sebagai sumber matapencaharian.

Terkait eksistensinya, andong juga menghadapi berbagai masalah, diantaranya adalah sering dianggap sebagai penyebab kemacetan di jalan raya, juga sering dipermasalahkan terkait kebersihan, di mana kadangkala kotoran kuda penarik kereta tececer di jalan. Di balik permasalahan tersebut, terdapat keluarga para kusir andong yang masih mengandalkan penghidupan dari hasil menarik andong, mengingat pekerjaan itu bersifat turun temurun, seakan pekerjaan itu sebagai *'way of live'*.

Dilatarbelakangi permasalahan tersebut, maka Tim Pengabdian Masyarakat Universitas Janabadra melakukan upaya pemberdayaan bagi kusir andong yaitu pada kelompok kusir Andong Kotagede I, yang diketuai oleh Bpk Sugeng Raharjo yang berdomisili di Dusun Gandu, kecamatan Sendangtirt, Sleman. Mengingat pemberdayaan adalah upaya untuk mengembangkan potensi yang dimiliki, membangun daya dengan cara mendorong (*encourage*), memotivasi dan membangkitkan kesadaran (*awareness*) akan potensi yang dimiliki (Riadi, 2017) maka program pemberdayaan ekonomi kelompok kusir andong ini ditujukan untuk meningkatkan keberdayaan kelompok (anggota kelompok) mencakup kegiatan peningkatan kapasitas keuangan kelompok dengan penciptaan dana bergulir bagi kelompok, pelatihan pencatatan keuangan, penanganan masalah kebersihan andong, penyusunan buku saku dialog dalam bahasa Inggris bagi kusir andong dan pembuatan media promosi/pemasaran.

Metode Pelaksanaan

Metode Pelaksanaan Program Pengabdian Masyarakat dengan skema Program Kemitraan Masyarakat dengan judul PKM. Pemberdayaan Ekonomi Kelompok Usaha Penunjang Pariwisata: Kelompok Kusir Andong "Kotagede I," ini dilakukan dengan prosedur kerja/langkah-langkah sebagai berikut:

1. Program pengabdian ini diawali dengan kunjungan ke mitra sasaran sesuai dengan kebutuhan program. Pada langkah ini tim pengabdian tidak langsung menetapkan permasalahan, kebutuhan, dan tantangan yang akan dicarikan solusi secara sepihak, tetapi hasil identifikasi dibicarakan dan didiskusikan terlebih dahulu bersama mitra dan mendengarkan serta menganalisis masukan- masukan yang diberikan oleh mitra. Dari masukan-masukan terkait dengan masalah yang teridentifikasi kemudian ditetapkan prioritas masalah dan solusinya.
2. Menetapkan solusi yang dapat dijelaskan secara ilmiah keterkaitannya dengan prioritas masalah yang disepakati bersama mitra, dibarengi dengan melakukan identifikasi faktor penghambat dan pendukung, baik dari aspek ekonomi/ finansial, juga aspek yang terkait dalam proses sosial- budaya masyarakat. Beberapa solusi yang telah disepakati bersama

tersebut dirancang dalam beberapa program. Target ditetapkan untuk menghasilkan wujud luaran program secara terencana dan terukur baik berupa jasa ataupun fisik material yang telah siap dimanfaatkan oleh mitra.

3. Rencana pelaksanaan program dilengkapi dengan jadwal pelaksanaan, rincian anggaran, dan beberapa lampiran yang diperlukan dalam pelaksanaan kegiatan yang telah tercakup dalam program. Sebelum program berakhir, reviewer dari Kemenristekdikti melakukan Monev (monitoring dan evaluasi) sebagai bentuk evaluasi dan pengawasan atas pelaksanaan program.

Dalam upaya mengatasi berbagai permasalahan tersebut, beberapa metode kami gunakan, termasuk kombinasi beberapa metode, yaitu melalui pelatihan, pendampingan, penerapan IPTEKS, substitusi IPTEKS, advokasi dan peningkatan kualitas faktor produksi.

Pelatihan dan konsultasi

Dalam upaya pemberdayaan ekonomi bagi kelompok kusir ini maka program ini memfasilitasi pelatihan pembuatan catatan keuangan kelompok, bagi pengurus kelompok. Dengan langsung mempraktekkan, metode ini bisa diikuti dengan cukup baik oleh mitra sehingga mereka bisa membuat laporan keuangan sederhana bagi kelompok.

Penerapan IPTEKS

Penerapan IPTEKS dilakukan untuk membuat kantong penampung wadah kotoran yang lebih kuat dan tahan lama, sehingga meminimalkan resiko pencemaran lingkungan. Wadah penampung dibuat dari bahan vynil yang lebih awet dan memudahkan dalam membersihkan.

Substitusi IPTEKS

Substitusi IPTEKS diadakan dalam bentuk penciptaan sumber dana bergulir dengan membuat sistem penggalangan dana yang berasal dari anggota. Hal ini dilakukan dengan membuat suatu kesepakatan bersama bagi anggota kelompok, untuk membeli peralatan andong yang difasilitasi tim pengabdian, dengan cara mengangsur ditambah bunga yang disepakati bersama. Dengan demikian tercipta akumulasi dana, yang kemudian menjadi sumber dana bergulir bagi anggota bagi anggota kelompok.

Peningkatan kualitas faktor produksi

Metode ini digunakan dalam upaya memperbaiki tampilan faktor produksi yaitu andong dengan dilengkapi peralatan sebagai aksesoris. Selain itu andong juga diperbaiki dari sisi keamanan dan kebersihan agar lebih menarik minat calon konsumen.

Advokasi

Metode advokasi dilakukan dalam bentuk bantuan penyampaian informasi/bantuan upaya pemasaran kepada calon pelanggan, melalui pembuatan media promosi berupa blog dan brosur yang didistribusikan ke beberapa obyek wisata termasuk hotel dan restoran.

Hasil dan Pembahasan

Yogyakarta merupakan daerah dimana pemerintah daerahnya cukup memberikan perhatian yang besar terhadap keberadaan andong. Dalam rangka mempermudah koordinasi dan komunikasi antar kusir

dan antara pemerintah (dalam hal ini Dinas Pariwisata) maka dibentuk kelompok-kelompok andong berdasarkan asal wilayah/domisili para kusir atau juga berdasar tempat mereka mangkal/"ngetem" menunggu calon penumpang. Di Yogyakarta terdapat sekitar 14 kelompok kusir.

Kusir andong bagi sebagian kusir merupakan pekerjaan yang pada umumnya bersifat turun-temurun. Berdasarkan wawancara dengan mitra, situasi tersebut sebagian besar disebabkan oleh keadaan sosial ekonomi yang relatif rendah, baik dari segi kemampuan pendidikan (rata-rata tingkat pendidikan rendah) maupun kemampuan keuangan yang rendah. Hal ini mengakibatkan anak-anak dari para kusir tadi hampir tidak punya pilihan pekerjaan lain selain meneruskan pekerjaan orang tua mereka bahkan nenek moyang mereka. Alasan lain adalah karena mereka merasa pekerjaan itu sebagai pekerjaan yang sudah mendarah-daging, pekerjaan yang memang ingin dipertahankan oleh generasi berikutnya. Tetapi bagi sebagian besar kusir, alasan pertamalah yang lebih dominan, yaitu ketidakberdayaan ekonomi menjadikan mereka tidak memiliki pilihan lain.

Pekerjaan sebagai kusir pada umumnya merupakan pekerjaan utama. Sebagian kecil memiliki pekerjaan sampingan sebagai petani, pedagang. Dari hasil wawancara diperoleh gambaran, biaya yang harus dikeluarkan setiap hari untuk kuda sebagai faktor produksi utama dalam pekerjaan ini.

Biaya yang dikeluarkan untuk 1 ekor kuda per hari adalah:

Tabel 1. Pengeluaran untuk satu ekor kuda per hari

Nama bahan	Volume	Harga per Unit	Biaya
Daun dan batang kacang tanah (rendeng)	1 ikat	Rp. 30.000,00	Rp. 30.000,00
Konsentrat	7 kg	Rp. 5.000,00	Rp. 35.000,00
Biaya total per hari			Rp.65.000,00

Sumber: hasil wawancara

Penghasilan kusir andong setiap harinya tidak menentu. Dari perbincangan diperoleh gambaran hasil/pendapatan mereka dalam hari-hari biasa berkisar antara Rp. 50.000,00 sampai Rp. 100.000,00. Sedangkan jika masa liburan sekolah, hari-hari ramai di mana banyak orang berlibur/wisatawan, mereka bisa memperoleh pendapatan sekitar Rp. 100.000,00 sampai Rp.150.000,00. Tetapi tidak jarang mereka pulang tanpa membawa hasil samasekali.

Dengan demikian hasil/pendapatan yang mereka peroleh dipengaruhi beberapa faktor. Faktor-faktor tersebut antara lain, apakah hari itu hari libur (ramai), kondisi cuaca, tanggal muda dan sebagainya. Mereka dihadapkan pada persoalan pendapatan yang tidak pasti, sedangkan pengeluaran untuk pemeliharaan kuda merupakan kebutuhan yang harus dipenuhi, bahkan tidak bisa ditunda, mengingat kuda harus diberi makan setiap hari, di luar kebutuhan untuk keluarganya sendiri. Seringkali mereka harus rela mendahulukan kebutuhan untuk kudanya dibanding untuk kebutuhan keluarganya sendiri, mengingat kuda adalah modal utama bagi penghidupan mereka.

Bila wisatawan ingin berkeliling kota Yogyakarta menggunakan jasa andong wisata, maka tarif untuk jasa wisata jalan-jalan keliling Malioboro - Keraton - Pasar Ngasem - Tamansari - Pojok Beteng - Pathuk - Sosrowijayan - Malioboro sebesar Rp. 150.000. Sedangkan jika naik dari Malioboro kemudian memutari alun-alun dan kembali ke Malioboro lagi tarifnya Rp.50.000. Tarif ini ditetapkan untuk berapapun jumlah penumpangnya. Jika wisatawan menghendaki tarif per jam, maka per jam-nya dihitung Rp. 75.000,00, dengan minimal sewa 2 jam, kemudian jika 3 jam tariff berkurang menjadi Rp. 200.000,00, jika 4 jam tarif yang dikenakan Rp. 250.000,00. Sementara itu, untuk harga sewa andong non-wisata tergantung jauh-dekatnya tempat yang dituju penumpang. Daftar tarif tercantum pada tabel berikut:

Tabel 2. Daftar Tarif Sewa Andong Berdasar Rute/Waktu

Rute/waktu	Tarif (Rp)
Malioboro-Keraton-Pasar Ngasem-Tamansari- Pojok Beteng-Pathuk-Sosrowijayan-Malioboro	125.000
1 -2 jam	75.000
3 jam	200.000
4 jam	250.000

Sumber: hasil wawancara

Sebagai satu jenis pekerjaan yang sesuai dengan potensi masyarakat setempat dan turut berkontribusi dalam penciptaan lapangan kerja, serta sekaligus sebagai alat angkut tradisional yang turut menunjang pariwisata daerah/nasional, maka sudah selayaknya keberadaan andong ini selalu diupayakan untuk dipertahankan bahkan lebih diberdayakan lagi. Hal ini juga mengingat masih banyaknya pelaku usaha andong di Yogyakarta, di mana mereka mengandalkan usaha ini sebagai sumber penghidupan mereka. Alat transportasi ini juga memiliki berbagai kelebihan, karena tidak menggunakan BBM yang berarti hemat energi dan tidak menimbulkan polusi udara.

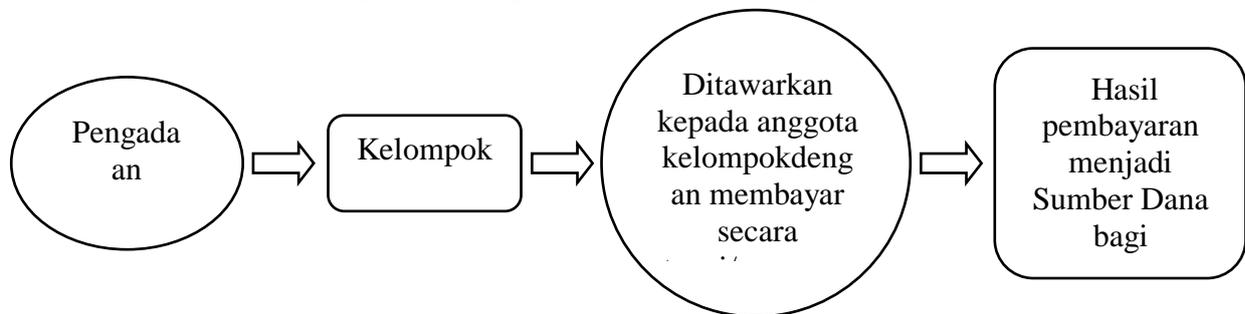
Permasalahan Mitra untuk pemeliharaan kuda merupakan kebutuhan yang harus dipenuhi, bahkan tidak bisa ditunda, mengingat kuda harus diberi makan setiap hari, di luar kebutuhan untuk keluarganya sendiri. Seringkali mereka harus rela mendahulukan kebutuhan untuk kudanya dibanding untuk kebutuhan keluarganya sendiri, mengingat kuda adalah modal utama bagi penghidupan mereka.

Kesulitan keuangan anggota yang berakibat terjerat rentenir

Para pelaku usaha andong ini sering mengalami kesulitan keuangan, di mana mereka dihadapkan pada kebutuhan yang mendesak untuk dipenuhi, sedangkan tidak mudah untuk memperoleh dana pinjaman yang murah dengan proses yang mudah. Tidak jarang beberapa anggota kelompok ini terjerat hutang pada rentenir yang menawarkan proses peminjaman dana yang mudah dan cepat tetapi dengan tingkat bunga yang sangat tinggi. Adanya kelompok kusir andong ini sesungguhnya memunculkan harapan bagi seluruh anggota, untuk kelompok

ini bisa menjadi sarana bagi mereka untuk saling bekerjasama, untuk memperoleh manfaat bagi semua. Salahsatunya adalah harapan untuk kelompok ini bisa lebih memberdayakan mereka para pelaku usaha andong, salah satunya melalui arisan, simpan-pinjam. Dari hasil wawancara diperoleh informasi bahwa mereka sangat membutuhkan tersedianya dana bergulir, yang bisa dipinjam dengan tingkat bunga murah untuk kebutuhan yang bersifat mendesak.

Bagan 1: Penciptaan sumber dana bergulir



Sumber: dokumen penulis

Mengingat kebutuhan terhadap dana yang bisa dipinjam dengan harga murah (bunga rendah) dan proses sederhana merupakan kebutuhan yang dirasakan oleh seluruh anggota kelompok kusir ini, maka program pengabdian ini berusaha mewujudkan kebutuhan tersebut. Karena program ini tidak menyediakan bantuan berupa dana (dalam bentuk uang) maka sumber dana pinjaman duwujudkan dalam bentuk pembelian/pengadaan peralatan andong. Peralatan ini berupa peralatan perlengkapan kuda dan untuk andong itu sendiri. Selanjutnya, hutang atas peralatan tadi dibayar dengan uang secara mengangsur plus bunga pinjaman yang telah disepakati bersama. Dengan demikian hasil dari pengembalian pinjaman ditambah bunga, akan terkumpul menjadi sumber dana yang akan terus bergulir untuk kepentingan seluruh anggota. Diorientasikan kegiatan ini menjadi rintisan koperasi pada Kelompok Kusir Kotagede 1 dan Alun-alun 1. Mengingat koperasi berfungsi dan berperan untuk membangun dan mengembangkan potensi dan kemampuan ekonomi anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya, untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi dan sosialnya (Direktorat Pembinaan Kursus dan Kelembagaan, 2012).

Sebagai upaya mendapatkandana, maka kelompok melakukan pengadaan peralatan andong. Peralatan/aksesoris andong dibeli oleh anggota kelompok dengan cara mengangsur. Hasil pembayaran disertai bunga angsuran merupakan tambahan dana bagi kelompok sebagai sumber dana bergulir (untuk dipinjamkan kepada anggota)

Gambar 1: contoh Peralatan andong pengadaan oleh kelompok



Sumber: dokumen penulis

1. Kurangnya promosi dan upaya kerjasama dengan pelaku wisata lain

Sebagai salah satu sarana transportasi yang turut mendukung sektor pariwisata di wilayah Yogyakarta, upaya pemasaran belum dilakukan secara optimal. Selama ini tidak pernah diadakan media pemasaran semacam brosur atau melalui internet. Selain itu juga belum pernah dilakukan semacam kerjasama dengan pelaku wisata yang lain, misal biro perjalanan, pihak hotel, restoran sebagai satu upaya yang bersifat saling menguntungkan bagi kedua pihak untuk memperoleh pelanggan.

Program yang telah mulai dilaksanakan yang terkait dengan upaya peningkatan promosi adalah pembuatan media pemasaran berupa brosur. Dengan melakukan promosi dengan mendistribusikan brosur ke berbagai tempat tujuan wisatawan antara lain ke berbagai hotel dan restoran, maka diharapkan terjadi kerjasama yang saling menguntungkan/simbiotik mutualistik antara pihak usaha andong/kusir dengan pihak pengusaha hotel/restoran. Selain itu juga dibuat media promosi berupa blog yang akan semakin mempermudah akses bagi calon konsumen untuk mempergunakan jasa andong dari kelompok andong “Kotagede 1”.

Rendahnya Kemampuan Berbahasa Inggris Praktis

Tingkat pendidikan kusir andong ini rata-rata rendah. Sebagian besar lulusan Sekolah Dasar (SD) meskipun ada juga yang lulus Sekolah Menengah Atas (SMA). Dalam melakukan pekerjaan, mereka sering memperoleh pelanggan wisatawan asing. Kendala yang mereka hadapi adalah masalah komunikasi, karena ketidakmampuan mereka dalam berbahasa Inggris secara praktis. Hal ini membuat komunikasi menjadi sangat terbatas dan tidak jarang mereka kehilangan kesempatan memperoleh pelanggan turis asing karena para kusir memilih menghindari calon konsumen yang berbahasa asing. Untuk mengatasi kendala kesulitan komunikasi dengan wisatawan asing, para kusir akan dibuatkan buku saku panduan bahasa Inggris praktis, sesuai kebutuhan yang berisi percakapan/dialog yang akan sering terjadi antara

kusir dan (calon) pelanggan. Dengan demikian komunikasi antara kusir dan konsumen asing akan terbantu, dan kemampuan berkomunikasi para kusir dalam komunikasi berbahasa Inggris juga akan semakin meningkat.

Gambar 2. Buku saku panduan dialog dalam bahasa Inggris praktis bagi kusir andong



Sumber: dokumen penulis

2. Pengurus belum cukup memahami pengelolaan keuangan kelompok

Selama ini kelompok kusir ini belum pernah memperoleh pembimbingan tentang pengelolaan keuangan kelompok, termasuk pembukuan sederhana, serta informasi/pemahaman yang cukup bagi anggota dan pengurus kelompok akan pentingnya manfaat koperasi bagi kesejahteraan seluruh anggota. Dalam hal ini kelompok didorong untuk membentuk koperasi melalui kegiatan pengadaan dana bergulir yang kami usulkan, yang akan berfungsi sebagai stimulan.

Pelatihan pengelolaan keuangan diadakan untuk mampu membuat pembukuan sederhana dan juga meningkatkan kesadaran seluruh anggota kelompok untuk memiliki rasa tanggungjawab yang tinggi bagi kelangsungan/keberlanjutan kegiatan simpan-pinjam secara tertib serta mendorong/memotivasi pembentukan koperasi.

Gambar 3. Pelatihan pencatatan keuangan kelompok bagi pengurus kelompok



Sumber: dokumen penulis

3. Peningkatan kualitas wadah penampung kotoran

Kuda bisa diartikan sebagai faktor produksi utama dalam kegiatan ekonomi ini. Kuda sebagai hewan identik dengan pengeluaran kotoran yang terjadi sewaktu-waktu. Hal ini tentu sangat berpengaruh bagi keadaan/kebersihan andong tersebut dan terlebih bagi kenyamanan penumpang/pelanggan.

Wadah penampung kotoran kuda masih banyak yang hanya menggunakan karung bekas, yang sangat beresiko rusak, terkoyak di tengah jalan. Jika hal itu terjadi maka akan menimbulkan resiko bagi andong-andong yang lain juga karena dinasterkait sudah sangat memperingatkan dengan keras jika kusir andong mengabaikan masalah kebersihan ini, karena kotoran kuda yang tumpah di jalan akan sangat mengganggu kebersihan dan kenyamanan lingkungan mengingat Yogyakarta adalah kota tujuan wisata.

Penampung kotoran dibuat dengan bahan/material yang lebih kuat dan tahan lama, namun tetap mampu berfungsi maksimal. Bahan/material yang lebih kuat akan meminimalkan resiko peampung jebol/terkoyak yang bisa menimbulkan masalah serius bagi kusir andong yang bersangkutan maupun bagi lingkungan.

Gambar 4. Kantong penampung kotoran yang dirancang dengan Bahan yang lebih kuat dan awet



Sumber: dokumen penulis

Gambar 5. Penyerahan kantong penampung kotoran dan peralatan kebersihan dari bahan vinyl



Sumber: dokumen penulis

Simpulan

Dari pelaksanaan program ini terjadi peningkatan keberdayaan kelompok dan mengoptimalkan potensi yang dimiliki. Hal ini ditunjukkan dengan kemampuan kelompok memperoleh pendapatan sampingan dari hasil penjualan peralatan andong (kantong penampung kotoran) yang dipasarkan kepada sesama kusir andong (aspek ekonomi). Kelompok juga mengalami penguatan dari sisi keuangan karena dengan bertambahnya uang kas kelompok, maka dana yang bisa dipergunakan untuk sumber dana bergulir (dana yang dipinjamkan kepada anggota) mengalami peningkatan. Selain itu para kusir andong juga memperoleh tambahan wawasan dan pengetahuan tentang berbagai hal (aspek non ekonomi) yang bermanfaat bagi peningkatan kinerja usaha mereka.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kami sampaikan kepada:

1. Pihak pemberi dana hibah Pengabdian Kemenristek Dikti tahun anggaran 2019, dengan nomor Kontrak: 022.a/D.4/LP3M/IV/2019
2. Bapak Sugeng Raharjo selaku ketua kelompok Paguyuban Andong “Kotagede I” selaku mitra dalam program Pengabdian ini, yang telah bekerjasama dengan Tim dengan sangat luarbiasa penuh antusias dan kerelaan. Semoga semangat dan ketulusan Bpk dalam memimpin paguyuban menjadi berkah bagi banyak orang, Amin.
3. Bpk. Saryanto yang telah memperkenalkan Tim pengabdian kepada mitra dan berbagai informasi tentang keberadaan paguyuban Andong di DIY
4. Bapak-bapak Pengurus Paguyuban Andong “Kotagede I” yang telah membantu dan bekerjasama dengan sangat baik demi terlaksananya program
5. Pihak Universitas Janabadra dalam hal ini LP3M yang telah memfasilitasi seluruh proses dalam pelaksanaan program PKM tahun 2019
6. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY) yang telah memfasilitasi pelaksanaan Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat dan publikasi

Semoga semua tugas yang telah dilaksanakan membawa manfaat bagi seluruh pihak penerima program pengabdian ini, bagi tim pengabdian dan seluruh pihak terkait dalam program pengabdian kepada masyarakat ini. Amin.

Daftar Pustaka

- Arif Setyadi, 2009, *Reproduction Performance of Working Haise at Bantul Regency in Daerah Istimewa Yogyakarta*, Tesis, Magister Peternakan, Fakultas Peternakan Universitas Gadjah Mada.
- Direktorat Pembinaan Kursus dan Kelembagaan Direktorat Jenderal Pendidikan Formal dan Informal (012). *Manajemen Usaha Kecil*. Jakarta: Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan
- Gunawan Sumodiningrat, 1997, *Pembangunan Daerah dan Pemberdayaan Masyarakat Ed.II*, PT Bina Row Pariwisata, Jakarta.

- Gunawan Sumodiningrat. (1999). “ *Pemberdayaan Masyarakat dan Jaring Pengaman Sosial*”, Jakarta Gramedia.
- Muchdie dkk. (ed.) 2001. *Tiga Pilar Pengembangan Wilayah: Sumber Daya Alam, Sumber Daya Manusia dan Teknologi*. Jakarta: BPPT
- Onny S. Priyono dan AMW Pranarka 1996, *Pemberdayaan Konsep Kebijakan dan Implementasi*, CSIS
- Soedjono Abiprojo, 2012, *Pemberdayaan Masyarakat Sebuah Strategi Memperkecil Kesenjangan di Jawa Timur*, *Jurnal Widya Manajemen dan Akuntansi*, Vol. 2 No.1 April 2002
- Stewart, Aileen. 2008. *Empowering People*. Yogyakarta: Kanisius
- <http://yogyakarta.anyerpedia.com/id/andong-angkutan-tradisional-di-Jogja-yang-menarik-wistawan>. Diakses 10 Mei 2019

Pelatihan Preparasi Media Kultur *Beauveria bassiana* Pada Kelompok Petani Pengembang Agenia Hayati

Siti Nur Aisyah* dan Agung Astuti

Program Studi Agroteknologi, Fakultas Pertanian, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta,

*Penulis Korespondensi:

Siti Nur Aisyah, Jalan Brawijaya, Kasihan, Bantul 55183, Yogyakarta

E-mail: sitinur@umy.ac.id

Abstrak

Kelompok petani pengembang agenia hayati (KPPAH) Dadi Makmur merupakan salah satu kelompok tani di Kabupaten Sleman yang secara aktif menerapkan pengendalian biologis dengan memanfaatkan jamur entomopatogen *Beauveria bassiana*. Salah satu permasalahan yang menjadi kendala dalam produksi agenia hayati ini adalah tingginya kontaminasi akibat proses sterilisasi yang kurang memenuhi syarat. Hal ini dapat disebabkan karena kurangnya pemahaman dan kemampuan dalam hal prinsip dasar pembuatan media. Oleh karena itu, metode sederhana pembuatan media perlu diperkenalkan. Pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan kemampuan teknis anggota KPPAH Dadi Makmur dalam menyiapkan media kultur *Beauveria bassiana* agar media yang dihasilkan mampu memenuhi tingkat sterilitas yang dibutuhkan. Pengabdian ini terdiri atas beberapa tahapan, mulai dari survei kondisi awal KPPAH, penyuluhan dan pelatihan laboratorium. Kegiatan penyuluhan, pelatihan laboratorium dan pendampingan difokuskan pada prosedur preparasi dan sterilisasi media menggunakan autoklaf dan panci bertekanan (*pressure cooker*). Hasil menunjukkan adanya peningkatan pemahaman dan kemampuan dalam hal preparasi media (100%) dan sterilisasi (71%). Selain itu, penggunaan autoklaf dan panci bertekanan tidak menunjukkan perbedaan yang nyata terhadap kualitas inokulum *Beauveria bassiana* yang dihasilkan. Hal ini menegaskan bahwa proses sterilisasi media dapat dilakukan secara optimal di rumah menggunakan panci bertekanan.

Kata Kunci: preparasi media, kultur aktivator, *Beauveria bassiana*, KPPAH Dadi Makmur.

Pendahuluan

Beauveria bassiana merupakan salah satu spesies jamur endofit yang mendiami jaringan tanaman sehat tanpa menyebabkan adanya penyakit bagi tanaman tersebut (Hyde dan Soyong, 2008). Keberadaan jamur endofit ini di jaringan tanaman memegang peranan yang penting dalam berbagai fungsi ekologis dan simbiotik (Rodriguez *et al.*, 2009). Fungsi tersebut dapat ditandai melalui meningkatnya pertumbuhan tanaman, perlindungan terhadap patogen tanaman dan mengurangi serangan herbivora (hama) (Ownley *et al.*, 2010; Akello dan Sikora, 2012). Berbeda dengan fungsi jamur ini pada tanaman, spesies ini dikenal sebagai patogen bagi serangga (entomopatogen). Jamur *B. bassiana* dikenal sebagai patogen yang bersifat nekrotropik fakultatif yang memiliki kisaran inang yang sangat luas, mulai dari sebagian besar serangga hama dari kelompok *Arthropoda* dan mulai meluas ke kelompok tungau (Rehner *et al.*, 2011).

Rehner (2005) melaporkan bahwa *B. bassiana* telah dilaporkan sebagai jamur entomopatogen terhadap lebih dari 700 spesies serangga. Kemampuan entomopatogen dari spesies ini menjadikannya potensial sehingga banyak dimanfaatkan sebagai pestisida hayati dalam penanganan berbagai jenis serangga hama. Hingga saat ini, *Beauveria bassiana* dianggap sebagai agensia hayati yang ramah lingkungan dan tidak membahayakan bagi kesehatan manusia dan organisme non-target (Zimmermann, 2007).

Aplikasi *Beauveria bassiana* untuk pengendalian hama telah diterapkan oleh sejumlah kelompok tani yang ada di Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Penerapan aplikasi agensia hayati ini telah terbukti mampu memberikan efektivitas pengendalian hama wereng yang optimal. Menyadari pentingnya menerapkan praktik budidaya yang lebih ramah lingkungan, sekelompok petani di Kabupaten Sleman berinisiatif membentuk kelompok petani pengembang agensia hayati (PPAH) untuk memfasilitasi produksi produk biopestisida *Beauveria bassiana* dalam jumlah besar secara mandiri. Salah satu kelompok PPAH yang secara aktif melakukan produksi massal *Beauveria bassiana* di Kabupaten Sleman adalah PPAH Dadi Makmur.

Kegiatan produksi agensia hayati *Beauveria bassiana* di KPPAH Dadi Makmur ini memiliki sejumlah kendala teknis yang hingga kini masih menjadi hambatan, di antaranya yang sangat penting adalah kegiatan sterilisasi media yang masih belum memenuhi syarat. Hal tersebut menjadi kendala yang menyebabkan kurang optimalnya proses produksi produk biopestisida *Beauveria bassiana*. Menurut pernyataan Pak Tukimun selaku ketua KPPAH Dadi Makmur (komunikasi pribadi), kegagalan proses produksi *Beauveria bassiana* di KPPAH ini ditandai dengan teksur media yang cenderung berair, mengeluarkan bau asam atau tumbuhnya jamur lain bahkan sebelum medianya digunakan untuk kultur *Beauveria bassiana*. Karakteristik media kultur yang seperti ini tidak akan dapat digunakan untuk proses produksi *Beauveria bassiana* yang menuntut adanya media yang steril. Tingginya level kontaminasi media yang dialami KPPAH Dadi Makmur ini dapat mencapai 50% dan masalah ini terjadi karena prosedur preparasi media yang dilakukan tergolong masih kurang steril. Selain itu, mengingat kemampuan teknis yang telah dimiliki oleh anggota KPPAH ini dihasilkan dari proses belajar yang cenderung otodidak, maka sejumlah prinsip dasar dalam pembuatan dan sterilisasi media mungkin masih kurang dipahami.

Mengacu pada permasalahan tersebut, maka diperlukan suatu upaya pengenalan, pelatihan dan pendampingan terkait prinsip dasar preparasi media untuk produksi *Beauveria bassiana* yang dapat diaplikasikan di skala rumah tangga. Solusi ini diharapkan dapat membantu KPPAH dalam mengoptimalkan produksi *Beauveria bassiana* melalui perbaikan kualitas media kulturnya. Tujuan dari kegiatan pengabdian ini adalah untuk meningkatkan pemahaman dan kemampuan teknis anggota KPPAH Dadi Makmur dalam menyiapkan media kultur *Beauveria bassiana* agar mampu memenuhi tingkat sterilitas yang dibutuhkan.

Metode Pelaksanaan

Pengabdian ini melibatkan anggota KPPAH Dadi Makmur sebagai pihak mitra. Pelaksanaan pengabdian ini dilakukan di dua tempat, yakni di Desa Jlegongan, Kecamatan Seyegan, Kabupaten Sleman (lokasi KPPAH Dadi Makmur) dan di Laboratorium Agrobioteknologi, Fakultas Pertanian, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Pengabdian ini dilakukan dalam beberapa tahapan kegiatan, di antaranya:

- 1) **Survei**, yang bertujuan untuk mengumpulkan informasi terkait proses produksi produk *Beauveria bassiana* yang selama ini diterapkan oleh KPPAH Dadi Makmur beserta kendala produksi yang tengah dihadapi. Kegiatan survei ini dilakukan melalui wawancara dengan ketua KPPAH Dadi Makmur di lokasi mitra.
- 2) **Penyuluhan**, yang difokuskan untuk memperkenalkan prinsip dasar pembuatan dan sterilisasi media kultur *Beauveria bassiana* kepada anggota KPPAH. Kegiatan penyuluhan ini dilakukan dalam bentuk pemaparan materi menggunakan media *PowerPoint slide* yang kemudian dilanjutkan dengan *focus group discussion*. Kegiatan penyuluhan ini juga disertai dengan evaluasi sebelum (*pre test*) dan sesudah (*post test*) penyuluhan guna memetakan perubahan level pemahaman dari anggota KPPAH terhadap materi yang diberikan.
- 3) **Pelatihan di laboratorium Agrobioteknologi FP UMY**, yang bertujuan untuk mempraktikkan secara langsung prosedur pembuatan dan sterilisasi media kultur aktivator *Beauveria bassiana* yang memenuhi syarat. Pada kegiatan ini, anggota KPPAH ikut terlibat secara langsung dalam mempraktikkan prosedur pembuatan dan sterilisasi media di bawah arahan dari tim pengabdian. Media yang dipraktikkan dalam pelatihan ini, antara lain media PDA (*Potato Dextrose Agar*) dan media beras dimana kedua media tersebut dibuat menggunakan bahan-bahan yang mudah ditemukan oleh masyarakat awam. Selain itu, praktik sterilisasi media dilakukan menggunakan dua jenis alat, yakni autoklaf dan panci bertekanan (*pressure cooker*). Pemahaman dasar dan *feedback* dari anggota KPPAH terhadap kegiatan pelatihan ini juga dikumpulkan melalui *pre* dan *post test*.
- 4) **Pendampingan di laboratorium KPPAH dan pengamatan kualitas media**, yang bertujuan untuk mengevaluasi kualitas media kultur yang telah dibuat langsung oleh anggota KPPAH selama kegiatan pelatihan di laboratorium. Pengamatan ini dilakukan pada hari ke-7 setelah media dibuat. Parameter pengamatan yang diamati adalah persentase media yang terkontaminasi dan visualisasi media.

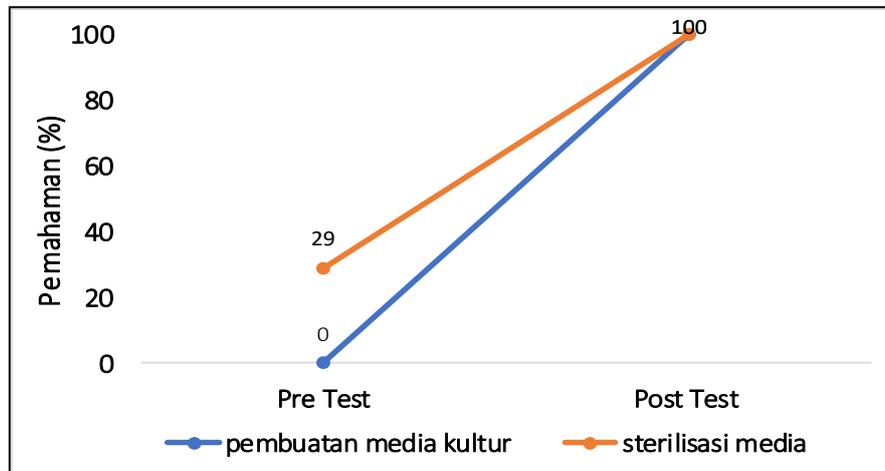
Hasil dan Pembahasan

Penyuluhan Prinsip Dasar Pembuatan dan Sterilisasi Media Kultur *B. bassiana*

Berdasarkan hasil evaluasi sebelum penyuluhan (*pre-test*), anggota KPPAH Dadi Makmur menyatakan belum memiliki pengetahuan dasar tentang pembuatan media kultur *Beauveria bassiana*. Selain itu, hanya 29% dari anggota KPPAH yang menyatakan telah memahami konsep sterilisasi media sebelum penyuluhan dilakukan (Gambar 1). Setelah mendapatkan

pemaparan materi tentang prosedur pembuatan dan sterilisasi media, pemahaman anggota KPPAH tentang media, proses pembuatan dan sterilisasinya meningkat dan mencapai angka 100% (Gambar 1).

Gambar 1. Perubahan level pemahaman anggota KPPAH tentang pembuatan dan sterilisasi media kultur pada saat sebelum dan sesudah penyuluhan.



Sumber: hasil olah data

Peningkatan pemahaman ini dapat dicapai, di antaranya karena penyampaian materi yang dikemas dalam bentuk *PowerPoint Slide* sehingga mudah dipahami oleh peserta. Penggunaan media yang mengkombinasikan aspek audio dan visual ini memudahkan pemateri untuk menyampaikan informasi dalam tampilan yang lebih menarik dengan menggabungkan teks dan gambar. Sejalan dengan hal ini, penggunaan media ini dinilai efektif untuk mentransfer materi yang bersifat ilmiah kepada pendengar atau audiensi yang bukan berasal dari kalangan akademisi, seperti halnya anggota KPPAH. Wijayanti *et al.* (2016) melaporkan bahwa penggunaan media audio visual seperti *PowerPoint slide* mampu meningkatkan pengetahuan masyarakat terkait pendidikan kesehatan dengan efektivitas sebesar 41,49% jika dibandingkan dengan penggunaan media *flip chart*.

Penggunaan media pembelajaran dalam proses transfer ilmu diketahui dapat menumbuhkan rasa ingin tahu, minat dan motivasi yang selanjutnya akan merangsang munculnya keinginan untuk belajar atau mengetahui dari audiensi (Wiratmojo dan Sasonohardjo, 2002). Hal ini akan mempengaruhi audiensi secara signifikan dan secara langsung berkontribusi terhadap peningkatan pemahaman audiensi itu sendiri (Notoatmodjo, 2007). Media *Powerpoint Slide* tergolong sebagai media *by design* yang penyusunan dan perancangannya diatur sesuai dengan tujuan pembelajaran yang ditargetkan. Pemanfaatan jenis media ini dinilai praktis, mampu memberikan penguatan pada konten yang ditargetkan, mampu menumbuhkan pemahaman dan ingatan yang mendalam terhadap materi,

memfasilitasi interaksi antara pemateri dan audiensi serta memiliki variasi teknik penyajian yang interaktif (Daryanto, 2010; Hamtiah *et al.*, 2012; Sahrani *et al.*, 2016).

Pelatihan Pembuatan dan Sterilisasi Media Kultur *B. bassiana* di Laboratorium

Anggota KPPAH menunjukkan antusiasme yang cukup tinggi saat kegiatan pelatihan pembuatan dan sterilisasi media (Gambar 2). Partisipasi anggota KPPAH yang berkesempatan untuk mempraktikkan langsung cara pembuatan media dinilai mampu mempertajam pemahaman yang telah diperoleh pada kegiatan penyuluhan. Kegiatan praktik langsung juga dapat mendorong peningkatan kemampuan teknis dari anggota KPPAH dalam hal pembuatan dan sterilisasi media. Kegiatan praktik melalui pelatihan ini ditujukan untuk memfasilitasi pembelajaran berbasis pengalaman (*experiential learning*) bagi anggota KPPAH sehingga sinkronisasi antara apa yang telah dipahami dari hasil penyuluhan dan bagaimana praktik secara langsungnya dapat dicapai. Metode ini dipilih karena semua anggota KPPAH Dadi Makmur adalah lulusan SMA yang tidak familiar dengan materi pelatihan yang biasanya hanya dapat diperoleh di jenjang perguruan tinggi.

Gambar 2. Suasana saat pemaparan prosedur pembuatan media (kiri) dan saat anggota KPPAH mempraktikkan langsung proses pembuatan media (kanan).



Sumber: dokumen penulis

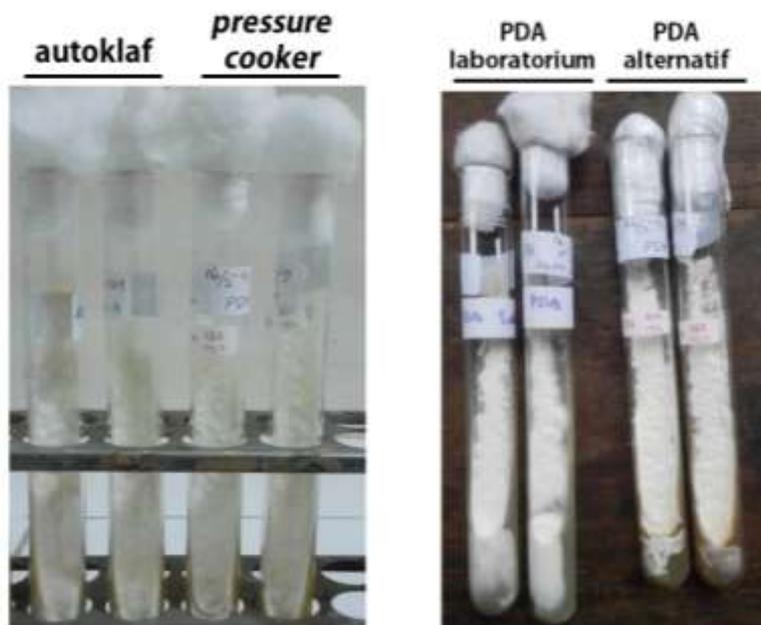
Model pembelajaran berbasis pengalaman (*experiential learning*) tergolong sebagai bentuk pembelajaran aktif yang dapat digunakan jika tujuan pembelajaran yang ditargetkan adalah untuk mengembangkan keterampilan. Model pembelajaran ini pertama kali diperkenalkan oleh David Kolb pada tahun 1984 dimana model ini difokuskan pada beberapa aspek, mulai dari (1) *concrete experience*, (2) *reflective observation*, (3) *abstract conceptualization* dan (4) *active experimentation* (Yusup dan Suhandi, 2016). Model ini secara langsung sejalan dengan teori kerucut pengalaman Edgar Dale yang menyatakan bahwa pemahaman atau ingatan seseorang tentang hal yang dipelajarinya akan mencapai 90% jika hal tersebut diperoleh dari apa yang telah dilakukan. Pengalaman berupa praktik langsung akan menumbuhkan kemampuan menjelaskan, menganalisis, mengevaluasi dan menciptakan (Sari, 2016).

Pendampingan di laboratorium KPPAH dan pengamatan kualitas media

Setelah mengikuti penyuluhan dan pelatihan sterilisasi alat dan pembuatan media PDA di laboratorium Agrobioteknologi FP UMY, maka anggota KPPAH mempraktekkan sterilisasi alat dan pembuatan media PDA di laboratorium KPPAH menggunakan panci presto, dengan didampingi oleh tim pengabdian. Meskipun dengan kondisi laboratorium yang sangat sederhana di desa Jeglongan, namun sudah memenuhi persyaratan minimal dan hasilnya juga bagus, tidak banyak yang kontaminasi.

Berkaitan dengan kualitas media yang dihasilkan dari pelatihan ini, tidak ada perbedaan tampilan luar antara media PDA alternatif yang disterilisasi menggunakan autoklaf dan panci bertekanan. Hal ini ditandai dengan kualitas kultur *B. bassiana* yang ditumbuhkan di media yang disterilisasi dengan panci bertekanan menunjukkan pertumbuhan spora yang sama seperti kultur pada media yang disterilisasi dengan autoklaf (Gambar 3). Perbedaan visual yang kontras justru terlihat antara media PDA alternatif dan media PDA dengan bahan khusus analisis laboratorium. Media PDA yang umum digunakan di laboratorium memiliki warna putih dan agak keruh, sedangkan media PDA alternatif cenderung berwarna agak kecoklatan pasca sterilisasi (Gambar 3). Hal ini disebabkan karena jenis gula yang digunakan pada media PDA alternatif akan berubah warna menjadi kecoklatan (*caramelized*) setelah dipanaskan pada suhu tinggi dalam rentang durasi waktu tertentu.

Gambar 3. Visualisasi kultur *Beauveria bassiana* yang ditumbuhkan di media PDA yang disterilisasi dengan autoklaf dan panci bertekanan (kiri). Perbedaan visual antara media PDA laboratorium dan PDA alternatif (kanan).



Sumber: dokumen penulis

Jika dibandingkan dengan media PDA, pelatihan pembuatan media beras dinilai lebih mudah diikuti oleh anggota KPPAH. Hal ini dikarenakan anggota KPPAH telah terbiasa membuat media beras untuk produksi inokulum jamur *Beauveria bassiana*. Selama pelatihan tersebut, semua anggota KPPAH yang mengikuti pelatihan mampu mempraktikkan dengan lancar prosedur persiapan media beras tersebut. Sebaliknya pelatihan pembuatan media PDA tergolong sebagai sesuatu yang baru bagi anggota KPPAH sehingga sebagian besar anggota cenderung belum familiar dengan prosedur pembuatannya. Hal ini menyebabkan karakteristik media PDA miring yang dihasilkan relatif bervariasi antar anggota KPPAH. Sebanyak 63% anggota KPPAH yang mengikuti pelatihan berhasil membuat media PDA miring dengan kemiringan yang proporsional dan kepadatan kapas penutup tabung yang tepat untuk meminimalisir risiko kontaminasi. Sementara itu, karakteristik media PDA miring yang dihasilkan oleh sebagian anggota lainnya menunjukkan level kemiringan yang kurang tinggi dan kepadatan kapas penutup tabung yang agak longgar.

Agar miring merupakan salah satu bentuk media agar yang dibuat di dalam tabung reaksi dan dirancang untuk memadat dalam kondisi miring di salah satu sisinya. Memiringkan permukaan media agar merupakan salah satu cara untuk memberikan ruang atau luas permukaan yang lebih luas bagi mikroba untuk tumbuh di dalam tabung reaksi tersebut. Teknik ini juga dikenal mampu memperkecil risiko kehilangan air pada media karena tabung reaksinya dapat ditutup. Penggunaan agar miring biasanya diperuntukkan untuk mengkulturkan mikroba yang akan diidentifikasi secara mikroskopis. Mikroba yang dikulturkan di jenis media seperti ini akan lebih cepat membelah diri sehingga jumlah sel yang cukup untuk analisis selanjutnya dapat diperoleh dalam beberapa jam periode kultur saja. Selain itu, mengkulturkan mikroba menggunakan media agar miring akan memudahkan penyimpanan kultur karena dapat disimpan di luas ruangan yang terbatas (Lehman, 2018).

Prosedur pembuatan media PDA miring yang diajarkan kepada anggota KPPAH merupakan sebuah tahapan kegiatan yang membutuhkan latihan intensif untuk dapat membiasakan diri. Pembiasaan yang dihasilkan dari intensitas latihan yang rutin akan mengasah kemampuan anggota KPPAH untuk dapat menghasilkan media PDA miring yang memiliki level kemiringan yang proporsional dan kepadatan kapas penutup yang tepat. Oleh karena itu, pelatihan di laboratorium ini perlu didukung dengan kegiatan praktik secara rutin dan mandiri oleh anggota KPPAH guna mempercepat proses pembiasaan terhadap prosedur pembuatan jenis media ini.

Berkenaan dengan proses sterilisasi, panci bertekanan menunjukkan proses sterilisasi dengan durasi waktu yang lebih singkat jika dibandingkan dengan autoklaf. Hal ini dikarenakan perbedaan ukuran yang kontras antara autoklaf dan panci bertekanan sehingga panci bertekanan lebih cepat mencapai panas dan tekanan maksimal. Kondisi ini menyebabkan proses sterilisasi menggunakan panci bertekanan uap lebih cepat selesai.

Proses sterilisasi dengan autoklaf tergolong ke dalam tipe sterilisasi *moist heat* yang memanfaatkan uap jenuh dalam kondisi kering (*dry saturated steam*). Sterilisasi autoklaf

menggunakan uap bertekanan yang akan membangkitkan suhu tinggi (mencapai 121°C) untuk membunuh mikroorganisme (Sultana, 2008). Teknik ini telah digunakan selama bertahun-tahun untuk mensterilisasi bahan yang dapat bertahan pada kelembaban, tekanan dan suhu tinggi. Hal ini dikarenakan uap air cenderung bersifat non-toksik, mudah tersedia dan relatif mudah dikendalikan. Aplikasi metode sterilisasi uap ini paling banyak dimanfaatkan dalam proses dekontaminasi dan sterilisasi media serta alat yang digunakan di analisis laboratorium (Dion dan Parker, 2013).

Rangkaian kegiatan penyuluhan dan pelatihan laboratorium ini menunjukkan adanya peningkatan level pemahaman dan kemampuan teknis dari anggota KPPAH Dadi Makmur dalam hal pembuatan dan sterilisasi media kultur *B. bassiana*. Hasil ini diharapkan dapat mendorong peningkatan kemandirian KPPAH sehingga ke depannya mampu melakukan produksi *Beauveria bassiana* secara mandiri, mulai dari pembuatan aktivator hingga menjadi produk akhir biopestisidanya. Meskipun kegiatan penyuluhan dan pelatihan pembuatan media kultur ini menunjukkan hasil yang memuaskan, upaya praktik yang berkala dan pendampingan perlu dilakukan untuk mempercepat proses adaptasi anggota KPPAH terhadap beberapa teknik baru yang diperkenalkan.

Simpulan

Kegiatan pengabdian ini telah berhasil meningkatkan pemahaman dan kemampuan dalam hal preparasi media (100%) dan sterilisasi (71%). Sebanyak 63% anggota KPPAH yang mengikuti pelatihan berhasil membuat media PDA miring dengan kemiringan yang proporsional dan kepadatan kapas penutup tabung yang tepat untuk meminimalisir risiko kontaminasi. Penggunaan autoklaf dan panci bertekanan tidak menunjukkan perbedaan yang nyata terhadap kualitas inokulum *Beauveria bassiana* yang dihasilkan. Hal ini menegaskan bahwa proses sterilisasi media dapat dilakukan secara optimal di rumah menggunakan panci bertekanan. Kegiatan pengabdian ini selanjutnya perlu didukung dengan kegiatan pendampingan dan praktik secara berkala yang diinisiasi oleh anggota KPPAH guna mengoptimalkan kemampuan teknis terkait pembuatan dan sterilisasi media. Selain itu, kemandirian KPPAH ini juga perlu ditingkatkan melalui pengenalan prosedur produksi kultur aktivator *Beauveria bassiana* dan pengujian kualitas produk yang dihasilkan.

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengungkapkan ucapan terima kasih kepada sejumlah pihak yang berkontribusi dalam mensukseskan pelaksanaan kegiatan ini, antara lain:

1. Lembaga Penelitian, Publikasi dan Pengabdian Masyarakat Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah mendanai kegiatan pengabdian masyarakat melalui Dana Hibah Program Kemitraan Masyarakat 2019.
2. Kelompok Petani Pengembang Agensi Hayati Dadi Makmur selaku mitra.

3. Program Studi Agroteknologi yang telah memfasilitasi pelaksanaan kegiatan ini.
4. Bu Sumarsih, Anggi Cahyani dan Choiril Muchtar yang telah memberikan bantuan teknis selama pelaksanaan kegiatan ini.

5.

Daftar Pustaka

- Akello, J. and Sikora, R. (2012). Systemic Acropedal Influence of Endophyte Seed Treatment on *Acyrtosiphon pisum* and *Aphis fabae* Offspring Development and Reproductive Fitness. *Biological Control*, 61 (3), 215-221.
- Daryanto. (2010). *Media Pembelajaran: Perannya Sangat Penting dalam Mencapai Tujuan Pembelajaran*. Yogyakarta Gava Media.
- Dion, M. and Parker, W. (2013). Steam sterilization principles. *Pharmaceutical Engineering*, 33 (6), 1-8.
- Hamtiah, S., Dwijatmiko, S. and Satmoko, S. (2012). Efektivitas Media Audio Visual (Video) terhadap Tingkat Pengetahuan Petani Ternak Sapi Perah Tentang Kualitas Susu di Desa Indrokilo Kecamatan Ungaran Barat Kabupaten Semarang. *Animal Agriculture Journal*, 1 (2), 322-330.
- Hyde, K. and Soyong, K. (2008). The Fungal Endophyte Dilemma. *Fungal Divers*, 33 (163), e173.
- Lehman, C. (2018). What Are Agar Slants? Retrieved from <https://sciencing.com/agar-slants-8538817.html>. Diakses tanggal 21 Juli 2019.
- Notoatmodjo, S. (2007). *Promosi kesehatan dan ilmu perilaku*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ownley, B. H., Gwinn, K. D. and Vega, F. E. (2010). Endophytic Fungal Entomopathogens with Activity against Plant Pathogens: Ecology and Evolution. *BioControl*, 55 (1), 113-128.
- Rehner, S. (2005). Phylogenetics of the Insect Pathogenic Genus *Beauveria*. In *Insect-Fungal Associations: Ecology Evolution* (Vol. 3, pp. 27).
- Rehner, S. A., Minnis, A. M., Sung, G. H., Luangsa-ard, J. J., Devotto, L. and Humber, R. A. (2011). Phylogeny and Systematics of the Anamorphic, Entomopathogenic Genus *Beauveria*. *Mycologia*, 103 (5), 1055-1073.
- Rodriguez, R., White Jr, J., Arnold, A. E. and Redman, A. R. (2009). Fungal Endophytes: Diversity and Functional Roles. *New Phytologist*, 182 (2), 314-330.
- Sahrani, F. T., Istiningtyas, A. and Teguh, S. (2016). Efektifitas Pendidikan Kesehatan antara Media Flip Chart dengan Media Audiovisual terhadap Tingkat Pengetahuan Ibu tentang Penanganan Luka Bakar Grade 1. 1-15. <http://digilib.stikeskusumahusada.ac.id>
- Sari, M. (2016). *Blended Learning*, Model Pembelajaran Abad ke-21 di Perguruan Tinggi. *Ta'dib*, 17 (2), 126-136.

- Sultana, Y. (2008). Sterilization Methods and Principles. In C. R. Kokare (Ed.), *Pharmaceutical Microbiology and Biotechnology* New Delhi.
- Wijayanti, T., Isnani, T. and Kesuma, A. P. (2016). Pengaruh penyuluhan (ceramah dengan power point) terhadap pengetahuan tentang leptospirosis di Kecamatan Tembalang, Kota Semarang Jawa Tengah. *Balaba: Jurnal Litbang Pengendalian Penyakit Bersumber Binatang Banjarnegara*, 12 (1), 39-46.
- Wiratmojo, P. and Sasonohardjo. (2002). *Media Pembelajaran*. Bahan Ajar Diklat Kewidyaiswaraan Berjenjang Tingkat Pertama. Lembaga Administrasi Negara
- Yusup, M. and Suhandi, A. (2016). Pengaruh penerapan pembelajaran berbasis pengalaman menggunakan percobaan secara inkuiri terhadap peningkatan keterampilan proses sains siswa sekolah dasar pada pembelajaran IPA. *EDUHUMANIORA: Jurnal Pendidikan Dasar*, 8 (2), 211-216.
- Zimmermann, G. (2007). Review on Safety of the Entomopathogenic Fungi *Beauveria bassiana* and *Beauveria brongniartii*. *Biocontrol Science and Technology*, 17 (6), 553-596.

Penguatan Literasi Keuangan Syariah Pada Penyandang Disabilitas

Ahmad Ma'ruf ^{*}, Joko Prihatin ^{}, Novia Rahmayanti ^{**}**

^{*}) Dosen Prodi Ilmu Ekonomi, FEB Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

^{**}) Alumni Prodi Ilmu Ekonomi, FEB Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Alamat: Jl Kenari 13 Perum Sidoarum III Godean Sleman 55264 Tlp 0274798342

Email: *macrov_jogja@yahoo.com*

ABSTRACT

Financial literacy is a basic need for everyone, including people with disabilities to avoid financial problems. The financial sector has been effective in encouraging the development of the household economy, both in terms of capability and accuracy of spending, business financing, and the accuracy of savings and investment choices. Adults with disabilities who are members of the GADING community have a majority of secondary education with limited financial management, and are not accustomed to household financial planning. Dissemination activities are carried out through structured training that begins with a process of social analysis, needs analysis, and training design that is adapted to disability conditions. The results of this activity are still minimal, so it needs to be repeated periodically.

Keywords: Islamic financial literacy; people with disabilities

Pendahuluan

Literasi keuangan merupakan kebutuhan dasar bagi setiap orang agar terhindar dari masalah keuangan. Kesulitan keuangan dapat muncul jika terjadi kesalahan dalam pengelolaan keuangan (*miss-management*) seperti tidak adanya perencanaan keuangan (Yushinta, 2017). Literasi keuangan (*financial literacy*) menyadari betapa pentingnya tingkat 'melek' keuangan pada semua masyarakat. Secara umum, masih terjadi tingkat literasi keuangan yang rendah pada masyarakat berpendidikan, terlebih lagi pada kelompok rentan, termasuk para penyandang disabilitas.

Secara nasional, literasi keuangan terus mengalami perluasan (*well literate*). Dalam hal literasi keuangan syariah, secara umum masyarakat Indonesia masih rendah. Hal ini terlihat dari Indeks Literasi Keuangan Syariah pada tahun 2016 hanya sebesar 11,06% meningkat tipis dari tahun 2013 yang hanya 8,11% (OJK, 2017). Secara spasial, Indeks Literasi Keuangan Syariah masyarakat DIY pada tahun 2016 hanya sebesar 9,45%. Hal ini berarti pemahaman masyarakat DIY tentang keuangan konvensional lebih tinggi dibandingkan keuangan syariah, bahkan lebih tinggi dari rata-rata nasional. Namun pemahaman masyarakat DIY tentang keuangan syariah lebih rendah dari rata-rata nasional. Pemahaman literasi keuangan pada masyarakat berdampak pada perilaku ekonomi (Mihalcova, dkk, 2014, Antara, dkk, 2016). Pada masyarakat luas, termasuk para penyandang disabilitas, hal ini sangat terkait dengan

pilihan akses pembiayaan, cara menabung, investasi, dsb. Sektor keuangan menjadi efektif mendorong pembangunan ekonomi suatu komunitas, termasuk oleh para penyandang disabilitas baik yang berkegiatan usaha dengan skala mayoritas skala usaha kecil dan menengah (UKM) maupun sebagai konsumen apabila literasi keuangannya bagus yang disertai dengan inklusi keuangan yang tinggi maka peran mereka dalam perekonomian menjadi lebih tinggi.

Berdasarkan hasil observasi pada komunitas difabel yang tergabung pada Galang Difabel Gamping (GADING) di Kecamatan Gamping. Hal yang masih lemah adalah pemahaman atas konsep keuangan syariah dibandingkan konvensional, dan produk keuangan syariah. Hal yang selama ini mereka pahami adalah konsep sederhana terkait keuangan berbasis konvensional, dan belum paham konsep keuangan syariah. Komunitas difabel ini mayoritas status masih anak usia sekolah. Sisi lain, para pendamping khususnya orang tua dari anak difabel dan penyandang disabilitas usia dewasa mayoritas berpendidikan menengah dengan pemahaman pengelolaan keuangan yang terbatas, dan tidak terbiasa melakukan perencanaan keuangan rumah tangga secara detail.

Atas permasalahan tersebut, menjadi kebutuhan untuk melakukan sosialisasi dan edukasi disertai pendampingan terkait dengan keuangan syariah, baik dalam konteks konsep, keterampilan pengelolaan keuangan rumah tangga, maupun memantapkan atas sikap yang terwujud dalam pilihan tindakan yang terkait keuangan rumah tangga, seperti menabung, kredit, bahkan investasi. Tujuan kegiatan ini adalah meningkatkan pengetahuan dan pemahaman kepada anggota penyandang disabilitas usia dewasa dan para pendamping penyandang disabilitas yang tergabung pada GADING mengenai keuangan syariah dikaitkan dengan pengelolaan keuangan rumah tangga.

Metode Pelaksanaan

Secara umum, metode pelaksanaan kegiatan ini menggunakan alur pemberdayaan masyarakat. Pada tahap awal dilakukan analisis sosial dan analisis kebutuhan pada kelompok sasaran, yang dilakukan bersamaan pada pertemuan rutin komunitas GADING. Metode observasi dengan wawancara pada pengurus GADING.

Proses diseminasi dilakukan dalam bentuk pelatihan. Proses kegiatan diseminasi melalui pelatihan ini terbagi dalam beberapa tahap, yaitu:

- a. Tahap persiapan pelatihan dilakukan koordinasi dengan tim fasilitator. Pada kegiatan ini, kegiatan dilaksanakan bekerjasama dengan kelompok Generasi Cerdas Keuangan (GCK) yang terdiri dari delapan orang fasilitator usia muda yang sering tergabung dalam kegiatan-kegiatan literasi keuangan di DIY. Selain menentukan tim fasilitator, juga disepakati waktu pelaksanaan. Berdasarkan hasil analisis sosial, waktu pelatihan disampaikan bersamaan dengan jadwal pertemuan rutin komunitas GADING, yakni pada hari Minggu ketiga setiap bulan, dan direncanakan akan berlangsung dalam 3 kali pertemuan.

- b. Perumusan materi yang disesuaikan dengan tingkat pendidikan kelompok sasaran yang mayoritas pendidikan setingkat SLA untuk para pendamping difabel dan penyandang disabilitas usia dewasa. Berdasarkan hasil analisis sosial, untuk penyandang usia anak tidak menjadi sasaran kegiatan ini karena mayoritas usia sekolah dasar.
- c. Penentuan metode penyampaian materi disepakati menggunakan metode ceramah interaktif dua arah dengan alat bantu tayangan visual menggunakan proyektor/incofus. Selain untuk tayangan materi, juga digunakan untuk memutar video-video edukasi keuangan syariah yang diambil dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK).
- d. Pendalaman materi dilakukan melalui metode permainan (*games*) berupa kertas permainan tentang membedakan hal-hal yang bersifat keinginan dan hal-hal yang bersifat kebutuhan. Permainan ini ditujukan agar peserta mampu merumuskan dan menyadari hal-hal pokok yang menjadi kebutuhan riil (*need*) dan bukan keinginan (*want*) dalam rumah tangga sehingga alokasi keuangan rumah tangga lebih tepat sasaran.
- e. Tahap akhir pelatihan dilakukan refleksi atas substansi materi melalui metode melempar pertanyaan untuk mendapat respon dari peserta.

Proses akhir dari kegiatan ini adalah evaluasi dan publikasi. Evaluasi ditujukan untuk mendapatkan umpan balik dari hasil kegiatan ini, serta mendapatkan masukan-masukan obyektif dari peserta kegiatan untuk dirumuskan sebagai rekomendasi tindaklanjut. Selain itu, perlu dilakukan pula sosialisasi pada khalayak luas melalui publikasi media.

Hasil dan Pembahasan

Pelaksanaan kegiatan pelatihan literasi keuangan syariah pada penyandang disabilitas kelompok GADING dilakukan sesuai rencana yakni 3 kali pertemuan. Pilihan waktu ini sesuai kesepakatan dan hasil analisis sosial yang telah dilaksanakan pada tahap awal program. Telah terlaksana kegiatan pelatihan pada hari Minggu, 17 Februari 2019 mulai jam 09.00-12.00 WIB; Minggu 21 April 2019 mulai jam 10.00-12.00 WIB; dan Minggu, 23 Juni 2019 mulai pukul 10.00 - 12.00 WIB, yang dihadiri oleh penyandang disabilitas dan pendamping disabilitas rata-rata sebanyak 40 orang.

Pada awal pelatihan, fasilitator melakukan pembukaan formil diawali dengan berdoa. Selain pelaksana yang menjadi narasumber, proses penyampaian dan pendalaman materi pelatihan juga dilakukan oleh 8 (delapan) relawan yang tergabung dalam tim Generasi Cerdas Keuangan (GCK).

Materi awal dalam literasi keuangan adalah para penyandang disabilitas diberikan pemahaman terkait urgensi mengatur keuangan rumah tangga. Keterbatasan keuangan yang dialami oleh banyak anggota masyarakat, termasuk para penyandang disabilitas khususnya yang berada dalam ekonomi resiko tinggi, atau masyarakat dengan pendapatan dalam kategori menengah bawah, yang dalam keseharian selalu dihadapkan terhadap pilihan yang sulit sehingga perlu kemampuan membedakan kebutuhan dan keinginan.

Serangkaian kegiatan pelatihan literasi keuangan syariah dilakukan dengan metode presentasi, tanya-jawab, permainan, simulasi, dan refleksi. Secara umum, materi yang diberikan dalam pelatihan ini adalah pengenalan arti penting mengelola uang agar memenuhi kebutuhan rumah tangga; pengetahuan tentang keuangan syariah; dan metode pengelolaan keuangan rumah tangga yang sedapat mungkin menerapkan kaidah pengelolaan sebagaimana dituntunkan dalam ajaran Islam.

Pembahasan tentang keuangan dalam kehidupan sehari-hari dari para difabel dengan bercerita tentang pengalaman masing-masing yang riil dihadapi dalam masalah keuangan, seperti mengelola uang saku anak, mengelola keuangan usaha akan mempermudah proses pemahaman dan pengertian tentang tujuan dari literasi keuangan.

Dalam presentasi materi literasi keuangan yang dilakukan dalam program ini, tidak hanya melalui power point materi atau gambar-gambar dari literasi keuangan, namun juga ditampilkan video-video yang menceritakan tentang pentingnya literasi keuangan termasuk dampak dari ketidakmampuan seseorang dalam mengelola keuangan. Pada sesi presentasi ini, pemateri memberikan pengetahuan bahwa literasi keuangan itu tidak hanya mengelola uang saja, namun juga kepribadian dan berperilaku dalam menentukan pilihan yang akan sangat berpengaruh dalam kebijakan atau pengambilan keputusan saat menentukan mana kebutuhan atau keinginan sehingga alokasi keuangan lebih tepat sasaran dan berdayaguna.

Pendalaman materi dilakukan metode permainan. Peserta dibagi dalam beberapa kelompok kemudian peserta diajak untuk menebak pernyataan yang bersifat kebutuhan dan keinginan, serta melakukan pengambilan keputusan keuangan. Hal ini untuk memberikan pemahaman dan pengertian akan kegunaan atau posisi suatu keputusan itu akan menjadi keinginan atau kebutuhan dalam kehidupan sehari-hari. Pemikiran dalam jangka panjang akan suatu keputusan menjadi pokok penyampaian dalam sesi permainan. Permainan ini juga untuk pendalaman atas pemahaman peserta terhadap literasi keuangan syariah setelah diberikan materi melalui metode presentasi.

Gambar 1. Suasana pelatihan pertama dan kedua literasi keuangan syariah pada difabel



Sumber: dokumen penulis

Pada pertemuan bulan berikutnya, dilakukan sesi praktik pengelolaan keuangan. Peserta diberikan selembar kertas yang didalamnya terdapat tabel-tabel, dengan dibantu tim fasilitator para peserta menuliskan pendapatan yang diterima selama satu bulan beserta sumber pendapatan tersebut. Kondisi peserta difabel yang memiliki beberapa keragaman, maka tim fasilitator mengelompokkan peserta berdasarkan ragam disabilitasnya. Hal ini agar memudahkan dalam proses pelatihan dan pemahaman, seperti, peserta dengan keterbatasan menulis, akan diberikan tim yang akan membantu menuliskan, sedangkan yang memiliki keterbatasan dalam pengelihatian akan diberikan tim yang akan membantu membacakan dan menuliskan sehingga proses pembelajaran lebih efektif.

Gambar 2. Suasana pelatihan ketiga literasi keuangan syariah pada difabel



Sumber: dokumen penulis

Peserta diminta menuliskan apa saja hal yang dilakukan terkait pengambilan keputusan keuangan mereka. Sebagai contoh pengeluaran yang wajib dilakukan untuk berbelanja dalam waktu sebulan, pendidikan, dan dan kebutuhan lainnya. Proses ini menjadi sangat penting, mengingat pengetahuan dalam kebutuhan dan keinginan ini masih minim menyebabkan setiap keinginan seseorang akan berubah menjadi kebutuhan yang sifatnya wajib dipenuhi, padahal hal ini harus di lihat pada aspek jangka panjangnya. Setelah membuat daftar pendapatan dan pengeluaran, peserta diajak untuk menghitung dan memilah-milah mana yang sebenarnya kewajiban dan kebutuhan, serta hal-hal mana saja yang dapat disubstitusikan dengan pilihan lain yang sifat dan fungsinya sama. Setelah membandingkan besaran pendapatan dan pengeluaran, peserta mengetahui seberapa besar pengeluaran dalam waktu satu bulan, sebagai pengetahuan dan keterampilan perencanaan keuangan yang efektif.

Pada sesi refleksi, ditemukan masih banyak peserta yang memiliki pengeluaran lebih besar daripada pendapatannya. Banyak dari peserta yang berhutang untuk memenuhi hal-hal yang bukan kebutuhan namun keinginan sehingga hutang yang tidak produktif. Pemilihan keputusan keuangan ini menjadi hal penting. Peserta diajak untuuk mengevaluasi kembali

pengeluarnya bulannya dan melihat alternatif pilihan lain dalam prioritas alokasi keuangan bulannya.

Tidak sedikit peserta yang mengeluhkan pendapatan yang sedikit dan kebutuhan yang banyak, kesempatan memperoleh pendapatan yang terbatas. Sesi eksplorasi potensi mendapatkan penghasilan tambahan, seperti pengelolaan lahan kosong di sekitar rumah yang dapat dijadikan tempat bercocok tanam tanaman konsumsi, seperti sayuran, termasuk pemanfaatan barang-barang bekas yang memiliki nilai tambah ekonomi. Dalam hal pengurangan resiko dan perencanaan kebutuhan, dilakukan pembahasan tentang tabungan dan investasi. Disampaikan adanya produk-produk tabungan dan investasi syariah yang bisa dimanfaatkan oleh penyandang disabilitas dari layanan keuangan mikro seperti koperasi milik penyandang disabilitas (Bank Difabel Ngaglik Sleman), juga perbankan yang ada di Kecamatan Gamping.

Pada pertemuan ketiga, dilakukan evaluasi atas pelaksanaan pelatihan pertama dan kedua. Berdasarkan pertanyaan terbuka pada awal kegiatan dan akhir pelatihan yang disampaikan kepada para peserta pada saat sebelum kegiatan dan sesudah kegiatan pelatihan, memberikan hasil sebagai berikut: a) Peserta mampu membedakan antara kebutuhan dan keinginan, sehingga menjadi input untuk alokasi keuangan rumah tangga. Namun dalam hal kemauan merencanakan keuangan secara tertulis tidak ada yang melakukan karena selama ini hal tersebut dilakukan dengan pikiran yang sudah menjadi praktik keseharian; b) Atas pertanyaan mengenai apa itu bank syariah, produk syariah, bedanya bunga dan bagi hasil setelah materi pelatihan mendapatkan hasil hanya 10 peserta yang paham dan bisa menjelaskan. Hal ini menunjukkan kegiatan pelatihan tersebut mampu meningkatkan pengetahuan dan pemahaman namun masih pada sebagian kecil peserta. Ada beberapa faktor yang mendukung pelaksanaan pelatihan ini adalah kelompok ini memiliki pertemuan rutin tiap bulan dan mayoritas peserta selalu hadir, sehingga memudahkan pengaturan waktu kegiatan, sedangkan faktor penghambatnya adalah frekuensi pelatihan yang terbatas dan minimnya fasilitas peralatan.

5

Simpulan

Dari kegiatan pengabdian masyarakat berupa pelatihan literasi keuangan syariah bagi penyandang disabilitas di komunitas GADING dapat disimpulkan bahwa terjadi peningkatan pengetahuan dan pemahaman tentang keuangan syariah namun masih pada skala yang sangat minim, hanya 30 persen dari total peserta yang meningkat pengetahuan tentang keuangan syariah.

Mengingat besarnya manfaat atas pengetahuan keuangan syariah maka selanjutnya perlu: a) mengadakan tindak lanjut terhadap pelatihan melalui metode menghadirkan langsung praktisi perbankan syariah dan membawa alat simulasi; b) perlu ada alat pelatihan khususnya bagi yang tuna netra sehingga tidak hanya mendengar namun dapat membaca bahan bacaan untuk pendalaman pengetahuan.

Ucapan Terima Kasih

Terlaksananya kegiatan pengabdian masyarakat ini tidak lepas dari partisipasi para pihak. Untuk itu, diucapkan banyak terima kasih LP3M UMY yang telah memberikan dana untuk kegiatan ini sebagaimana dalam SK Kepala LP3M UMY nomor 195/SK-LP3M/I/2019. Ucapan terimakasih juga disampaikan pada komunitas difabel GADING dan tim Generasi Cerdas Keuangan (GCK).

Daftar Pustaka

Antara, Purnomo M, Musa, Rosidah, Hassan, Faridah, 2016, *Bridging Islamic Financial Literacy and Halal Literacy: The Way Forward in Halal Ecosystem*, International Journal Procedia - Social and Behavioral Sciences, p. 196 - 202

Mihalcova, Bohuslava, Csikosova, Andraian, Antosova, Maria, 2014, *Financial literacy – the urgent need today*, International Journal Procedia - Social and Behavioral Sciences, p. 317 - 321

Otoritas Jasa Keuangan, 2017, *Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan 2016*,

Yushita, Amanita Novi, 2017, *Pentingnya Literasi Keuangan bagi Pengelola Keuangan Pribadi*, Jurnal Nominal, Volume VI, No.1.

Link publikasi kegiatan:

<http://menara62.com/2019/06/24/penyandang-disabilitas-butuh-literasi-keuangan/>

<https://www.jogpaper.net/index.php/2019/06/24/mahasiswa-fe-umy-edukasi-keuangan-disabilitas/>

<https://www.bernas.id/68249-penyandang-disabilitas-butuh-literasi-keuangan.html>

Inisiasi Pemasaran Online Kelompok Usaha Kerajinan Anyaman Bambu Dusun Tangkil Muntuk Kecamatan Dlingo Kabupaten Bantul Yogyakarta

Aji Winanta¹, MT Ghozali¹

¹Prodi Farmasi, Fakultas Kedokteran dan Ilmu Kesehatan, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta Jalan Brawijaya Tamantirto Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta 55183
Jalan Brawijaya Tamantirto Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta 55183,
No Hp: 082221556698, Email: ajiwinanta@umy.ac.id

Abstrak

Perkembangan internet yang semakin pesat menyebabkan perubahan perilaku konsumen dalam membeli produk. Salah satu dari efek tersebut adalah tuntutan konsumen dalam layanan pemasaran dalam jaringan (*daring*) atau online yang dilakukan melalui media internet. Kelebihan penggunaan internet dalam kegiatan jual beli atau bisnis adalah mudah, cepat, dan dapat diakses kapan saja dan dimana saja tanpa terikat ruang dan waktu. Model pemasaran dengan menggunakan internet atau online diprediksi akan menjadi sebuah nilai tambah bagi produk atau jasa di masa mendatang. Tujuan utama dari program hibah pengabdian Program Kemitraan Masyarakat (PKM) Lembaga Penelitian, Publikasi, dan Pengabdian UMY ini adalah untuk meningkatkan kemampuan dari khalayak dusun mitra, yaitu pengrajin anyaman bambu di Dusun Tangkil Desa Muntuk Dlingo Kabupaten Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta, dalam memasarkan produk secara online. Mitra secara teknis diajarkan bagaimana cara membuat katalog yang menarik, mendaftarkan profil bisnis di mesin pencari google serta toko-toko online yang ada di Indonesia. Selain itu, mitra juga diajarkan bagaimana cara beriklan secara online. Hal ini diharapkan akan meningkatkan pendapatan masyarakat desa mitra. Upaya yang dilakukan untuk mencapai tujuan tersebut antara lain adalah penyuluhan mengenai pemasaran daring (*online marketing*), pelatihan dan praktek pembuatan katalog, mendaftarkan produk atau jasa yang ditawarkan ke mesin pencari google dan toko online, serta penyuluhan mengenai model pemasaran secara online. Program hibah kemitraan PKM oleh LP3M UMY ini pada akhirnya dapat membantu meningkatkan kemampuan masyarakat desa mitra dalam bidang pemasaran secara online, mulai dari pembuatan katalog yang menarik hingga cara melakukan promosi melalui internet atau online, sehingga dapat bersaing dengan kompetitor-kompetitor yang sudah ada.

Kata kunci: pemasaran online, kerajinan anyaman bambu, dusun tangkil

PENDAHULUAN

Pemasaran online atau internet secara umum mencakup strategi dan taktik promosi apa pun yang dijalankan bisnis secara online untuk mencapai target pasar. Saat ini, sebagian besar konsumen mencari informasi online sebelum membeli produk atau menggunakan layanan, sehingga semua bisnis harus memiliki kehadiran online sebagai bagian dari bauran pemasaran. Saat ini, dengan hampir setengah populasi dunia terhubung ke internet, konektivitas yang

terus meningkat telah menciptakan perubahan global dalam pemikiran dan penentuan posisi strategis, mengganggu industri demi industri, sektor demi sektor. Tampaknya, setiap hari, beberapa alat teknologi baru muncul yang merevolusi kehidupan kita, semakin memperdalam dan menanamkan ketergantungan kita pada dunia website. Pemasaran digital menguntungkan bisnis dari semua ukuran dengan memberikan akses ke pasar massal dengan harga yang terjangkau. Tidak seperti iklan TV atau cetak, ini memungkinkan pemasaran yang benar-benar pribadi. Keuntungan utama pemasaran digital adalah bahwa konsumen tertarget dapat dijangkau dengan cara yang hemat biaya dan terukur. (Kiang, Raghu, & Shang, 2000).

Desa muntuk terletak di daerah perbukitan dengan ketinggian yang berbeda beda antar dusun dan antar wilayah. Lokasi tersebut berada pada ketinggian antara 200 sampai dengan 500 meter di atas permukaan laut. Ketinggian antara 200 hingga 300 meter terdapat di Dusun Banjarharjo II Ngliseng, Seropan II, dan Seropan III. Ketinggian 300 hingga 400 meter terdapat di Dusun Gunung Cilik, Muntuk, Sanggrahan I, Sanggrahan II, Banjarharjo I, Banjarharjo II atas, dan Tangkil, sedangkan ketinggian 400 hingga 500 meter terdapat Dusun Karangasem, meskipun terdapat beberapa wilayah di Dusun Karangasem memiliki ketinggian antara 300 hingga 400 meter di atas permukaan laut. Kondisi kemiringan tanah antara 200 hingga 450 meter. Beberapa daerah yang sangat curam dapat dilihat pada peta topografi yang berwarna merah, yaitu dengan kemiringan >400 terdapat di perbatasan Dusun Banjarharjo II atas dan Banjarharjo II Ngliseng, sehingga menyebabkan terhambatnya akses distribusi. Sebagian besar warga yang akan berkendara bermotor menuju Desa Muntuk harus melalui Kecamatan Imogiri dan Desa Mangunan karena tidak adanya jaringan jalan yang memadai dengan curamnya topografi dua wilayah dalam satu dusun ini (Pemerintah Desa Muntuk Kecamatan Dlingo Kabupaten Bantul, 2019).

Dusun Tangkil merupakan daerah yang memiliki ciri khas kerajinan anyaman bambu yang berkualitas ekspor. Dusun tersebut terletak di selatan Dusun Banjarharjo I dengan bagian barat berbatasan dengan Dusun Karangasem, bagian timur berbatasan dengan Desa Temuwuh, sebelah selatan berbatasan dengan Dusun Seropan I. Desa Muntuk secara geografis terletak di Kecamatan Dlingo Kabupaten Bantul Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Desa ini terletak pada arah timur dari pusat kota Bantul, dan jarak Desa Muntuk dengan pusat kabupaten Bantul kurang lebih 25 km. Lokasi desa tersebut adalah 5 km ke arah barat dari pusat kecamatan Dlingo. Desa Muntuk berbatasan dengan beberapa desa antara lain Desa Mangunan, Desa Terong, Desa Wukirsari dan Temuwuh. Setiap hari, masyarakat di desa ini menggantungkan hidup dengan menganyam bambu dan membuat pernak-pernik aneka macam kerajinan (Pemerintah Desa Muntuk Kecamatan Dlingo Kabupaten Bantul, 2019).

Kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh khalayak mitra masih bersifat konvensional, yaitu dengan pameran dan direct promotion. Kurangnya minat dan pengetahuan dalam hal online marketing menyebabkan permasalahan dalam ekspansi dan perkembangan usaha. Selain itu, kompetitor-kompetitor mulai menggunakan model online atau digital dalam memasarkan produk atau jasa yang ditawarkan sehingga dibutuhkan penyuluhan dan pelatihan di desa

mitra agar tidak tertinggal jauh dari kompetitornya. Dusun Tangkil direncanakan menjadi lokasi program Kuliah Kerja Nyata (KKN) UMY, sehingga kami berinisiatif untuk merealisasikan program inisiasi pemasaran online pada kelompok pengrajin di desa mitra.

Metode Pelaksanaan

Metode pelaksanaan kegiatan program kemitraan masyarakat oleh Lembaga Penelitian, Publikasi, dan Pengabdian Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dalam inisiasi pemasaran online kelompok usaha kerajinan anyaman bambu meliputi 3 tahap yaitu penyuluhan marketing *online*, *workshop* dan praktek pemasaran *online*, dan kaderisasi ahli pemasaran *online*.

Tabel 1. Rincian pelaksanaan kegiatan program kemitraan masyarakat

Pertemuan ke	Materi	Lama Pelaksanaan
1	Penyuluhan marketing online	2 jam
2	Workshop dan praktek pemasaran online	8 jam
3	Kaderisasi ahli pemasaran online	8 jam

Sumber: dokumen penulis

Program inisiasi pemasaran online ini akan dilakukan sebanyak 5 kali pertemuan dengan rincian materi seperti tabel diatas. Durasi masing-masing pertemuan adalah kurang lebih 2 jam, dan dilaksanakan setiap hari ahad pagi mulai pukul 08.00 hingga 10.00 (*workshop* dan praktek serta kaderisasi pemasaran *online*), sedangkan penyuluhan dilakukan satu kali di awal program sebagai pengenalan program inisiasi tersebut.

Hasil Dan Pembahasan

Media digital kini menjadi media penting yang digunakan di setiap kalangan masyarakat. Data penelitian terakhir menunjukkan bahwa pengguna internet di Indonesia berjumlah sebesar 132,7 juta jiwa dan menjadi negara terbesar kedua dalam penggunaan aplikasi media social Facebook di dunia. Pemanfaatan media berbasis digital atau multimedia mulai tumbuh pesat seiring dengan bertambahnya pengguna internet di kawasan Asia Tenggara dan sekitarnya. Media digital pun bahkan sudah menjadi gaya hidup modern, di samping itu penggunaan media digital telah banyak membantu setiap orang dalam melakukan rutinitas. Individu, organisasi, bahkan pemerintahan juga tidak pernah terlepas dari akti tas menggunakan multimedia. Beberapa media digital yang sering digunakan saat ini, yaitu: Facebook, Twitter, Instagram, dan YouTube. Masing-masing media digital tersebut mempunyai fungsi yang sama, yaitu untuk berkomunikasi.

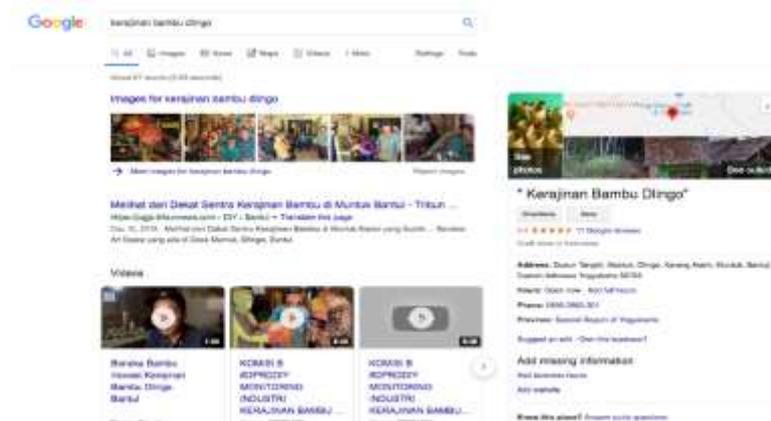
Program kemitraan masyarakat oleh Lembaga Penelitian, Publikasi, dan Pengabdian (LP3M) Universitas Muhammadiyah Yogyakarta ini difokuskan pada kelompok pengrajin Dusun Tangkil, Desa Muntuk, Kecamatan Dlingo, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Berdasarkan latar belakang masalah di atas dan untuk memperjelas pokok pembahasan pada pelaksanaan kegiatan ini, maka masalah yang dihadapi mitra pengrajin anyaman bambu Dusun

Tangkal dapat dirumuskan sebagai berikut: (1) Keterbatasan pengetahuan tentang internet dan dunia digital, (2) Peluang usaha yang ada relatif terbatas, (3) Keterbatasan akses pasar bagi kelompok usaha, (4) Kurangnya kemampuan untuk melakukan promosi produk, baik di faktor biaya maupun tentang bentuk promosi yang menarik. Dari masalah yang teridentifikasi, maka dapat dirumuskan masalah yang hendak diselesaikan dalam pengabdian pada masyarakat adalah bagaimana meningkatkan daya saing kelompok pengrajin tersebut melalui penggunaan internet dan digital marketing.

Kegiatan pelatihan pemanfaatan media online ini diikuti oleh tiga ketua pengrajin bambu Desa Muntuk, dan setiap anggota diwakili oleh 2 orang untuk mengikuti kegiatan pelatihan. Adapun profil dari anggota yang mengikuti pelatihan pemanfaatan media online sebagai sarana pemasaran prosuk adalah sebagai berikut: Setelah dilaksanakan sosialisasi pemanfaatan media *online* sebagai media pemasaran produk bagi para anggota, maka tingkat keberhasilan penyelenggaraan kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat dilihat dari hasil evaluasi selama pelaksanaan kegiatan, yakni:

- a. **Evaluasi proses.** Tahap ini bertujuan untuk mengetahui pelaksanaan dari program yang dibuat serta keterlibatan peserta atau khalayak sasaran antara strategis selama mengikuti kegiatan. Evaluasi tersebut dilakukan dari awal hingga akhir workshop pemanfaatan media *online*, dengan melihat tanggapan peserta terhadap studi kasus yang diberikan, praktik dapat diselesaikan dengan baik, dan hanya beberapa yang belum bisa menguasai dengan baik.
- b. **Evaluasi hasil/produk.** Tahap ini bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh tingkat keberhasilan tujuan yang telah dirumuskan, dapat dilihat dari respon (tanggapan) peserta terhadap sosialisasi pelatihan yang telah dilakukan, yang diberikan berupa angket pada akhir kegiatan dan hasil workshop pengisian media *online* oleh peserta workshop.

Gambar 1. Skrinsut Google dengan kata kunci “kerajinan bambu Dlingo”



Sumber: dokumen penulis

Pelatihan dilakukan selama satu hari penuh, dan diadakan pada tanggal 25 Januari 2019 dihadiri sebanyak 6 peserta dari 3 kelompok pengrajin dari Desa Muntuk, Kecamatan Dlingo, Kabupaten Bantul, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Hampir semua peserta program kemitraan LP3M UMY ini mengikuti kegiatan secara penuh dengan parameter semua peserta antusias mengikuti kegiatan sosialisasi dan pelatihan tersebut. Tanggapan yang diberikan peserta menunjukkan bahwa 16,6% menyatakan bahwa kegiatan pelatihan dengan topik inisiasi pemasaran *online* tidak perlu dilakukan, sedangkan sisanya (83,4%) menyatakan merasa perlu dengan kegiatan pelatihan ini, karena sangat membantu atau mendukung proses pemasaran produk secara *online* sebagai media promosi produk dan peningkatan omset usaha. Sejumlah 83,4% peserta berpendapat bahwa kegiatan pelatihan ini akan dapat memperluas pasar, tidak hanya pada pasar lokal Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta saja, namun sisanya sebanyak 16,7% menyatakan kurang penting dilakukan dengan alasan bahwa sebagian masyarakat di desa mitra belum mampu memanfaatkan media berbasis daring (*online*) secara penuh. Alasan lain adalah keberadaan sinyal jaringan telekomunikasi yang susah dijangkau oleh masyarakat. Mengenai isi materi pembelajaran, 100% peserta menjawab bahwa semua materi pelatihan diberikan dengan cara menarik karena bersentuhan langsung dengan pemanfaatan media *online* untuk pemasaran produk. Selain itu, semua peserta pelatihan berpendapat bahwa kegiatan pelatihan tersebut dapat memberikan peluang untuk meningkatkan omset usaha, dan 100% dari semua peserta mengharapkan pelatihan-pelatihan semacam ini diberikan secara rutin.

Gambar 2. Suasana pelatihan marketing online untuk Pengrajin Bambu Dusun Tangkil



Sumber: dokumen penulis

Tahapan Inisiasi Pemasaran Online

Beberapa tahapan yang dihasilkan selama proses inisiasi pemasaran online melalui sosial media marketing dalam program Kuliah Kerja Nyata hibah LP3M UMY “Inisiasi Pemasaran Online Kelompok Usaha Kerajinan Dusun Tangkil Muntuk Kecamatan Dlingo Kabupaten Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta” adalah sebagai berikut:

a. Tahapan pengetahuan

Tahapan ini terlihat pada saat para pengrajin anyaman bambu di desa mitra menyadari adanya suatu inovasi dan ingin tahu bagaimana fungsi inovasi tersebut dalam meningkatkan omset bisnis yang dibangun. Pengertian menyadari dalam hal ini bukan memahami, akan tetapi lebih ke arah bagaimana pengrajin desa mitra tersebut membuka diri untuk mengetahui inovasi baru, yaitu sosial media dan daring (online) marketing. Ada prinsip-prinsip umum tentang individu yang lebih awal mengetahui inovasi, yaitu: (a) Individu yang lebih awal tahu tentang inovasi lebih tinggi pendidikannya daripada yang akhir, (b) individu yang lebih awal tahu tentang inovasi lebih tinggi status sosial ekonominya daripada yang akhir, (c) individu yang lebih awal tahu tentang inovasi lebih terbuka terhadap media massa daripada yang akhir, (d) individu yang lebih awal tahu tentang inovasi lebih terbuka terhadap komunikasi interpersonal daripada yang akhir, (e) individu yang lebih awal tahu tentang inovasi lebih banyak kontak dengan agen pembaharu daripada yang akhir, (f) individu yang lebih awal tahu tentang inovasi lebih banyak berpartisipasi dalam sistem sosial daripada yang akhir, dan (g) individu yang lebih awal tahu tentang inovasi lebih kosmopolitan daripada yang akhir (Indraningsih, 2016).

b. Tahapan persuasi

Tahap persuasi dalam pelatihan ini adalah dimana para pengrajin anyaman bambu desa mitra dapat membentuk sebuah sikap (menyenangi atau tidak menyenangkan) terhadap inovasi sosial media dan *online* marketing. Dalam tahap persuasi ini, keaktifan mental lebih banyak memegang peran. Individu akan berusaha untuk mengetahui lebih banyak tentang inovasi dan menafsirkan informasi yang diterimanya. Individu dalam tahap ini berlangsung seleksi informasi yang disesuaikan dengan kondisi dan sifat pribadi. Peran kemampuan dalam tahap ini adalah sangat penting untuk mengantisipasi kemungkinan penerapan inovasi di masa depan. Kemampuan untuk memproyeksikan penerapan inovasi dalam pemikiran berdasarkan kondisi dan situasi yang ada juga diperlukan dalam tahap ini (Indraningsih, 2016).

c. Tahapan keputusan

Tahap keputusan dari proses inovasi ini berlangsung jika seseorang melakukan kegiatan yang mengarah untuk menetapkan menerima atau menolak sebuah inovasi. Dari hasil pengamatan yang dilakukan selama satu bulan, maka pegawai (dalam kasus ini adalah para pengrajin anyaman bambu) memutuskan untuk menerima inovasi *online* dan sosial media marketing, artinya semua pegawai akan menerapkan inovasi ini. Namun, perlu diperhatikan bahwa dalam kenyataannya pada setiap tahap dalam proses keputusan

inovasi dapat terjadi penolakan inovasi. Sebagai contoh adalah penolakan dapat terjadi pada awal tahap pengetahuan, dapat juga terjadi pada tahap persuasi, mungkin juga terjadi setelah konfirmasi, dan sebagainya (Indraningsih, 2016).

d. Tahapan implementasi

Para pengrajin anyaman bambu desa mitra dalam tahapan ini pada akhirnya mengambil keputusan menerima ide baru, sehingga mereka membuktikan dalam praktik dengan menggunakan sosial media marketing untuk melakukan proses penjualannya. Tahap *reinvention* (invensi kembali) dalam tahap implementasi dapat terjadi. Reinvention adalah penerapan inovasi dengan mengadakan perubahan atau modifikasi. Hal ini berarti bahwa penerapan inovasi tetapi tidak sesuai dengan aslinya. Dalam prakteknya, reinvensi bukan berarti tentu hal yang tidak baik, tetapi terjadinya re-invensi dapat merupakan kebijakan dalam pelaksanaan atau penerapan inovasi, dengan mengingat kondisi dan situasi yang ada (Indraningsih, 2016).

e. Tahapan konfirmasi

Para penganyam bambu desa mitra mencari penguatan terhadap keputusan yang telah diambilnya dengan cara mencari informasi tentang teknik penjualan menggunakan *online* dan sosial media marketing. Tahap ini sebenarnya berlangsung secara berkelanjutan, yaitu sejak terjadi keputusan menerima atau menolak inovasi, Hal ini berlangsung dalam waktu yang tak terbatas. Individu selama dalam tahap konfirmasi berusaha menghindari terjadinya disonansi atau paling tidak berusaha menguranginya (Indraningsih, 2016).

Beberapa faktor pendorong terlaksananya pelatihan ini adalah sebagai berikut:

- a. Dari pihak peserta (utusan dari pengrajin anyaman bambu Dusun Tangkil Muntuk Kecamatan Dlingo Bantul DIY) begitu antusias dalam mengikuti seluruh rangkaian kegiatan pengabdian pada masyarakat LP3M UMY.
- b. Pelaksanaan kegiatan tersebut dapat memberikan pengetahuan tambahan/menambah wawasan bagi peserta mengenai pemanfaatan media online sebagai sarana pemasaran.
- c. Kesiapan dan semangat para peserta kegiatan ini begitu besar untuk mendapatkan pengetahuan dan keterampilan yang disiapkan oleh panitia pelaksana.
- d. Faktor pendorong lainnya adalah kesiapan anggota tim pelaksana yang telah menyiapkan diri, terutama dalam pemberi materi pada kegiatan pengabdian ini.

1. Keberlanjutan Kegiatan Pelatihan

Agar kemampuan atau keahlian yang sudah ada benar-benar dimengerti maka perlu dilakukan uji coba secara berkala agar peserta terbiasa dengan penggunaan dan pemanfaatan aplikasi media sosial dalam rangka menerapkan teknik social media marketing. Pada pengabdian masyarakat selanjutnya dapat diberikan materi pelatihan kepada peserta tentang bagaimana pemanfaatan aplikasi *e-commerce* berbasis website.

2. Keberlanjutan Kegiatan Adopsi Aplikasi e-commerce Berbasis Website

Agar usaha kerajinan bambu memiliki kelayakan, maka pihak pengrajin harus berfikir bahwa pemanfaatan teknologi informasi semestinya tidak hanya digunakan sebagai

sarana pemasaran, namun juga mendukung proses bisnisnya. Adopsi aplikasi *e-commerce* berbasis website merupakan salah satu opsi agar dapat bersaing dan selalu siap dalam menjamin permintaan pelanggannya. Pada pengabdian masyarakat selanjutnya, adopsi aplikasi *e-commerce* berbasis website ini bisa menjadi masukan pihak pengrajin bambu Desa Muntuk Kecamatan Dlingo dalam menjamin kelancaran dari pelaksanaan proses bisnis.

Pada masa berikutnya, kegiatan pengabdian masyarakat ini tidak hanya dilakukan untuk anggota pengrajin anyaman bambu di dusun mitra, namun kegiatan pengabdian pada masyarakat berupa sosialisasi dan pelatihan pemanfaatan media online sebagai sarana pemasaran perlu dilakukan untuk pengrajin-pengrajin yang ada di luar mitra.

Simpulan

Berdasarkan analisis kegiatan program kemitraan masyarakat “Inisiasi Pemasaran Online Kelompok Usaha Kerajinan Dusun Tangkil Muntuk Kecamatan Dlingo Kabupaten Bantul Yogyakarta” dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kegiatan pengabdian pada masyarakat yang dilakukan ini sangat bermanfaat dalam meningkatkan pengetahuan peserta anggota pengrajin bambu dalam memanfaatkan media online sebagai sarana pemasaran produk, sehingga memberikan peluang untuk memperluas pasar produk yang dapat berimbas pada peningkatan omset usaha.
2. Pengabdian pada masyarakat untuk anggota anggota pengrajin bambu berupa sosialisasi dan pelatihan media online sebagai sarana pemasaran produk sangat perlu karena perkembangan era teknologi yang menuntut para pelaku usaha untuk bersaing secara global dengan media online.

Ucapan Terima Kasih

1. Lembaga Penelitian, Publikasi, dan Penelitian (LP3M UMY) Universitas Muhammadiyah Yogyakarta atas kontrak penugasan program pengabdian masyarakat semester ganjil 2018.
2. Seluruh perangkat Dusun Tangkil Desa Muntuk Kecamatan Dlingo Kabupaten Bantul Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.
2. Mahasiswa Kuliah Kerja Nyata (KKN) Unit 86 semester ganjil 2018 Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Daftar Pustaka

- Anonim., 1995, Strategi Pemasaran Untuk Organisasi Nirlaba, edisi ketiga, Yogyakarta, Gadjah Mada University Presss
- Anonim, 1997. Manajemen Pemasaran; Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol. Jakarta. Prenhallindo.
- Hermawan Kartajaya dkk., 2004. Memenangkan Persaingan dengan Segitiga Positioning-Diferensiasi-Brand. Jakarta.Gramedia

- Indraningsih, K. (2016). Pengaruh Penyuluhan Terhadap Keputusan Petani dalam Adopsi Inovasi Teknologi Usahatani Terpadu. *Jurnal Agro Ekonomi*, 29(1), 1-24. doi:<http://dx.doi.org/10.21082/jae.v29n1.2011.1-24>
- Kiang, M. Y., Raghu, T., & Shang, K. H.-M. (2000). Marketing on the Internet – who can benefit from an online marketing approach? *Decision Support Systems*, 27(4), 383–393. [https://doi.org/10.1016/S0167-9236\(99\)00062-7](https://doi.org/10.1016/S0167-9236(99)00062-7).
- Lisa Cannon, 2004, *Menjadi Ornop Mandiri*, Jakarta, Yayasan Obor.
- Philip Kotler et.al., 1989, *Social Marketing; Strategic for Changing Public Behavior*, London, The Free Press

Peningkatan Kemampuan Manajemen UMKM Ekowisata Pancoh

Alien Akmalia¹

¹Program Studi Manajemen, Fak. Ekonomi dan Bisnis UMY
Jl. Brawijaya Tamantirto, Kasihan, Bantul, Yogyakarta, 082138170869
alien_akmalia@umy.ac.id

Abstrak

Latar belakang kegiatan pengabdian ini berangkat dari permasalahan manajemen usaha yang dihadapi para pelaku UMKM di wilayah Ekowisata Dusun Pancoh, Girikerto, Turi, Sleman, Yogyakarta. Tujuan program KKN-PPM ini adalah untuk membantu memecahkan permasalahan manajemen usaha yang dihadapi oleh usaha mikro kecil menengah yang ada di wilayah khalayak sasaran. Metode yang digunakan untuk menyelesaikan permasalahan adalah melalui penyuluhan, demonstrasi, praktik dan pendampingan. Hasil dari program ini yaitu; (1) aspek umum, hasilnya: khalayak sasaran termotivasi untuk mengembangkan usaha yang telah dijalankan. Khalayak sasaran sudah memahami pentingnya melakukan berbagai upaya untuk mengembangkan usaha. (2) Aspek keuangan, dalam aspek ini khalayak sasaran sudah memahami pentingnya melakukan pemisahan keuangan pribadi dan keuangan usaha dan bertekad untuk mengaplikasikannya. Selain itu, peserta pelatihan juga sudah memiliki pengetahuan pencatatan keuangan di buku kas dan membuat laporan keuangan bagi UMKM. Peserta juga sudah melakukan pencatatan keuangan untuk usahanya melalui program pendampingan. (3) Aspek pemasaran, khalayak sasaran sudah memahami pentingnya promosi produk yang mereka jual, cara-cara melakukan promosi, serta berbagai media promosi yang bisa digunakan sehingga dapat survive dalam persaingan. Selain itu, Dusun Pancoh juga telah memiliki website resmi dengan alamat www.ekowisatapancoh.com. Website resmi milik Dusun ini, nantinya akan digunakan sebagai media promosi bagi dusun untuk menarik lebih banyak wisatawan.

Kata kunci: Manajemen Usaha, Keuangan, Pemasaran

Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dan strategis dalam pembangunan ekonomi nasional (Bank Indonesia, 2014). UMKM berperan dalam pertumbuhan ekonomi maupun penyerapan tenaga kerja. Selain itu UMKM terbukti tidak terpengaruh terhadap krisis. Manajemen usaha yang efektif bagi usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) maupun Usaha Kecil dan Menengah (UKM) merupakan hal yang sangat penting. Setiap pelaku usaha wajib memiliki kemampuan manajerial yang baik. Menurut Ghazzan (2011), tujuan dari hal tersebut adalah agar wirausaha memiliki daya pikir dan keterampilan teknis manajerial yang diperlukan dalam pengelolaan suatu usaha kecil.

Tabel 1. Gambaran Umum Kondisi Khalayak Sasaran

Uraian	Kondisi Khalayak Sasaran
Alamat	Dusun Pancoh, Girikerto, Turi, Sleman, D.I. Y
Jumlah KK	159 KK
Kadus	Purwadi (54 th)
Luas Wilayah Dusun	3ha
Potensi Wilayah	Sebagai Lokasi Ekowisata

Sumber: dokumen penulis

Mitra dalam Program KKN PPM ini adalah Dusun Pancoh, Girikerto, Turi, Sleman, Yogyakarta. Secara ringkas, gambaran mitra nampak pada tabel 1.

Latar belakang kegiatan pengabdian masyarakat KKN-PPM ini berangkat dari permasalahan manajemen usaha yang banyak dihadapi oleh para pemilik UMKM yang berada di wilayah Ekowisata Dusun Pancoh, Girikerto, Turi, Sleman, Yogyakarta. Mata pencaharian utama masyarakat Dusun Pancoh ini sebagian besar adalah petani salak. Banyak suka duka dalam menjalani profesi ini. Salah satu kendala yang dihadapi oleh para petani salak adalah rendahnya harga salak pada saat musim salak. Ketika musim panen salak, harga salak per kg dapat menyentuh harga Rp. 1200,00. Hal Keadaan ini mendorong warga untuk memiliki sumber pendapatan lain selain dari bertani salak. Salah satu pilihan warga Dusun Pancoh adalah dengan menjalankan wirausaha. Ada beberapa bidang usaha yang digeluti oleh warga di Dusun ini. Jenis bidang usaha dan perkiraan jumlah pelaku usaha dibidang tersebut berdasarkan hasil wawancara dengan Purwadi (2018) yang merupakan Kepala Dusun setempat disajikan pada tabel.2 berikut.

Tabel 2. Bidang Usaha dan Jumlah Pelaku Usaha di Dusun Pancoh

No	Bidang Usaha	Jumlah Pelaku Usaha
1	Pengepul Salak	5
2	Dodol Salak	2
3	Olahan Sampah	2
4	Kelompok Jahit	3
5	Kelontong	10
6	Laundry	2
7	Ternak Burung Puyuh	5
8	Usaha perikanan air tawar	6
9.	Dusun Wisata	Dikelola oleh Dusun
	Total	32 UMKM +1 Usaha milik dusun

Sumber: Hasil wawancara dengan Kadus Pancoh (Desember, 2018)

Selain usaha-usaha perorangan, di Dusun Pancoh ini merupakan Dusun Ekowisata. Menurut *The International Ecotourism Society* (2015) ekowisata adalah perjalanan yang bertanggung jawab ke daerah-daerah alami yang melestarikan lingkungan, menopang kesejahteraan masyarakat setempat, melibatkan interpretasi serta pendidikan lingkungan hidup. Atraksi wisata yang ditampilkan meliputi: Embung (Waduk), Susur Sungai, membajak sawah dan menanam padi, edukasi biogas sapi, memetik salak pondoh dan bumi perkemahan. Kegiatan wisata Ekowisata ini dikelola oleh Dusun yang dalam pelaksanaannya melibatkan seluruharganya. Bentuk keterlibatan warga ini sangat bermacam-macam. Mulai dari instruktur outbond, guide obyek wisata, maupun sebagai penyedia *homestay*. Sehingga pada dasarnya hampir seluruh warga Dusun Pancoh ini adalah pelaku usaha.

Berdasarkan komunikasi langsung dengan Purwadi (2018) Kadus Dusun Pancoh, walaupun banyak warga Dusun Pancoh yang memiliki usaha, bahkan Dusun pun memiliki usaha yang dikelola bersama seluruharganya namun belum ada warga yang mengelola usahanya secara profesional dengan memperhatikan pengelolaan manajemen usaha yang baik. Menurut beliau, lokasi Desanya sudah sering dipakai sebagai lokasi KKN, namun program yang dijalankan belum ada yang menyentuh aspek manajemen usaha bagi warga. Oleh karena itu adanya penyuluhan terkait manajemen usaha merupakan hal yang diperlukan untuk meningkatkan daya saing UMKM diwilayahnya. Tujuan program KKN-PPM ini adalah untuk membantu memecahkan permasalahan manajemen usaha yang dihadapi oleh usaha mikro kecil menengah yang ada di wilayah khalayak sasaran.

Metode Pelaksanaan

Berdasarkan pada latar belakang serta survey yang telah dilakukan, identifikasi permasalahan yang ada pada usaha ini, antara lain sebagai berikut:

Tabel 3. Prioritas Masalah Khalayak Sasaran

Permasalahan	
Aspek Umum	Belum merata dan optimalnya semangat berwirausaha para pemilik UMKM di Dusun Pancoh. Khalayak sasaran kurang memiliki semangat untuk mengembangkan usahanya. Mereka cenderung pasif dalam memasarkan produknya. Padahal potensi untuk meningkatkan penjualan maupun melakukan ekspansi usaha sangat besar. Terlebih di dusun ini merupakan Dusun Ekowisata yang sudah cukup dikenal.
Aspek Keuangan	Belum memisahkan antara keuangan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dengan keuangan untuk usaha. Belum memiliki pengetahuan yang memadai tentang pencatatan keuangan usaha (UMKM)

Aspek Pemasaran	Belum memiliki pengetahuan yang memadai tentang pentingnya promosi dalam meningkatkan penjualan.
------------------------	--

Sumber: dokumen penulis

Beberapa solusi yang ditawarkan serta target luaran yang diharapkan, berdasarkan pada identifikasi permasalahan yang terjadi pada Khalayak sasaran di Dusun Pancoh, Girikerto, Turi, Sleman, Yogyakarta, adalah sebagai berikut:

Tabel 4. Solusi dan Target Luaran

	Permasalahan	Solusi	Target luaran
Aspek Umum	Semangat berwirausaha khalayak sasaran masih belum merata dan optimal.	Menumbuhkan semangat/ motivasi untuk mengembangkan usaha.	Khalayak sasaran termotivasi untuk mengembangkan usaha
Aspek Keuangan	Belum memisahkan antara keuangan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dengan keuangan untuk usaha.	Memberikan wawasan pentingnya memisahkan keuangan pribadi dan cara melakukan pencatatan transaksi keuangan di buku kas.	Khalayak sasaran memahami pentingnya adanya pemisahan keuangan usaha dan menerapkannya. Selain itu khalayak sasaran bisa membuat pencatatan transaksi keuangan di buku kas.
Aspek Pemasaran	Belum memiliki pengetahuan yang memadai tentang pencatatan keuangan usaha (UMKM)	Memberikan wawasan yang memadai tentang pembuatan Laporan Keuangan bagi UMKM	Khalayak sasaran dapat mengaplikasikan pembuatan laporan keuangan untuk usahanya.
Aspek Pemasaran	Belum memiliki pengetahuan yang memadai tentang pentingnya promosi dalam meningkatkan penjualan.	Memberikan pengetahuan tentang pemasaran khususnya pentingnya promosi produk serta media yang dapat digunakan sehingga penjualan dapat meningkat.	Memiliki kesadaran untuk mempromosikan produk dan menerapkan dalam usaha milik khalayak sasaran.

Metode Pelaksanaan yang dilakukan dalam program pengabdian ini adalah melalui penyuluhan, demonstrasi, praktik dan pendampingan. Secara rinci pelatihan dan pendampingan yang dilaksanakan bagi mitra adalah sebagai berikut:

1. Penyuluhan menumbuhkan semangat mengembangkan usaha
2. Penyuluhan tentang pentingnya pemisahan keuangan pribadi dan keuangan usaha
3. Penyuluhan tentang pembuatan laporan keuangan UMKM
4. Penyuluhan pentingnya promosi produk dalam memenangkan persaingan usaha
5. Penyuluhan pembuatan dan *maintenance* Website Ekowisata Pancoh

Khalayak sasaran yang dituju dalam program pengabdian masyarakat pendampingan pemasaran dan keuangan ini adalah UMKM yang berada di wilayah Dusun Pancoh, Girikerto, Turi, Sleman, Yogyakarta. Kegiatan pengabdian masyarakat ini selain dilakukan dengan melakukan penyuluhan, demonstrasi dan praktik, juga dilanjutkan dengan pendampingan, sehingga ketika terjadi kesulitan dalam praktek operasional sehari-hari bisa membantu memberikan solusi.

Hasil dan Pembahasan

Berikut akan diuraikan hasil dan pembahasan dari hasil pelaksanaan program kemitraan masyarakat di Dusun Pancoh, Girikerto, Turi, Sleman, Yogyakarta.

1. Penyuluhan menumbuhkan semangat mengembangkan usaha

Penyuluhan dalam rangka menumbuhkan semangat berwirausaha dan mengembangkan usaha telah terlaksana dengan lancar. Pada awalnya penyuluhan hanya akan diberikan kepada warga Dusun Pancoh yang sudah memiliki usaha, akan tetapi dalam realisasinya tidak hanya warga yang sudah memiliki usaha saja yang mengikuti penyuluhan ini. Warga yang belum memiliki usaha, namun berniat untuk membangun sebuah usaha juga antusias mengikuti pelatihan ini.

Gambar 1. Peserta pelatihan 'menumbuhkan semangat mengembangkan usaha' dengan antusias



Sumber: dokumen penulis

Latar belakang peserta yang berbeda, dilihat dari sudut pandang sudah atau belum memiliki usaha mendorong pemateri untuk menyesuaikan dengan kondisi peserta tersebut. Pemateri tidak hanya memberikan motivasi untuk mengembangkan usaha, melainkan juga memberikan motivasi untuk memulai usaha. Sebelum dimulai pelatihan, pemateri memberikan pretest. Peserta diminta untuk menjawab pertanyaan pada lembar pretest yang telah disiapkan. Setelah selesai pelatihan, peserta juga diminta menjawab pertanyaan-pertanyaan (post-test)

Gambar 2. Peserta Pelatihan mengisi beberapa pertanyaan (*Pre-Test*)



Sumber: dokumen penulis

Tujuan diberikannya pre-test dalam pelatihan ini adalah untuk mengetahui sejauh mana para pemilik UMKM di wilayah Pancoh memiliki semangat untuk mengembangkan usaha. Responden diberikan 15 item pertanyaan untuk mengukur keinginan mereka dalam mengembangkan usaha. Dari hasil pre-test yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa sebesar 78% dari responden, sudah merasa cukup dengan usaha yang telah dijalankannya dan tidak berfikir untuk mengembangkan usahanya. 21% memiliki kesadaran/merasa perlu untuk mengembangkan usahanya namun tidak ada usaha yang dilakukan. Sisanya 1% sudah menyadari perlunya mengembangkan usaha, namun terkendala dengan beberapa permasalahan.

Setelah dilakukan pre-test, peserta diberikan penyuluhan “Menumbuhkan Semangat Wirausaha dan Mengembangkan Usaha. Penyuluhan diberikan oleh Alien Akmalia, S.E., M.Sc, Dosen Program Studi Manajemen FEB UMY. Peserta pelatihan yang terdiri dari warga Pancoh Wetan dan Pancoh Kulon sangat antusias mengikuti pelatihan ini. Hal ini dapat diukur dari keterlibatan peserta dalam diskusi. Peserta pelatihan sangat aktif bertanya, mengemukakan pendapat, berkonsultasi terkait dengan usaha yang dijalankannya maupun menanggapi pendapat yang dikemukakan oleh peserta lain.

Di akhir pelatihan, peserta diberikan soal post-test. Berdasarkan hasil post-test, menunjukkan perbedaan hasil yang signifikan terkait motivasi peserta untuk mengembangkan

usaha pada saat sebelum dan sesudah pelatihan. Setelah pelatihan, 100% peserta termotivasi untuk mengembangkan usahanya, walaupun masih ada beberapa yang merasa terkendala dengan permasalahan untuk mengembangkan usaha. Sebagian permasalahan yang mereka keluhkan adalah tidak adanya modal usaha untuk mengembangkan usahanya. Walaupun begitu, setelah diberi pelatihan peserta mengungkapkan jika tekad dan kemauan untuk bisa mengembangkan usaha merupakan modal yang utama untuk dapat mengembangkan usaha. Dapat disimpulkan, warga Dusun Pancoh yang mengikuti pelatihan termotivasi untuk mengembangkan usahanya.

2. Penyuluhan tentang pentingnya pemisahan keuangan pribadi dan keuangan usaha

Penyuluhan ke dua yang diberikan kepada para pemilik usaha dan yang memiliki keinginan untuk membuka usaha bagi warga Dusun Pancoh adalah penyuluhan tentang pentingnya pemisahan keuangan pribadi dan keuangan usaha. Pelatihan yang diikuti oleh warga Dusun Pancoh ini telah berjalan lancar. Pelatihan ini berangkat dari keluhan beberapa warga pemilik usaha di Dusun Pancoh ketika observasi lapangan dilakukan. Warga merasa kesulitan untuk mengetahui perkembangan usahanya. Selama ini warga pemilik usaha hanya menerapkan prinsip “yang penting usahanya jalan”. Hal ini tentunya menjadi problem dalam menjalankan sebuah usaha.

Gambar 3 Penyuluhan Pentingnya Pemisahan Keuangan Pribadi dan Keuangan Usaha



Sumber: dokumen penulis

Berangkat dari keluhan warga tersebut, maka dipandang perlu untuk melakukan pelatihan ini. Salah satu penyebab sulitnya mengetahui perkembangan suatu usaha adalah tidak adanya pemisahan keuangan untuk kepentingan pribadi/rumah tangga dengan keuangan untuk usaha. Pencampuran keuangan ini menyebabkan maju mundurnya suatu usaha sulit terdeteksi. Bisa saja pada saat tertentu pemilik usaha merasa usahanya maju/memperoleh keuntungan, padahal sebenarnya usaha tersebut sedang mengalami kemunduran/rugi yang mana hal ini dimungkinkan terjadi karena ada sumber pendapatan lain diluar usaha yang masuk ke kantong

pemilik. Begitu pula sebaliknya, bisa saja pemilik usaha merasa usahanya sedang mengalami kerugian, padahal kondisi yang sebenarnya perusahaan justru memperoleh laba yang besar. Hal tersebut bisa terjadi dimungkinkan salah satunya karena si pemilik memiliki pengeluaran yang besar pada saat tersebut yang mana sumber nya diambilkan dari pendapatan usaha tersebut.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka pemisahan keuangan untuk kepentingan pribadi/rumah tangga dan keuangan untuk usaha menjadi sangat penting. Melalui pemisahan keuangan ini akan dapat diketahui laba/rugi suatu usaha dengan jelas. Pemilik usaha menjadi lebih mudah dalam mengontrol perkembangan usahanya. Jika pemilik usaha mengetahui posisi laba atau rugi atas usaha yang dijalankannya tentunya mereka juga akan lebih mudah menentukan strategi untuk memajukan usahanya.

Gambar 4. Foto bersama seluruh peserta usai pelatihan



Sumber: dokumen penulis

3. Penyuluhan tentang pembuatan laporan keuangan UMKM

Laporan Keuangan merupakan proses akhir dari akuntansi. Keberadaan laporan keuangan menjadi bagian yang sangat penting bagi sebuah perusahaan termasuk didalamnya Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Laporan Keuangan bagi UMKM tidak serumit laporan Keuangan bagi Perusahaan besar. Bank Indonesia telah menerbitkan format laporan keuangan khusus bagi UMKM yang lebih sederhana dan aplikatif bagi pelaku UMKM. Adanya format khusus laporan keuangan bagi UMKM belum banyak diketahui oleh para pelaku usaha itu sendiri. Sehingga adanya sosialisasi dan penyuluhan penyusunan Laporan Keuangan menjadi sangat penting bagi warga Dusun Pancoh.

Gambar.5 Peserta pelatihan mengerjakan soal pre-test pembuatan laporan keuangan bagi UMKM.



Sumber: dokumen penulis

Laporan Keuangan merupakan salah satu syarat bagi pelaku usaha ketika mereka ingin mengakses tambahan modal usaha ke Perbankan. Kurangnya pengetahuan pelaku usaha tentang persyaratan tersebut banyak menjadi penghambat ketika mengakses pinjaman ke perbankan. Pada saat sebelum penyuluhan, warga diberikan beberapa pertanyaan (pre-test). Hasilnya 98% warga Dusun Pancoh yang mengikuti pelatihan belum memiliki laporan keuangan untuk usahanya. Banyak peserta pelatihan yang berpendapat bahwa membuat laporan keuangan merupakan hal yang sulit dan rumit. Sulit dan rumit merupakan hal yang sudah tertanam dibenak mereka ketika berbicara tentang laporan keuangan. Walaupun ketika ditanya apakah sudah pernah belajar membuat laporan keuangan, 98% dari peserta pelatihan menjawab belum pernah. Laporan Keuangan yang sulit merupakan persepsi dari sebagian besar peserta pelatihan. Dan mereka juga tidak begitu memahami kegunaan dari laporan keuangan tersebut. Oleh karena itu para pelaku usaha tersebut cenderung mengabaikan hal ini. Sebagian dari mereka juga merasa tidak punya waktu untuk membuat laporan keuangan.

Setelah dilakukan pre-test, warga mengikuti penyuluhan pembuatan laporan keuangan bagi UMKM. Pemateri menjelaskan cara membuat laporan keuangan bagi UMKM sesuai dengan format Laporan Keuangan bagi UMKM yang diterbitkan oleh Bank Indonesia. Peserta sangat antusias mengikuti sesi materi ini. Hal ini dibuktikan dari antusiasme peserta yang menanyakan beberapa kasus terkait dengan pencatatan keuangan sesuai bidang usaha yang mereka jalankan. Beberapa peserta juga tertarik untuk menanggapi pertanyaan dari peserta yang bertanya. Proses penyampaian materi berlangsung lancar diselingi oleh suasana diskusi yang hidup dari para peserta pelatihan.

Gambar.6 Peserta dibagi dalam kelompok-kelompok kecil untuk menyelesaikan membuat laporan keuangan bagi usaha salah satu anggota kelompok.



Sumber: dokumen penulis

Gambar 7. Perwakilan kelompok memaparkan hasil diskusi kelompoknya.



Sumber: dokumen penulis

Setelah disampaikan materi Pembuatan Laporan Keuangan bagi UMKM, peserta dibagi kedalam kelompok-kelompok kecil yang terdiri dari empat sampai dengan lima orang tiap kelompok. Peserta diberikan Fotocopy format laporan keuangan (sesuai format laporan keuangan yang diterbitkan oleh Bank Indonesia) yang masih kosong. Masing-masing kelompok diminta praktek membuat laporan keuangan salah satu dari anggota kelompok (sesuai kesepakatan) selama satu bulan terakhir. Tujuan dari dibuatnya kelompok ini adalah supaya peserta dapat saling berdiskusi sehingga yang belum paham diharapkan dapat semakin paham karena mendapat transfer ilmu dari peserta lain dalam kelompok tersebut. Peserta sangat antusias membuat laporan keuangan bagi salah satu anggota kelompoknya. Proses diskusi dalam kelompok berjalan dengan baik.

Setelah selesai menyelesaikan laporan keuangan bagi salah satu anggota kelompoknya, beberapa perwakilan kelompok diminta untuk maju kedepan memaparkan hasil diskusi kelompoknya. Peserta yang lain menyimak dan memberikan tanggapan. Proses pemaparan hasil diskusi berjalan lancar. Pemateri memberikan kesimpulan dari materi yang disampaikan. Pada akhir sesi penyuluhan ini, peserta kembali dibagikan kertas yang berisi beberapa pertanyaan (*post-test*). Berdasarkan hasil *post-test* 100% peserta menganggap penting adanya laporan keuangan bagi setiap pelaku usaha. 68% merasa membuat laporan keuangan mudah, 31 % cukup mudah, dan sisanya mengaku masih kesulitan membuat laporan keuangan.

4. Penyuluhan pentingnya promosi produk dalam memenangkan persaingan usaha

Gambar 8 Penyampaian materi oleh narasumber pelatihan 'Pentingnya promosi produk dalam memenangkan persaingan usaha'



Sumber: dokumen penulis

Menurut Swastha (2000), promosi dipandang sebagai arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mempengaruhi seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran. Sedangkan menurut Kotler (2000), promosi merupakan bagian dan proses strategi pemasaran sebagai cara untuk berkomunikasi dengan

pasar dengan menggunakan komposisi bauran promosi “*promotional mix*”. Dari dua definisi yang diungkapkan oleh ahli pemasaran tersebut dapat disimpulkan bahwa setiap pelaku usaha perlu melakukan promosi produknya, baik itu pengusaha besar maupun para pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah.

Jumlah pelaku usaha di Dusun Pancoh tergolong tidak sedikit. Pemahaman yang baik tentang pentingnya promosi produk sangat penting dimiliki oleh para pelaku UMKM untuk dapat memenangkan persaingan. Oleh karena itu, pada rangkaian kegiatan pengabdian ini diadakan penyuluhan pentingnya promosi produk khususnya produk UMKM dengan Narasumber Taufiq Ainun Ulya, S.E. Narasumber merupakan alumni Prodi Manajemen FEB UMY yang selain berprofesi sebagai *branch manager* di salah satu perusahaan Ekspedisi yang berkantor di Yogyakarta juga sudah beberapa tahun menjalankan usaha mebel beliau juga sekaligus sebagai founder komunitas Youthpreneur (komunitas bagi para mahasiswa yang ingin berwirausaha), Ahad Morning dan beberapa pengalaman lain di dunia wirausaha. Oleh karena itu, walaupun berusia masih sangat muda, namun berbagai pengalaman di dunia usaha cukup banyak sehingga beliau di anggap mumpuni untuk menyampaikan materi tentang pentingnya promosi produk bagi UMKM.

Sebelum diberi penyuluhan, belum banyak peserta yang menyadari pentingnya promosi produk. Berdasarkan komunikasi langsung (2019) yang dilakukan kepada beberapa warga, hasilnya mereka belum menganggap perlu untuk melakukan promosi. Selama ini beberapa hal yang menghambat kemajuan usaha mereka seperti, pasrah pada nasib, usaha yang penting jalan, yang penting bisa hidup masih menjadi pegangan beberapa pelaku UMKM di wilayah tersebut. Pada kenyataannya promosi sangat penting dilakukan, sekalipun untuk produk yang sudah laku di pasaran. Peserta banyak yang tidak menyadari bahwa pesaing usaha mereka tidak hanya pelaku usaha lain di dusun mereka. Selama ini mereka menganggap pasar mereka hanya tetangga-tetangga mereka sendiri dan mengandalkan orang luar Dusun yang melewati dusun mereka.

Gambar 9 Pelatihan Pentingnya Promosi bagi UMKM



Sumber: dokumen penulis

Pada Pelatihan ini, narasumber memberikan pemahaman kepada peserta penyuluhan bahwa promosi produk merupakan hal yang wajib dilakukan jika ingin tetap bertahan di tengah persaingan produk yang sangat ketat. Beberapa media promosi bisa digunakan untuk merebut pasar di seluruh Indonesia maupun dunia. Peserta secara khusus diberi ilmu tentang 'Getok tular' Media Sosial yang meliputi: Google My Business, Instagram, Facebook dan Komunitas, ukalapak, OLX dan Toko pedia.

Proses pelatihan berlangsung sangat hangat, dengan diskusi-diskusi yang menarik. Banyak pertanyaan dan tanggapan yang dilontarkan dari para peserta pelatihan. Setelah pelatihan ini peserta menyadari dan memahami pentingnya promosi produk ntuk dapat bersaing di pasaran. Para peserta diberikan pekerjaan rumah untuk merancang promosi produk usahanya dan diharapkan dapat menjalankan apa yang telah mereka rancang tersebut sehingga penjualan meningkat.

5. Penyuluhan pembuatan dan *maintenance* Website Ekowisata Pancoh

Program terakhir yang dilakukan di Dusun Ekowisata Pancoh adalah pembuatan dan *maintenance* Website Ekowisata Pancoh. Pengelola Ekowisata Pancoh sebenarnya sudah pernah punya website, namun sudah lama sekali tidak dikelola dan sudah tidak bisa di akses. Padahal keberadaan website memegang peranan penting dalam kemajuan ekowisata Dusun Pancoh ini. Oleh karena itu, kami memandang perlu untuk memberikan penyuluhan tentang pentingnya website bagi pengembangan ekowisata ini kedepannya. Narasumber dalam Pelatihan ini diberikan oleh Danu Adji Wibisono Triatmojo (SEO Manager).

Gambar 10 Pemateri menyampaikan materi Pelatihan pembuatan dan *maintenance* Website Ekowisata Pancoh



Sumber: dokumen penulis

Selain memberikan penyuluhan, kami juga membantu membuatkan web ekowisata pancoh dan memberikan pendampingan pengelolaan web. Pendampingan ini diberikan kepada beberapa pemuda di Dusun Pancoh. Pemilihan pendampingan pembuatan dan

pengelolaan web ini berdasarkan kesepakatan para pengelola ekowisata. Mereka menganggap para pemuda akan lebih familiar dan mudah mengaplikasikan ilmu yang diberikan oleh narasumber.

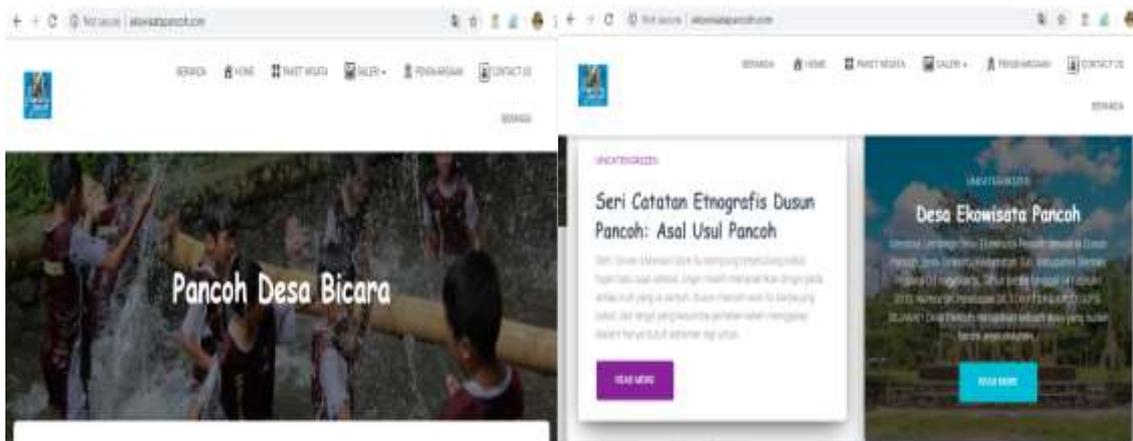
Gambar 11 Para Pemuda Dusun Pancoh bersama beberapa sesepuh mengikuti Penyuluhan Pembuatan dan *Maintenance Website* Ekowisata Pancoh



Sumber: dokumen penulis

Walaupun pelatihan ini dititik beratkan bagi pemuda dusun Pancoh, namun tidak menyurutkan semangat warga untuk hadir dan mengikuti pelatihan ini. Setelah pelatihan selesai, para pemuda yang disiapkan untuk mengelola web ekowisata diberikan pendampingan dan diberi semangat untuk selalu melakukan update informasi tentang keberadaan Ekowisata Pancoh ini. Dari program pelatihan dan pendampingan ini, warga dusun pancoh memiliki laman web *ekowisatapancoh.com*.

Gambar12 Beberapa konten *Website* Ekowisata Dusun Pancoh Hasil Pendampingan



Sumber: dokumen penulis

Simpulan

1. Aspek Umum

Dalam aspek umum, khalayak sasaran diberikan pelatihan menumbuhkan semangat mengembangkan usaha. Hal ini penting diberikan karena berdasarkan observasi lapangan dan komunikasi langsung dengan beberapa warga, dapat ditarik kesimpulan bahwa para pelaku usaha (UMKM) di Dusun Pancoh belum memiliki tekad yang kuat untuk mengembangkan usaha yang mereka jalankan. Setelah diberikan pelatihan ini, hasil *post-test* menunjukkan bahwa para pelaku usaha sudah mulai memahami dan menyadari perlunya melakukan berbagai upaya untuk dapat mengembangkan usaha mereka.

2. Aspek Keuangan

Pada aspek keuangan dilakukan dua penyuluhan, yaitu pemisahan keuangan pribadi dan keuangan usaha serta pelatihan pembuatan laporan keuangan bagi UMKM. Pelatihan pemisahan keuangan pribadi dan keuangan usaha dianggap penting karena berdasarkan komunikasi langsung dengan beberapa warga pemilik usaha, mereka belum melakukan pemisahan keuangan pribadi dan keuangan usaha yang mana hal ini wajib dilakukan oleh para pelaku usaha untuk dapat memantau perkembangan usahanya. Selesai mengikuti pelatihan, khalayak sasaran sudah memahami pentingnya melakukan pemisahan keuangan pribadi dan usaha serta bertekad untuk mengaplikasikan pada usaha yang mereka jalankan. Hal ini dapat diketahui dari hasil *post-test* dan diskusi dengan beberapa peserta di akhir pelatihan ini.

Pengetahuan dan pemahaman yang baik terhadap pembuatan laporan keuangan dan pentingnya memiliki laporan keuangan penting dimiliki oleh pemilik usaha. Sebagian besar warga belum memiliki kemampuan yang memadai dalam membuat laporan keuangan sehingga tidak banyak yang membuat laporan keuangan. Setelah pelatihan diberikan, warga mulai memahami cara membuat laporan keuangan. Tidak hanya cukup dengan diberikan pelatihan pembuatan laporan keuangan, setelah pelatihan warga juga didampingi untuk membuat laporan keuangan secara berkelompok. Melalui pendampingan ini khalayak sasaran dapat mengaplikasikan transaksi riil dari usaha yang mereka jalankan pada laporan keuangan. Diharapkan selesai pelatihan, khalayak sasaran melakukan pencatatan keuangan usaha dan mampu membuat laporan keuangan bagi usahanya.

3. Aspek Pemasaran

Dalam aspek pemasaran, khalayak sasaran diberikan dua penyuluhan, yang terdiri dari: Penyuluhan pentingnya promosi produk dalam memenangkan persaingan usaha dan Penyuluhan pembuatan dan *maintenance* Website Ekowisata Pancoh. Kedua pelatihan ini perlu diberikan kepada khalayak sasaran. Melalui pelatihan ini Dusun Ekowisata Pancoh memiliki website resmi dengan alamat web www.ekowisatapancoh.com. Website ini merupakan website dusun yang nantinya akan digunakan untuk mempromosikan potensi ekowisata di dusun ini.

Ucapan Terima Kasih

Terimakasih kami ucapkan kepada:

1. LP3M UMY
2. Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY)
3. Warga Dusun Pancoh, Girikerto, Turi, Sleman, Yogyakarta.
4. KKN 044 UMY
5. Pihak-pihak yang telah membantu dalam proses pelaksanaan program pelatihan dan pendampingan pada UMKM di wilayah Dusun Pancoh, Girikerto, Turi, Sleman, Yogyakarta.

DAFTAR PUSTAKA

- Bank Indonesia. (2014). <file:///C:/Users/PC/Downloads/Profil%20Bisnis%20UMKM.pdf>
- Kotler, Philip, 2000, Marketing Management, Edisi Milenium, Prentice Hall Int, Inc New Jersey.
- Swastha, Basu, 2000, Pengantar Bisnis Modern, Pengantar Ekonomi Perusahaan Modern, Jakarta: Liberty.
- Ghazzan, F. (2011). Manajemen Usaha Kecil.
<https://www.slideshare.net/farizghazzan/manajemen-usaha-kecil>
<https://lingkunganhidup.co/author/redaksibumikita/>

Penguatan Kapasitas Pengelolaan Hasil Pertanian Melalui Kelembagaan Pada Kelompok Tani Ngudi Makmur Bantul

Alni Rahmawati*

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
08156878109 (alnirahmawati68@gmail.com)

Abstrak

Desa Ngudi Makmur Samiran Parangtritis merupakan salah satu sentra produksi bawang merah di Indonesia. Proses tata kelola yang efisien akan memberikan kelayakan harga yang diterima petani atas harga di tingkat eceran. Tengkulak dan pedagang besar menguasai tata niaga bawang merah, sehingga *farmer's share* relatif kecil dibanding dengan pedagang pengumpul. Para pedagang umumnya memiliki gudang penyimpanan sehingga pada saat harga jatuh di musim panen raya masih dapat dikendalikan dengan memanfaatkan gudang tersebut. Petani terpaksa melepas bawang merah dengan harga yang ditentukan pedagang karena tidak memiliki gudang. Kelompok tani belum memiliki lembaga yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan anggotanya secara terpadu, sehingga perlu mendirikan koperasi sebagai wadah untuk kemandirian kelompok, pengembangan dan pengelolaan hasil pertanian. Program ini bertujuan untuk mewujudkan pemberdayaan petani melalui pengembangan kelembagaan ekonomi petani dalam bentuk Koperasi Produsen. Metode yang digunakan dalam penguatan kelembagaan ekonomi petani dalam bentuk pendampingan (*edukasi, focus group discussion, coaching dan mentoring*) yang menjadi bagian dari proses pendirian koperasi produsen. Hasil dan implikasi dari pendampingan ini adalah proses pendirian kelembagaan ekonomi petani sampai ke notaris dalam bentuk koperasi produsen yang berorientasi usaha agrobisnis dan agroindustri yang mewadahi penyelenggaraan pasar lelang dan penyedia saprodi bagi petani sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan kelompok tani Ngudi Makmur, Samiran, Parangtritis, Bantul.

Kata Kunci: Penguatan Kelembagaan, Koperasi, Pendampingan

Pendahuluan

Indonesia merupakan salah satu negara penghasil tanaman hortikultura semusim yang potensial. Salah satunya adalah tanaman bawang merah yang merupakan tanaman hortikultura paling potensial memberikan keuntungan bagi petani dibanding tanaman hortikultura lainnya karena dapat diusahakan pada lahan yang sempit. Tengkulak dan pedagang besar pada umumnya menguasai tata niaga bawang merah, sehingga *farmer's share* relatif kecil dibanding dengan pedagang pengumpul. Pedagang pengumpul seperti tengkulak dan pedagang besar dapat mengendalikan harga karena *bargaining power* petani yang rendah. Para pedagang umumnya memiliki gudang penyimpanan sehingga pada saat harga jatuh di musim panen raya masih dapat dikendalikan dengan memanfaatkan gudang tersebut. Petani terpaksa melepas bawang merah dengan harga yang ditentukan pedagang karena tidak memiliki gudang. Margin

harga yang begitu besar antara petani sampai pedagang eceran yang menjual bawang merah secara langsung ke konsumen akhir, terdapat perbedaan harga. Besarnya margin harga dipengaruhi banyaknya pedagang yang terlibat, semakin banyak tingkat pedagang yang terlibat maka margin harga antara petani dan eceran cenderung semakin besar. Produksi bawang merah DIY tersebar di 4 kabupaten, meliputi Kabupaten Kulonprogo, Bantul, Gunungkidul dan Sleman. Tabel berikut menunjukkan persebaran daerah penghasil bawang merah DIY.

Tabel 1. Luas Panen, Produksi, produktivitas Bawang Merah per kabupaten di DIY

Kabupaten	Luas panen (Ha)	Produksi (Kwintal/Kw)	Produktivitas (Kw/Ha)
Kulonprogo	304	24.722	81,32
Bantul	791	92.191	116,55
Gunungkidul	80	1.238	15,48
Sleman	5	399	79,80

Sumber: BPS, DIY

Pasokan bawang merah Kabupaten Bantul dikontribusi oleh beberapa kecamatan yang ditunjukkan pada tabel di bawah ini.

Tabel 2. Pasokan Bawang Merah per kabupaten di DIY

Kabupaten	Luas panen (Ha)	Produksi (Kwintal/Kw)	Produktivitas (Kw/Ha)
Srandakan	10,00	78,70	787,00
Sanden	337,00	96,41	32,489,00
Kretek	400,00	133,73	53,490,00
Pundong	1,00	100,00	100,00
Pandak	1,00	75,00	75,00
Imogiri	42,00	125,00	5,250,00
Jumlah	791,00	116,55	92,191,00

Sumber: BPS, DIY

Kecamatan Kretek merupakan pemasok terbesar bawang merah untuk kabupaten Bantul dengan jumlah produksi 53,490 kwintal yang diikuti Sanden (parangtritis) sebesar 32,489 kwintal. Produksi bawang merah yang tinggi dari Kabupaten Bantul tepatnya di kelompok tani Ngudi Makmur Samiran Parangtritis menjadikan kabupaten tersebut sebagai salah satu sentra produksi bawang merah Indonesia, hal ini menjadi peluang bagi Kabupaten Bantul untuk meningkatkan kesejahteraan petani bawang merah melalui proses tata kelola yang baik. Proses tata kelola kelompok tani bawang merah Ngudi Makmur Samiran Parangtritis sangat penting untuk dicermati karena memengaruhi kesejahteraan kelompok petani melalui pendapatan

yang diterima dari harga jual produk pertanian. Kelompok tani Ngudi Makmur Samiran Parangtritis belum memiliki tata kelola yang baik sehingga seringkali petani mengalami kerugian karena harga yang diterima petani lebih kecil dibandingkan biaya yang dikeluarkan petani untuk melakukan usaha tani. Sehingga pada kelompok tani tersebut dibutuhkan proses tata kelola yang efisien agar dapat mensejahterkan petani melalui pendapatannya. Proses tata kelola yang efisien akan memberikan kelayakan harga yang diterima petani atas harga di tingkat eceran, salah satunya dapat disebabkan oleh jumlah pedagang yang terlibat tidak terlalu banyak.

Kelompok tani Ngudi Makmur belum memiliki lembaga yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan anggotanya secara terpadu, sehingga kelompok tersebut perlu mendirikan koperasi sebagai wadah untuk kemandirian kelompok, pengembangan dan pengelolaan hasil pertanian.

Koperasi sebagai lembaga perekonomian rakyat, dapat memiliki ragam aktifitas, unit-unit kegiatan yang berorientasi untuk mengembangkan perekonomian anggota (Baswir Revisond, 2013). Unit simpan pinjam adalah yang paling umum ada, namun semua aktifitas unit seperti produksi, perdagangan, jasa dan lain-lain sangat penting memperhatikan pengelolaan keuangan dan pengelolaan sumberdaya manusia (SDM) yang baik, karena aktifitas utama kegiatan unit tersebut berkaitan langsung dengan aspek keuangan dan aspek SDM (Satya, Alif, 2016). Selain itu sumber daya aset atau sarana prasarana juga salah satu faktor pendukung dalam kemajuan koperasi serba usaha (Baswir Revisond, 2013).

Standard pelayanan di koperasi pada dasarnya dapat dikelompokkan menjadi dua bagian, yaitu standar pengelolaan internal dan standar pelayanan anggota dan masyarakat (Wibowo dan Subagyo, 2016). Standar pelayanan pengelolaan internal mencakup pengelolaan sumberdaya yang meliputi standar pengelolaan pengurus (pengelolaan SDM), standar pengelolaan keuangan, dan standar pengelolaan sarana prasarana koperasi. Hal tersebut, menjadikan pemahaman pengurus terhadap pengelolaan keuangan, pengelolaan SDM dan pengadaan saran dan prasarana mutlak diperlukan (Widiyati N, 2010). Kelompok tani Ngudi Makmur, Samiran, Bantul merupakan kelompok tani yang bergerak dalam bidang usaha dan simpan pinjam, dimana kelompok tersebut belum melegalkan dalam bentuk koperasi. Pembinaan kelembagaan petani sesuai dengan Permentan Nomor. 273 Tahun 2007 tentang Pedoman Pembinaan Kelembagaan Petani diarahkan pada peningkatan kemampuan dan penguatan kelembagaan petani menjadi organisasi yang kuat dan mandiri dalam bentuk kelembagaan ekonomi petani.

Dengan permasalahan di atas, maka tujuan kegiatan ini adalah: 1) Melaksanakan pendampingan dalam pembentukan koperasi produsen; 2) Mewujudkan pemberdayaan petani melalui pengembangan kelembagaan untuk kemandirian kelompok dalam bentuk Koperasi Produsen Ngudi Makmur Samiran.

Metode Pelaksanaan

Metode yang digunakan dalam pembentukan dan penguatan kelembagaan masyarakat untuk mengkonstruksi sistem, model, dan tata aturan kelembagaan dalam bentuk pendampingan pendirian koperasi produsen Ngudi Makmur Samiran Bantul yang meliputi:

1. Edukasi, merupakan suatu proses pembelajaran yang dilakukan yang bertujuan untuk mendidik, memberikan ilmu pengetahuan, mengembangkan potensi diri pada manusia serta mewujudkan proses pembelajaran tersebut dengan lebih baik;
2. *Focus Group Discussion* (FGD), diskusi terarah dalam suatu metode dan teknik pengumpulan data kualitatif di mana sekelompok orang berdiskusi tentang suatu fokus masalah atau topik tertentu dipandu oleh seorang fasilitator atau moderator atau merupakan suatu proses pengumpulan informasi mengenai suatu masalah tertentu yang sangat spesifik (Irwanto, 2006);
3. *Coaching*, merupakan kegiatan atau metode yang berguna untuk mengembangkan keterampilan dan kemampuan, dan meningkatkan kinerja sumber daya manusia (SDM);
4. Mentoring, digambarkan sebagai aktifitas yang dilakukan seseorang (mentor) untuk orang lain (*mentee*) dalam rangka membantu orang tersebut melakukan pekerjaannya lebih efektif dan/atau untuk kemajuan dalam karir.

Adapun Disain Program Pendampingan secara keseluruhan dapat dilihat pada gambar di bawah ini:

Gambar 1. Disain Program Pendampingan



Sumber: dokumen penulis

Dari gambar di atas, untuk metode proses pendirian koperasi lebih difokuskan pada pendampingan dalam bentuk *Focus Group Discussion* (FGD), kunjungan, diskusi, *coaching* dan mentoring yang menjadi bagian dari proses pendirian koperasi produsen.

Hasil Dan Pembahasan

Pelaksanaan kegiatan untuk proses pendirian Koperasi Produsen Kelompok Tani Ngudi Makmur, Samiran, Bantul dari persiapan sampai pada tahap berkas masuk Notaris. Proses pendirian dilakukan dengan beberapa tahapan yaitu 1) Persiapan; 2) Pembentukan dan pelaksanaan; 3) Monitoring dan evaluasi. Adapun rincian setiap tahap sebagai berikut:

1. Persiapan

Proses persiapan pendirian koperasi produsen diawali dengan melakukan *Focus group Discussion* (FGD) dengan melakukan identifikasi permasalahan yang terjadi di kelompok tani tersebut dan dokumen yang dimiliki dengan cara melakukan pertemuan dengan pengurus kelompok tani dan pertemuan dengan anggota kelompok tani tersebut dalam bentuk sosialisasi. Adapun tahap persiapan pendirian koperasi sebagai berikut:

Identifikasi permasalahan dilaksanakan dengan para pengurus yaitu ketua, sekretaris, bendahara dan tokoh di daerah tersebut dengan cara menggali informasi tentang kondisi kelompok tani dalam rangka pengembangan, pemahaman dan pembinaan kelompok tani secara berkesinambungan ke arah upaya peningkatan kelompok tani sehingga kelompok tani tersebut dapat menjalankan fungsinya sebagai wirausaha yang kuat dan mandiri. Hasil pertemuan dengan pengurus di pedukuhan Samiran Kelurahan Parangtritis, Kecamatan Kretek, Kabupaten Bantul menghasilkan beberapa hal antara lain: 1) Belum terpadunya pengelolaan penjualan bawang merah (masih parsial); 2) Penentuan harga bawang merah yang berbeda-beda; 3) Penjualan bawang merah dengan harga yang masih belum terpadu, belum memiliki tempat yang digunakan untuk penyimpanan, persediaan; 4) Penjualan bawang merah tersebut; 5) Pernah melakukan proses pendirian koperasi, tetapi tidak selesai, sehingga banyak petani yang meninggalkan kelompok tersebut, untuk berjualan bawang merah secara mandiri; 6) ketidakpercayaan petani/masyarakat daerah tersebut terhadap para pengurus; 7) Banyak tengkulak yang masuk ke daerah tersebut untuk membeli bawang merah yang belum siap panen; 8) Pada saat terjadi permasalahan seperti tidak terjualnya bawang merah, maka para petani masih belum bias melakukan pengelolaan terhadap permasalahan tersebut, pada umumnya dijual murah.

Dari hasil identifikasi tersebut, maka dilakukan sosialisasi pada tanggal 2 Agustus 2018 dengan kelompok tani. Peserta sosialisasi adalah pendamping dan kelompok tani. Agenda pada sosialisasi tersebut adalah memahamkan kepada kelompok tani tentang pentingnya pengelolaan terpadu yang diwadahi dalam bentuk koperasi, memberikan wawasan tentang koperasi, tata cara pembentukan koperasi dan menyampaikan tentang tahap-tahap dan dokumen yang harus dilengkapi untuk pendirian koperasi. Kelompok tani juga diminta untuk mendekati warga yang sudah keluar dari kelompok tersebut untuk bergabung lagi, bersama-sama mendirikan koperasi kembali. Dari hasil sosialisasi tersebut disepakati bahwa kelompok tani Ngudi Makmur akan mendirikan Koperasi Produsen untuk mewadahi pengelolaan bawang merah sebagai salah satu komoditi daerah tersebut. Tindak lanjut dari sosialisasi tersebut adalah mengagendakan waktu penyuluhan dari Dinas Koperasi dan melengkapi

berkas yang harus disiapkan untuk pengajuan pendirian koperasi dan melakukan pembagian tugas untuk persiapan penyuluhan yang akan dilaksanakan.

Gambar 2. Soialisasi dengan Kelompok Tani



Sumber: dokumen penulis

Tanggal 10 Agustus 2018 dilaksanakan penyuluhan koperasi mengundang dinas koperasi dengan peserta pendamping dan kelompok tani. Pada kegiatan ini disampaikan tentang syarat-syarat pendirian koperasi dan proses pendirian koperasi. Pelaksanaan penyuluhan koperasi dapat dilihat pada gambar di bawah ini.

Gambar 3. Penyuluhan Pembentukan Koperasi



Sumber: dokumen penulis

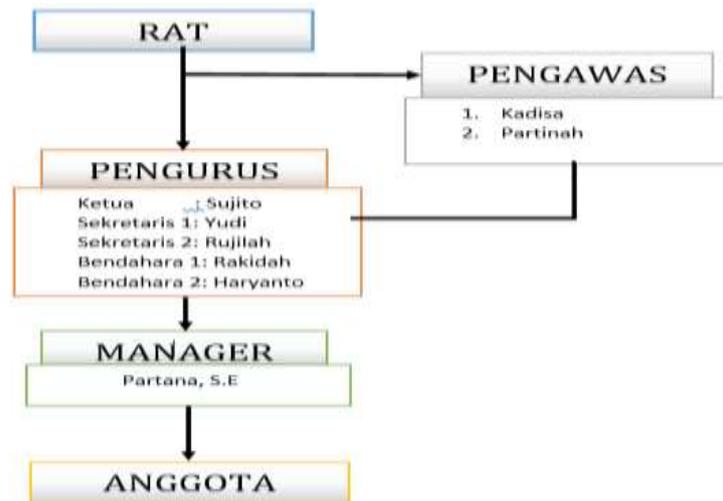
Setelah pelaksanaan penyuluhan dari Dinas Koperasi, maka dilakukan pertemuan pada sesi berikutnya, membahas tindaklanjut yang akan dilakukan, menunjuk notaris yang akan mendampingi untuk pendirian koperasi tersebut, dan penetapan tanggal untuk proses selanjutnya.

Bulan September 2018, dilaksanakan rapat koordinasi yang dihadiri kelompok tani dan pendamping untuk menentukan notaris yang ditunjuk dalam mendampingi pengajuan berkas pendirian koperasi.

Bulan Oktober 2018, dilakukan rapat untuk menentukan Nama, Tempat Kedudukan, Jenis Koperasi dan Bidang Usaha, Permodalan, Struktur Organisasi, Jangka Waktu, Visi dan Misi Koperasi. Rapat tersebut dihadiri oleh pendamping dan 23 orang kelompok tani, serta mempersiapkan berkas-berkas yang digunakan sebagai pra syarat untuk pendirian koperasi, salah satunya yaitu mengumpulkan KTP dan kartu keluarga anggota kelompok tani, mengidentifikasi jumlah anggota kelompok tani. Rapat tersebut menghasilkan beberapa keputusan. Adapun hasil keputusan rapat sebagai berikut:

1. Nama dan Tempat Kedudukan Koperasi yang disepakati adalah Koperasi Produsen “Ngudi Makmur Samiran” di pedukuhan Samiran Kelurahan Parangtritis, Kecamatan Kretek, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta yang ber Badan Hukum dan sepakat untuk membentuk sebuah Koperasi Produsen.
2. Bidang usaha Koperasi yang akan didirikan:
 - a. Jual beli hasil produksi pertanian;
 - b. Jual beli sarana produksi pertanian;
 - c. Simpan Pinjam
 1. Simpanan Pokok Koperasi sebesar Rp. 500.000,- (per orang anggota), Simpanan Wajib Koperasi Rp. 3.000 (per orang/bulan).
 2. Modal awal pada saat didirikan Rp.16.882.000 dengan komposisi sebagai berikut:
 - a. Simpanan Pokok Rp. 500.000 X 23 = Rp. 11.500.000
 - b. Simpanan Wajib Rp. 3.000 X 23 X 78 = Rp. 5.382.000 +
Jumlah Total Modal Awal = Rp. 16.882.000
 - d. Pengawas/pengurus ditunjuk oleh para pendiri dengan susunan sebagai berikut:

Gambar 4. Struktur Organisasi Koperasi Produsen Ngudi Makmur Samiran Bantul



Sumber: dokumen penulis

- e. Masa jabatan pengurus selama 3 tahun
- f. Visi dan Misi
Visi dan misi koperasi yang ditetapkan adalah:

- 1) Visi, Menjadi koperasi yang utama yang mampu memberdayakan potensi ekonomi untuk kesejahteraan anggota dan masyarakat sekitar;
- 2) Misi, Memberikan pelayanan yang baik kepada anggota sebagai mitra usaha sesuai jatidiri koperasi, menjalankan usaha jual beli sarana produksi pertanian dan hasil produksi pertanian, serta menjalankan kegiatan simpan pinjam dengan efektif, efisien, transparan dan akuntabel.

2. Pelaksanaan

Kegiatan pelaksanaan diawali dengan mengumpulkan berkas administrasi pendirian koperasi yang diminta notaris. Adapun kegiatan yang dilakukan sebagai berikut:

Bulan November sampai Desember 2018, dilakukan pengumpulan berkas administrasi pendirian koperasi, yang dilakukan oleh pendamping, pengurus kelompok tani yang ditunjuk menjadi pengurus koperasi. Adapun berkas administrasi pendirian koperasi yang harus dipenuhi sebagai berikut (Saumiyah F, 2016):

1. Dua rangkap Salinan Akta Pendirian koperasi dari notaris (NPAK);
2. Berita Acara Rapat Pendirian Koperasi;
3. Daftar hadir rapat pendirian koperasi;
4. Foto Copy KTP Pendiri (urutannya disesuaikan dengan daftar hadir agar mempermudah pd saat verifikasi);
5. Kuasa pendiri (Pengurus terpilih) untuk mengurus pengesahan pembentukan koperasi;
6. Surat Bukti tersedianya modal yang jumlahnya sekurang-kurangnya sebesar simpanan pokok dan simpanan wajib yang wajib dilunasi para pendiri;
7. Rencana kegiatan usaha koperasi minimal tiga tahun kedepan dan Rencana Anggaran Belanja dan Pendapatan Koperasi;
8. Daftar susunan pengurus dan pengawas;
9. Daftar Sarana Kerja Koperasi;
10. Surat pernyataan tidak mempunyai hubungan keluarga antara pengurus;
11. Struktur Organisasi Koperasi;
12. Surat Pernyataan Status kantor koperasi dan bukti pendukungnya;
13. Dokumen lain yang diperlukan sesuai dengan peraturan perundang-undangan.

Tambahan Persyaratan Pendirian Koperasi apabila memiliki usaha Unit Simpan Pinjam (USP) (Undang-Undang Perkoperasian, 2012):

1. Surat bukti penyetoran modal sendiri pada awal pendirian, berupa Deposito pada Bank Pemerintah atas nama Menteri Negara Koperasi dan UKM;
2. Rencana Kerja paling sedikit 3 (tiga) tahun;
3. Kelengkapan administrasi organisasi & pembukuan USP dikelola secara khusus dan terpisah dari pembukuan koperasinya;
4. Nama dan Riwayat Hidup Pengurus dan Pengawas;
5. Surat Perjanjian kerja antara Pengurus koperasi dengan pengelola USP koperasi;

6. Nama dan riwayat hidup calon pengelola yang dilengkapi dengan:
 - a. Bukti telah mengikuti pelatihan/magang usaha simpan pinjam koperasi;
 - b. Surat keterangan berkelakuan baik;
 - c. Surat pernyataan tidak mempunyai hubungan keluarga sedarah dan semenda dengan pengurus dan pengawas;
 - d. Surat Pernyataan pengelola tentang kesediaannya untuk bekerja secara penuh waktu;
 - e. Permohonan ijin menyelenggarakan usaha simpan pinjam;
 - f. Surat Pernyataan bersedia untuk diperiksa dan dinilai kesehatan USP koperasinya oleh pejabat yang berwenang;
 - g. Struktur Organisasi Usaha Unit Simpan Pinjam (USP).

3. Monitoring Dan Evaluasi

Kegiatan ini dilakukan oleh pendamping untuk melakukan pemantauan terhadap proses berkas yang dikirim ke Dinas Koperasi melalui Notaris. Kegiatan monitoring dilakukan sampai badan hukum koperasi terealisasi.

Adapun keputusan tentang badan hukum Koperasi Produsen Kelompok Tani Ngudi Makmur, Samiran, Parangtritis, Bantul dapat dilihat pada gambar di bawah ini.

Gambar 5. Badan Hukum Koperasi Ngudi Makmur



Sumber: dokumen penulis

4. Tindakanjukt Setelah Koperasi Terbentuk

Setelah Badan Hukum Koperasi terbentuk, maka dilakukan penataan koperasi Ngudi Makmur Koperasi Produsen “Ngudi Makmur Samiran”, *coaching* dan mentoring kepada anggota dan pengurus kelompok tani tersebut, dilaksanakan selama satu bulan dengan agenda:

- a. Minggu pertama, kedua dan ketiga, melakukan penataan ruang untuk koperasi Ngudi Makmur.
- b. Minggu ke empat (selama 3 hari) dilakukan pendampingan, mentoring dengan pengawas dan pengurus koperasi terlebih dahulu dengan cara mendampingi pengurus dalam memahami isi dokumen seperti Anggaran Dasar Rumah Tangga, *Standar Operating Procedure* (SOP)/SOM setiap kegiatan, pengelolaan keuangan, cara menyusun laporan keuangan.
- c. Minggu ke empat (1 hari) dilakukan penyuluhan dan pendampingan dengan anggota koperasi, memahamkan pada anggota untuk secara rutin membayar simpanan pokok maupun simpanan wajib dan membesarkan koperasi sebagai wadah untuk melakukan kegiatan penjualan bawang merah dan sebagai simpan pinjam warga dalam menambah modal usahanya, mengupayakan untuk selalu melakukan koordinasi dengan para pengurus, pada saat terjadi kendala dalam penjualan bawang merah, meminimalkan penjualan bawang merah ke tengkulak dan mencari jejaring untuk penjualan bawang merah.

Simpulan

Berdasarkan program yang sudah dilaksanakan kegiatan pendampingan Penguatan Kelembagaan dalam bentuk Pembentukan Koperasi Produsen Ngudi Makmur, Samiran, Parangtritis, Bantul berjalan dengan lancar dan sesuai dengan yang diharapkan oleh para kelompok tani dan dapat digunakan untuk melakukan pengelolaan secara terpadu sebagai pengembangan usaha bawang merah. Program pengabdian masyarakat ini dapat meningkatkan perekonomian kesejahteraan masyarakat petani di daerah Samiran, Parangtritis, Bantul.

Saran

Dari semua program yang telah dijalankan diajukan saran-saran sebagai berikut:

1. Manajemen sebaiknya menyusun manajemen koperasi dalam bentuk aturan, mekanisme dan SOP yang digunakan sebagai standar dalam pelaksanaan kegiatan sebagai pedoman atau panduan dalam melaksanakan kegiatan operasional Koperasi Produsen Ngudi Makmur;
2. Diharapkan semua anggota memiliki sikap mental yang koperatif dalam menjalankan bisnis koperasi dengan mengembangkan sikap inovatif serta keberanian menanggung segala resiko dan berpegang teguh kepada prinsip identitas koperasi, sehingga dapat tercipta koperasi yang jujur, adil, merata maka dapat terpenuhinya kebutuhan anggota koperasi;
3. Setiap kegiatan perlu dilakukan monitoring dan evaluasi secara periodik;

4. Pengurus melakukan koordinasi secara rutin dengan anggotanya;
5. Pengurus melakukan pengelolaan koperasi secara optimal;
6. Setiap permasalahan, perlu diselesaikan secara bersama-sama untuk mencari solusi yang dianggap paling tepat.

Ucapan Terimakasih

Pada kesempatan ini kami menyampaikan terimakasih kepada:

1. Pimpinan Bank Indonesia yang telah memberikan kesempatan untuk melakukan program pendampingan dalam rangka berkontribusi pada rangkaian upaya meningkatkan kesejahteraan kelompok tani Ngudi Makmur Samiran, Parangtritis, Bantul;
2. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, khususnya Lembaga Pengembangan Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LP3M) yang telah mendukung, memfasilitasi sarana dan prasarana untuk kelancaran pelaksanaan pengabdian masyarakat;
3. Kelompok Tani Ngudi Makmur, Samiran, Parangtritis, Bantul;
4. Semua pihak yang telah memberikan kontribusi dalam pelaksanaan program.

Daftar Pustaka

- Baswir Revisond, 2013, "*Koperasi Indonesia, Edisi Kedua*", Yogyakarta: BPFE.
- Dinni, Kurnaeni, 2015, *Pasang Surut Perkembangan Koperasi di Dunia dan di Indonesia*, Blogspot.com. 08 November 2015.
- Irwanto, 2006, *Focus Group Discussion (FGD): Sebuah Pengantar Praktis*, Yayasan Obor Indonesia, Jakarta
- Widiyati, N. 2010, *Manajemen Koperasi*, Jakarta, PT Asdi Mahasatya.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor: 17 Tahun 2012 tanggal 29 Oktober 2012 Tentang Perkoperasian.
- Wibowo dan Subagyo, 2016, *Tata Kelola Koperasi yang Baik (Good Cooperative Governance)*, Penerbit Buku Pendidikan, ISBN 978-602-401-752-1.
- Saumiyah F, 2016, *Undang-undang Koperasi Terbaru*, 17 September.
- Satya, Alif, 2016, *Manfaat Koperasi Simpan Pinjam Bagi Anggota dan Masyarakat*, <http://logokoperasi.blogspot.co.id/2016/02/manfaat-koperasi-simpan-pinjam-bagi.html>, 17 September 2016

Sentra Wisata Kajigelem Sebagai Destinasi Wisata Edukasi Di Desa Bangunjiwo

Ambar Rukmini^{1*}, Masrul Indrayana², dan Yuliana Endah Widyaningsih³

^{1,2,3} Universitas Widya Mataram, nDalem Mangkubumen KT III/237 Yogyakarta 55321
email: ambar_rukmini@yahoo.co.uk

Abstrak

Desa Bangunjiwo merupakan satu dari empat desa di Kecamatan Kasihan, Kabupaten Bantul, yang sebagian besar wilayahnya adalah pegunungan. Desa tersebut memiliki potensi alam sangat indah dan lengkap karena terdapatnya beberapa sendang, kedung, kampung kerajinan, dan kelompok pengolah pangan. Melalui Program Kajigelem, Pemerintah Daerah Kabupaten (Pemkab) Bantul telah merencanakan pengembangan potensi wilayah tersebut menjadi kawasan wisata terpadu dengan unggulan budaya lokalnya (potensi alam, kerajinan gerabah, kipas bambu, ukir kulit, pahat batu, dan makanan tradisional). Untuk mewujudkan hal tersebut, pemerintahan desa sedang membangun sentra wisata Kajigelem, yang nantinya juga diharapkan dapat berfungsi sebagai sentra wisata edukasi yang terletak di wilayah Desa Bangunjiwo. Untuk mewujudkan hal tersebut, telah dilakukan pemilihan lokasi yang paling strategis, pengerasan jalan menuju lokasi terpilih, dan juga pembangunan kawasan sentra wisata. Dalam makalah ini akan diulas potensi pembangunan sentra wisata Kajigelem, masalah yang dihadapi, serta solusi yang dapat dilakukan agar pembangunan sentra wisata tersebut sesuai sasaran. Harapan ke depannya adalah, Desa Bangunjiwo dikenal sebagai destinasi wisata edukasi unggul di Kabupaten Bantul.

Kata Kunci: wisata edukasi, Kajigelem, Bangunjiwo

Pendahuluan

Bangunjiwo merupakan salah satu dari empat desa di Kecamatan Kasihan, Kabupaten Bantul. Terletak di sebelah Barat Daya, berjarak sekitar sepuluh kilo meter dari kota Yogyakarta. Secara topografis, wilayah Bangunjiwo merupakan daerah yang menarik karena sebagian besar wilayahnya adalah pegunungan. Desa tersebut juga memiliki kekayaan alam yang sangat indah; banyak tempat yang dapat menjadi tujuan wisata, antara lain: Kedung Pengilon, Sendang Semanggi, Sendang Banyuripan, dan Sendang Banyu Tumpang. Saat ini, tempat-tempat tersebut belum banyak dikunjungi karena belum dikenal.

Di desa Bangunjiwo juga terdapat dusun (kampung) kerajinan gerabah atau keramik (di Kasongan), bambu (di Jipangan), batu alam (di Lemahdadi), wayang kulit (di Gendeng), tanaman hias (di Kalangan), dan bunga kering (di Gendeng). Selain itu juga memiliki tempat wisata kuliner yang khas, antara lain ayam goreng Mbah Cemplung. Sebagian besar masyarakatnya juga mempunyai usaha pengolahan makanan tradisional, antara lain bakpia, peyek tumpuk, ceriping pisang, kacang bawang, tempe, dan gula kelapa. Memperhatikan

potensi masyarakat dan sumber daya alam yang terdapat di Desa Bangunjiwo, Pemerintah Daerah Kabupaten (Pemkab) Bantul mempunyai rencana untuk mengembangkan desa tersebut sebagai desa tujuan wisata terpadu. Hal tersebut telah diwacanakan dalam **Program Kajigelem**. Program tersebut bertujuan untuk mengembangkan potensi wilayah desa, khususnya Bangunjiwo, menjadi kawasan wisata terpadu dengan unggulan budaya lokalnya (potensi alam, kerajinan gerabah, kipas bambu, ukir kulit, pahat batu, dan makanan tradisional).

Dalam upaya mewujudkan program tersebut, kami, Tim Pengabdian dari Universitas Widya Mataram Yogyakarta, mengusulkan kepada Pemerintahan Desa Bangunjiwo untuk membuat sentra wisata yang nantinya dapat menjadi pusat informasi potensi wilayah Desa Bangunjiwo, sekaligus sebagai wahana wisata edukasi. Menurut Priyanto dkk. (2018), wisata edukasi merupakan suatu konsep pengelolaan kepariwisataan yang memadukan antara kegiatan wisata dengan kegiatan edukasi. Tujuan dari konsep tersebut adalah, agar wisatawan mendapatkan pembelajaran secara langsung di objek wisata, dalam hal ini memahami mengenai kebudayaan, bangunan dan berbagai hal lainnya. Diharapkan, sentra wisata Kajigelem dapat menjadi pusat informasi yang lengkap tentang potensi wilayah Bangunjiwo serta tempat belajar aneka produk kerajinan dan kesenian masyarakat Bangunjiwo.

Untuk merealisasikan maksud tersebut, maka perlu dicari lokasi di wilayah Desa Bangunjiwo yang paling strategis, yang mudah dijangkau, tempatnya indah, nyaman, asri, dan cukup luas. Sentra wisata tersebut diharapkan dapat mewadahi semua potensi yang dimiliki Desa Bangunjiwo, baik kesenian, kerajinan, maupun kulinernya. Tujuan utama pembangunan sentra wisata tersebut adalah sebagai pusat informasi pariwisata Desa Bangunjiwo, sebagai pusat pelatihan atau *workshop* kerajinan yang dimiliki oleh Desa Bangunjiwo, serta sebagai pusat kuliner halal yang dihasilkan oleh warga Desa Bangunjiwo. Makalah ini akan menguraikan tentang potensi yang dimiliki oleh Desa Bangunjiwo, masalah yang dihadapi, serta solusi yang dapat dilakukan untuk mengatasi permasalahan tersebut.

Metode Pelaksanaan

Untuk mewujudkan sentra wisata di Desa Bangunjiwo tersebut, maka langkah pertama yang dilakukan adalah pemilihan lokasi yang tepat, kemudian diikuti pembangunannya dengan memperhatikan bahwa sentra wisata dapat mengakomodir tujuan pembangunannya sebagai pusat informasi pariwisata, pusat pelatihan atau *workshop*, serta pusat kuliner. Untuk mewujudkan maksud tersebut, Tim Pengabdian bekerjasama dengan Pokdarwis Kajigelem dan Pemerintahan Desa Bangunjiwo untuk menetapkan lokasi yang paling sesuai, kemudian melakukan pembangunan sentra wisata. Pembangunan sentra wisata dilakukan secara swadaya oleh masyarakat setempat, di bawah koordinasi Pemerintah Desa.

Sentra wisata yang dibangun merupakan kompleks bangunan yang terdiri dari joglo sebagai ruang utama untuk berkumpul para wisatawan dan juga pentas seni, serta beberapa limasan sebagai gerai/display kerajinan dan juga tempat pelatihan bagi para wisatawan yang datang. Di

samping itu juga terdapat pusat kuliner yang menyajikan aneka makanan tradisional produksi masyarakat Bangunjiwo. Di kompleks tersebut juga tersedia Mushola dengan tempat wudhu yang terpisah antara pengunjung pria dan wanita. Dengan demikian, para wisatawan disediakan semua kebutuhannya, sehingga dapat tinggal di lokasi tersebut dalam waktu cukup lama, untuk mempelajari proses pembuatan kerajinan dan juga menikmati kuliner khas Desa Bangunjiwo.

Gambar 1. Peta lokasi dusun-dusun di Desa Bangunjiwo



Sumber: dokumen penulis

Hasil dan Pembahasan

Pembangunan sentra wisata Kajigelem di Desa Bangunjiwo yang diharapkan juga berfungsi sebagai destinasi wisata edukasi yang unggul bagi Desa Bangunjiwo telah dilakukan dengan mempertimbangkan potensi wilayah serta permasalahan yang mungkin timbul, sehingga dapat dilakukan antisipasi sebagai solusi untuk mencegah timbulnya permasalahan tersebut. Oleh karena itu, tahap pertama yang dilakukan adalah pemilihan lokasi yang tepat agar dapat menonjolkan potensi yang ada serta meminimalisir masalah yang mungkin timbul. Hal-hal tersebut dapat diuraikan sebagai berikut.

1. Pemilihan lokasi pembangunan sentra wisata Kajigelem

Desa Bangunjiwo merupakan desa penggabungan 4 kelurahan yaitu Kelurahan Paitan, Sribitan, Kasongan dan Bangen; terdiri dari 19 pedukuhan. Untuk membangun sentra wisata yang strategis, maka perlu dilakukan pemilihan lokasi yang tepat. Penentuan lokasi akan sangat berpengaruh bagi keberhasilan suatu usaha; demikian pula bagi pembangunan sentra wisata tersebut. Oleh karena itu, Tim Pengabdian bersama Pengurus Pokdarwis Kajigelem dan Perangkat Desa melakukan survei dan pemetaan wilayah. Sembilan belas pedukuhan (dusun) kami telusuri untuk mempertimbangkan lokasi yang paling strategis,

yaitu Donotirto, Ngentak, Gendeng, Sembungan, Tirto, Kajen, Gedongan, Kalipucang, Kalangan, Jipangan, Bibis, Bangen, Petung, Sambikerep, Kenalan, Sribitan, Salakan, Lemahdadi, dan Kalirandu. Letak dusun-dusun tersebut dapat dilihat pada Gambar 1.

Berdasarkan survei dan pemetaan wilayah, Desa Bangunjiwo memiliki tanah kas desa yang cukup luas, yaitu 9.000 m² di Dusun Kalirandu. Lokasi tersebut terletak di dekat Balai Desa, sehingga secara administratif memudahkan pengelolaannya. Akan tetapi, jika musim hujan tiba, daerah tersebut sering dilanda banjir karena lokasinya yang rendah. Guna membanggunya menjadi sentra wisata, dibutuhkan dana sangat besar untuk menaikkan posisi tanah agar tidak terkena banjir. Oleh karena itu, perlu dicari lokasi lain yang lebih sesuai. Setelah dilakukan pengkajian terhadap hasil survei dan pemetaan wilayah, maka dipilihlah lokasi yang beralamat di Sekarpetak RT 01, Pedukuhan Gedongan. Lokasi tersebut juga merupakan tanah kas desa dengan luas 18.000 m², sehingga sangat memadai untuk membangun sentra wisata. Selain itu, lokasi tersebut juga aman, nyaman, bebas banjir, dan mudah dijangkau karena dekat dengan jalan besar, sehingga sangat strategis untuk dibangun sebagai sentra destinasi wisata.

2. Potensi sentra wisata bagi Desa Bangunjiwo

Desa Bangunjiwo memiliki potensi pariwisata yang cukup besar. Menurut letaknya, Desa Bangunjiwo berjarak sekitar 4 kilometer dari Ibukota Kecamatan Kasihan, 8 kilometer dari Ibukota Kabupaten Bantul dan 12 kilometer dari Ibukota Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY). Desa Bangunjiwo dapat dicapai dengan menggunakan kendaraan bermotor (sepeda motor, mobil, maupun bus pariwisata) dengan jarak tempuh sekitar lima menit dari Ibukota Kecamatan Kasihan dan 10 atau 15 menit dari Ibukota Kabupaten Bantul atau DIY. Kesan yang nyaman dan sangat sejuk dihadirkan oleh hamparan persawahan yang berada di bagian timur dan tengah desa. Sedangkan di bagian barat dan selatan desa merupakan areal perbukitan. Kondisi alam tersebut membuat Desa Bangunjiwo menarik untuk dijelajahi; didukung pula oleh keramahan dan kesantunan masyarakatnya dalam menerima tamu.

Desa Bangunjiwo memiliki unggulan pariwisata yang terletak pada sektor industri kerajinan. Oleh Pemerintah Desa, keunggulan pariwisata tersebut dikemas dalam satu paket program bernama KAJIGELEM. Nama KAJIGELEM merupakan singkatan dari KA = Kasongan, JI = Jipangan, GE = Gendeng, LEM = Lemahdadi. Keempatnya merupakan sentra industri kerajinan yang paling menonjol di Desa Bangunjiwo. Kasongan merupakan sentra industri gerabah/keramik dari tanah liat; Jipangan merupakan sentra kerajinan dari bambu, terutama kipas; Gendeng merupakan sentra kerajinan tatah sungging (wayang); dan Lemahdadi merupakan sentra industri kerajinan patung batu.

2.1. Sentra Gerabah/Keramik Kasongan

Kasongan merupakan sentra kerajinan yang paling terkenal di Bangunjiwo, dan juga menjadi aset berharga bagi Kabupaten Bantul. Bahkan, nama Kasongan mungkin lebih terkenal dibandingkan nama desa-nya, yaitu Bangunjiwo. Masyarakat Kasongan

menghasilkan ratusan bahkan ribuan keramik dengan berbagai jenis, bentuk dan ukuran. Lebih dari 300 pengrajin yang memiliki usaha pembuatan gerabah/keramik, dengan tenaga kerja lebih dari seribu orang, membuat sentra kerajinan ini mampu menembus pasar gerabah internasional. Gerai/ruang pameran yang berjajar rapi di kanan-kiri jalan, dipadukan dengan workshop para pengrajin, dimana para pengunjung dapat ikut praktik langsung membuat keramik, dan festival seni Kasongan yang rutin diadakan setiap tahunnya, membuat Kasongan menjadi sebuah wisata kerajinan yang berkesan bagi siapapun yang pernah mengunjunginya.

Produk unggulan Kasongan antara lain berupa guci, pot/vas, patung loro blonyo, air mancur, dan wuwung. Contoh produk yang dihasilkan oleh para perajin gerabah Kasongan dapat dilihat pada Gambar 2 dan Gambar 3.

Gambar 2. Gerabah/keramik berupa guci dan pot yang diproduksi oleh perajin Kasongan



Sumber: dokumen penulis

Gambar 3. Aneka keramik produksi perajin Kasongan





Sumber: dokumen penulis

Gerabah/keramik produksi para perajin Kasongan tersebut kualitasnya sangat bagus, sehingga sudah mampu menembus pasar ekspor. Tidak hanya wisatawan manca negara, wisatawan domestik pun tertarik dan menyukai hasil kerajinan dari Kasongan. Oleh karena itu, banyak pengunjung yang tertarik untuk belajar membuat kerajinan dari tanah liat yang unik, indah, dan menarik tersebut. Hal tersebut menjadi kekuatan atau potensi yang besar bagi wisata edukasi, khususnya pembuatan kerajinan dari tanah liat.

2.2. Sentra kerajinan bambu Jipangan

Kerajinan kipas bambu mulai diproduksi di Jipangan pada tahun 1987. Pada waktu itu, hanya ada seorang perajin yang memproduksinya. Akan tetapi, sekarang telah menjadi lebih dari 30 perajin yang menyerap lebih dari 250 tenaga kerja. Kipas yang

diproduksi menggunakan bahan baku bambu sebagai kerangka kipas. Bambu yang digunakan adalah bambu wulung atau bambu hitam karena seratnya halus dan tidak banyak serabut. Tanaman bambu sangat mudah diperoleh dari wilayah Jipangan, sehingga perajin tidak menemui kendala untuk memperoleh bahan bakunya.

Kipas bambu dari Jipangan juga telah mampu menembus pasaran dalam maupun luar negeri. Selain di wilayah Jipangan, produk tersebut juga telah dijual ke luar daerah seperti Bandung, Jakarta, dan Bali, bahkan ada juga yang telah diekspor ke Australia melalui eksportir. Pada umumnya, produk tersebut banyak dipesan sebagai souvenir untuk pernikahan. Contoh produk kipas dari Jipangan dapat dilihat pada Gambar 4.

Gambar 4. Kipas bambu produksi perajin Jipangan



Sumber: dokumen penulis

Mengingat kipas bambu merupakan produk yang banyak dicari, maka memiliki potensi besar sebagai produk unggulan dan banyak orang yang berminat untuk mempelajari proses pembuatannya. Oleh karena itu, produk tersebut juga dapat menjadi salah satu agenda pembelajaran bagi wisata edukasi di Bangunjiwo.

2.3. Sentra tatah sungging (wayang) Gendeng

Gendeng merupakan daerah (dusun) penghasil wayang kulit dengan kualitas terbaik. Terdapat puluhan perajin handal yang hingga sekarang masih mempertahankan teknik pembuatan wayang kulit, terutama gaya Yogyakarta yang benar-benar

berkualitas. Membuat wayang kulit (seni tatah sunggih) merupakan seni yang membutuhkan ketrampilan tinggi. Tidak semua orang dapat melakukannya. Akan tetapi, hal tersebut dapat dipelajari, meskipun butuh ketekunan dan ketrampilan yang tinggi. Wayang kulit produksi perajin Gendeng dapat dilihat pada Gambar 5.

Gambar 5. Kerajinan tatah sunggih (wayang) produksi Dusun Gendeng



Sumber: dokumen penulis

Gambar 6. Patung batu produksi perajin Lemahdadi



Sumber: dokumen penulis

2.4. Sentra patung batu Lemahdadi

Lemahdadi merupakan dusun di Bangunjiwo yang masyarakatnya memiliki penghasilan sebagai perajin patung batu. Beragam bentuk patung batu, seperti budha, gupala, aneka bentuk patung, dan air mancur. Dibutuhkan batu dengan kualitas bagus agar dapat menghasilkan patung yang baik. Selain ketrampilan, membuat patung batu juga diperlukan selera seni yang tinggi. Beberapa contoh patung batu yang dihasilkan penduduk Lemahdadi dapat dilihat pada Gambar 6.

Terdapatnya berbagai kerajinan yang dihasilkan oleh masyarakat Desa Bangunjiwo seperti yang diuraikan di atas, akan lebih baik jika disatukan dalam suatu sentra yang efektif untuk memberikan informasi tentang kerajinan tersebut beserta cara pembuatannya. Oleh karena itu, pembangunan sentra wisata Kajigelem merupakan solusi yang dapat mengakomodasi kebutuhan tersebut. Bersama-sama Pokdarwis Kajigelem dan Pemerintahan Desa Bangunjiwo, Tim PPDM UWM telah bersepakat untuk mewujudkan adanya sentra wisata yang sekaligus dapat berfungsi sebagai tempat belajar. Sentra wisata tersebut akan sangat efektif untuk memberikan informasi bagi para pengunjung tentang aneka unggulan hasil kerajinan di Desa Bangunjiwo serta memberikan kesempatan kepada para pengunjung untuk mempelajari cara pembuatannya, sehingga dengan berkunjung ke sentra tersebut, para wisatawan sudah dapat mempelajari aneka produk yang dihasilkan di Desa Bangunjiwo.

Selain kerajinan, Desa Bangunjiwo juga memiliki potensi berupa kesenian dan kulinernya. Kesenian tradisional yang masih terpelihara dengan baik antara lain Wayang Orang, Langen Mandra Wanara, Kethoprak Putri, Kethoprak Lesung, Macapat, Jathilan, dan Karnaval Budaya. Sedangkan kulinernya yang khas antara lain bakpia dan peyek tumpuk. Potensi-potensi tersebut juga dapat memperkaya sentra wisata yang dibangun. Oleh karena itu, sentra wisata Kajigelem akan lebih tepat jika dibangun sebagai kompleks yang meliputi panggung kesenian sebagai ajang pentas seni; pusat-pusat gerai kerajinan dan tempat praktik pembuatannya (*workshop*), dan juga pusat kulinernya. Dengan demikian, pengunjung dapat memperoleh informasi lengkap tentang wisata, kerajinan, kesenian, dan kuliner di satu tempat, yaitu sentra wisata Kajigelem yang merupakan destinasi wisata edukasi di Desa Bangunjiwo. Pembangunan sentra wisata tersebut dapat mengadaptasi dari model yang dicetuskan oleh Sharma (2015), yaitu mengombinasikan kegiatan pembelajaran secara tutorial dengan eksplorasi di tempat. Wisatawan yang datang diberikan tutorial sebagai bekal pengetahuan dasar tentang kerajinan yang terdapat di lokasi obyek, kemudian dilanjutkan dengan peningkatan pemahamannya melalui kegiatan eksplorasi secara langsung di tempat. Model tersebut dapat menjadikan sentra wisata Kajigelem sebagai tempat tujuan wisata edukasi yang sangat menarik di Desa Bangunjiwo.

3. Masalah yang dihadapi

Pembangunan sentra wisata Kajigelem merupakan hal yang dapat mengangkat Desa Bangunjiwo sebagai destinasi wisata unggul karena merupakan tempat yang menyediakan paket komplit, mulai dari informasi tempat wisata, kesenian, kerajinan, serta kulinernya. Akan tetapi, pembangunan sentra wisata yang saat ini sedang dilaksanakan tentu saja tidak luput dari masalah, yaitu kesiapan masyarakat terhadap hadirnya sentra tersebut serta pengelolaannya. Kesiapan masyarakat di Desa Bangunjiwo dalam menghadapi hadirnya wisatawan ke sentra wisata tersebut akan menjadi kunci berkembangnya sentra wisata yang dibangun. Selain itu, diperlukan juga pengelolaan yang baik agar sentra wisata dapat berkembang dan menjadi destinasi wisata yang unggul. Dua masalah utama tersebut harus dicarikan solusinya.

4. Solusi yang dapat dilakukan

Kesiapan masyarakat dalam menghadapi kehadiran wisatawan ke sentra wisata Kajigelem menjadi hal utama yang perlu diperhatikan. Wisatawan butuh kenyamanan dan keamanan ketika hadir di tempat tersebut. Oleh karena itu, masyarakat setempat harus mampu menciptakan suasana dan kondisi tersebut. Mereka perlu ditumbuhkan kesadaran untuk menciptakan suasana nyaman bagi para wisatawan. Antara lain dengan membiasakan menjaga kebersihan, keasrian, ketenteraman, dan keamanan. Pokdarwis dan Pemerintah Desa Bangunjiwo perlu melakukan koordinasi dalam menyiapkan kondisi tersebut. Berbagai pelatihan bagi masyarakat perlu dilakukan secara terprogram dan rutin, misalnya tentang tata cara menyambut atau melayani tamu, membersihkan lingkungan dan fasilitas umum dengan standar hotel berbintang, menerapkan desain interior yang menarik, serta meningkatkan kualitas produk yang dipajang atau dijual. Menurut Purwanto (2006), kualitas SDM akan sangat berpengaruh terhadap keberlangsungan pencapaian tujuan. Oleh karena itu, pelatihan-pelatihan untuk meningkatkan kualitas SDM mutlak diperlukan dan harus menjadi prioritas dalam pengelolaan sentra wisata Kajigelem.

Siagian (2008) menyebutkan bahwa jumlah pegawai dan jenis pekerjaan yang tepat akan sangat menentukan keberhasilan suatu usaha. Kurangnya jumlah pegawai akan menyebabkan munculnya *double job* dan tumpang tindihnya jenis pekerjaan yang mengakibatkan ketidak-lancaran pelaksanaan pekerjaan (Kuswandari dan Hariani, 2016). Oleh karena itu, Pengelola Sentra Wisata Kajigelem harus memetakan kebutuhan pekerja yang secara operasional menangani sentra tersebut, baik dalam jumlah maupun jenis pekerjaan yang sesuai agar dapat dicapai pelaksanaan pekerjaan yang efektif dan efisien. Guna mewujudkan hal tersebut, maka secara operasional dimungkinkan adanya investor yang dapat membantu melaksanakan pengelolaan tersebut.

Simpulan

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa Desa Bangunjiwo memiliki potensi wisata unggul yang layak dikembangkan. Pembangunan sentra wisata yang sedang dilaksanakan, meskipun menghadapi masalah, tetapi dengan penyiapan masyarakat dan koordinasi yang baik dari para pengelolanya (Pokdarwis Kajigelem dan Pemerintah Desa), maka dapat dipastikan bahwa nantinya akan menjadi destinasi wisata edukasi yang terkemuka. Satu hal yang perlu dilakukan ke depannya adalah promosi yang lebih efektif, misalnya melalui website desa maupun kerja sama dengan Dinas Pariwisata Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Direktorat Riset dan Pengabdian kepada Masyarakat, Direktorat Jenderal Penguatan Riset dan Pengembangan, Kementerian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi, sesuai dengan Perjanjian Penugasan Pelaksanaan Program Pengabdian Masyarakat Nomor: 109/SP2H/PPM/DRPM/2019, tanggal 18 Maret 2019.

Daftar Pustaka

- Kuswandari, M. dan Hariani, D. 2016. Strategi pengembangan kepariwisataan di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Boyolali. Laporan Penelitian Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro.
- Priyanto, R., Syarifuddin, D., dan Martina, S. 2018. Perancangan model wisata edukasi di obyek wisata Kampung Tulip. *Jurnal Abdimas BSI* 1(1):32-38.
- Purwanto, I. 2006. *Manajemen Strategi*. Yrama Widya, Bandung.
- Sharma, A. 2015. Educational tourism: Strategy for sustainable tourism development with reference of Hadauti and Shekhawati Regions of Rajasthan, India. *Journal of Business Economics and Information Technology* 2(4):1-12.
- Siagian, S.P. 2008. *Manajemen Stratejik*. Bumi Aksara, Jakarta.

Analisis SWOT Potensi Bisnis Koperasi Bunga Kayu Mekar Di Cilember, Bogor

Iis Mariam¹, Nining Latianingsih², Titik Purwinarti³

¹ Lecturer Business Administration, State Polytechnic of Jakarta

² Lecturer Business Administration. State Polytechnic of Jakarta

³ Lecturer Business Administration, State Poytechnic of Jakarta

Jl. Prof. Siwabessy, Kampus Baru UI, Depok 16424

iis.mariam@yahoo.com nilaahen@yahoo.co.id titikpurwinarti@yahoo.com

Abstrak

Dalam era teknologi informasi saat ini kecepatan berbisnis di dalam merespon perubahan akan berdampak pada organisasi agar dapat bersaing dengan usaha yang lain. Koperasi Bunga Kayu Mekar yang berlokasi di desa Cilember, Cisarua, Bogor saat ini memiliki 300 orang anggota yang tergabung dari para pengrajin yang menjual produk bunga kayu, pengrajin boneka, penjual makanan dan minuman serta pengelola Eco-Village. Tujuan dari pengabdian masyarakat ini adalah untuk mengidentifikasi strategi yang dilakukan pelaku usaha koperasi bunga kayu dalam membangun potensi usaha dan memasarkan produknya. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data, yaitu: observasi dan wawancara dengan ketua koperasi Bunga Kayu Cilember Mekar, Kepala Desa Cilember serta Tokoh Masyarakat di desa Cilember. Hasilnya menunjukkan bahwa analisis strategi SWOT dilakukan dalam memetakan dan mengidentifikasi potensi bisnis dalam memberdayakan pengrajin dan pelaku usaha yang tergabung dalam Koperasi Bunga Kayu Cilember Mekar, Cisarua, Bogor. Strategi yang dilakukan dalam memasarkan produknya adalah mengikuti pameran yang diadakan pemerintah daerah Bogor, ikut dalam kegiatan bazar baik di sekitar Cisarua, Bogor, berjualan di tempat wisata Bunga Matahari serta memulai penjualan bunga kayu berbasis on-line walaupun masih terbatas jumlahnya.

Kata kunci: SWOT, bisnis, koperasi

Pendahuluan

Curug Cilember merupakan salah satu tempat yang memiliki potensi wisata alam yang indah yang terletak di Cisarua, Bogor, Jawa Barat. Dampak dari adanya lokasi wisata ini yang banyak dikunjungi oleh wisatawan asing dan local berdampak pada pengembangan daerah dan pemberdayaan masyarakat desa Cilember. Perkembangan usaha dan bisnis saat ini memerlukan inovasi dan kreativitas yang mampu memenuhi kebutuhan pasar. Kondisi ini juga berdampak pada kegiatan operasional koperasi Bunga Kayu Cilember Mekar di desa Cilember, Cisarua, Bogor. Koperasi ini baru terbentuk secara formal pada tahun 2018 sebagai bagian tindak lanjut kolaborasi konsep triple helix (Etzkowitz & Leydesdorff, 2000) yaitu: pihak

institusi akademik dari kegiatan konkrit pengabdian pada masyarakat program studi D4 Administrasi Bisnis Terapan-Politeknik Negeri Jakarta, pemerintah desa Cilember dan masyarakat pengrajin dan pedagang di desa Cilember, Cisarua, Bogor. Sebelum koperasi ini berbadan hukum maka pedagang, pengrajin bunga kayu, pedagang minuman dan makanan, pelaku usaha eco-village yang tergabung dalam paguyuban ini beranggotakan 300 orang dan telah melakukan usaha ini secara turun temurun di masyarakat.

Peran pemerintah desa Cilember dalam mengembangkan potensi usaha di Cilember juga dilakukan secara sistematis dengan berdirinya Bumdes sehingga para pelaku usaha ini dapat bertahan. Adapun tujuan dari pengabdian pada masyarakat ini adalah untuk mengidentifikasi strategi yang dilakukan pelaku usaha koperasi Bunga Kayu Cilember Mekar dalam membangun potensi usaha dan memasarkan produknya. Menurut David (2011:19) bahwa strategi adalah aksi potensial yang membutuhkan keputusan manajemen puncak dan sumber daya perusahaan dalam jumlah yang besar. Hal ini yang dijadikan dasar dalam menentukan analisis SWOT dalam pengembangan potensi usaha koperasi Bunga Kayu Cilember Mekar, Cisarua, Bogor.

Metode Pelaksanaan

Metode yang digunakan dalam pelaksanaan pengabdian pada masyarakat ini adalah dengan memberikan pelatihan dan pendampingan mengenai potensi membangun usaha, strategi memasarkan produk. Selanjutnya diidentifikasi menggunakan analisis SWOT dalam kegiatan usaha koperasi Bunga Kayu Cilember Mekar. Teknik pengumpulan data melalui: wawancara dan observasi dengan ketua koperasi Kayu Cilember Mekar desa Cilember, Bogor dan pedagang bunga kayu yang tergabung dalam koperasi Bunga Kayu Cilember Mekar. Analisis dilakukan menggunakan deskriptif yang dapat dijadikan dasar pertimbangan di dalam pengembangan usaha serta pemasaran produk dari koperasi Bunga Kayu Cilember Mekar

Hasil Dan Pembahasan

Hasil dan pembahasan ditampilkan dalam bentuk uraian deskriptif. Adapun langkah pelaksanaan kegiatan dilakukan sebagai berikut

Tabel 1. Kegiatan Pengabdian pada Masyarakat Prodi D4 ABT-PNJ

No	Tahapan	Kegiatan	Hasil
1	Waktu dan tempat kegiatan	Kegiatan pengabdian dilakukan pada tanggal Oktober 2018, mulai pukul 08.30- 16.00 wib bertempat di Aula desa	Dilaksanakan sesuai dengan jadwal dan acara dibuka oleh Pembantu Direktur II Bidang Administrasi dan Keuangan PNJ serta dan Kepala Desa Cilember. Hadir juga undangan tokoh masyarakat desa Cilember serta peserta pelatihan dan

2	Peserta	<p>Cilember, Cisarua, Bogor, Jawa Barat</p> <p>Peserta berjumlah 30 orang terdiri dari anggota koperasi Bunga Kayu Mekar Cilember Mekar, Cisarua, Bogor dan aparat desa Cilember.</p>	<p>dosen program studi D4 Administrasi Bisnis Terapan-PNJ.</p> <p>Semua peserta hadir dan undangan hadir tepat waktu dan mengikuti semua kegiatan dari awal sampai akhir.</p> <p>Peserta: 30 orang</p> <p>Dosen: 15 orang</p> <p>Mahasiswa: 4 orang</p>
3	Materi	<p>a. Mengenali potensi dan membangun usaha yang inovatif dan kreatif</p> <p>b. Pencatatan pembukuan sederhana.</p>	<p>Materi disajikan dalam bentuk power point dan MS-word. Materi yang diberikan dalam pencatatan pembukuan sederhana pada koperasi Bunga Kayu Cilember Mekar adalah proses pencatatan harian untuk barang yang masuk (stok di gudang penyimpanan) dengan barang yang terjual. Hasil yang diharapkan adalah proses pencatatan barang yang dapat diakses oleh semua pengurus koperasi sehingga transparansi informasi terkait laporan keuangan dan stok barang dapat dibuktikan. Manfaat yang dapat diperoleh pengusaha bunga kayu di Cilember dalam pelatihan pembuatan laporan keuangan adalah: (a) sebagai alat pertanggungjawaban dan alat penilaian kinerja koperasi, (b) posisi keuangan koperasi setiap saat dapat diketahui, (c) selama periode usaha maka laba rugi koperasi dapat dimonitor, dan (d) informasi yang diberikan kepada pihak luar yang berhubungan dengan koperasi dapat disampaikan dengan benar dan dapat dipertanggungjawabkan. Hasil akhir pelatihan, peserta memiliki pengetahuan serta keterampilan dalam pengisian buku kas, kartu utang, kartu</p>

4	Metode Pelatihan	Ceramah, diskusi, praktik pembukuan sederhana melalui pendekatan <i>problem based learning</i> (PBL).	piutang, kartu persediaan, ikhtisar laba/rugi, perubahan modal serta pembuatan neraca. Proses pelatihan berjalan dinamis melalui diskusi dan tanya jawab dimana interaksi pemateri dan peserta berlangsung dua arah, dengan menggunakan metode pembelajaran PBL sehingga memudahkan peserta menerima materi. Praktik dilakukan untuk membuat laporan pembukuan sederhana dari kegiatan bisnis yang dilakukan pengrajin serta pedagang yang tergabung dalam koperasi Bunga Kayu Cilember Mekar.
5	Pemateri	a. Dosen prodi D4 ABT b. Praktisi	Kualifikasi dosen yang memberikan materi memiliki kompetensi terkait manajemen strategi, organisasi dan akuntansi. Praktisi dilibatkan dalam upaya pemasaran produk yang berbasis online.

Sumber: data diolah, 2018

Berikut petikan hasil wawancara dengan Samin (Ketua Koperasi Bunga Kayu Cilember Mekar mengenai potensi usaha bunga kayu adalah “...potensi usaha bunga kayu telah banyak memberikan kontribusi penghasilan dan berdampak pada pemberdayaan ekonomi masyarakat di Cilember. Tingkat penjualan bunga kayu terus meningkat dari tahun ke tahun melalui kegiatan yang diselenggarakan pemerintah, bazar atau penjualan di tempat wisata di daerah Bogor. Para pengrajin bunga kayu di Cilember merupakan usaha yang sudah lama berjalan, akan tetapi masih ditemukan kendala seperti pasokan bahan baku, pola pencatatan keuangan serta koperasi berbadan hukum. Tahun 2018 kami mendapatkan bantuan dari program studi D4 Administrasi Bisnis Terapan-PNJ dalam pengurusan pengajuan koperasi berbadan hukum sehingga diharapkan koperasi ini dapat memberdayakan perekonomian anggota dan masyarakat di Cilember. Saat ini jumlah pengrajin usaha bunga kayu yang tergabung dalam koperasi Bunga Kayu Cilember Mekar, Bogor sekitar 300 orang”.

Lebih lanjut Samin (2018) mengatakan bahwa selama ini dalam menjalankan usahanya pengrajin bunga kayu untuk membeli bahan baku dilakukan sendiri sehingga harga menjadi lebih mahal, dan kondisi ini memberatkan pengrajin. Oleh karena itu dengan adanya koperasi

Bunga Kayu Cilember Mekar diharapkan masalah yang selama ini muncul dapat diatasi, terkait penyediaan dan pembelian bahan baku dapat dilakukan melalui koperasi sehingga harga menjadi lebih murah termasuk pola pemasaran produk bunga kayu dapat dibantu dengan melalui kegiatan mengikuti pameran yang diselenggarakan pemda Bogor dan bazar di masyarakat. Kegiatan yang menjadi prioritas untuk inovasi dan kreatifitas pengrajin dalam memasarkan produk bunga kayu adalah dengan memberikan pendampingan dan bantuan cara penjualan berbasis *on-line* walaupun masih terbatas jumlahnya serta memberikan pendampingan dalam pencatatan pembukuan.

Gambar 1 Produk Bunga Kayu



Sumber: data diolah, 2019

Dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat ini materi terkait laporan keuangan untuk koperasi ditemukan hambatan menyangkut permasalahan bahwa tidak memiliki laporan keuangan, sulitnya akses ke lembaga keuangan formal seperti bank dalam hal peminjaman dana usaha, cara perhitungan harga pokok yang tidak akurat, serta pengendalian terhadap penggunaan laba untuk prive.

Gambar 2 Pembicara dalam Pengabdian pada Masyarakat



Sumber: data diolah, 2019

Analisis SWOT yang dapat diidentifikasi dalam potensi usaha koperasi Bunga Kayu Cilember Mekar dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1. Analisis SWOT strategi potensi usaha koperasi

STRENGTH	WEAKNESS
<ul style="list-style-type: none"> a. Desa Cilember memiliki pesona alam yang indah dan tempat wisata seperti Curug Cilember dan Kota Matahari b. Jumlah wisatawan asing dan local yang berkunjung ke Cilember cenderung terus bertambah dari tahun ke tahun c. Akses transportasi yang mudah dari dan menuju Cilember d. Pengrajin bunga kayu dan boneka merupakan usaha turun temurun dan sudah lama e. Bahan baku untuk pengrajin kayu banyak tersedia dan mudah didapatkan f. Kualitas bunga kayu dapat disimpan lebih lama dibandingkan bunga yang berbahan plastic g. Biaya perawatan bunga kayu mudah h. Masyarakat desa Cilember memiliki potensi wirausaha yang tinggi sebagai pengrajin, penjual makanan dan minuman, dan pengelola eco-village. 	<ul style="list-style-type: none"> a. Proses pembuatan untuk bunga kayu masih dilakukan secara tradisional tidak menggunakan mesin penyerut kayu b. Proses laporan pembukuan masih dilakukan secara sederhana c. Tempat berjualan untuk pedagang cinderamata, boneka, bunga kayu, makanan dan minuman masih sangat tergantung pada kebaikan dari pemilik wisata Kota Matahari d. Proses pemasaran produk bunga kayu melalui online masih terbatas e. Produksi bunga kayu dilakukan secara rumahan f. Jumlah produk bunga kayu masih berskala kecil g. Inovasi dan kreatifitas pengrajin boneka dan bunga kayu masih perlu ditingkatkan sesuai dengan selera pasar.
OPPORTUNITY	TRHEAT
<ul style="list-style-type: none"> a. Fasilitas seperti mesin untuk pemotongan bahan baku bunga kayu dapat dibeli b. Minat masyarakat untuk membeli produk dari oengrajin boneka dan bunga kayu dari desa Cilember semakin bertambah c. Strategi pemasaran untuk penjualan bunga kayu dapat dilakukan secara <i>online</i> d. Desain bunga kayu dan pemilihan warna yang diproduksi pengrajin bunga kayu semakin variatif 	<ul style="list-style-type: none"> a. Perubahan teknologi informasi berdampak pada cara pemasaran produk berbasis online b. Harga bahan baku plastic lebih murah dibandingkan dengan bahan dara bunga kayu c. Kompetensi dan kualitas usaha pengrajin bunga sejenis makin variatif d. Semangat berwirausaha membutuhkan komitmen dan integritas usaha yang tinggi dari pengrajin

-
- | | |
|--|---|
| <p>e. Kegiatan pendampingan dari pemerintah daerah untuk pengrajin UMKM di Cilember dilakukan secara terjadwal dan berkesinambungan.</p> | <p>e. Strategi dan potensi bisnis yang semakin kompetitif dan variatif.</p> |
|--|---|
-

Sumber: data diolah, 2019

Dalam kegiatan pengabdian pada masyarakat ini juga sekaligus diserahkan bantuan operasional untuk kegiatan koperasi Bunga Kayu Cilember Mekar yang diterima langsung oleh Ketua Koperasi dan disaksikan oleh kepala desa Cilember, Cisarua, Bogor.

Gambar 3 Penyerahan bantuan ATK dan Sarana untuk Koperasi



Sumber: Data diolah, 2019

Simpulan Dan Saran

A. Simpulan:

1. Potensi bisnis untuk koperasi Bunga Kayu Cilember Mekar dipetakan dalam analisis SWOT;
2. Potensi pengrajin bunga kayu dan pengrajin boneka sudah dilakukan secara turun temurun dan dikerjakan di rumah;
3. Aksi nyata dari pemerintah daerah Bogor, institusi PNJ dan masyarakat pengrajin dan pedagang di desa Cilember, Bogor merupakan penerapan dari konsep triple helix yang dikembangkan dalam menggali potensi usaha dan mendorong Koperasi Bunga Kayu Cilember Mekar yang mampu berdaya saing dengan usaha sejenis.

B. Saran

1. Pemerintah desa secara terus menerus bersinergi dengan koperasi Bunga Kayu Cilember Mekar dalam memberdayakan masyarakat dalam berwirausaha;
2. Adanya pendampingan tidak hanya dari pemerintah desa tetapi juga dari dinas koperasi dalam meningkatkan usaha koperasi Bunga Kayu Cilember Mekar, Bogor terkait pemasaran, pembukuan dan etika bisnis;
3. Pengurus dan anggota koperasi Bunga Kayu Cilember Mekar, Bogor harus terus melakukan inovasi dan kreativitas produk yang dapat diterima pasar/konsumen saat ini;

4. Peran institusi (PNJ) melakukan pendampingan dan monitoring terhadap aktivitas koperasi sebagai desa binaan yang dijadikan percontohan dalam kegiatan pengabdian pada masyarakat.

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada: (1) Politeknik Negeri Jakarta yang telah mendanai kegiatan pengabdian pada masyarakat, dan (2) Kepala Desa Cilember-Bogor yang telah bekerjasama dalam memberikan informasi data dan dukungan terhadap pelaksanaan pengabdian pada masyarakat, dan (3) Pengurus koperasi Bunga Kayu Cilember Mekar yang berkomitmen untuk mengembangkan koperasi sebagai sarana mensejahterakan anggota koperasi dan berkontribusi kepada masyarakat untuk berdaya secara ekonomi.

Daftar Pustaka

- Barata, Ateb Adya. 2003. *Dasar-dasar pelayanan prima*, jakarta: PT Elek Mediakomputindo
- David, Fred R. (2011). *Manajemen Strategis Konsep*. Terjemahan oleh Dono Sunardi dari *Strategic Management*. Jakarta: Salemba Empat. P.11
- [David, Fred R. (2013). *Strategic Management Concepts and Cases*. England: Pearson Education
- David, Fred R. dan Forest R. David. (2017). *Manajemen Strategik: Suatu Pendekatan Keunggulan Bersaing*. Terjemahan oleh Novita Puspasari dan Liza Nurbani Puspitasari dari *Strategic Management: A Competitive Advantage Approach, Concepts and Cases, 15th edition* (2015). Jakarta: Salemba Empat
- Etzkowitz, Henry & Leydesdorff, L. (2000). *The dynamic of innovation: From national systems and 'mode 2' to a triple helix of university –industry-government relations*. *Research Policy*, 29 (2), 109-123
- Rangkuti, Freddy. 2002. *Measuring Customer Satisfaction*: PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- UU Nomor 20 Tahun 2008 mengenai UMKM

Diversifikasi Produk Kedelai Menjadi Produk Susu Kedelai Di Desa Jetis, Pandak, Bantul

Andika Wisnujati¹, Reli Adi Himarosa²

^{1,2}Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Jl. Brawijaya, Tamantirto, Kasihan, Bantul
Email: andikawisnujati@umy.ac.id

Abstrak

Peningkatan pendapatan akan meningkatkan taraf hidup suatu masyarakat. Tujuan dari program Pengabdian Masyarakat dengan skim Kemitraan Masyarakat adalah untuk memanfaatkan teknologi tepat guna produksi susu kedelai dan memudahkan pekerjaan manusia sehingga dapat meningkatkan produksi susu kedelai. Pedukuhan Jetis yang mayoritas penduduknya bekerja sebagai buruh tak menentu, perlu diberi pelatihan untuk menambah wawasan dan memberikan peluang pengembangan sumber daya yang dimiliki. Subjek program kemitraan adalah warga masyarakat Jetis Desa Gilangharjo, Kecamatan Pandak Kabupaten Bantul. Tahapan pelaksanaan program meliputi sosialisasi program kegiatan, mengundang pakar yang kompeten pada bidang pengolahan kedelai menjadi produk susu kedelai murni dalam kemasan dan pemasaran online. Warga dilibatkan sebagai pelaku pembuat produk susu kedelai murni dalam kemasan dan melakukan pemasaran, serta pembuatan izin produk. Target luaran yang dihasilkan dari program kemitraan masyarakat ini adalah: 1) publikasi pada media masa cetak atau online atau repository Perguruan Tinggi, 2) peningkatan daya saing (peningkatan kualitas, kuantitas, serta nilai tambah barang, jasa diversifikasi produk, atau sumber daya lainnya), 3) peningkatan penerapan iptek di masyarakat (mekanisasi, IT dan manajemen), 4) perbaikan tata masyarakat (seni budaya, sosial, politik, keamanan, ketentraman, pendidikan, kesehatan), 5) inovasi teknologi tepat guna.

Kata kunci: diversifikasi, susu kedelai murni dalam kemasan, teknologi tepat guna

Pendahuluan

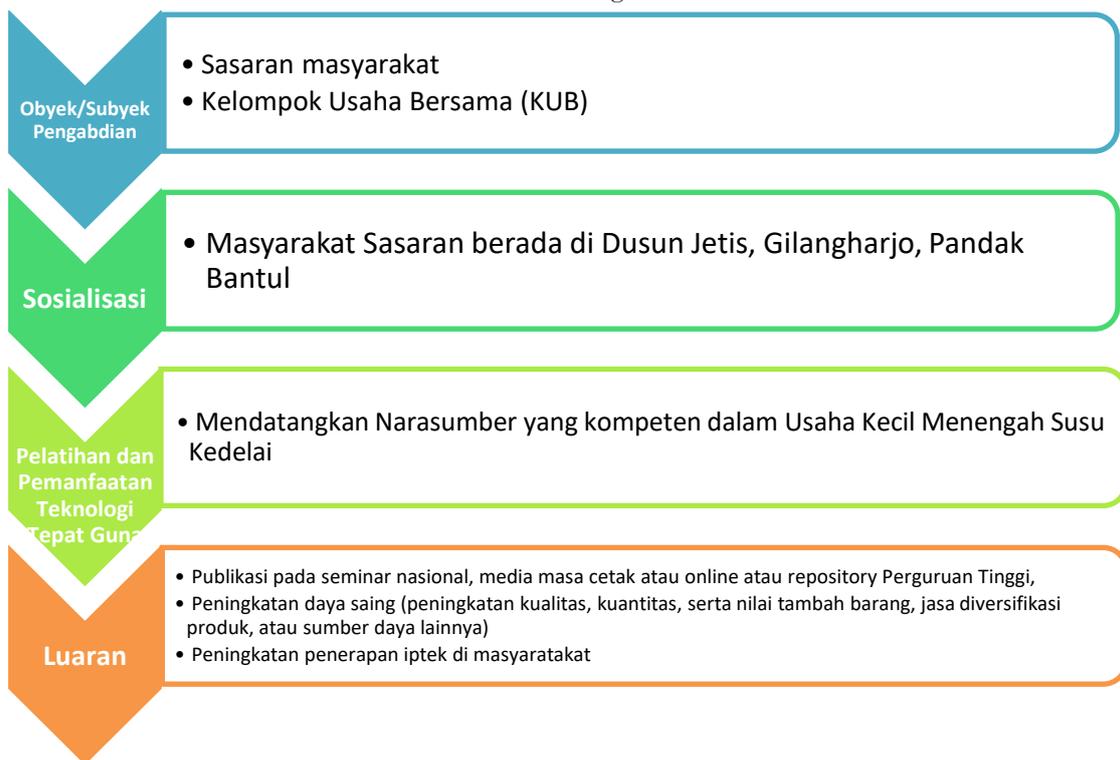
Pedukuhan Jetis, yang terletak di Desa Gilangharjo, Pandak, Bantul berjarak sekitar 15 km dari kampus UMY, dan 6 km dari pusat kota Bantul. Akses yang tidak terlalu jauh dari pusat kota Bantul tetapi kondisi di padukuhan Jetis masih banyak warga yang memiliki taraf hidup rendah, dan semakin banyak penduduk yang tidak memiliki pekerjaan tetap. Sumber pendapatan utama dari sektor pertanian, dan pengrajin kandang bambu. Penduduk wanita sebagian besar hanya sebagai ibu rumah tangga, atau sekedar membantu pekerjaan suami sebagai pengrajin kandang bambu. Permasalahan sulitnya mencari lapangan kerja dikarenakan kurangnya kompetensi dan pendidikan menjadi penyebab utama rendahnya taraf hidup. Pengabdian Masyarakat sebagai bentuk kepedulian kampus terhadap masyarakat yang dilakukan di Padukuhan Jetis, Gilangharjo, Pandak, Bantul sebagai salah satu upaya memberikan ide-ide dan merangsang untuk menjadi masyarakat produktif, dengan menciptakan produk-produk

yang memiliki nilai jual. Usulan ini dibuat untuk mensinergikan mitra yang membuat alat-alat teknologi tepat guna, dan pembuat susu kedelai murni yang ada di Pedukuhan Jetis, Gilangharjo, Pandak, Bantul. Diharapkan setelah selesai program ini, kelompok tersebut mempunyai contoh aplikasi mesin penggiling kedelai untuk produksi susu kedelai murni dalam kemasan.

Permasalahan sekarang adalah kedelai untuk pembuatan susu kedelai murni masih menggunakan cara sederhana dan belum *hygienis* sehingga mengurangi keuntungan. Untuk mengatasi permasalahan ini diintergrasikan dengan pengrajin alat tepat guna yang ada di desa Jatimulyo RT 12, RW 03. Susu kedelai murni sudah laku keras dan tidak bisa memenuhi permintaan disebabkan jumlah tenaga kerja dan fasilitas yang belum memadai. Melalui program ini akan dibuatkan mesin penggiling kedelai untuk produksi susu kedelai murni dan proses pengemasannya yang akan dipasarkan secara online dengan memberikan pelatihan dan pemasaran secara strategis di Pedukuhan Jetis, Gilangharjo, Pandak, Bantul. Pelatihan dalam pengolahan bahan mentah kedelai guna menciptakan produk yang lebih bernilai jual. Pembinaan memproduksi kedelai menjadi makanan siap konsumsi berupa susu kedelai akan meningkatkan potensi warga yang tidak bekerja untuk mulai berwirausaha. Bahan baku kedelai yang terjangkau dan mudah didapatkan, diolah dengan tepat sehingga menjadi produk susu kedelai yang lebih bernilai dan laku dipasaran.

Metode Pelaksanaan

Gambar 1. Metodologi Pelaksanaan



Sumber: dokumen penulis

Alat dalam pelaksanaan program pengabdian kemitraan masyarakat ini adalah Alat Pembuat Susu Kedelai Merek Matrix pada gambar 4, dengan spesifikasi tersebut pada tabel 3 dibawah ini

Gambar 2. Alat Pembuat Susu Kedelai Merek Matrix



Sumber: dokumen penulis

Tabel 1. Spesifikasi alat

No	Spesifikasi	Keterangan
1	Daya listrik	150 Watt
2	Kapasitas	50 Kg per jam
3	Diameter Batu giling	6 cm
4	Tutupan buangan ampas	Ada (Plat Galvalum)
5	Material Body	Stainless Steel
6	Ukuran Mesin	19 x 17 x 36 cm
7	Berat Mesin	20 kg

Sumber: spesifikasi produsen

Hasil dan Pembahasan

Selama ini pengupasan kulit kedelai menggunakan cara tradisional. Kedelai yang ditempatkan di keranjang bambu diinjak-injak. Dengan cara ini, kuantitas dan kualitas kedelai menjadi rendah. Satu orang hanya dapat menggarap 10 kg/jam, dan hanya 85% kedelai yang terkupas kulitnya. Menurut Kepala Pusat Teknologi Tepat Guna LPM Unesa, Drs I Made

Muliatna M.Kes (2009), mesin pengupas kulit kedelainya digerakkan motor listrik dengan daya 0,25PK, mampu mengupas 100 kg/jam dengan lebih dari 99% kedelai terkupas. Kualitas pengupasan lebih baik, dari 85 persen menjadi 99,9%, dan tempe yang dihasilkan lebih mengembang, sehingga dapat meningkatkan penghasilan pembuat tempe hingga Rp1.000 /kg. Alat ini juga dirancang dengan memperhatikan faktor K3 (kesehatan, keamanan, dan keselamatan kerja). Cara tradisional lebih menyita waktu dan tenaga lebih banyak, apalagi kebanyakan pengusaha tempe juga mempunyai usaha sampingan berupa ternak sapi dan bertani.

Sebelum pelaksanaan seluruh rangkaian kegiatan pengabdian masyarakat melalui program kemitraan masyarakat dimulai, perlu diadakan sosialisasi mengenai program ini kepada Ketua RT desa setempat serta masyarakat yang berkaitan dengan program ini agar masyarakat paham dengan program tersebut dan tidak terjadi kesalahpahaman dalam pelaksanaan program kedepan. Selain itu, sosialisasi juga berfungsi untuk menggali lebih dalam mengenai permasalahan yang dialami masyarakat dan solusi yang dibutuhkan. Dengan begitu, diharapkan program pengabdian masyarakat ini dapat memberikan luaran yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan masyarakat. Sosialisasi ini dilakukan di rumah Bapak Sunarto, di Dusun Jetis, Gilangharjo, Pandak, Bantul DIY.

1. Indikator Efisiensi Proses Pengupasan Kulit Kedelai

Dalam menentukan kemampuan mesin kulit ari kacang kedelai perlu juga diketahui sifat-sifat dari kacang itu sendiri. Biji kacang kedelai berkeping dua terbungkus kulit biji. Pada umumnya bentuk kedelai lonjong, tetapi ada juga yang agak bundar atau bulat pipih dengan besar dan bobot biji kedelai mencapai 5-30 gr untuk bobot 100 butir. Sifat kacang kedelai ini mampu menyerap air cukup banyak dan dapat menyebabkan berat naik menjadi dua kali lipat, dengan sifat biji yang keras dan daya serap air tergantung ketebalan kulit. Kulit inilah yang ingin dikupas secara mekanis dengan semaksimal mungkin tidak membelah kedelai apalagi merusak kedelai sehingga mutu dari kedelai baik dan tetap utuh (TL Damayanthi, 2011).

Efisiensi proses pengupasan kulit kedelai dapat dihitung dengan membagi output (kedelai yang sudah terkelupas) dengan input (volume bahan baku masuk) dikalikan 100%. Dirumuskan sebagai berikut:

$$\eta = \frac{\text{output}}{\text{input}} \times 100\%$$

Pada saat ini masih dilakukan pengadukan secara manual yang membutuhkan tenaga manusia yang banyak dan relatif lama. Pengadukan secara manual hanya efektif untuk jumlah yang kecil, tetapi untuk skala yang lebih besar maka harus memakai motor listrik otomatis. Dengan adanya alat mesin pengupas kulit ari kedelai maka tidak banyak tenaga yang diperlukan, menghasilkan produktifitas yang relatif tinggi, memberikan sentuhan teknologi

yang tepat guna bagi masyarakat yang pada akhirnya meningkatkan produktifitas dan kualitas produk.

Gambar 3. Proses Pemisahan Kulit Ari Kedelai



Sumber: dokumen penulis

2. Pengaruh kecepatan putaran terhadap kualitas hasil pengupasan

Efisiensi mesin dapat dihitung dengan membagi antara kapasitas aktual dengan kapasitas teoritisnya. Nilai kapasitas aktual diperoleh dari hasil pengamatan massa total kedelai yang keluar dari saluran pengeluaran dengan lama proses pengupasan. Sementara itu kapasitas teoritis di peroleh dari perkalian antara jarak antar celah, kecepatan putar silinder dan keliling dari silinder pengupas dan densitas dari kedelai. Kapasitas teoritis yang terlalu besar ini dipengaruhi oleh kecepatan putaran yang dihasilkan silinder pengupas sangat besar dan diasumsikan kedelai yang masuk kedalam ruang pengupasan menempati semua bagian dari silinder atau volume ruangan diasumsikan terisi penuh. Namun dalam kenyataannya, kedelai ketika dimasukkan kedalam silinder tidak terisi penuh karena apabila ruang pengupasan terisi penuh terjadi penyumbatan kedelai dan mengakibatkan tidak berputarnya silinder pengupas. Semakin cepat kecepatan putar mesin pengupas, maka proses pengupasan kedelai tidak efisien dikarenakan biji kedelai banyak yang hancur menjadi ampas (Sahasto 2010).

Pada kegiatan ini dilakukan dengan pemberian materi tentang pembuatan atau diversifikasi produk kedelai menjadi susu kedelai murni kepada masyarakat yang disampaikan oleh seorang narasumber. Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan bekal pemahaman mengenai cara pembuatan susu kedelai murni tersebut sebelum melakukan praktek di lapangan. Materi yang disampaikan berupa kedelai untuk dibuat menjadi bahan pangan bernutrisi dan menyehatkan. Pada tahap ini melibatkan masyarakat secara langsung dalam pembuatan susu kedelai murni dalam kemasan untuk memperdalam pemahaman masyarakat tentang cara pembuatan susu kedelai tersebut yang dibimbing oleh narasumber. Sebelum pelaksanaan telah dipersiapkan alat bahan dan lokasi pembuatan yang teduh. Kegiatan yang dilakukan antara penggilingan kedelai untuk mengelupaskan kulit ari kedelai dengan alat pengupas kulit ari kedelai dengan alat yang sudah diberikan melalui program pengabdian kemitraan masyarakat ini. Kemudian

tambahkan air secukupnya, setelah itu rebus kedelai selama 15 menit, tuang kedelai yang sudah mendidih ke dalam sebuah wadah, kemudian bungkus kedalam plastik atau gelas mika (*cup*) ketika susu kedelai sudah hangat.

Launching ini merupakan serangkaian kegiatan dari program yang berfungsi untuk pengenalan kepada masyarakat dan pemerintah daerah mengenai program diversifikasi kedelai menjadi produk susu kedelai murni dalam kemasan. Lain halnya dengan blender yang menggunakan pisau, untuk menghancurkan biji-biji kedelai, Alat Pembuat Susu Kedelai akan mengandalkan sepasang batu giling yang digerakkan oleh motor bertenaga listrik. Nantinya, 1 set batu batu giling tersebut akan menggiling dan memeras biji kedelai dengan kekuatan dan irama yang konstan. Adapun keberadaan kain penyaring akan mengatur supaya sari kedelai dan ampasnya akan terpisah dengan sendirinya, dan untuk selanjutnya mengalir keluar melalui dua saluran yang berbeda seperti yang ditunjukkan pada gambar 5 dibawah ini.

Gambar 4. Proses Pembuatan Susu Kedelai



Sumber: dokumen penulis

3. Luaran yang dicapai

Luaran yang dihasilkan dari program pengabdian kemitraan masyarakat ini antara lain adalah:

Tabel 2. Luaran yang dicapai

No	Kriteria	Luaran yang dihasilkan
1	Aspek Produksi	(a) Berupa mesin penggiling kedelai, dan alat sealer kemasan susu kedelai murni dengan kapasitas produksi 15-20 kg kedelai per hari. (b) Efisiensi proses pembuatan susu kedelai dengan memanfaatkan alat tepat guna.
2	Manajemen Usaha	berupa catatan harian: kapasitas susu kedelai murni dalam kemasan dilengkapi dengan biaya produksi terdiri dari biaya bahan mentah, transportasi, marketing, administrasi, tenaga kerja, dan kerusakan tidak terjual. Margin (keuntungan) disesuaikan dengan persaingan harga pasar dan kualitas produk susu kedelai dalam kemasan .
3	Publikasi	(a) Website Program Vokasi UMY; (b) Media sosial Facebook, Youtube <i>Channel</i> (c) publikasi seminar nasional pengabdian UMY

Simpulan

Kelompok Usaha Bersama sebagai mitra program kemitraan masyarakat yaitu SULE JOGLO telah menjalankan usahanya sejak Januari 2018 dan dalam usahanya masih menggunakan sistem konvensional dengan mesin blender dan disaring menggunakan kain. Melalui Program Kemitraan Masyarakat ini, masyarakat di desa Jetis, Gilangharjo, Pandak, Bantul ini dapat meningkatkan kapasitas produksinya dikarenakan penerapan teknologi berupa pemberian alat penggiling kedelai untuk produksi susu kedelai. Alat ini dapat dengan langsung memisahkan air dan ampas kedelai yang digiling, sehingga dapat dengan mudah untuk memproduksi susu kedelai.

Daftar Pustaka

- Annas Sjahrul 2002, Penyusunan Matriks Morfologi Mesin Pengupas Kulit Ari Kedelai, Jurnal Falsafah Sains. Institut Pertanian Bogor.
- Anonim (2019), Profil Lembaga Penelitian, Pengabdian dan Publikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. LP3M-UMY
- Balai Pertanian, 2003, Penelitian Industri Hasil Pertanian. Bogor.

- Damayanthi, T.L, 2011, Uji Lama Perebusan dan Lama Pengadukan Terhadap Kualitas Kedelai. Universitas Sumatera Utara.
- Jonathan, 2009, Sepuluh Tahun Bersama Tempe. Pos Kupang.
- Saputra, Eka, D., 2004, Perencanaan Mesin Pengupas dan Pemisah Kulit Ari Biji Kedelai Untuk Bahan Dasar Tempe. Jurusan Teknik Mesin, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Kristen Petra, Surabaya.
- Wisnujati. A, Mudjijana (2012) Ipteks Bagi Masyarakat Industri Kecil Tempe. Politeknik Muhammadiyah Yogyakarta.

Creativity In Craft: Pengembangan Kerajinan Perca Batik Bernilai Komersial

Titi Rahayu Prasetiani¹, Sri Puji Astuti², dan Catur Ragil Sutrisno³

¹ Fakultas Ekonomi Universitas Pekalongan, Jl Sriwijaya No.3 Pekalongan 51119, +62 812 2757 919

² Fakultas Teknik Universitas Pekalongan, Jl. Sriwijaya No.3 Pekalongan 51119, +62 817 241 155

³ Fakultas Ekonomi Universitas Pekalongan, Jl. Sriwijaya No.3 Pekalongan 51119, +62 858 7848 6616

Email: titi.unikal@gmail.com

Abstrak

Perca batik adalah sisa-sisa kain batik setelah kain tersebut digunakan sebagai bahan membuat produk, terutama produk pakaian. Perca batik selama ini hanya dijual dengan harga yang sangat murah. Tujuan kegiatan pengabdian ini adalah meningkatkan nilai tambah dari perca batik melalui pengembangan kerajinan (craft) agar bernilai komersial. Metode yang digunakan menggunakan rekayasa nilai, yaitu melalui tahap informasi, tahap kreativitas dan tahap pengujian. Hasilnya diperoleh konsep produk kerajinan berbahan baku perca berupa tas, pakaian dan aksesoris. Implikasi dari kegiatan ini diharapkan mampu meningkatkan kegiatan ekonomi daerah dan penghasilan masyarakat melalui usaha kreatif kerajinan dari perca batik ini.

Kata Kunci: perca batik, kerajinan, komersial, rekayasa nilai

Pendahuluan

Ekonomi kreatif merupakan sektor riil yang sedang berkembang dan menjadi salah satu pondasi ekonomi di Indonesia. Sebuah konsep yang bertumpu pada keunggulan sumber daya manusia dan ide-ide kreatif pemikiran manusia ini didukung dengan keberadaan industri kreatif sebagai pengejawantahannya. Kepala Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf), Triawan Munaf, menyatakan gagasannya untuk membangun sebuah kota kreatif berbasis industri kreatif (Bekraft Creative District). BCD ini merupakan sebuah konsep yang digagas berdasarkan kebutuhan para pelaku industri kreatif di Indonesia. Bekraf akan fokus kepada 6 (enam) subsektor prioritas guna mendukung langkah awal konsep Bekraft Creative District (BCD) yaitu fashion, film, musik, kriya, kuliner dan games atau aplikasi digital. (<https://money.kompas.com>).

Seni kriya sebagai salah satu subsektor prioritas merupakan salah satu sub sektor yang menjadi ciri khas Bangsa Indonesia dan sangat dekat dengan industri pariwisata. Dilihat dari materialnya, kriya meliputi segala kerajinan yang berbahan kayu, logam, kulit, kaca, keramik, dan tekstil. Ketersediaan bahan baku material yang berlimpah dan kreativitas para pelaku industri menjadi faktor utama majunya subsektor ini. (www.bekraf.go.id).

Kerajinan tekstil salah satunya adalah kerajinan batik. Selama ini batik dibuat untuk tujuan utama yaitu pakaian atau *fashion*. Dalam kegiatan produksi tersebut menghasilkan potensi lain yang belum tergarap maksimal yaitu kain perca, sisa potongan kain batik. Sejalan dengan konsep *zero waste*, maka perca bukan lagi sebagai limbah, melainkan perca dapat dimanfaatkan sebagai bahan baku utama kerajinan batik.

Pekalongan sebagai daerah dengan industri batiknya yang sangat besar tentu juga memiliki potensi perca batik yang melimpah. Perca batik selama ini dikirim ke luar kota, khususnya Solo dan Jogja dan di sana dijadikan bahan baku kerajinan tangan (*craft*) batik. Hal ini menjadi tantangan bagi industri batik di Pekalongan agar mampu merancang suatu produk yang benar-benar menarik tidak hanya berupa *fashion* batik saja namun juga kerajinan tangan (*craft*) yang terbuat dari batik. Daya kreatif dan inovatif mutlak diperlukan agar produk dapat bersaing di pasaran. Kreatifitas dimulai dari tahap perancangan produk, proses produksi sampai dengan tahap promosi dan pemasaran.

Adapun tujuan kegiatan ini adalah merancang pengembangan produk kerajinan berbahan baku perca batik yang tepat sesuai dengan kemampuan produksi dan keinginan pasar. Secara spesifik tujuan ini dapat diperinci sebagai berikut: (a) mengidentifikasi karakteristik produk kerajinan berbahan baku perca batik sesuai permintaan konsumen, (b) merumuskan konsep produk kerajinan berbahan baku perca dengan pendekatan rekayasa nilai.

Metode Pelaksanaan

Pengembangan produk dilakukan dengan pendekatan Rekayasa Nilai (*Value Engineering*). Menurut Park, Richard J (26: 1999) rekayasa nilai adalah sistem untuk menyelesaikan suatu desain dengan menetapkan tujuan yang jelas dan mengembangkan sesuai yang diinginkan. Rencana kerja dalam rekayasa nilai meliputi: (1) Tahap informasi, yakni mengidentifikasi secara lengkap apa yang menjadi harapan dan kebutuhan konsumen. Informasi ini dapat dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner, wawancara, survey pasar dan metode pengumpulan data lainnya. (2) Tahap kreativitas, yakni merancang produk dengan berbagai variasi. (3) Tahap analisis, yang merupakan kelanjutan dari tahap kreativitas dengan melakukan analisis terhadap masukan ide kreatif. (4) Tahap pengembangan, merupakan seleksi ide pada tahap sebelumnya yang disempurnakan. (5) Tahap rekomendasi, yaitu mempresentasikan alternatif terpilih.

Menurut J Hutabarat (1995), ada 4 nilai yang perlu dipertimbangkan dalam suatu perancangan menggunakan metode rekayasa nilai, yaitu: Nilai Guna (*Use Value*), Nilai Kebanggaan (*Esteem Value*), Nilai Tukar (*Exchange Value*) dan Nilai Biaya (*Cost Value*)

Produk kerajinan berbahan baku perca batik akan dipertimbangkan atas empat jenis nilai tersebut

- a. Nilai Guna (*Use Value*), nilai ini mencerminkan seberapa besar kegunaan produk kerajinan perca batik dalam memenuhi kebutuhan konsumen.

- b. Nilai kebanggaan (*Esteem Value*), nilai ini menunjukkan berapa besar kemampuan dari produk kerajinan perca batik yang dapat mendorong konsumen untuk memilikinya.
- c. Nilai Tukar (*Exchange Value*), nilai ini menunjukkan seberapa besar konsumen mau berkorban atau mengeluarkan biaya untuk mendapatkan produk kerajinan perca batik tersebut.
- d. Nilai Biaya (*Cost Value*), nilai ini menunjukkan seberapa besar biaya total yang diperlukan untuk menghasilkan produk kerajinan perca batik serta memenuhi fungsi yang diinginkan.

Hasil dan Pembahasan)

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan di Desa Sijambe Kecamatan Wonokerto Kabupaten Pekalongan, dengan mitra adalah Aisyiah Ranting Sijambe. Tahapan - tahapan dari kegiatan pengabdian ini menghasilkan:

Tahap informasi, telah dilaksanakan dengan FGD (*Focus Group Discussion*) dengan pengurus dan anggota Aisyiyah Desa Sijambe Wonokerto. Hasilnya diperoleh informasi bahwa perca batik sebagai bahan baku tersedia melimpah, yang selama ini justru langsung dijual ke pengepul untuk dikirim ke Solo dan Yogya sebagai bahan pembuatan kerajinan (*craft*). Teknik produksi dalam taraf dasar telah dimiliki, kemampuan menjahit telah ada, ketersediaan waktu di sela sela pekerjaan pokok.

Tahap informasi juga dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden di wilayah Pekalongan dan sekitarnya untuk menggali kebutuhan dan harapan konsumen akan produk yang telah ditentukan, yaitu kerajinan (*craft*) berbahan baku perca. Item - item pertanyaan meliputi: pengetahuan tentang batik dan perca batik, minat dan keinginan beli terhadap kerajinan perca batik, kisaran harga, lokasi pembelian, jenis produk yang paling diminati dari perca batik dan alasan pemilihan produk. Dari jawaban responden diperoleh hasil bahwa 100 % responden mengetahui tentang batik dan sebagian besar (67%) mengetahuinya dari *word of mouth*. Meskipun semua responden menjawab mengetahui tentang batik namun ternyata hanya 83% yang mengetahui tentang kerajinan dari perca batik, 77% menyukai kerajinan berbahan baku perca batik serta 70% nya berminat untuk membelinya. Untuk kisaran harga yang paling tepat menurut sebagian besar responden (55%) menjawab di kisaran harga 100 ribu sampai 200 ribu. Sebagian besar responden menyatakan membeli kerajinan perca batik di kegiatan pameran (35%), sementara yang membeli melalui toko online sebesar 28%, sisanya membeli di pusat pasar batik (11%), toko / galeri (10%) dan mall / supermarket (16%). Untuk jumlah kerajinan perca batik yang dimiliki oleh responden, sebagian besar responden (69%) menjawab kisaran 1-5 barang yang dimiliki. Sementara menurut responden, jika kain perca batik diproduksi sebagai bahan utama kerajinan (*craft*), maka produk yang paling tepat (diurutkan dari yang prosentase terbesar) adalah: aksesoris (32%), tas (24%), pakaian (19%), sandal/sepatu (12%), barang pakai (10%) dan hiasan rumah (3%). Pada item pertanyaan terakhir yaitu apa yang membuat responden tertarik dengan

kerajinan perca batik, diproses secara handmade (30%), dapat mengurangi limbah (25%), harganya terjangkau (22%), keunikan produknya (13%)serta motifnya yang beragam (10%).

Tahap kreativitas, dilakukan untuk menghasilkan alternatif konsep produk. Konsep produk adalah sebuah gambaran atau perkiraan mengenai teknologi, prinsip kerja, dan bentuk produk. Konsep produk merupakan gambaran singkat bagaimana produk memuaskan kebutuhan pelanggan. Sebuah konsep biasanya diekspresikan sebagai sebuah sketsa. Berdasarkan hasil dari tahap informasi, maka dilanjutkan dengan merancang berbagai kreasi alternatif produk berdasarkan minat konsumen dan kemampuan produksi mitra, sehingga dihasilkan 3 jenis kerajinan (*craft*) perca batik, yaitu:

Tabel 1. Nama, Jenis dan Spesifikasi Produk Alternatif Kerajinan Perca Batik

Nama Produk	Jenis Produk	Spesifikasi Produk
1. Aksesoris	a. Kalung	Panjang ; bisa nampak jika dipakai untuk ibu-ibu yang berhijab/berbusana muslim
	b. Bros	Menggunakan warna cerah yang dikombinasikan dengan kain perca polos dan material lainnya seperti kancing batok, manik-manik atau batu-batuan sintetis
2. Tas	a. Tas Wanita	Model tas casual untuk acara non formal, material tas dikombinasikan dengan bahan lain (jeans, goni, canvas, maupun kain blacu)
	b. <i>Goodie bag</i>	Berbahan baku kain blacu yang dikombinasi dengan perca batik, dipakai untuk seminar <i>kit</i>
3. Pakaian	a. Outer	Long outer, tidak terlalu banyak motif perca, dikombinasikan dengan kain perca polos
	b. Jaket	Desain jaket hoodie untuk wanita, material <i>full</i> kain perca atau bisa dikombinasikan dengan kain jeans

sumber: hasil tahap informasi yang diolah

Tahap analisis adalah memilih produk yang paling layak baik secara teknis pembuatan, estetika, finansial (margin yang paling besar) maupun pemasaran (pasar yang paling terbuka lebar). Dari hasil analisis, maka produk yang paling layak untuk dikembangkan adalah:

Tabel 2. Jenis Produk dan Alasan Pemilihan Produksi Kerajinan Perca Batik

Jenis Produk	Alasan Pemilihan Produksi
1. Kalung	Banyak diminati pasar sebagai aksesoris yang paling sering dipakai oleh wanita, banyak variasi model produknya, harga jual bisa tinggi
2. Tas Wanita	Belum banyak yang memproduksi tas wanita berbahan baku kain perca batik yang <i>fashionable</i> , sementara minat pasar terhadap produk

Jenis Produk	Alasan Pemilihan Produksi
	tersebut masih besar, proses pembuatannya tergolong mudah namun diperlukan kreativitas yang tinggi
3. Outer	Banyak wanita atau ibu – ibu yang senang dengan model pakaian outer karena mudah dipadupadankan dengan pakaian lain, belum banyak pesaing yang memproduksi jenis pakaian ini yang berbahan baku perca batik (yang sudah ada dan banyak di pasaran adalah rok atau baju anak – anak), harga jual yang tidak terlalu tinggi memudahkan untuk dipasarkan
4. Jaket	Desain jaket hoodie untuk wanita belum banyak dijual di pasar khususnya berbahan baku batik atau terlebih perca batik, modelnya yang unik banyak diminati khususnya untuk anak – anak muda. Harga jual bisa tinggi dengan penggunaan kain perca yang tidak terlalu banyak, hanya memang diperlukan kreativitas yang tinggi khususnya dalam mengkombinasikan motif perca sebelum dijahit.

sumber: hasil tahap kreativitas yang diolah

Tahap pengembangan merupakan seleksi ide pada tahap sebelumnya yang disempurnakan. Tujuan dari kegiatan pengabdian ini adalah menciptakan produk dari kain perca yang bernilai komersil sehingga akan mampu meningkatkan ekonomi daerah dan pendapatan masyarakat khususnya mitra. Maka pada tahapan ini secara singkat akan dijabarkan perhitungan keuangan yang meliputi HPP (Harga Pokok Penjualan), harga jual dan profit yang diperoleh secara rata – rata produk yang dipilih untuk diproduksi pada tahapan sebelumnya (Tahap Analisis)

Tabel 3. Perhitungan HPP, Harga Jual dan Profit Produk Kerajinan Perca Batik

Nama Produk	HPP	Harga Jual	Profit Margin
1. Kalung	Rp. 25.000,-	Rp. 55.000,-	Rp. 30.000,-
2. Tas Wanita	Rp. 40.000,-	Rp. 80.000,-	Rp. 40.000,-
3. Outer	Rp. 80.000,-	Rp. 150.000,-	Rp. 70.000,-
4. Jaket	Rp. 90.000,-	Rp. 200.000,-	Rp. 110.000,-

sumber: hasil tahap analisis yang diolah

Tahap rekomendasi yaitu mempresentasikan alternatif terpilih. Dari hasil diskusi dengan mitra pengabdian disepakati pengembangan empat jenis produk berbahan baku perca batik yaitu: aksesoris (berupa kalung), tas wanita, serta pakaian (outer dan jaket). Pemilihan produk ini sesuai dengan survey minat pasar dan pemetakan kemampuan produksi mitra.

Simpulan

Kerajinan (craft) yang berbahan baku perca batik terbukti sangat efektif dalam meningkatkan nilai tambah dari limbah kain batik itu sendiri. Dengan menciptakan produk yang bernilai komersil akan mampu meningkatkan pendapatan perekonomian masyarakat. Dari tahapan - tahapan pada metode pelaksanaan, maka teridentifikasi jenis - jenis dan spesifikasi produk yang diminati oleh konsumen atau masyarakat. Produk kerajinan yang dikehendaki konsumen memiliki karakteristik sebagai berikut: kerajinan yang dapat dikenakan (dipakai), harga terjangkau, model unik, meskipun berbahan baku perca namun kombinasi tetap memperhatikan aspek estetika.

Ucapan Terima Kasih

1. Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat Direktor Jenderal Riset dan Pengembangan Kementerian Riset, Teknologi dan Perguruan Tinggi selaku pemberi dana kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PPM) 2018 sesuai dengan Kontrak Pelaksanaan Program Pengabdian Masyarakat Nomor 009/L6/AK/SP2H/PPM/2018, tanggal 28 Maret 2019
2. Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Pekalongan atas dukungan kelembagaan
3. Aisyiah Ranting Sijambe Kecamatan Wonokerto Kabupaten Pekalongan sebagai mitra.

Daftar Pustaka

- Badan Ekonomi Kreatif. Diakses pada Juli 15, 2019 dari <https://www.bekraf.go.id/>
- Howkins, J., & HARTLEY, J. 2005. Creative Industries. Creative industries.
- Hutabarat, J. 1995. Diktat Rekayasa Nilai (Value Engineering). Malang: Institut Teknologi Nasional
- money.kompas.com. Diakses pada Juli 15, 2019 dari <https://money.kompas.com/read/2019/07/15/211753026/bekraf-ingin-bangun-konsep-kota-berbasis-industri-kreatif>
- Park, Richard J. (1999). Value Engineering. USA. CRC Press LLC

Desa Mangunan Sebagai Wisata Desa Unggulan Yang Kompetitif Dan Berbudaya

Tanto Lailam¹, Awang Daru Murti², Ani Yunita³

¹ Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Jalan Brawijaya, Tamantirto, Kasihan, Bantul DIY. E-mail: tanto.tatanegara@gmail.com

² Fakultas Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Jalan Brawijaya, Tamantirto, Kasihan, Bantul DIY. E-mail: awang.darumurti@yahoo.co.id

³ Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Jalan Brawijaya, Tamantirto, Kasihan, Bantul DIY. Email: aniyunita@umy.ac.id

Abstrak

Program Pengembangan Desa Mitra (PPDM) ini memfokuskan pada program Desa Mangunan Sebagai Wisata Desa Unggulan Yang Kompetitif Dan Berbudaya. Tujuan program ini adalah menjadikan mitra sebagai model pusat pertumbuhan ekonomi kerakyatan dan kesejahteraan masyarakat berkelanjutan melalui potensi desa wisata yang dipadukan dengan budaya (wisata alam, wisata kerajinan, religi dan budaya). Dalam arti pemberdayaan masyarakat (partisipasi aktif) sebagai inti gerakannya, pendekatan yang dilakukan dengan *community based tourism* dengan menempatkan mitra sebagai pelaku utama pada setiap tahapan perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi program. Pendekatan pemberdayaan (partisipasi aktif) dalam pengabdian ini berprinsip pada kemandirian masyarakat, metode ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas masyarakat dan menguatkan perekonomian lokal. Pengembangan Desa Wisata di Mangunan dilakukan dengan melakukan pemetaan potensi unggulan daya tarik wisata melalui survei dan wawancara. Setelah dipetakan secara baik, tentu dilakukan penguatan berkaitan dengan kelembagaan dan sumber daya manusia pengelola desa wisata melalui berbagai pelatihan yang diselenggarakan, yaitu: pelatihan manajemen kelembagaan desa wisata dan *community based tourism*, pelatihan komunikasi pariwisata, komunikasi pemasaran dan “branding desa wisata”, pelatihan pelayanan prima desa wisata, pelatihan best practice dan studi banding pengelolaan desa wisata ke Desa Wisata Nglanggeran dan Desa Wisata Bleberan. Selain itu, dilakukan pengembangan destinasi di Desa wisata Desa Wisata Kaki Langit (pemberian alat untuk lukis api dan pemberian tandon air kapasitas 1200 Liter, Desa Wisata Songgo Langit (pembuatan Spot Love di puncak persawahan bowongan, pembuatan taman bunga, pembuatan rumah watu pipisan, pemberian bantuan selang sepanjang 50 Meter, Desa Wisata Tapak Tilas Sultan Agung (wisata agro berupa pemberian bibit kopi, penyediaan papan informasi daya tarik wisata yang ditempatkan pada daya tarik wisata wayu goyang. Selain itu, fasilitasi legalisasi Sanggar Lestari Budaya dan Sanggar Ngesti Budoyo dibuatlah akta notaris Perkumpulan Sanggar Lestari Budaya dan Perkumpulan Sanggar Lestari Budaya agar dalam beraktivitas memiliki keabsahan dan dilindungi oleh Peraturan Perundang-undangan yang berlaku

Kata kunci: desa wisata, partisipasi aktif, potensi wisata

Pendahuluan

Desa Mangunan merupakan sebuah desa yang terletak Kecamatan Dlingo, Kabupaten Bantul. Berjarak sekitar 35 km dari pusat Kota Yogyakarta. Lokasi yang mulai dikembangkan sebagai kawasan wisata pada Tahun 2003 di atas seluas 23,3415 hektar pada ketinggian 150-200m diatas permukaan laut. Titik ketinggian yang membuat kawasan ini memiliki alam yang indah dan udara yang sejuk serta pemandangan pegunungan seribu yang menyajikan berbagai ribuan keindahan alam. Desa Mangunan ini memiliki beberapa keunggulan potensi dan keunikan daya tarik pariwisata, baik daya tarik wisata alam, daya tarik wisata religi dan budaya, daya tarik wisata buatan manusia, dan daya tarik wisata kerajinan dan wisata kuliner.

Menurut Gubernur DIY Sri Sultan Hamengkubuwono X bahwa Kecamatan Dlingo (termasuk desa Mangunan) akan dikembangkan sebagai model pusat pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat melalui potensi desa wisata yang dipadukan dengan budaya, agar pertumbuhan desa wisata bisa lebih tertata dengan baik pengelolaannya dengan memadukan unsur budaya dan lebih terintegrasi sehingga bisa meningkatkan kesejahteraan masyarakat luas.

Pengembangan Desa Mangunan ini semakin cepat seiring agenda besar otonomi desa yang menjadi amanah Undang-undang No.6 Tahun 2014 tentang Desa dan Peraturan Pemerintah No.43 Tahun 2014 tentang Peraturan Pelaksanaan Undang-undang Desa dan peraturan lainnya. Otonomi desa dimaknai sebagai adanya kemampuan serta prakarsa masyarakat desa untuk dapat mengatur dan melaksanakan dinamika kehidupannya dengan didasarkan pada kemampuannya sendiri. Hal ini berarti bahwa intervensi dari luar desa harus dikurangi dan sifat otonomi desa adalah merupakan otonomi murni, artinya keberadaan otonomi desa merupakan sesuatu yang memang telah ada sejak desa itu mulai ada, dan bukan merupakan sebuah limpahan wewenang dari Negara (Sakinah, 2013: 89). Otonomi desa bukan sebuah kedaulatan melainkan pengakuan adanya hak untuk mengatur urusan rumah tangganya sendiri dengan dasar prakarsa dari masyarakat. Otonomi dengan sendirinya dapat menutup pintu intervensi institusi di atasnya dan sebaliknya tidak dibenarkan proses intervensi yang serba paksa, mendadak dan tidak melihat realitas komunitas masyarakat desa (Dadang, 2003: 181).

Secara sosiologis yang paling berperan dalam penyelenggaraan otonomi desa adalah struktur yang dibentuk oleh relasi antar warga (horisontal) dan antara warga dengan perangkat desa (vertikal) yang bersimpul pada Pemerintah Desa yang dipimpin oleh Kepala Desa/ Lurah Desa (Zen, 2007, 186). Intinya bahwa otonomi desa adalah sebuah agenda besar yang mengarahkan Desa Mangunan menjadi lebih demokratis, mandiri dan sejahtera. Untuk itu, pembangunan desa dan pemberdayaan masyarakat desa berdasarkan prakarsa masyarakat, hak asal usul, dan adat istiadat desa sangat penting dilakukan. Hasil akhirnya bertujuan meningkatkan kesejahteraan masyarakat Desa Mangunan dan kualitas hidup manusia serta penanggulangan kemiskinan melalui pemenuhan kebutuhan dasar, pembangunan sarana dan prasarana desa, pengembangan potensi ekonomi lokal, serta pemanfaatan sumber daya alam

dan lingkungan secara berkelanjutan. Salah satu pemberdayaan yang dilakukan saat ini adalah pembangunan desa wisata berbasis masyarakat.

Desa wisata adalah suatu wilayah pedesaan yang menawarkan keaslian baik dari segi sosial budaya, adat istiadat, keseharian, arsitektur tradisional, struktur tata ruang desa yang disajikan dalam suatu bentuk integrasi komponen pariwisata antara lain seperti atraksi, akomodasi dan fasilitas pendukung (Yusuf, 2016:5). Dalam arti bahwa desa wisata merupakan suatu bentuk integrasi antara atraksi, akomodasi dan fasilitas pendukung yang disajikan dalam suatu struktur kehidupan masyarakat yang menyatu dengan tata cara dan tradisi yang berlaku (nilai-nilai kearifan lokal). Esensi desa wisata yang mengedepankan suasana keaslian suatu desa memerlukan suatu pemahaman tentang karakter dan unsur-unsur yang ada di dalam desa, termasuk didalamnya unsur pengetahuan dan kemampuan lokal serta kearifan lokal yang dimiliki oleh masyarakat (Eko Murdiyanto, 2011: 91).

Sama halnya dengan desa wisata di Desa Mangunan, berbagai kemenarikan alam, budaya asli dan kearifan lokal menyebar diseluruh desa wisata dan desa wisata tersebut dikelola secara mandiri berbasis masyarakat dari pendirian hingga saat ini, dengan modal dan pengelolaan dari masyarakat di desa wisata tersebut. Desa wisata ini merupakan salah satu bentuk penerapan pembangunan pariwisata berbasis masyarakat, masyarakat lokal berperan penting dalam pengembangan desa wisata karena sumber daya dan keunikan tradisi dan budaya yang melekat pada komunitas tersebut merupakan unsur penggerak utama kegiatan desa wisata. Di lain pihak, komunitas lokal yang tumbuh dan hidup berdampingan dengan suatu objek wisata menjadi bagian dari sistem ekologi yang saling kait mengait. Keberhasilan pengembangan desa wisata tergantung pada tingkat penerimaan dan dukungan masyarakat lokal (Made Heny, dkk, 2013: 132). Beberapa desa wisata yang berada di Desa Mangunan yang dikelola masyarakat dan menjadi mitra dalam program PPDM ini, meliputi: Desa Wisata Kaki Langit; Desa Wisata Songgo Langit; dan Desa Wisata Tapak Tilas Sultan Agung.

Metode Pelaksanaan

Tujuan program ini adalah menjadikan mitra sebagai model pusat pertumbuhan ekonomi kerakyatan dan kesejahteraan masyarakat berkelanjutan melalui potensi desa wisata yang dipadukan dengan budaya (wisata alam, wisata kerajinan, dan budaya). Dalam arti pemberdayaan masyarakat (partisipasi aktif) sebagai inti gerakannya, dengan menempatkan mitra sebagai pelaku utama pada setiap tahapan perencanaan, pelaksanaan, dan monitoring - evaluasi program. Pendekatan pemberdayaan (partisipasi aktif) dalam pengabdian ini berprinsip pada kemandirian masyarakat, metode ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas masyarakat dan menguatkan perekonomian lokal bidang pariwisata (*community based tourism*).

Pemberdayaan masyarakat adalah suatu proses dimana masyarakat, terutama mereka yang miskin sumber daya, kaum perempuan dan kelompok yang terabaikan lainnya di lokasi dusun - desa wisata didukung agar mampu meningkatkan kesejahteraannya secara mandiri. Dalam proses ini, lembaga berperan sebagai fasilitator yang mendampingi proses

pemberdayaan masyarakat, yang pada prinsipnya masyarakatlah yang menjadi aktor dan penentu pembangunan desa wisata, baik pembangunan atraksi- akomodasi dan fasilitasi desa wisata, kelembagaan pariwisata, promosi dan komunikasi pemasaran, serta usaha berbasis masyarakat. Usulan-usulan masyarakat merupakan dasar bagi program pembangunan desa wisata. Aspek penting dalam suatu program pemberdayaan masyarakat adalah: program yang disusun sendiri oleh masyarakat, menjawab kebutuhan dasar masyarakat, mendukung keterlibatan, dibangun dari sumberdaya lokal, penguatan nilai-nilai budaya setempat, memperhatikan dampak lingkungan, tidak menciptakan ketergantungan, berbagai pihak terkait terlibat, serta berkelanjutan.

Beberapa metode yang digunakan dalam pemberdayaan masyarakat ini:

1. Survei dan wawancara. Survei dan wawancara ini dilakukan untuk melihat perkembangan potensi wisata yang telah dikembangkan sebelumnya, sekaligus melihat potensi inovasi yang akan dikembangkan oleh pengelola desa wisata.
2. FGD. FGD difungsikan sebagai ajang diskusi berkaitan dengan persoalan-persoalan Desa wisata, sekaligus mencari solusi terhadap persoalan tersebut.
3. Pelatihan. Metode pelatihan dilakukan untuk mengurangi persoalan ketiadaan regulasi dan pedoman tata kelola, pengetahuan dan kekurangpahaman pengelola desa wisata (sumber daya manusia/ mitra) terhadap manajemen tata kelola, SDM, dan pemasaran - komunikasi pariwisata. Program-program pelatihan dalam pengabdian masyarakat dikembangkan dengan metode yang lebih sederhana, yaitu dengan menyelenggarakan sarasehan dan diskusi santai/ informal sehingga masyarakat tidak terlalu berat dalam menerima materi-materi pelatihan. Pelatihan yang dilakukan adalah pelatihan yang berkaitan dengan ruang lingkup pariwisata (pelatihan kepariwisataan) baik bersifat regulatif, manajemen tata kelola, maupun komunikasi pemasaran (Hendrie dan Janianton, 2002, 109). Materi-materi pelatihan yang disampaikan mengambil beberapa kasus dan *best practice* pengelolaan desa wisata, sehingga peserta pelatihan akan memperoleh gambaran-gambaran kasus dan strategi yang seharusnya dilakukan. Selain itu, juga *sharing* pengalaman merupakan syarat untuk dapat meningkatkan kreativitas dan inovasi masyarakat dan menjadi penentu pelaksanaan kegiatan dalam menciptakan masyarakat yang mandiri kompetitif berdaya saing (Kesi, 2011:25). Metode pelatihan dengan diskusi informal bertujuan untuk mendorong partisipasi dan perhatian peserta yang lebih intens (Bevaola dan Hempri, 2015: 21).
4. Pendampingan. Untuk memastikan bahwa program-program pelatihan dapat berkelanjutan, tim pengabdian juga melakukan kegiatan pendampingan dengan pemantauan dan evaluasi secara rutin. Dalam proses pendampingan ini, tim asistensi juga memberikan solusi-solusi atas hambatan yang dihadapi oleh masyarakat. Pendampingan ini dilakukan agar program dapat terlaksana dengan baik atau merupakan penerapan hasil pelatihan yang dilakukan. Terutama berkaitan dengan usaha berbasis masyarakat, untuk mendukung bentuk keterlibatan masyarakat tersebut adalah penyediaan fasilitas akomodasi berupa rumah-rumah

penduduk (*homestay*), penyediaan kebutuhan konsumsi wisatawan, pemandu wisata, penyediaan transportasi lokal, pertunjukan kesenian, dan lain-lain.

5. Fasilitasi. Fasilitasi berkaitan dengan pemberian atau mempermudah akses terhadap upaya Desa Wisata untuk melakukan legalisasi kelembagaan.

Selain metode diatas, mitra juga dapat melakukan konsultasi dengan tim pengabdian atau ahli-ahli tertentu dengan difasilitasi oleh tim pengabdian. Untuk melengkapi metode tersebut, juga dilakukan praktek lapangan dengan melakukan studi banding pengelolaan desa wisata di daerah lain, pada pelaku usaha tertentu, dan lainnya. Studi banding ini dilakukan untuk membuat desain desa wisata (mitra) yang unggul, kompetitif dan berbudaya.

Hasil dan Pembahasan

A. Potensi Desa Wisata

1. Desa Wisata Kaki langit

Desa wisata ini memiliki keunikan daya tarik wisata alam watu lawang (puncak bukit yang terbelah seperti pintu atau lawang dalam bahasa Jawa) dan sendang mangunan. Selain itu, desa wisata Kaki Langit memiliki 8 keunikan dan keunggulan wisata, yaitu: (1) *Atap Langit*, produk berupa 6 rumah/ *homestay* komunal (rumah) dan 47 dalam bentuk kamar, wisatawan selain menikmati wisata alam di Kaki Langit dapat menginap/ menikmati malam di *homestay* limasan yang dikelola langsung oleh masyarakat, selain itu wisatawan dapat belajar membuat rumah limasan. (2) *Langit Ilalang*, langit ilalang memiliki produk berupa *ilalang outbound* yang dikelola langsung oleh pemuda kreatif; (3) *Rasa Langit*, berupa wisata kuliner dengan 40 jenis masakan dan 27 jenis masakan dari bahan singkong (seperti gatot, tiwul, sop, stik, dll). (4) *Budaya Langit*, merupakan wisata budaya mulai dari *cokek'an*, *hadroh*, *campur sari* dan seluruh upacara adat Jawa masih terlaksana dengan baik, misalnya *kenduri*, *mitoni*.

Gambar 1. Beberapa Potensi Desa Wisata Kaki Langit



Sumber: dokumen penulis

Cipta karsa budaya langit juga menghadirkan alat musik berbahan dasar kayu yang disebut *Kallantung* (Kayu Limbah Laras Gamelan dan Kentongan), yang terdiri dari delapan alat musik, yakni gendongan sebagai pengganti kendang, geduk pengganti gong, gambang,

keprak imbal, kecer, rek-rek, kecrek, dan kethuk; (5) *Karya Langit*, memiliki produk wisata kerajinan berupa cinderamata asli/ khas Kaki Langit berupa Tasbih dan Gelang dari kayu bertuah (galih kelor, galih asem, dan lainnya). (6) *Langit Hijau*, sebagai produk wisata alam (watu lawang) dan pengembangan tanaman obat keluarga; (7) *Langit Cerdas*, merupakan wisata alam dalam bentuk program *mulih ndeso* (sekolah sawah, dongeng anak). *Mulih ndeso* ini merupakan wisata bagi pelajar dan mahasiswa yang ingin belajar tentang alam semesta, misalnya pelajar SD kelas 1 (mengetahui alam, mengenal homestay, mengenal makanan, dan lainnya), sisi positif *mulih ndeso* adalah mendidik anak-anak agar mudah memahami alam, memahami perilaku rakyat bawah (petani) sehingga memiliki karakter empati terhadap alam dan rakyat bawah. (8) *Langit Terjal*, wisata jelajah alam menggunakan *motor trail* di wilayah pegunungan yang terjal

2. Desa Wisata Songgo Langit

Potensi Desa Wisata ini dilakukan untuk melihat keseluruhan potensi yang dimiliki oleh Desa Wisata, baik yang telah dilakukan (potensi nyata) maupun potensi yang masih tersembunyi dan membutuhkan penggalan potensi. Beberapa potensi yang saat ini sedang dikembangkan meliputi:

- a. Jelajah Wisata Persawahan Bowongan Songgo Langit. Jelajah wisata persawahan bowongan terlihat dari dua musim, musim tanam dan musim kering. Pada musim tanam persawahan bowongan merupakan wisata yang sangat menarik dan tempat wisata alam yang paling menyejukan, hamparan padi yang sangat luas mampu memanjakan mata dan suasana hidup yang nyaman. Disamping Persawahan bowongan telah dikembangkan wisata alam watu pipisan, wisata alam watu pipisan memiliki destinasi yang menarik, berupa watu pipisan dan gunung trasi. Dalam perjalanan menuju destinasi watu pipisan telah dikembangkan spot-spot selfie yang sangat menarik, termasuk gardu pandang dengan view persawahan bowongan.
- b. Sanggar Ngesti Budoyo Songgo Langit. Wisata di Songgo Langit yang menarik dan unggul adalah kesenian yang tergabung dalam Sanggar Ngesti Budoyo, yang didalamnya terdapat Kesenian Wayang Wong, Rasulan, Wiwitan, Sholawat Maulid Nabi, dan lainnya. Wayang Wong ini merupakan suatu pertunjukan teater yang dilakukan sekelompok orang yang menceritakan cerita pewayangan. Wayang wong merupakan suatu perpaduan seni drama, tari dan cerita pewayangan yang dikemas menjadi satu dalam suatu pertunjukan wayang wong. Dalam pentas wayang wong modern biasanya menggunakan visualisasi panggung yang sesuai dengan cerita agar cerita yang disampaikan dapat mudah tersampaikan kepada para penonton.
- c. Wisata Edukasi. Wisata edukasi (pendidikan) sebagai anjangkarya adalah suatu kegiatan atau perjalanan yang dilakukan untuk rekreasi atau liburan dan juga terdapat aktivitas edukasi atau pendidikan didalamnya. Wisata edukasi yang akan dikembangkan berkaitan

dengan wisata edukasi pertanian tradisional, edukasi wayang wong, termasuk didalamnya outbound untuk mengenalkan alam kepada para wisatawan.

Gambar 2. Beberapa Potensi Desa Wisata Songgo Langit



Sumber: dokumen penulis

3. Desa Wisata Tapak Tilas Sultan Agung

Desa Wisata Tapak Tilas Sultan Agung memiliki banyak potensi, baik wisata alam, wisata budaya, maupun wisata buatan. Potensi terbesar adalah wisata alam watu goyang (Batu goyang). Batu ini berada di wilayah Pedukuhan Cempluk sebelah Barat daya di bukit yang cukup tinggi, konon menurut cerita rakyat, bahwa batu itu untuk hinggap burung merak sebagai petunjuk keberadaan tanah yang berbau harum. Selain itu, wisata alam yang banyak dikunjungi adalah: Mata Air Bengkung, Watu Simangu, dan Watu Pengilon. Sementara wisata budaya yang menjadi keunikan Desa wisata adalah: Wisata Budaya, Karawitan Ngudiwiromo, Kethoprak Mudo Budoyo, Seni Tari Lestari Budaya, Jathilan Mudo Esthi Tomo, Wayang Kulit Ngesti Budoyo, Gejok lesung Laras budoyo, Sholawat Nabi. Terdapat juga wisata sejarah dan benda kuno yang merupakan koleksi salah satu pengelola desa wisata.

Gambar 3. Beberapa Potensi Desa Wisata Tapak Tilas Sultan Agung



Sumber: doumen penulis

B. Strategi Pengembangan Desa Wisata

Strategi pengembangan wisata dilakukan setelah adanya hasil potensi desa wisata yang hendak dikembangkan. Strategi pengembangan wisata tersebut meliputi:

1. Pelatihan Manajemen Kelembagaan Desa Wisata dan *Community Based Tourism*

Manajemen Kelembagaan dan manajemen pengelolaan desa wisata ini menjadi sangat penting, mengingat kelembagaan dan manajemen pengelolaan desa wisata merupakan kunci sukses pengembangan desa wisata. Kelembagaan Kepariwisata adalah kesatuan unsur beserta mitranya yang dikembangkan secara terorganisasi, meliputi Pemerintah Desa, pelaku usaha, dan masyarakat, regulasi dan mekanisme operasional, yang secara berkesinambungan guna menghasilkan perubahan ke arah pencapaian tujuan di bidang Kepariwisata. Pelatihan ini bertujuan agar pengelola Desa Wisata memahami manajemen kelembagaan kepariwisataan, baik struktur organisasi dengan segala kewenangannya dan tentunya sumber daya manusia pengelola desa wisata yang regeneratif dengan pendekatan *Community Based Tourism* (CBT).

Pengelola Desa wisata yang tumbuh tanpa proses pendidikan pariwisata berbasis wisata modern (kekinian) tentu memiliki banyak kendala dalam pelaksanaannya, namun pemahaman pengelolaan yang baik tersebut dapat dilakukan seiring perjalanan desa wisata yang ada, justru yang menjadi kemenarikan adalah pengelola desa wisata melakukan dengan rutinitas yang berkelanjutan, ikhlas berjuang sekaligus mempertahankan budaya yang dilaksanakan hingga kini. Namun untuk menjadi desa wisata yang maju dan mandiri, tentu membutuhkan manajemen pengelolaan yang baik sesuai dengan minat pengunjung, misalnya pentingnya kelembagaan yang berkaitan dengan promosi desa wisata (hubungan masyarakat), kependudukan yang baik, pelayanan prima desa wisata, dan lainnya. Apalagi dalam pengelolaan desa wisata dengan pemberdayaan masyarakat lokal (CBT) tentu membutuhkan energi yang maksimal, pengelola desa wisata secara kelembagaan memiliki fungsi untuk memberdayakan masyarakat lokal dalam pengembangan desa wisata.

CBT merupakan konsep pengembangan suatu destinasi wisata melalui pemberdayaan masyarakat lokal, dimana masyarakat turut andil dalam perencanaan, pengelolaan, dan pemberian suara berupa keputusan dalam pembangunannya. Ada tiga kegiatan pariwisata yang dapat mendukung konsep CBT yakni penjelajahan (*adventure travel*), wisata budaya (*cultural tourism*), ekowisata (*ecotourism*). CBT akan melibatkan pula masyarakat dalam proses pembuatan keputusan khususnya terkait dengan perolehan pendapatan, kesempatan kerja, serta pelestarian lingkungan dan budaya asli setempat yang pada akhirnya menumbuhkan jati diri dan rasa bangga dari penduduk setempat yang tumbuh akibat peningkatan kegiatan pariwisata. Konsep CBT juga merupakan implementasi ekonomi kerakyatan di sektor riil, yang langsung dilaksanakan dan dinikmati oleh masyarakat sendiri. Pengelola desa wisata dan masyarakat berperan aktif dalam kegiatan pengembangan desa wisata dari mulai perencanaan, implementasi, monitoring dan evaluasi. Hasil kegiatan desa wisata sebanyak mungkin dinikmati oleh masyarakat setempat. Jadi dalam hal ini masyarakat memiliki wewenang yang

memadai untuk mengendalikan kegiatan desa wisata. Selain itu, dalam penguatan kelembagaan penting juga dilakukan *Collaborative Governance*, dimana pengembangan dan pengelolaan desa wisata adanya keterlibatan pemerintah desa, masyarakat dan dunia usaha secara berkelanjutan. Sinergitas ini sangat penting mengingat tiga stakeholder tersebut saling terkait, pemerintah desa sebagai garda terdepan dalam pengelolaan desa wisata melalui kebijakan dan fasilitasi anggaran, masyarakat sebagai pelaku utama pengelolaan desa wisata, dan dunia usaha yang mendukung aktivitas desa wisata dengan menghadirkan unit-unit usaha tertentu.

Gambar 4. Pelatihan Manajemen Kelembagaan
Desa Wisata dan *Community Based Tourism*



Sumber: dokumen penulis

2. Pelatihan Komunikasi Pariwisata, Komunikasi Pemasaran dan “*Branding Desa Wisata*”

Pelatihan komunikasi pariwisata untuk mendesain model komunikasi pariwisata dan komunikasi Pemasaran Desa Wisata. Pelatihan Komunikasi Pariwisata dan Pemasaran Desa Wisata menghadirkan narasumber Ibu Nita Andrianti, S.IP., M.A (Dosen dan Peneliti bidang Komunikasi Pariwisata). Sementara untuk pelatihan branding Desa Wisata dihadirkan narasumber Erwan Sudiwijaya, S.Sos., MBA (Dosen Ilmu Komunikasi UMY). Pelatihan ini menjadi sangat penting, karena komunikasi pariwisata merupakan modal utama dalam pengembangan desa wisata, komunikasi pariwisata berkembang dari menyatunya beberapa disiplin ilmu di dalam kajian komunikasi dan pariwisata. Kajian komunikasi pariwisata memiliki kedekatan biologis dengan kajian komunikasi dan pariwisata. Yang di mana komunikasi menyumbangkan teori komunikasi persuasif, komunikasi massa, interpersonal, dan kelompok. Sedangkan pariwisata menyumbangkan *field* kajian pemasaran pariwisata, destinasi pariwisata, aksesibilitas ke destinasi dan SDM serta kelembagaan pariwisata. Dalam konteks komunikasi bahwa manusia dan alam sekitarnya sendiri tidak bisa dipisahkan. Ketika memanfaatkan lingkungan, sebagai makhluk yang beradab, manusia sering berperilaku positif, kecuali dalam keadaan yang sangat terpaksa, manusia berperilaku negatif.

Perilaku positif yang ditunjukkan manusia dalam hubungannya dengan alam tersebut disebut perilaku yang berlandaskan kearifan lokal masyarakat (*local wisdom*) yang sudah ada di

dalam kehidupan masyarakat secara turun-temurun. Perilaku positif dan nilai-nilai kearifan lokal terangkai dalam proses komunikasi yang baik melalui bingkai komunikasi pariwisata, dalam komunikasi pariwisata dibutuhkan berbagai model komunikasi, baik komunikasi interpersonal maupun komunikasi massa. Komunikasi interpersonal diperlukan untuk memahami pengunjung dari berbagai etnis dan mancanegara dengan sifat dan sikap yang berbeda, sehingga diperlukan untuk memahami perbedaan tersebut dengan melakukan pelayanan terbaik. Sementara komunikasi massa dalam bidang pariwisata tentu sangat dibutuhkan, hal ini tentu didasarkan pada kebutuhan utama desa wisata dalam melakukan promosi maupun kerjasama dengan media massa, sebab media massa merupakan faktor penggerak laju pertumbuhan desa wisata. Sementara itu, pelatihan komunikasi pemasaran pariwisata diperlukan untuk menciptakan, mengkomunikasikan, mengenalkan dan menyampaikan produk wisata serta mengelola relasi dengan wisatawan untuk mengembangkan kepariwisataan dan seluruh pemangku kepentingannya. Produk wisata, misalnya watu goyang, budaya dan lainnya. Pelatihan komunikasi pariwisata ini dilengkapi dengan pemahaman *branding* desa wisata, Tujuan dari *branding* desa wisata ini akan berdampak bagi desa wisata agar memiliki satu identitas tersendiri yang membuat pengunjung dapat membentuk *image* terhadap desa wisata tersebut.

Gambar 5. Pelatihan Komunikasi Pariwisata,
Komunikasi Pemasaran dan “*Branding* Desa Wisata



Sumber: dokumen penulis

3. Pelatihan Pelayanan Prima Desa Wisata

Pelatihan pelayanan prima menghadirkan narasumber Bapak. Wartadi dari *Jogja Tourism Training Center* UGM, pelatihan pelayanan prima bagi Desa Wisata merupakan salah satu usaha yang dilakukan untuk melayani wisatawan yang datang dan menginap di Homestay dengan sebaik-baiknya, sehingga dapat memberikan kepuasan kepada wisatawan dan keinginan wisatawan, baik yang berupa produk barang atau jasa. Pelayanan prima adalah pelayanan terbaik yang diberikan Desa Wisata untuk memenuhi harapan dan kebutuhan wisatawan, baik wisatawan lokal, wisatawan nusantara, maupun mancanegara. Secara sederhana, pelayanan prima (*excellent service*) dapat diartikan sebagai suatu pelayanan yang

terbaik dalam memenuhi harapan dan kebutuhan wisatawan. Pelatihan ini dilakukan agar dalam pengelolaan desa wisata terdapat suatu pelayanan yang memenuhi standar kualitas. Pelayanan yang memenuhi standar kualitas adalah suatu pelayanan yang sesuai dengan harapan dan kepuasan pelanggan/masyarakat yang berkunjung.

Target kegiatan ini adalah pengelolaan desa wisata memenuhi dua elemen yang saling berkaitan, yaitu pelayanan dan kualitas. Kedua elemen tersebut sangat penting untuk dipahami oleh pengelola Desa Wisata. Kualitas pelayanan prima harus memiliki dimensi sebagai berikut:

- a. Ketepatan waktu pelayanan berkaitan dengan waktu tunggu dan proses.
- b. Kualitas pelayanan berkaitan dengan akurasi atau ketepatan pelayanan.
- c. Kualitas pelayanan berkaitan dengan kesopanan dan keramahan.
- d. Kualitas pelayanan berkaitan dengan tanggung jawab dalam penanganan keluhan pelanggan.
- e. Kualitas pelayanan berkaitan dengan sedikit banyaknya petugas yang melayani serta fasilitas pendukung lainnya.
- f. Kualitas pelayanan berkaitan dengan lokasi, ruangan tempat pelayanan, tempat parkir, ketersediaan informasi, dan petunjuk/panduan lainnya.
- g. Kualitas pelayanan berhubungan dengan kondisi lingkungan, kebersihan, ruang tunggu, alat komunikasi, dan lain-lain.

Pelatihan diharapkan akan memberikan varian baru dalam atraksi wisata, dan akhirnya mampu memberikan manfaat ekonomi bagi pembangunan di tingkat desa dalam rangka mewujudkan kesejahteraan masyarakat secara berkelanjutan. Pelatihan layanan prima ini diadakan atas dasar pentingnya mengembangkan salah satu faktor yang mendukung keberhasilan pengembangan desa wisata yaitu kualitas sumber daya manusia (SDM).

Gambar 6. Pelatihan Pelayanan Prima Desa Wisata



Sumber: dokumen penulis

4. Pelatihan *Best Practice* dan Studi Banding Pengelolaan Desa Wisata

Studi banding dilakukan untuk memahami pengalaman terbaik (*best practice*) manajemen pengelolaan Desa Wisata yang memiliki potensi dan keunggulan yang sama dengan Desa wisata yang hendak di kembangkan. Studi banding dilakukan di Desa Wisata Nglanggeran, Gunungkidul. Desa Wisata Nglanggeran merupakan percontohan desa wisata nasional dan memiliki prestasi dalam pengembangan desa wisata hingga berskala internasional.

Selain di studi banding dilakukan di Desa Wisata Bleberan, Desa wisata Bleberan memiliki beberapa potensi wisata yang layak untuk dijadikan rujukan pengembangan desa wisata, antara lain wisata alam air terjun Sri Gethuk dengan tebing yang indah dan gua rancang kencana. Selain itu pengembangan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) yang berperan dalam pengembangan desa wisata ini sangatlah baik dan inovatif dengan pendapatan milyaran rupiah. Dalam studi banding ini juga dilakukan pelatihan *best practice* pengelolaan desa wisata oleh pengelola desa wisata Nglanggeran dan Bleberan.

Tujuan studi banding karena desa wisata tersebut memiliki potensi dan inovasi dalam pengelolaan desa wisata, yang lebih mengarahkan pada kualitas kunjungan wisatawan bukan kuantitas jumlah pengunjung. Fokus studi banding dilakukan berkaitan dengan manajemen pengelolaan kelembagaan-pengelola desa wisata, maupun manajemen pengelolaan objek wisata. Beberapa hal yang menarik dari hasil pemaparan *best practice* dan kunjungan lapangan adalah penguatan pemahaman bagi Pengelola Desa Wisata, meliputi:

- a. Pengelolaan Pariwisata berbasis masyarakat (CBT) yang selama ini dilakukan dan menjadi, yaitu: kepemilikan dan kepengurusan oleh masyarakat, kontribusi terhadap kesejahteraan sosial, kontribusi untuk menjaga dan meningkatkan kualitas lingkungan, mendorong terjadinya partisipasi interaktif antara masyarakat lokal dengan wisatawan, jasa perjalanan wisata dan pramuwisata yang berkualitas, dan kinerja *friendly tour operator* (FTO). Kunci sukses pengelola desa wisata adalah: niat tulus, pelibatan masyarakat, berbagi peran antara pengelola dengan masyarakat, ambil peluang dan evaluasi dan transparan.
- b. Manajemen Desa Wisata berbasis Komunitas. Manajemen Desa Wisata dibawah pengelolaan masyarakat, awal proses pengembangan desa wisata memang membutuhkan pemahaman kesadaran masyarakat, bahkan dalam proses perjalanan waktu, masyarakat yang belum memiliki pemahaman wisata yang baik akan melakukan kritik terhadap desa wisata. Namun dalam memberdayakan masyarakat, membutuhkan kerja keras dan keikhlasan dan tentu tetap terus melibatkannya masyarakat dalam berbagai momentum pengembangan desa wisata.
- c. Potensi-potensi yang ada di dua wisata tersebut terus digali dan dilakukan inovasi sesuai dengan kebutuhan pasar wisatawan. Menggali dan melakukan inovasi potensi desa wisata tidaklah mudah, membutuhkan waktu, pemikiran yang fokus. Namun proses pengenalan potensi dan inovasi dapat dilakukan dengan seiring waktu perjalanan pengembangan desa wisata.
- d. Memahami kewirausahaan sosial dan kewirausahaan budaya. Potensi usaha bersama masyarakat dan juga kebudayaan dan kearifan lokal diintegrasikan dengan kegiatan kepariwisataan ternyata bisa tumbuh dengan baik dan menggerakkan usaha ekonomi masyarakat, misalnya berkembangnya warung-warung yang menjajakan makanan khas desa wisata dan *homestay*.
- e. Pengelolaan BUMDes. Pengelolaan desa wisata melalui Badan Usaha Milik Desa (BUM

Des), dengan BUMDes ini pengelolaan keuangan desa wisata menjadi lebih baik, terukur dan transparan. BUMDes dalam pengelolaan desa wisata ini memiliki pendapatan milyaran pertahun, dan dari tahun ke tahun pendapatan semakin meningkat.

Gambar 7. Pelatihan *Best Practice* di Desa Wisata Nglanggeran dan Desa Wisata Bleberan



Sumber: dokumen penulis

5. Penguatan Destinasi Desa Wisata

Penguatan destinasi dalam bentuk fisik dilakukan di setiap Desa Wisata, baik Dewi Kaki Langit, Dewi Songgo Langit, dan Dewi Tapak Tilas Sultan Agung. Detail penguatan destinasi dalam pembangunan fisik meliputi:

1. Desa Wisata Kaki Langit. Fokus pengabdian pada Desa Wisata Kaki Langit adalah kerajinan dan kuliner yang menjual produk-produk olahan hasil bumi dan kuliner Dewi Kaki Langit, berkaitan dengan hal tersebut telah dilakukan penguatan destinasi dalam bentuk pemberian alat untuk lukis api. Keunikan lukis api adalah menggunakan kayu sebagai media lukis dan api sebagai tinta untuk menggoreskan pada kayu tersebut. Selain itu, mengingat kedatangan tamu dipasar semi pada hari Sabtu - Minggu yang sangat banyak menyebabkan kebutuhan air (tampungan air), untuk memperlancar aktivitas pasar Semi Dewi Kaki Langit diberikan tandon air 1200 Liter.
2. Desa Wisata Songgo Langit. Fasilitas berupa Pembuatan Spot Love di puncak persawahan bowongan, pembuatan taman bunga, pembuatan rumah watu pipisan, pemberian bantuan selang sepanjang 50 Meter diperlukan untuk melakukan penyiraman tanaman bunga disekitar Persawahan Bowongan dan Watu Pipisan.
3. Desa Wisata Tapak Tilas Sultan Agung. Penguatan destinasi di Desa wisata Tapak Tilas Sultan Agung dilakukan dengan menambahkan wisata agro berupa pemberian bibit kopi, pemberian bibit kopi ini untuk melengkapi penguatan agrowisata di daya tarik wisata watu goyang, sehingga memperlihatkan nuansa agrowisata yang indah diatas bukit. Selain bibit kopi juga penyediaan papan informasi daya tarik wisata yang ditempatkan pada daya tarik wisata wayu goyang. Selain itu adalah fasilitasi legalisasi perkumpulan seni budaya dengan pembuatan akta notaris perkumpulan seni budaya.
4. Fasilitasi legalisasi Sanggar Seni Budaya. Untuk melakukan legalisasi Sanggar Lestari Budaya

dan Sanggar Ngesti Budoyo dibuatlah akta notaris Perkumpulan Sanggar Lestari Budaya dan Perkumpulan Sanggar Lestari Budaya agar dalam beraktivitas memiliki keabsahan dan dilindungi oleh Peraturan Perundang-undangan yang berlaku. Akta Notaris ini kemudian di daftarkan ke Kemenkumham, sehingga kedepan Perkumpulan Sanggar Lestari Budaya dan Perkumpulan Sanggar Lestari Budaya diakui keberadaannya oleh Kemenkumham Republik Indonesia.

Gambar 8. Beberapa Fasilitas Pengembangan Desa Wisata



Sumber: dokumen penulis

Simpulan

Pengembangan Desa Wisata di Mangunan dilakukan dengan melakukan pemetaan potensi unggulan daya tarik wisata melalui survei dan wawancara. Setelah dipetakan secara baik, tentu dilakukan penguatan berkaitan dengan kelembagaan dan sumber daya manusia pengelola desa wisata melalui berbagai pelatihan yang diselenggarakan, yaitu: pelatihan manajemen kelembagaan desa wisata dan *community based tourism*, pelatihan komunikasi pariwisata, komunikasi pemasaran dan “*branding* desa wisata”, pelatihan pelayanan prima desa wisata, pelatihan *best practice* dan studi banding pengelolaan desa wisata ke Desa Wisata Nglanggeran dan Desa Wisata Bleberan. Selain itu, dilakukan pengembangan destinasi di Desa wisata Desa Wisata Kaki Langit (pemberian alat untuk lukis api dan pemberian tandon air kapasitas 1200 Liter, Desa Wisata Songgo Langit (pembuatan Spot *Love* di puncak persawahan bowongan, pembuatan taman bunga, pembuatan rumah watu pipisan, pemberian bantuan selang sepanjang 50 Meter, Desa Wisata Tapak Tilas Sultan Agung (wisata agro berupa pemberian bibit kopi, penyediaan papan informasi daya tarik wisata yang ditempatkan pada

daya tarik wisata wayu goyang. Selain itu, fasilitasi legalisasi Sanggar Lestari Budaya dan Sanggar Ngesti Budoyo dibuatlah akta notaris Perkumpulan Sanggar Lestari Budaya dan Perkumpulan Sanggar Lestari Budaya agar dalam beraktivitas memiliki keabsahan dan dilindungi oleh Peraturan Perundang-undangan yang berlaku

Ucapan Terima Kasih

Pada kesempatan ini, kami mengucapkan terimakasih kepada:

1. Kementerian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi Republik Indonesia, dengan skema Program Pengembangan Desa Mitra (PPDM) atas dukungan program dan anggaran yang diberikan.
2. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
3. Pemerintah Desa Mangunan, Dlingo, Bantul.
4. Kepala Dusun Cempluk, Dusun Mangunan, Dusun Sukarame Desa Mangunan, Dlingo, Bantul.
5. Pengelola Desa Wisata Kaki Langit, Pengelola Desa Wisata Songgo Langit, dan Pengelola Desa Wisata Tapak Tilas Sultan Agung.

Daftar Pustaka

- Andini, Nurulitha., (2013), dalam “Pengorganisasian Komunitas Dalam Pengembangan Agrowisata di Desa Wisata Studi Kasus: Desa Wisata Kembangarum, Kabupaten Sleman, *Jurnal Perencanaan Wilayah dan Kota*, Vol. 24 No. 3, Desember.
- Juliantara, Dadang., (2003), *Pembaharuan Desa, Bertumpu Pada Angka Terbawah*, Lappera Pustaka Utama, Yogyakarta.
- Kuncoro, Hendrie Ajie, (2002) dan Janianton Damanik, *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Volume 6 No.1 Juli*.
- Kusumasari, Bevaola, dan Hempri Suyatna,(2015) dalam “Peningkatan *Kapabilitas* Pemasaran Pascabencana Bagi Perempuan Hunian Tetap Pager Jurang, Sleman, Yogyakarta”, *Jurnal Indonesian Journal of Community Engagement Vol. 01. No. 01*.
- Nadir, Sakinah.,(2013) dalam “Otonomi Daerah dan Desentralisasi Desa: Menuju Pemberdayaan Masyarakat Desa, *Jurnal Politik Profetik Volume 1 Nomor 1*.
- Widjajanti, Kesi, (2011) dalam “Model Pemberdayaan Masyarakat”, *Jurnal Ekonomi Pembangunan Volume 12, Nomor 1*.
- Zanibar, Zen., (2007) dalam “Desa: Pergulatan Mencari Jati Diri”, *Jurnal Konstitusi Volume 4, Nomor 1*.

Pemberdayaan Masyarakat Kelompok Gerakan Shodaqoh Sampah Dengan *Integrated Social Marketing Communication*

Filosa Gita Sukmono¹, Fajar Junaedi², dan Budi Dwi Arifianto³

^{1,2,3} Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Jl. Brawijaya, Geblagan, Tamantirto, Kec. Kasihan, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta, Kode Pos 55183, No Telp (0274) 387656.

Email: filosa@umy.ac.id

Abstrak

Gerakan Shadoqoh Sampah (GSS) berlokasi di dusun Brajan, Tamantirto, Kasihan, Bantul. Melalui gerakan ini masyarakat memulai gerakan pengelolaan sampah sejak dari hulu. Gerakan ini mengajak masyarakat untuk melakukan pengelolaan sampah secara kolektif melalui sistem sedekah, yang memungkinkan partisipasi aktif semua anggota masyarakat. Gagasan ini sayangnya bersifat lokal, sebagaimana juga gerakan ini juga baru menjangkau kelompok kecil masyarakat di dusun Brajan. Untuk itulah perlu adanya pemberdayaan masyarakat dalam mengelola komunikasi pemasaran sosial terpadu untuk mempromosikan pengelolaan sampah melalui mekanis sedekah sampah. Program pengabdian masyarakat ini telah membawa perubahan dalam pemberdayaan masyarakat yang tergabung dalam Gerakan Shadaqah Sampah dalam mengelola kegiatan komunikasi pemasaran sosial terpadu. Gerakan Shadaqah Sampah dalam mengelola kegiatan komunikasi pemasaran sosial terpadu telah mampu mengelola media sosial, baik secara manajemen media maupun konten. Dengan perubahan yang ada setelah kegiatan pengabdian masyarakat, maka gagasan dan program pelestarian lingkungan yang dilakukan oleh Gerakah Shadaqah Sampah semakin dikenal publik, sehingga semakin banyak masyarakat yang mempercayakan pengolahan sampahnya ke Gerakah Shadaqah Sampah

Kata Kunci: Komunikasi Pemasaran Sosial, Sampah, Gerakan Shadoqoh Sampah.

Pendahuluan

Masalah sampah sebenarnya adalah masalah masyarakat secara bersama. Hal ini dilatarbelakangi bahwa setiap individu di masyarakat memiliki andil dalam produksi sampah yang ada dalam kehidupannya. Setiap individu sesungguhnya memikul tanggung jawab terhadap sampah yang telah diproduksinya, sehingga sampah itu tidak berdampak buruk bagi kehidupan masyarakat secara luas. Setiap individu seharusnya dapat berlaku *wise* (bijak) dalam memperlakukan sampah, tidak sembarang membuangnya sehingga bisa berdampak buruk bagi kehidupan ekosistem makhluk hidup di sekitarnya. Solusi dari persoalan sampah tidaklah dapat diselesaikan dari aspek hilirnya saja, yaitu dengan pendirian Tempat Pembuangan Akhir (TPA) atau tempat pengolahan sampah yang sejenis, tetapi seharusnya dilakukan melalui pendekatan di hulu, melalui upaya penyadaran setiap anggota masyarakat untuk turut serta mengelola sampah yang diproduksi oleh lingkungan terkecilnya.

Memang pada kenyataannya permasalahan sampah perkotaan di Indonesia merupakan masalah yang belum terselesaikan secara tuntas. Dari total sampah yang dihasilkan oleh masyarakat diperkirakan hanya 60%-70% yang diangkut ke TPA oleh pihak yang berwenang. Sebagian besar sampah yang tidak tertangani pemerintah biasanya dibakar atau dibuang ke sungai dan hanya sebagian kecil yang ditangani oleh pemulung (Damanhuri, 2009).

Sony Keraf (2010) menyebut etika tentang lingkungan ini sebagai etika antroposentrisme, yaitu etika yang memandang manusia sebagai pusat dari sistem alam semesta. Manusia dan kepentingannya dianggap yang paling menentukan dalam tatanan ekosistem dan manusia serta kepentingannya adalah nilai tertinggi. Etika antroposentris juga bisa disebut sebagai etika egosentris karena etika ini mendasarkan suatu keharusan untuk melakukan tindakan yang baik bagi diri(ego).

Gerakan Shadoqoh Sampah (GSS) yang berlokasi di dusun Brajan, Tamantirto, Kasihan, Bantul, masyarakat memulai gerakan pengelolaan sampah sejak dari hulu. Gerakan ini mengajak masyarakat untuk melakukan pengelolaan sampah secara kolektif melalui sistem sedekah, yang memungkinkan partisipasi aktif semua anggota masyarakat. Gagasan ini sayangnya bersifat lokal, sebagaimana juga gerakan ini juga baru menjangkau kelompok kecil masyarakat di dusun Brajan. *Social media marketing* merupakan solusi untuk memasarkan berbagai macam produk di era new media (La Moriansyah (2015), terkait dengan pengabdian ini *social media marketing* membantu menyebarkan gagasan dan gerakan yang sifatnya lokal agar diketahui oleh khalayak luas. Maka dari itu kami menawarkan komunikasi pemasaran sosial terintegrasi untuk menjadikan tata kelola sampah Gerakan Shadoqoh Sampah bisa melibatkan lebih banyak masyarakat di Kota Yogyakarta dan sekitarnya, yang akan berbanding lurus dengan semakin banyaknya sampah yang bisa didaur ulang.

Permasalahan mitra yang utama pada Gerakan Shadoqoh Sampah ini adalah:

- a. Gerakan ini baru melibatkan komunitas kecil, sehingga sampah yang dikelola juga belum banyak.
- b. Komunikasi pemasaran sosial tentang Gerakan Shadoqoh Sampah belum dilakukan dengan manajemen komunikasi yang baik.
- c. Belum adanya panduan tata kelola sampah dan iklan layanan masyarakat mengenai tata kelola sampah.
- d. Belum adanya media sosial yang dikelola secara terintegrasi dari Gerakan Shadoqoh Sampah

Maka judul pengabdian ini adalah Pemberdayaan Masyarakat Kelompok Gerakan Shodaqoh Sampah dengan *Integrated Social Marketing Communication* di Dusun Brajan, Tamantiro, Kasihan, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta sebaiknya terdiri tidak lebih dari tiga-empat paragraf, dan paragraf terakhir memuat pernyataan tujuan kegiatan. Isi pendahuluan mencakup latar belakang / alasan kegiatan, kerangka teoritis, dan analisis situasi saat ini.

Metode Pelaksanaan

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat digambarkan dalam tabel berikut ini:

Tabel 1. Metode Pelaksanaan dan Partisipasi Warga

No	Metode Pelaksanaan	Partisipasi mitra
1	Pelatihan videografi dan manajemen media sosial. a. Tahap Pertama <i>Focus Group Discussion</i> untuk menggali informasi terkait videografi dan manajemen media sosial. b. Tahap kedua Pelatihan videografi dan manajemen media sosial.	Pengelola Gerakan Shodaqoh Sampah dan warga Brajan Bantul menjadi peserta. Pengelola Gerakan Shodaqoh Sampah dan warga Brajan Bantul menjadi peserta. Pengelola Gerakan Shodaqoh Sampah dan warga Brajan menjadi peserta.
2	Produksi video profile, iklan layanan masyarakat A. Mengidentifikasi materi untuk video profile, dan iklan layanan B. Produksi video profile, dan iklan layanan masyarakat	Mitra mengidentifikasi kebutuhan untuk bahan video profile, dan iklan layanan masyarakat.

Sumber: dokumen penulis

Hasil dan Pembahasan

Hasil

Kegiatan pengabdian diawali dengan melakukan pendekatan kerjasama dengan mitra. Tim pengabdian masyarakat menemui pengelola Gerakan Shadaqah Sampah untuk menyampaikan rencana pengabdian yang diselaraskan dengan kebutuhan dari pengelola Gerakan Shadaqah Sampah pada tanggal 14 April 2019 di Masjid Al Muharam yang berada di Dusun Brajan, Desa Tamantirto, Kecamatan Kasihan Bantul.

Kegiatan selanjutnya adalah dengan melakukan Focus Group Discussion yang melibatkan pengelola Gerakan Shadaqah Sampah, dengan fokus diskusi pada tata kelola informasi dan promosi sosial untuk mempromosikan Gerakan Shadaqah Sampah agar menjadi gerakan yang massif. Diskusi ini sekaligus untuk sebagai pre test yang dilakukan dengan pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Diperoleh informasi sebagai bahwa Gerakan Shadaqah Sampah baru memiliki akun Instagram untuk promosi di media sosial. Platform media sosial lain yang dimanfaatkan adalah Facebook, namun yang digunakan adalah akun individu bukan akun komunitas. Sedangkan akun Twitter belum dimiliki.

Secara tata kelola, media sosial yang dimiliki oleh Gerakan Shadaqah Sampah belum dikelola dalam manajemen media sosial yang baik. Unggahan yang dilakukan bersifat sporadis,

belum ada interaktivitas yang cukup memadai dengan warganet. Secara isi, Gerakan Shadaqah Sampah belum memiliki video *profile* sehingga belum bisa menyajikan informasi yang bersifat audio-visual dengan baik.

Gambar 1. Ketua tim pengabdian, Dr. Filosa Gita Sukmono MA membuka pelatihan videografi dan pengelolaan manajemen media sosial.



Sumber: dokumen penulis

Berdasarkan temuan tersebut, aktivitas selanjutnya adalah dengan melakukan pelatihan videografi dan pengelolaan media sosial. Kegiatan dilakukan pada hari Jumat tanggal 11 Maret 2019 di Masjid Al Muharam, dengan diikuti oleh 30 orang, yang terdiri dari pengelola Gerakan Shadaqah Sampah dan remaja masjid Al Muharam. Materi pelatihan diberikan oleh Budi Dwi Arifianto M.Sn dan Dr. Fajar Junaedi M.Si, dari Program Studi Ilmu Komunikasi UMY. Para peserta pelatihan diajak untuk melakukan praktek pembuatan iklan layanan masyarakat bertemakan pengelolaan sampah. Iklan layanan masyarakat yang dibuat saat pelatihan langsung diunggah di media sosial Gerakan Shadaqah Sampah. Pada saat pelatihan, platform media sosial yang belum dimiliki oleh Gerakan Shadaqah Sampah, langsung dibuat dan diisi konten iklan layanan masyarakat bertemakan pengelolaan sampah secara bijak yang dibuat saat pelatihan.

Kegiatan selanjutnya adalah pembuatan video *profile* yang melibatkan dosen Ilmu Komunikasi UMY, pengelola Gerakan Shadaqah Sampah, mahasiswa Ilmu Komunikasi UMY dan warga Brajan Bantul. Pembuatan video *profile* memakan waktu dua bulan.

Kegiatan terakhir adalah penyerahan televisi LED 42 inch beserta tiang *bracket*. Televisi yang diserahkan oleh tim pengabdian UMY kepada pengelola Gerakan Shadaqah Sampah ini

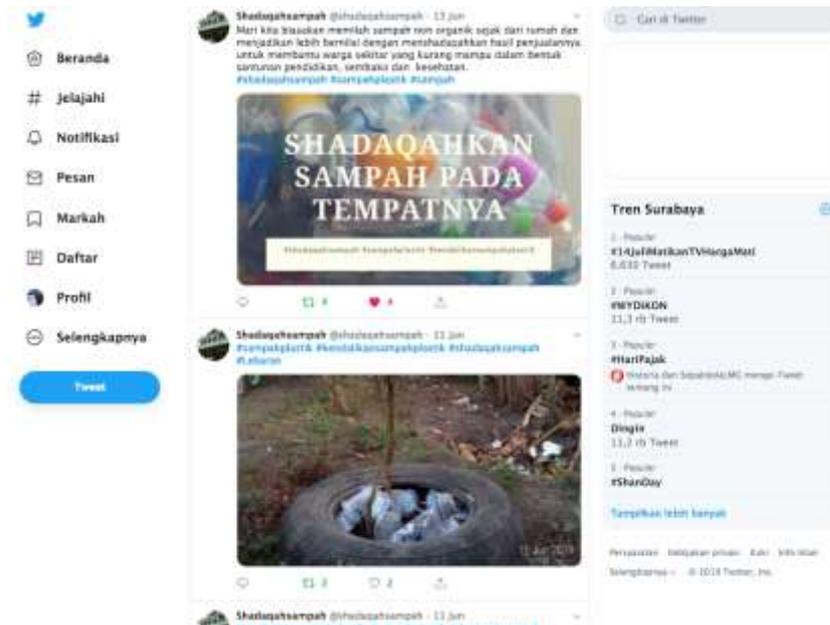
digunakan sebagai media untuk memutar video *profile* Gerakan Shadaqah Sampah saat ada kunjungan dari organisasi atau komunitas lain. Berdasarkan hasil *Focus Group Discussion*, hampir setiap dua minggu sekali ada kunjungan studi banding di Gerakan Shadaqah Sampah. Layar televisi juga dimanfaatkan untuk rapat tim pengelola Gerakan Shadaqah Sampah dalam pengelolaan media sosial, dan juga bisa digunakan untuk rapat-rapat yang lain.

Gambar 2. Salah satu iklan layanan masyarakat hasil pelatihan.



Sumber: dokumen penulis

Gambar 3. Media sosial yang dikelola oleh Gerakan Shadaqah Sampah dengan konten yang berasal dari pelatihan.



Sumber: dokumen penulis

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh tim dosen UMY bersama Gerakan Shadaqah Sampah mendapatkan liputan di media massa, di antaranya di situs berita Times Indonesia dalam sebuah berita berjudul Dosen UMY Bantu Populerkan Sedekah Sampah (link <https://www.timesindonesia.co.id/read/213709/20190513/112348/dosen-umy-gagas-gerakan-sedekah-sampah/>) yang dipublikasikan pada tanggal 13 Mei 2019. Berita ini mengundang impresi 16.460 *viewers* sampai dengan 10 Juli 2019.

Gambar 4. Berita tentang program pengabdian yang dipublikasikan di Times Indonesia.

Sumber: dokumen penulis

Pembahasan

Program pengabdian masyarakat ini telah membawa manfaat bagi mitra, dengan indikator adanya media sosial yang dikelola dengan terstruktur oleh pengelola Gerakan Shadaqah Sampah, adanya iklan layanan masyarakat tentang pengelolaan sampah dan video profile Gerakan Shadaqah Sampah. Kemanfaatan ini telah menjadi solusi bagi persoalan yang dihadapi Gerakan Shadaqah Sampah sebelum program pengabdian ini dijalankan.

Tabel 2. Perbedaan Kondisi Sebelum dan Sesudah Kegiatan Pengabdian Masyarakat

Kegiatan	Kondisi	
	Sebelum	Sesudah
Pelatihan pengelolaan media social	Belum dikelola dengan terstruktur. Konten masih terbatas.	Dikelola dengan terstruktur. Ada konten iklan layanan masyarakat dan video <i>profile</i> .
Pelatihan pembuatan iklan layanan masyarakat.	Belum ada iklan layanan masyarakat tentang pengelolaan sampah.	Ada iklan layanan masyarakat tentang pengelolaan sampah.
Produksi video <i>profile</i> Gerakan Shadaqah Sampah.	Belum ada video <i>profile</i> Gerakan Shadaqah Sampah.	Ada video <i>profile</i> Gerakan Shadaqah Sampah.

Kesimpulan

Program pengabdian masyarakat ini telah membawa perubahan dalam pemberdayaan masyarakat yang tergabung dalam Gerakan Shadaqah Sampah dalam mengelola kegiatan komunikasi pemasaran sosial terpadu. Gerakan Shadaqah Sampah dalam mengelola kegiatan komunikasi pemasaran sosial terpadu telah mampu mengelola media sosial, baik secara manajemen media maupun konten. Dengan perubahan yang ada setelah kegiatan pengabdian masyarakat, maka gagasan dan program pelestarian lingkungan yang dilakukan oleh Gerakan Shadaqah Sampah semakin dikenal publik, sehingga semakin banyak masyarakat yang mempercayakan pengolahan sampahnya ke Gerakan Shadaqah Sampah.

Keberlanjutan dari program ini tim pengabdian telah melakukan pelatihan iptek yang diberikan kepada pemuda dari mitra, agar program ini terus berlanjut di masa yang akan datang.

Untuk pengabdian di masa mendatang, program yang bisa dilakukan adalah membuat aplikasi berbasis IOS dan Android yang berisi manajemen pengelolaan sampah. Aplikasi yang isinya memungkinkan interaksi antara warga dan pengelola Gerakan Shadaqah Sampah, sehingga semakin banyak sampah yang bisa dikelola dengan bijak.

Ucapan Terima Kasih

Program pengabdian masyarakat ini bisa terlaksana atas dukungan dari Dr. Gunawan Budiyanto (rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta), Dr. Gatot Supangkat (kepala LP3M Universitas Muhammadiyah Yogyakarta), dan Gerakan Shadaqah Sampah (GSS) yang

telah menjadi mitra yang sangat kooperatif. Partisipasi peserta yang sangat baik berkontribusi besar dalam pelaksanaan program ini.

Daftar Pustaka

Damanhuri, Enri & Tri Padmi (2006) *Diktat Kuliah TL-3150 Pengelolaan Sampah*. Program Studi Teknik Lingkungan, FTSL, ITB. Bandung.

Keraf, Sonny (2010). *Etika Lingkungan Hidup*, Kompas, Jakarta

Moriansyah, La (2015). Pemasaran Melalui Media Sosial: Antecedents and Consequences, *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik* Vol. 19 No.3, Desember 2015: 187-196

Branding Dan Inovasi Packaging Pengrajin Minuman Jamu Tradisional

Hasnah Rimiyati ¹ Munjiati Munawaroh ²

^{1,2} Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Jalan Brawijaya, Tamantirto, Kasihan, Bantul, Yogyakarta, 55183
hasnahrimiyati@umy.ac.id hasnahrimiyati@yahoo.com

Abstrak

Tujuan kegiatan yang dilakukan melalui Program Kemitraan Masyarakat (PKM) LP3M UMY ini adalah untuk meningkatkan usaha kecil pengrajin jamu tradisional di kota Yogyakarta, merupakan usaha rumahan yang mempunyai prospek kedepan lebih menguntungkan, sehingga dapat meningkatkan pendapatan keluarga bapak Rizal di Yogyakarta. Melalui kegiatan ini dapat memecahkan permasalahan ekonomi yang dihadapi oleh pemilik usaha jamu tradisional dalam hal: 1) kurangnya pengetahuan dalam mengelola usaha dengan baik; 2) aspek produksi: diperlukan pengetahuan cara mengelola proses produksi agar produk bernilai jual bagi pasar; 3) aspek pemasaran: masih kurangnya pengetahuan tentang pentingnya merek (brand), membangun merek, pentingnya pengemasan (packaging), dan bagaimana cara memasarkan produk. Penyelesaian permasalahan tersebut telah dilakukan beberapa hal, yaitu: 1) tahap awal pembekalan materi dalam mengelola usaha; 2) membekali ketrampilan dalam melakukan proses produksi agar menghasilkan produk yang sehat; 3) membekali pengetahuan tentang pemahaman pentingnya merek bagi produk minuman saat melakukan kegiatan pemasaran; pentingnya kemasan dan label yang menarik dan higienis khususnya untuk produk minuman jamu tradisional yang dipasarkan untuk kalangan menengah dengan memperhatikan kemasan yang sehat, paktis dan menarik dimata konsumennya.

Kata kunci: inovasi, brand, branding, packaging

Pendahuluan

Semakin berkembangnya industri jamu memberikan manfaat kepada para petani karena semakin banyaknya para petani yang perlu menyediakan atau menghasilkan bahan baku utama untuk produksi produk jamu tersebut, disamping itu juga dapat merupakan lahan bagi para ilmuwan untuk melakukan penelitian baik dibidang teknologi pangan dan pihak-pihak lain-lainnya yang terkait dengan produk jamu tersebut. Disamping itu industri jamu ini memberikan kontribusi dampak ekonomi maupun social yang cukup besar dalam menciptakan kesempatan kerja dan lapangan pekerjaan kepada tenaga kerja Indonesia, juga dapat terjalin kemitraan kepada para penjual jamu tradisional baik jamu gendong maupun penjual yang berjualan menetap disatu tempat di warung maupun dengan cara menyewa teras-teras toko, disamping itu juga merangsang tumbuhnya industri yang menjual bahan baku olahan.

Produk jamu, meskipun telah menjadi bagian dari industri namun tak dapat dilepaskan tetap saja merupakan bagian dari budaya masyarakat Indonesia. Hal ini lah yang menyebabkan banyak perusahaan jamu besar yang menggabungkan falsafah kuno tentang jamu dan obat-obatan dengan teknologi manufaktur. Produk Jamu yang merupakan obat tradisional Indonesia telah menjadi budaya masyarakat Indonesia sejak berabad-abad silam sebagai bagian dari upaya menjaga kesehatan, menambah kebugaran, serta merawat kecantikan bagi para wanita.

Hasil temuan dari suatu penelitian ditemukan bahwa pada rimpang kencur terdapat senyawa minyak atsiri yang sangat bermanfaat bagi tubuh manusia. Senyawa ini berfungsi sebagai zat analgesic, yaitu bahan yang memiliki kemampuan untuk mengurangi rasa sakit pada tubuh manusia (<http://biofarmaka.ipb.ac.id/phocadownloadpap/userupload/Info/2012>). Sedangkan manfaat jamu beras kencur bagi tubuh adalah untuk menambah stamina, menyegarkan tubuh, meredakan sakit, mengobati masuk angin, migrain, hingga mencegah tumbuhnya jerawat. Selain itu, jamu beras kencur memiliki kemampuan untuk menambah tenaga karena memiliki sifat stimultan dan penambah nafsu makan. Jamu beras kencur juga bermanfaat dapat menghilangkan beberapa penyakit, seperti batuk, sariawan, radang lambung, perut kembung, bahkan menetralsisir keracunan makanan.

Semakin banyaknya manfaat dari jamu tradisional bagi kesehatan tubuh membuktikan bahwa jamu yang merupakan pengobatan tradisional Indonesia jika dikembangkan secara intensif akan mampu meningkatkan derajat kesehatan masyarakat Indonesia bahkan dunia. Dengan demikian usaha jamu sangat perlu dilestarikan dan dikembangkan, apalagi didukung dengan tersedianya bahan baku yang cukup banyak dari para petani di Indonesia.

Pengembangan usaha dapat dilakukan dengan cara membangun *branding* dan *packaging* (pengemasan). Bayangkan saja jika kita adalah pemilik bisnis suatu produk yang sangat laris dan sedang naik daun, namun kita tidak memiliki merek atau *brand*, tiba-tiba ada kompetitor datang dan bergerak pada bisnis yang sejenis, dengan kondisi yang seperti itu pastinya pasar pun dapat terbagi. Hal ini tentu saja bisa menurunkan penjualan kita, karena konsumen tidak bisa membedakan mana produk milik kita dan produk milik kompetitor. Akan berbeda jika produk milik kita mempunyai merek atau *brand* yang dilengkapi juga dengan label produk, maka para konsumen pastinya dapat dengan mudah mengenali produk kita dan tidak gampang berpaling ke produk lain yang sejenis karena mereka telah percaya dengan brand atau merek kita, sekaligus telah mengetahui kualitas rasa dari produk milik kita. Hal inilah yang menunjukkan betapa pentingnya *branding* dan *packaging* bagi suatu produk.

Berikut alasan mengapa *branding* dan *packaging* itu penting bagi usaha kecil menengah. Menurut Kotler dan Keller (2015) terdapat lima alasan mengapa *branding* dan *packaging* itu penting bagi usaha kecil menengah, yaitu:

1. *Branding* dan kemasan membuat *brand* lebih dikenal.

Agar *brand* dan produk lebih kuat dalam bersaing, perlu dimunculkan potensi dan keunggulan yang terdapat di dalamnya. hal tersebut dapat dilakukan dengan cara *branding*.

2. *Branding* dan *packaging* menarik perhatian pelanggan.

Desain yang menarik pada kemasan produk dapat membuat konsumen memilih sebuah *brand* atau produk.

3. *Branding* dan *packaging* memfasilitasi keputusan pembelian.

Setelah konsumen tertarik dengan produk melalui kemasan dan desainnya, selanjutnya *packaging* bertugas memberikan informasi yang akan lebih meyakinkan konsumen.

4. *Branding* dan *packaging* memainkan peranan penting dalam promosi.

Jika kita menghendaki penjualan produk kita meningkat maka hal perlu dilakukan adalah mengkomunikasikan produk itu kepada audiens. Membuat kemasan sebagai wadah produk dan sekaligus sebagai media promosi dapat memberikan efektifitas dalam promosi dan produksi. Hal ini mengarahkan produk anda pada kesuksesan secara penjualan.

5. *Branding* dan *packaging* membuat produk berbeda dengan produk yang lain.

Dalam persaingan bisnis kita dituntut mempunyai perbedaan (*deferensiasi*) dengan yang lain untuk sukses. Begitu juga dengan produk, jika *branding* dan kemasannya berhasil membuat produk kita berbeda dari produk yang lain dan tepat kepada target konsumennya maka hasil yang positif dapat dirasakan. Melalui strategi *branding* dan *packaging* produk mendapat perhatian dari masyarakat dan berdampak penjualan akan meningkat.

Melakukan inovasi produk sudah menjadi tuntutan dalam pengembangan bisnis termasuk untuk bisnis minuman jamu tradisional perlu mendapatkan sentuhan inovasi, diantaranya dilakukan pengembangan proses produksi dengan memanfaatkan teknologi peralatan yang modern, menjadikan peluang bisnis yang menguntungkan karena dengan membuat jamu modern agar bisa lebih diterima oleh pasar, termasuk juga dalam pengemasan perlu menyajikan produk minuman dalam kemasan yang baik dan higienis. Sehingga tujuan dari kegiatan ini adalah: 1) tahap awal pembekalan materi dalam mengelola usaha; 2) membekali ketrampilan dalam melakukan proses produksi agar menghasilkan produk yang sehat; 3) membekali pengetahuan tentang pemahaman pentingnya merek bagi produk minuman saat melakukan kegiatan pemasaran; pentingnya kemasan dan label yang menarik dan higienis khususnya untuk produk minuman jamu tradisional yang dipasarkan untuk kalangan menengah dengan memperhatikan kemasan yang sehat, paktis dan menarik dimata konsumennya.

Metode Pelaksanaan

Langkah-langkah pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, antara lain diawali dengan pembekalan materi dalam mengelola usaha, ketrampilan dalam proses produksi, lalu proses *branding* dan *packaging* produk minuman jamu tradisional.

Tahapan yang dilakukan dalam pengembangan di bidang produksi yaitu:

1. Merancang desain merek produk minuman jamu
2. Merancang pengemasan produk dengan menggunakan wadah kemasan yang sehat
3. Merancang label untuk keterangan komposisi bahan yang digunakan
4. Mendesain spanduk untuk menyampaikan informasi produk kepada konsumen dan calon konsumen
5. Mendisplay produk minuman yang menarik
6. Memperluas saluran distribusi produk minuman jamu tersebut, dengan cara bekerjasama dengan mitra.

Khalayak sasaran

Pemilik usaha minuman jamu ini telah menekuni usaha tersebut lebih kurang selama tiga tahun. Perolehan penjualannya perhari rata-rata dapat menjual minimal 80-100 botol perhari, dan selalu habis terjual dengan harga jual Rp 10.000 per-botol kemasan isi 600 ml. Dari pendapatan tersebut beliau perlu mencukupi kebutuhan biaya hidup keluarganya, serta biaya pendidikan bagi putra-putrinya. Tentunya jika usaha ini dikelola dengan baik, diharapkan dapat berkembang dan meningkatkan pendapatannya, sehingga dapat mencukupi kebutuhan biaya hidup dan pendidikan keluarganya.

Bahan dan alat-alat spesifik yang digunakan

Sebelumnya kemasan produk minuman jamu ini menggunakan botol bekas minuman air mineral yang sudah dibersihkan, walaupun sudah dibersihkan tetap merupakan botol bekas yang imagenya dimata konsumen tidak higienis. Kemasan yang digunakan harus dirubah diganti dengan wadah yang sehat dan bersih tidak lagi menggunakan botol bekas. Kemasan saat ini adalah menggunakan wadah minuman yang memang khusus untuk mawadahi minuman yang dijual resmi di toko perlengkapan aneka wadah minuman, berupa cup plastik khusus minuman. Untuk menampung dalam jumlah banyak menggunakan Dispenser Air, yang dapat menampung isi minuman lebih banyak, yang dilengkapi dengan fasilitas kran yang memudahkan dalam menuangkan minuman jamu kedalam gelas-gelas cup (cup plastic minuman) yang standar dan di segel plastik khusus dengan menggunakan *Power Pack* alat penyegel plastic berteknologi modern, sehingga lebih aman dan higienis.

Hasil dan Pembahasan

Pembekalan materi dalam mengelola usaha, dilakukan dengan memberikan materi pelatihan mengenai entrepreneur, bagaimana cara menumbuhkan jiwa seorang entrepreneur. Pedagang dengan entrepreneur tidaklah sama, seorang pedagang hanya berfikir bagaimana cara agar produk yang dihasilkannya dapat terjual. Sedangkan seorang entrepreneur berfikir

bagaimana agar usahanya dapat maju berkembang dengan cara menciptakan kreatifitas dan inovasi terhadap produk yang dihasilkannya, memiliki jiwa seorang entrepreneur yang pantang menyerah, mampu meng-create bisnisnya, serta mampu mengambil risiko yang terukur.

Selanjutnya memberikan ketrampilan dalam proses produksi agar dapat melakukan pengolahan produk yang sehat dan bersih. Dalam proses pengolahan bahan baku produk jamu dimulai dari cara memilih bahan baku, memasak dan mengolah produk minuman jamu tersebut, sampai pada penggunaan peralatan masak yang bersih, agar dapat menghasilkan produk minuman jamu tradisional yang higienis.

Tahap selanjutnya adalah pemberian *brand* dan label produk. Dalam hal ini muncul satu pertanyaan, mengapa merek suatu produk sangat penting?

Terdapat beberapa alasan mengapa merek sangat penting bagi keberhasilan usaha kecil, diantaranya adalah:

1. Merek membedakan produk dengan produk pesaing. Merek dapat mengidentifikasi bahwa sebuah produk berbeda dengan produk lainnya. Identifikasi produk juga bermanfaat dalam hal iklan dan promosi.
2. Menambah nilai produk, konsumen melihat merek sebagai sebuah tolok ukur dan menambah nilai sebuah produk.
3. Merek bisa menambah *image* sebuah produk. Konsumen juga cenderung memilih produk yang bermerek karena lebih bisa dipercaya, asal-usul produk bisa diurut.
4. Kebutuhan untuk mengelola merek lebih dirasakan oleh pengusaha usaha kecil yang berencana untuk membuka cabang.

Melalui beberapa manfaat merek tersebut diatas, merupakan salah satu kiat sukses membangun bisnis adalah dengan mengelola merek untuk produk-produk yang dihasilkan. Produk yang baik lebih mudah dikenal jika memiliki merek tertentu. Oleh karena itu telah di desain merek (*brand*) untuk produk minuman jamu tersebut. Berikut ini disajikan desain merek untuk produk minuman jamu tradisional, yang telah ditetapkan sebagai merek (*brand*) produk yang dipasarkan. Gambar 1 adalah gambar produk jamu dengan masih menggunakan kemasan botol-botol bekas tanpa merek (*brand*), sedangkan gambar 2 adalah desain merek (*brand*) dan label produk yang menjelaskan komposisi dari bahan-bahan yang digunakan dalam proses produksi produk minuman jamu tradisional yang dihasilkan.

Gambar 1. Produk tanpa Brand & Label



Sumber: dokumen penulis

Gambar 2. Desain Brand & Label Produk



Sumber: dokumen penulis

Branding dan desain kemasan untuk produk minuman jamu tradisional sangat penting, masih banyak pelaku bisnis yang berfikir bahwa produk hasil usaha kecil belum memerlukan brand, karena eksistensi brand hanya diperlukan oleh perusahaan besar saja, namun pikiran seperti itu sangat keliru. Produk jamu minuman tradisional yang merupakan produk hasil usaha kecil sudah perlu membenahi produk mereka. Karena dengan pemahaman tentang pentingnya **branding dan kemasan** untuk produk usaha kecil maka brand produk minuman jamu tradisional merek “Gamelan” lebih dikenal oleh masyarakat luas, dilengkapi pula dengan label yang menjelaskan komposisi bahan-bahan yang digunakan.

Pentingnya packaging produk adalah untuk menarik perhatian konsumen ini berkaitan dengan kebutuhan suatu kreativitas dan inovasi dalam menjalankan. Bagaimana tidak, daya saing yang tinggi dan beraneka ragam permintaan pasar yang cukup banyak ini membuat para pelaku bisnis harus mampu memutar strateginya untuk mempertahankan bahkan meningkatkan bisnisnya. Selain itu, sebagai pelaku bisnis juga harus mampu memikirkan hal-hal kecil yang berkaitan dengan bisnis akan tetapi berdampak besar untuk kemajuan bisnisnya.

Packaging sendiri dapat dikatakan suatu yang penting pada sebuah produk dikarenakan salah satu pemicu ketertarikan konsumen terhadap produk terletak pada sebuah *packaging* atau biasa disebut dengan kemasan.

Membuat *packaging* tidak hanya berkaitan dengan warna dasar yang digunakan tetapi juga desain dan informasi yang ada dimuat beserta *packaging* produk. Untuk itu, pelaku bisnis juga harus memikirkan bagaimana informasi dari produk tersebut tersampaikan dengan baik. Manfaat *packaging* selain sebagai wadah dan pelindung produk juga memiliki peran sebagai sarana untuk memberikan informasi dan memasarkan produk. Selain itu, *packaging* juga mampu mengarahkan konsumen untuk memilih dari sekaian banyak produk yang memiliki jenis sama. Perannya yang penting ini membuat pelaku bisnis sangat memperhatikan *packaging* dari produk yang ditawarkan. Poin utama dari pentingnya pengemasan (*packaging*) produk adalah untuk menarik perhatian konsumen.

Berikut 5 alasan pentingnya branding dan kemasan untuk usaha kecil:

1. **Branding dan kemasan membuat brand lebih dikenal**
2. **Branding dan Kemasan menarik perhatian customer**
3. **Branding dan Kemasan memfasilitasi keputusan pembelian**
4. **Branding dan Kemasan memainkan peranan penting dalam promosi**

Perubahan yang dihasilkan dari kemasan produk minuman jamu tradisional yang diberi merek “Gamelan” saat ini disajikan dalam gambar 3 berikut ini:

Gambar 3. Tampilan Wadah dan Kemasan yang higienis & Power Pack



Sumber: dokumen penulis

Simpulan

Berdasarkan proses kegiatan pengabdian pada masyarakat yang telah dilakukan pada Mitra dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Memiliki pemahaman dalam mengelola usaha dengan kemampuan *entrepreneurship*, melalui kreativitas dan inovasi sehingga dapat meningkatkan usaha. Menjaga kualitas produk didukung dengan melakukan proses produksi yang bersih higienis, diawali dengan

menyeleksi bahan-bahan baku yang digunakan dalam kondisi fresh sehingga menghasilkan produk minuman jamu yang lebih nikmat rasanya.

2. Produk yang dihasilkan didukung dengan kemasan yang menarik, karena kemasan mempunyai peran penting dalam bisnis dan persaingan.
3. Brand atau merek menjadi bagian yang penting bagi suatu produk, agar mudah dikenali, sebagai pembeda dengan produk pesaing, menambah nilai suatu produk, memudahkan pelaku bisnis dalam melakukan promosi dan pengembangan bisnis.
4. Memperluas distribusi produk melalui bekerjasama dengan para mitra pengelola catering dengan menyajikan kemasan produk yang minimalis.

Saran

1. Untuk meningkatkan volume penjualan produk kedepannya dapat melakukan peningkatan kapasitas produksi, tentunya perlu didukung dengan peralatan produksi yang tepat guna agar proses produksi maksimal.
2. Untuk perluasan saluran distribusi dapat melakukan banyak kerjasama dengan pihak mitra, diantaranya pelaku bisnis catering dan para pengecer aneka produk makanan dan minuman.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Pimpinan UMY dan LP3M UMY yang telah memberikan dukungan finansial berupa dana hibah pengabdian pada masyarakat melalui program PKM. Terima kasih juga kepada Bapak Rizal selaku pemilik usaha yang telah bersedia bekerjasama dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini.

Daftar Pustaka

- Anoraga, P (2014), *Pengantar Bisnis: Pengelolaan Bisnis dalam Era Globalisasi*, Jakarta, Rineka Cipta
- Departemen Kesehatan Republik Indonesia, 2009, *Farmakope Herbal Indonesia*, Departemen Kesehatan RI, Jakarta.
- Fea Prihapsara¹, Anif Nur Artanti¹ (2016), "Inovasi Jamu dalam Kemasan Siap Minum Sebagai Upaya Meningkatkan Pola Konsumsi Jamu dan Pemberdayaan Masyarakat Di Kecamatan Jaten", *Senaspro*, Seminar Nasional dan Gelar Produk
- Kotler, Philip & Keller (2015), *Manajemen Pemasaran*, Penerbit Erlangga.
- Subanar, Harimurti (2012), *Manajemen Usaha Kecil*, BPFE Yogyakarta
- <http://biofarmaka.ipb.ac.id/phocadownloadpap/userupload/Info/2012>
- <http://blog.sribu.com/id/5-alasan-pentingnya-branding-dan-kemasan-untuk-produk-usaha-kecil>

Peningkatan Ekonomi Masyarakat Dengan Perbaikan Nilai Tambah Olahan Singkong Semuluh Lor, Gunungkidul

Indardi

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Jl. Brawijaya, Tamantirto, Kasihan, Bantul, Yogyakarta 55183

Email: indardi@umy.ac.id

Abstrak

Pengabdian Masyarakat Program KKN-PPM bertujuan membantu masyarakat meningkatkan kesejahteraan melalui peningkatan ekonomi dengan kegiatan pemberdayaan wanita tani untuk meningkatkan nilai tambah produk singkong. Metode dalam kegiatan KKN PPM menggunakan demonstrasi cara dan demonstrasi hasil. Demonstrasi cara dalam bentuk pelatihan, yakni praktek pembuatan keripik singkong aneka rasa sampai pada pengemasannya (packaging). Metode hasil dilakukan dengan menampilkan berbagai contoh produk olahan yang berkualitas. Disamping itu digunakan Metode ceramah (penyuluhan) untuk memotivasi wanita tani membantu meningkatkan ekonomi keluarga, pentingnya kerjasama dalam kelompok dan pentingnya membentuk jejaring. Pengabdian masyarakat diawali dengan kegiatan Sosialisasi dilanjutkan pelatihan. Sosialisasi terdiri dari 2 topik: Pentingnya Pembentukan Kelompok dan Jejaring Pemberdayaan Masyarakat. Pelatihan keripik singkong melibatkan 10 mahasiswa KKN yang ikut mendampingi selama proses pembuatannya. Hasil pengabdian berupa keripik singkong aneka rasa yang telah dikemas plastik berlabel. Melalui bantuan mahasiswa KKN telah mampu dibuka saluran pemasaran sebanyak 15 warung, toko atau outlet. Terdiri dari toko kelontong yang ada di Dusun Semuluh Lor dan sekitarnya, juga outlet-outlet ditempat wisata pantai Gunungkidul. Juga ada Swalayan di Semanu yang bersedia dititipi produk keripik singkong. Direkomendasikan adanya pelatihan diversifikasi olahan berbahan baku singkong.

Kata Kunci: Nilai Tambah, Olahan Singkong, Pemberdayaan Wanita Tani

Pendahuluan

Sektor pertanian memiliki potensi yang besar untuk menyediakan banyak peluang dalam upaya untuk meningkatkan perekonomian masyarakat desa. Melalui berbagai kegiatan ekonomi, dapat meningkatkan pendapatan masyarakat. Secara umum Indonesia memiliki berbagai komoditas tanaman yang dapat diolah menjadi berbagai macam jenis pangan olahan dan salah satunya adalah pangan olahan dari produk singkong. Ada banyak daerah di Indonesia yang membudidayakan singkong ini, salah satunya adalah Dusun Semuluh Lor, Ngeposari, Kecamatan Semanu, Kabupaten Gunungkidul, DIY. Dusun Semuluh Lor, seperti

dusun-dusun lainnya di Gunungkidul, memiliki topografi yang sangat cocok untuk ditanami berbagai jenis komoditas seperti kacang tanah, kedelai, dan kacang-kacangan yang lain, jagung, padi tadah hujan dan aneka umbi-umbian, khususnya singkong. Komoditas singkong ini masih dapat tumbuh dan memberikan hasil yang baik, walaupun dengan kondisi tanah yang relatif kurang subur.

Situasi permasalahannya bahwa produk singkong di Semuluh Lor cukup berlimpah namun produksi singkong yang relatif banyak ini belum terkelola dengan baik dan hanya diolah menjadi gaplek. Lebih tepatnya rata-rata setiap petani di Dusun Semuluh Lor menghasilkan singkong mencapai hingga 2 kuintal pertahunnya selama masa tanam (MH3). Banyaknya hasil petani berupa singkong yang hanya dikeringkan dalam bentuk gaplek dengan produksi yang cukup besar, yakni rata-rata 1,5 kuintal gaplek/petani/tahun. Gaplek dijual dengan harga rendah, yang hanya dihargai Rp 1.350/kg dan belum adanya pemikiran masyarakat petani Dusun Semuluh Lor untuk meningkatkan nilai tambah produk singkong. Umumnya petani berpikir praktis untuk segera mendapatkan uang. Belum ada pengembangan kegiatan ekonomi terkait dengan pengolahan singkong dalam bentuk olahan pangan yang lain (selain gaplek). Belum ada jaringan pasar bagi petani terkait produk olahan pangan.

Kerangka penyelesaian masalah untuk mengatasi permasalahan tersebut dalam rangka peningkatan ekonomi masyarakat sesuai yang dituangkan dalam Program Pembangunan Pertanian adalah peningkatan nilai tambah dan daya saing produk olahan singkong. Penanganan masalah peningkatan ekonomi masyarakat ini tentunya membutuhkan peran dari berbagai pihak khususnya pemerintah, masyarakat dan para akademisi. Dalam lingkungan terdekat yang diharapkan memiliki perhatian terhadap peningkatan ekonomi masyarakat ini adalah pemerintah dusun dengan dukungan organisasi kemasyarakatan pada tingkat dusun.

Program KKN PPM ini diharapkan dapat memberikan bantuan untuk mengatasi permasalahan ini dengan memberikan kegiatan penyadaran (awareness raising) dan memotivasi melalui kegiatan penyuluhan serta pelatihan peningkatan kapasitas masyarakat melalui aktivasi seluruh anggota masyarakat yang ada maupun pembentukan kelembagaan yang diperlukan untuk peningkatan ekonomi masyarakat. Terkait dengan analisis situasi, yang jadi masalah adalah bagaimana upaya peningkatan ekonomi masyarakat Dusun Semuluh Lor dengan potensi dasar banyaknya singkong yang belum terkelola dengan baik. Program KKN-PPM bertujuan membantu masyarakat untuk meningkatkan kesejahteraan melalui peningkatan ekonomi dengan kegiatan pemberdayaan (penyuluhan dan pelatihan) untuk meningkatkan nilai tambah produk singkong dalam bentuk olahan keripik singkong.

Melalui kegiatan pemberdayaan, maka akan didapatkan manfaat yang diperoleh masyarakat wanita tani di Dusun Semuluh Lor, yakni terbentuknya kelompok pengrajin keripik singkong, adanya kegiatan ekonomi melalui pembuatan keripik singkong yang dipasarkan dilingkungan pedesaan dan objek wisata, serta terbentuknya jaringan pasar produk olahan singkong.

Pemberdayaan masyarakat merupakan salah satu program pemerintahan desa dalam memanfaatkan semua sumber daya yang ada agar dapat berkembang serta dapat membantu proses kemajuan desa. Sasaran dalam program pemberdayaan masyarakat ini mencakup semua bidang, mulai dari pemerintahan, kelembagaan, kesehatan, ekonomi masyarakat, teknologi, dan pendidikan. Berikut ini merupakan bidang dalam program pembangunan desa yang bisa digarap sebagai kegiatan pemberdayaan masyarakat:

1. Pemberdayaan Masyarakat Di Bidang Pemerintahan Desa

Pemberdayaan masyarakat di bidang pemerintahan desa mencakup semua sumber daya yang ada di pemerintahan desa seperti kepala desa, perangkat desa dan BPD. Bentuk dari pemberdayaan ini dapat berupa pelatihan, musyawarah dalam penyusunan program-program desa, koordinasi dalam pelaksanaan program-program desa, dan peningkatan kualitas kinerja di pemerintahan desa. Dengan adanya program pemberdayaan ini, diharapkan dapat meningkatkan kinerja dipemerintahan desa dalam membangun serta memajukan desa.

2. Pemberdayaan Masyarakat Di Bidang Kelembagaan

Program pemberdayaan masyarakat di bidang kelembagaan mencakup semua lembaga kemasyarakatan yang ada di desa. Program ini bertujuan untuk membangun lembaga yang lebih terarah, produktif, dan terorganisir. Bentuk program pemberdayaan ini dapat berupa pelatihan, penyelenggaraan kegiatan, dan peningkatan sarana/prasarana. Dengan adanya program pemberdayaan di bidang kelembagaan ini diharapkan dapat meningkatkan kinerja lembaga agar dapat membantu pemerintah desa dalam menjalankan roda pembangunan.

3. Pemberdayaan Masyarakat Di Bidang Ekonomi

Program pemberdayaan masyarakat di bidang ekonomi merupakan program pemerintah untuk meningkatkan perekonomian desa. Program ini mencakup pemberdayaan UKM, industri rumah tangga, BUMDes, kelompok tani, pasar, serta penunjang ekonomi masyarakat lainnya. Bentuk program pemberdayaan ini dapat berupa pelatihan, workshop, pemodalan/permodalan, bantuan alat produksi, peningkatan sarana/prasarana dan lain-lain. Dengan adanya pemberdayaan masyarakat di bidang ekonomi ini diharapkan dapat meningkatkan perekonomian serta kesejahteraan masyarakat.

4. Pemberdayaan Masyarakat Di Bidang Teknologi

Program pemberdayaan masyarakat di bidang teknologi merupakan program pemerintah desa dalam mengikuti perkembangan zaman. Selain itu, penggunaan teknologi juga dapat meningkatkan kinerja agar lebih cepat dan akurat. Bentuk program pemberdayaan ini dapat berupa pelatihan, pengembangan teknologi, dan penggunaan teknologi dalam proses kerja dan kehidupan masyarakat. Dengan adanya pemberdayaan masyarakat di bidang teknologi diharapkan dapat meningkatkan daya saing masyarakat, memudahkan masyarakat dalam bekerja, serta memudahkan masyarakat untuk berbagi dan mendapatkan informasi.

5. Pemberdayaan Masyarakat Di Bidang Kesehatan

Program pemberdayaan masyarakat di bidang kesehatan merupakan salah satu program pemerintah desa untuk meningkatkan kualitas hidup dan kesehatan masyarakat. Bentuk

program pemberdayaan ini dapat berupa peningkatan sarana dan prasarana kesehatan, promosi dan penyuluhan program kesehatan, dan membangun desa siaga. Dengan adanya program kesehatan ini diharapkan dapat memudahkan masyarakat untuk mendapatkan hidup sehat serta menyadarkan masyarakat akan pentingnya hidup sehat.

6. Pemberdayaan Masyarakat Di Bidang Pendidikan

Program pemberdayaan masyarakat di bidang pendidikan merupakan program pemerintah desa dalam meningkatkan pendidikan masyarakat agar lebih berkualitas dan kompeten. Sasaran dari pemberdayaan ini tidak hanya ditujukan kepada masyarakat saja, namun juga kepada para *agent of change* maupun lembaga pendidikan lainnya. Bentuk dari pemberdayaan ini dapat berupa pelatihan, penyuluh, peningkatan sarana dan prasarana, bantuan biaya pendidikan untuk masyarakat kurang mampu, beasiswa untuk peserta didik yang berprestasi, dan lain-lain. Dengan adanya program pemberdayaan masyarakat di bidang pendidikan ini diharapkan dapat meningkatkan pendidikan masyarakat serta menciptakan masyarakat yang berkualitas dan kompeten.

Pemberdayaan masyarakat yang kami lakukan merupakan gabungan antara beberapa bidang yaitu pemberdayaan masyarakat di bidang ekonomi, pemberdayaan di bidang teknologi dan pemberdayaan di bidang pendidikan. Dibidang ekonomi sendiri sudah jelas bahwa program pemberdayaan kami ingin meningkatkan taraf pendapatan masyarakat di Dusun Semuluh Lor. Dibidang teknologi merupakan cara bagaimana program pemberdayaan ini bisa terlaksana dengan menggunakan alat bantu untuk meningkatkan nilai tambah produk pertanian. Bidang pendidikan yang dilakukan merupakan sebuah dorongan atau motivasi ibu-ibu guna mempersiapkan diri untuk masa yang akan datang dalam perbaikan kehidupannya.

Metode Pelaksanaan

Metode yang digunakan dalam kegiatan KKN PPM ini dengan menggunakan metode Demonstrasi, baik metode demonstrasi cara maupun demonstrasi hasil. Demonstrasi cara dalam bentuk pelatihan dengan menyelenggarakan kegiatan praktek Pembuatan Keripik Singkong aneka rasa sampai pada pengemasannya (*packaging*). Metode hasil, dengan menampilkan berbagai contoh produk olahan yang memiliki kualitas yang baik. Disamping itu juga digunakan Metode ceramah (penyuluhan), dalam kerangka memotivasi wanita tani membantu meningkatkan ekonomi keluarga, pentingnya kerjasama dalam kelompok dan pentingnya membentuk jejaring. Metode ini juga pernah dilakukan Indardi, (2018) dalam kegiatan yang sama, program KKN PPM di Dusun Semuluh Kidul, Ngeposari, Semanu, Gunungkidul yang disebutnya sebagai metode penyuluhan dan pelatihan, yang dilanjutkan dengan pendampingan dalam membuka jaringan pasar.

Hasil dan Pembahasan

Hasil kegiatan pengabdian masyarakat Program KKN-PPM di Dusun Semuluh Lor, Desa Ngeposari, Kecamatan Semanu, Gunungkidul mencakup kegiatan sosialisasi, pelaksanaan

pelatihan pembuatan keripik singkong dan praktek pembukaan jaringan pasar yang dibantu oleh mahasiswa KKN dapat dipaparkan berikut ini.

1. Sosialisasi

KKN PPM UMY 2019 memiliki program kerja peningkatan perekonomian masyarakat dengan perbaikan nilai tambah produk olahan singkong, yang merupakan salah satu hasil pertanian unggulan di Semuluh Lor, Ngeposari, Semanu, Gunung Kidul.

Gambar 1. Sosialisasi pembuatan kripik singkong



Sumber: dokumen penulis

Gambar 2. (a) penyerahan alat perajang kepada Ketua KWT; (b) alat Spinner; (c) penyerahan bumbu aneka rasa kepada Ketua KWT



Sumber: dokumen penulis

Sosialisasi terdiri dari 2 topik, yaitu: Topik pertama tentang “Pentingnya Pembentukan Kelompok” dan topik kedua tentang pentingnya “Jejaring Pemberdayaan Masyarakat”. Pelaksanaan dilakukan pada Hari: Sabtu, 19 Januari 2019 mengambil tema “Pentingnya Pembentukan Kelompok dan Jejaring Pemberdayaan Masyarakat”.

Adapun materi yang disampaikan adalah memotivasi anggota kelompok wanita tani “Semuluh Lor” yang beranggotakan ibu rumah tangga untuk membentuk kelompok pengrajin keripik Singkong, yang nantinya dapat memanfaatkan hasil pertanian singkong di pedukuhan Semuluh Lor.

Kebetulan ibu-ibu warga Semuluh Lor sudah memiliki kelompok wanita tani kacang mete. Berdasarkan musyawarah diantara anggota yang hadir, akhirnya ibu-ibu menyepakati memanfaatkan kelompok yang sudah ada sebagai kelompok wanita tani keripik singkong

Semuluh Lor. Sebagai ketua KWT masih tetap sama ketua yang lama. Dalam kegiatan sosialisasi ini dilakukan penyerahan alat perajang singkong otomatis, alat spiner dan bumbu aneka rasa.

Dengan pemberian bantuan berupa alat perajang otomatis dan alat *spinner* nantinya diharapkan Kelompok Wanita Tani (KWT) Semuluh Lor bisa mandiri untuk memproduksi keripik singkong aneka rasa.

2. Pelatihan Pembuatan Keripik Singkong "Semuluh Lor"

Pelaksanaan pelatihan dilaksanakan di Posko Kelompok KKN 018, yang diselenggarakan pada Senin, 21 Januari 2019. Pelatihan pembuatan keripik singkong diawali dengan penjelasan secara singkat tentang tahapan proses membuat keripik dari proses pengupasan, perajangan, perendaman dengan air kapur sirih, penggorengan, penirisan, pencampuran dengan bumbu rasa hingga *packaging*. Berikutnya dibuka diskusi, yakni memberikan kesempatan kepada anggota kelompok KWT untuk menanyakan hal-hal yang kurang dipahami terkait proses pembuatan keripik singkong.

Gambar 3. Pelatihan Pembuatan Keripik Singkong "Semuluh Lor"



Sumber: dokumen penulis

Selanjutnya praktek pembuatan keripik singkong juga melibatkan 10 orang mahasiswa KKN yang ikut mendampingi selama proses pembuatan keripik. Pelatihan bagi mahasiswa sebelum mendampingi juga penting dalam keberhasilan pemberdayaan masyarakat, akan berpengaruh pada peserta. Pemberdayaan masyarakat membutuhkan pelatihan yang memadai untuk pendamping (mahasiswa) karena berpengaruh pada dukungan peserta (Adamson, Glamorgan, & Bromiley, 2012). Proses pembuatan keripik singkong meliputi pemilihan singkong yang baik, proses perajangan singkong menggunakan alat perajang otomatis, cara penggorengan yang baik agar menghasilkan keripik yang bentuknya menarik, renyah dan gurih, akhirnya diakhiri dengan penirisan dengan mesin *spinner*, pencampuran dengan bumbu rasa dan *packaging*. Hasil produksi dari pelatihan tersebut dipergunakan sebagai sampel penjualan yang diedarkan di warung kelontong, toko sekitar Semuluh Lor, Swalayan di Semanu maupun tempat wisata pantai di Gunungkidul.

3. Pembukaan Jaringan Pemasaran

Salah satu tindak lanjut dari pelatihan pengelolaan hasil pertanian singkong adalah pembukaan jaringan pemasaran untuk keripik singkong. Hal ini dilakukan karena meskipun

warga Semuluh Lor sudah mampu memproduksi keripik singkong secara mandiri, namun dalam hal pemasaran keripik singkong tersebut masih mengalami kendala. Kendala pemasaran jika tidak ditindaklanjuti akan mengganggu keberlanjutan usaha dan bisa membawa kemunduran bahkan berhentinya produksi bagi kelompok pengrajin keripik singkong itu sendiri.

Gambar 4. Tampilan kemasan Keripik Singkong



Sumber: dokumen penulis

Melalui bantuan mahasiswa KKN kelompok 018 diperoleh sejumlah saluran pemasaran (15 warung, toko atau outlet) yang terdiri dari toko kelontong yang ada di Dusun Semuluh Lor, toko-toko yang ada disekitar Dusun Semuluh Lor, outlet-outlet ditempat wisata pantai Gunungkidul. Selain itu juga ada sebuah Swalayan di Kecamatan Semanu yang bersedia dititipi produk keripik singkong yang diproduksi oleh kelompok anita tani Semuluh Lor.

Gambar 5. Foto setelah pelatihan: Pengurus KWT, Mahasiswa, dan DPL



Sumber: dokumen penulis

Hal penting yang perlu dibahas dalam pelaksanaan program KKN PPM bahwa apa yang direncanakan secara keseluruhan sudah terlaksana dengan lancar, diikuti dengan sungguh-sungguh oleh ibu-ibu anggota KWT untuk semua kegiatan, mulai dari kegiatan sosialisasi, pelatihan, dan pembukaan jaringan pemasaran, seperti yang tersaji pada tabel 1. Pada kegiatan sosialisasi, setelah dijelaskan pentingnya pembentukan kelompok wanita tani, ibu-ibu warga

Dusun Semuluh Lor sangat responsif menaggapinya. Ibu-ibu langsung minta dibentuk kelompok wanita tani keripik singkong. Mengingat di Semuluh Lor sudah ada KWT Kacang Mete, akhirnya semua peserta sosialisasi setuju, ketika ada salah seorang peserta yang mengusulkan KWT Keripik Singkong menggunakan dan mengaktifkan KWT yang sudah ada tersebut. Dalam waktu yang tidak terlalu lama dilanjutkan penyuluhan dengan materi pembuatan keripik singkong. Setelah materi disampaikan, banyak peserta yang bertanya untuk minta penjelasan terkait proses pembuatan keripik singkong.

Tabel 1. Pelaksanaan Program KKN PPM 2019

No.	Nama Program/Kegiatan	Sasaran	Indikator Capaian
1	Sosialisasi Kegiatan (pembentukan kelompok wanita tani Semuluh Lor, Pembuatan keripik singkong dan Pembentukan Jaringan Pasar)	Ibu-ibu warga dusun Semuluh Lor	Terlaksana
2	Pelatihan Pembuatan Keripik Singkong "Semuluh Lor"	Kelompok Pengrajin Keripik Singkong "Semuluh Lor"	Terlaksana
3	Pembukaan Jaringan Pemasaran Keripik Singkong "Semuluh Lor"	Kelompok Pengrajin Keripik Singkong "Semuluh Lor"	Terlaksana

Keberadaan pasar merupakan jantungnya usaha. Sehingga ketika suatu produk sudah bisa dihasilkan sekaligus sudah dipikirkan dan bahkan sudah memiliki jaringan pasarnya. Sebagus apapun kualitas suatu produk, kalau tidak bisa memasarkannya bisa dipastikan cepat atau lambat usaha akan terhenti. Terlihat dari ekspresi kecemasan ibu-ibu peserta sosialisasi. Muncul berbagai pertanyaan terkait dengan penjualan produk keripik singkong. Namun, ekspresi kecemasan menjadi hilang dan berganti menjadi semangat kembali, ketika diyakinkan bahwa nanti setelah pelaksanaan praktek pelatihan membuat keripik singkong aneka rasa ada kegiatan membuka jaringan pasar. Ibu-ibu peserta sosialisasi berhasil diyakinkan, bahkan nantinya ada kepastian jaringan pasar untuk menjual keripik singkong.

Pada kegiatan pelatihan pembuatan keripik singkong aneka rasa diawali dengan penjelasan secara singkat tentang proses pembuatan keripik. Setelah semua alat dan bahan tersedia, praktek pembuatan keripik singkong dimulai. Pada setiap tahapan pelaksanaan pembuatan keripik, juga didampingi mahasiswa KKN. Praktek pembuatan keripik singkong diawali dengan pengupasan ubi kayu, dicuci bersih dan dirajang menggunakan alat perajang otomatis. Setelah direndam dengan air kapur sirih (jw: injet), dicuci bersih dan diberikan bumbu dasar (bawang putih yang dilembutkan dengan garam secukupnya) digoreng. Proses penggorengan

hingga berwarna kuning. Selanjutnya dilakukan penirisan dalam *spinner* otomatis, baru kemudian diberikan bumbu rasa. Terakhir proses *packaging* sekaligus ditimbang, agar memiliki bobot yang sama untuk semua kemasan. Hal yang menarik, bahwa semua ibu-ibu KWT berpartisipasi aktif mengikuti semua proses dalam praktek pembuatan keripik singkong. Di tengah-tengah praktek, pada setiap tahapan pembuatan keripik selalu diselingi berbagai pertanyaan. Melihat semua proses diikuti dengan antusias, bisa diyakini bahwa ibu-ibu selanjutnya bisa mempraktekannya sendiri.

Selanjutnya anggota kelompok KWT juga di ajak praktek langsung membuka jaringan pasar dengan mempertemukannya dengan pemilik warung, outlet di lingkungan dusun, luar dusun, ke tempat wisata dan swalayan. Sebelumnya mahasiswa telah bertemu terlebih dahulu dengan para pedagang atau pemilik warung atau outlet dan swalayan. Pada pertemuan yang kedua, mahasiswa memperkenalkan anggota KWT dengan para pemilik warung atau outlet tersebut, sekaligus menyampaikan kepentingannya untuk menitipkan barang dagangan (keripik singkong aneka rasa) untuk seterusnya.

Hal yang perlu diperhatikan yakni penting adanya pendampingan ke depannya agar kegiatan ekonomi produktif usaha keripik singkong aneka rasa melalui kelompok KWT Semuluh Lor ini bisa berlanjut. Penting pendampingan yang terkait dengan manajemen waktu. Hal ini mengingat sebagian besar warga Semuluh Lor adalah petani yang sudah cukup sibuk dengan kegiatannya sehari-hari di lahan pertanian. Penting pendampingan yang arahnya untuk memiliki rumah produksi yang representatif. Mengingat kelompok KWT belum memiliki rumah produksi keripik singkong (sementara menggunakan rumah warga). Juga pendampingan terkait dengan manajemen kelompok. Hal ini mengingat bahwa Kelompok Pengrajin Keripik Singkong “Semuluh Lor” belum memiliki pembagian kerja yang baik, diantaranya belum adanya struktur organisasi yang baik, misalnya belum ada seksi produksi dan seksi promosi. Hal ini perlu pembinaan untuk ke depannya agar Kelompok Keripik Singkong di Semuluh Lor bisa berlanjut. Bahkan pendampingan ke depannya bisa di arahkan untuk memiliki outlet di tempat-tempat strategis, seperti di tempat wisata pantai.

Prospek bagi keberlanjutan usaha keripik singkong KWT di Semuluh Lor sangat baik. Hal ini karena adanya hal-hal yang mendukung, yakni: a) Semuluh Lor menjadi salah satu wilayah penghasil singkong, sehingga bahan baku utama keripik singkong mudah di dapatkan. b) Antusias warga Semuluh Lor dalam mengikuti sosialisasi dan pelatihan pembuatan Keripik Singkong “Semuluh Lor” menjadikan program Kerja berjalan dengan baik dan lancar. c) Warga Semuluh Lor bersifat mandiri dalam melakukan latihan produksi keripik singkong, sehingga diharapkan dapat melakukan produksi lebih besar lagi kedepannya. d) Alat Produksi sudah disediakan oleh penyelenggara kegiatan KKN PPM, yaitu alat perajang singkong otomatis dan alat *spinner* (peniris minyak).

Jelas bahwa untuk keberhasilan pemberdayaan masyarakat, ada banyak hal yang harus diperhatikan, karena hal ini bisa menjadi hambatan keberhasilan seperti kemampuan masyarakat (ibu-ibu semuluh Lor), kelembagaan (KWT Semuluh Lor), kerangka kerja

KWT, norma dan aturan dalam KWT. Hal selaras dengan temuan Adamson, (2010) bahwa hambatan utama untuk pencapaian pemberdayaan masyarakat termasuk masalah kapasitas masyarakat, kapasitas kelembagaan, budaya organisasi dan kerangka kerja peraturan.

Bahkan lebih lanjut, agar peningkatan ekonomi masyarakat Dusun Semuluh Lor lebih signifikan penting untuk dipikirkan adanya diversifikasi produk olahan berbahan baku singkong. Penting dilakukan adanya berbagai pelatihan lainnya, seperti pelatihan pembuatan brownis singkong, pelatihan pembuatan donut singkong, pelatihan pembuatan roti singkong ataupun pembuatan kue kering berbahan baku singkong. Dengan adanya diversifikasi produk olahan singkong tersebut memberikan alternatif olahan singkong bagi konsumen. Sementara bagi KWT Semuluh Lor selaku produsen akan memperkecil resiko jika ada salah satu produknya kurang diminati.

Selanjutnya prospek pasar produk olahan singkong juga terbuka luas. Banyak destinasi wisata unggulan terkait dengan alam yang ada di Gunung Kidul, sehingga hal ini memberi peluang bagi produk untuk pemasaran keripik singkong “Semuluh Lor” maupun produk olahan lainnya. Pemasaran keripik singkong “Semuluh Lor” dan berbagai produk lainnya dapat diedarkan ke toko swalayan, toko kelontong, dan warung-warung di deretan pantai di Gunung Kidul.

Hal yang menarik lagi, kini produk olahan kripik singkong “Semuluh Lor” memiliki Perizinan Pangan Industri Rumah Tangga (PIRT) dari Dinas Kesehatan. Pengalaman ini akan memudahkan bagi KWT Semuluh Lor untuk mendapatkan perizinan PIRT untuk olahan pangan yang lainnya.

Simpulan

1. Pelaksanaan program KKN PPM di Dusun Semuluh Lor, Ngeposari, Semanu, Gunungkidul, DIY telah berjalan dengan baik. Pada kegiatan sosialisasi (penyuluhan) mencakup materi pembentukan dan pentingnya kelompok wanita tani, penyuluhan tentang cara pembuatan keripik singkong dan penyuluhan tentang pembentukan jaringan Pasar. Ibu-ibu mengikuti penyuluhan dengan seksama hingga kegiatan berakhir. Terkait adanya rencana pelatihan pembuatan keripik singkong, disepakati oleh ibu-ibu peserta penyuluhan untuk menggunakan dan menghidupkan kembali KWT yang sudah ada (tidak perlu membentuk KWT baru). Peserta penyuluhan menyediakan diri dan memiliki semangat yang tinggi terkait rencana pelatihan pembuatan keripik singkong dan berjanji mengikuti kegiatan pembukaan jaringan pasar.
2. Dalam kegiatan Pelatihan pembuatan Keripik Singkong “Semuluh Lor”, dikuti oleh ibu-ibu anggota KWT dari kedua RT yang ada di Dusun Semuluh Lor. Pelatihan pembuatan keripik singkong aneka rasa berjalan dengan baik dan penuh semangat. Ibu-ibu anggota KWT cukup yakin bisa mencoba secara mandiri di kelompoknya.
3. Dalam kegiatan pembukaan jaringan pasar Keripik Singkong “Semuluh Lor” yang didampingi oleh 10 mahasiswa KKN 018 telah mampu membuka jaringan ke toko

kelontong yang ada di Dusun Semuluh Lor, toko-toko yang ada disekitar Dusun Semuluh Lor, outlet-outlet ditempat wisata Gunungkidul dan sebuah swalayan di Semanu. Hal ini menambah rasa percaya diri bagi KWT Semuluh Lor bahwa usahanya ke depan akan bisa berjalan.

4. Agar kegiatan ini terus berjalan, direkomendasikan agar ada pendampingan lebih lanjut sampai KWT mandiri dalam usaha keripik singkong. Agar peningkatan ekonomi masyarakat Dusun Semuluh Lor bisa meningkat secara signifikan penting diselenggarakan pelatihan diversifikasi olahan pangan berbahan baku singkong lainnya.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih dan penghargaan yang tinggi disampaikan kepada Rektor UMY dan Kepala LP3M yang telah memfasilitasi kegiatan pengabdian pada masyarakat progam KKN PPM dengan SK Nomor: 2816/SK-LP3M/I/2019. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Pemerintah Dusun Semuluh Lor sebagai mitra dan Kelompok Wanita Tani Semuluh Lor sebagai sasaran pengabdian masyarakat, beserta mahasiswa KKN 018 yang telah banyak membantu dalam pelaksanaan di lapangan, dan pihak lain yang memberikan kontribusi dalam kegiatan ini.

Daftar Pustaka

- Adamson, D. (2010). Community empowerment: Identifying the barriers to “purposeful” citizen participation. *International Journal of Sociology and Social Policy* Vol. 30 No. 3/4, 114-126.
- Adamson, D., Glamorgan, & Bromiley, R. (2012). Community empowerment: learning from practice in community regeneration. *International Journal Of Public Sector Management* Vol. 26, Issue 3, 180-181.
- Badan Pusat Statistik, 2018. *Kecamatan Semanu Dalam Angka 2018*. Badan Pusat Statistik Kabupaten Gunungkidul, Daerah Istimewa Yogyakarta.
- Indardi. (2018). Peningkatan Ekonomi Masyarakat Melalui Pembuatan Keripik Singkong Di Semuluh Kidul, Semanu, Gunung Kidul. *BERDIKARI*, 56-57.
- Kependudukan DIY, 2016. *Statistik Penduduk D.I Yogyakarta*. Biro tata pemerintahan Setda DIY, Yogyakarta.

Lampiran

1. Link/ URL KKN PPM 2019
 Youtube 1: https://youtu.be/z4hPqIj6_Rw
 Youtube 2: <https://youtu.be/o3mQh7taqOM>
2. Peta Dusun Semuluh Lor



Inisiasi Pengembangan Peternakan Kambing Etawa Pe Di Dusun Wisata Gunung Kelir, Jatimulyo, Kulonprogo

Yayat Hidayat

Fakultas Pendidikan Bahasa, Prodi Pendidikan Bahasa Arab UMY
 Jl. Brawijaya Taman Tirto Kasihan Bantul Yogyakarta
 yayathidayat@fpb.umy.ac.id

Abstrak

Kulonprogo dengan luas alam yang membentang menyimpan pesona kekayaan alam yang indah dan berpotensi melahirkan nilai ekonomi bagi masyarakat sekitar. Gunung kelir yang berada di Desa Girimulyo selain menampilkan pesona alam yang menawan sekaligus menjadi daya dongkrak tumbuhnya perekonomian masyarakat sekitar. Potensi alam di Gunung Kelir sangatlah menjanjikan dengan lahan pertanian yang subur, ditambah hadirnya tiga wisata air terjun dan besarnya antusias warga untuk beternak kambing Etawa menjadi daya tarik tersendiri untuk meningkatkan taraf hidup yang lebih baik. Tulisan ini secara deskriptik-analitis berusaha menggambarkan masalah yang terjadi di Dusun Wisata Gunung Kelir. Hasil analisis menunjukkan bahwa masyarakat di Dusun Gunung kelir membutuhkan upaya penyuluhan dan pemahaman terkait pengembangan pertanian-peternakan kambing etawa PE.

Kata Kunci: *Dusun Gunungkelir, Potensi Ekonomi, Penyuluhan Kambing Etawa PE.*

Pendahuluan

Potensi Wilayah. Gunung Kelir adalah nama sebuah dusun di salah satu desa di Yogyakarta. Gunung Kelir secara yuridis masuk dalam wilayah desa Jatimulyo, Kecamatan Girimulyo, kabupaten Kulon Progo, Provinsi Yogyakarta. Nama Gunung Kelir diambil dari sebuah pegunungan yang membatasi karesidenan kedu dan yogyakarta (pegunungan menoreh) di bagian selatan terdapatlah sebuah gunung yang amat tinggi yang menyerupai kelir (tempat memainkan wayang) dan diselatannya terdapat gunung kecil bernama gunung Tumpeng, lalu berurutan gunung besar, goa seplawan, dan gunung gajah.

Potensi alam di Gunung Kelir sangatlah menjanjikan, tanahnya dijaga untuk tidak memakai pupuk anorganik tetapi menggunakan pupuk kandang hasil peternakan kambing etawa di dusun ini. Pesona alamnya sangatlah elok karena terdapat tempat dimana kita bisa memandang kota wates, waduk sermo bahkan kota Jogja. dusun ini sangat berpotensi menjadi dusun wisata karena potensi alamnya, bahkan memungkinkan juga untuk membuat sebuah lokasi perkemahan yang strategis didukung fasilitas air yang memadai.

Di dalam pengembangan suatu desa menjadi desa wisata, di samping identifikasi terhadap unsur-unsur yang ada di desa, penentuan desa wisata juga harus diimbangi dengan

pemahaman karakteristik serta tatanan budaya masyarakat. Hal ini dimaksudkan agar dapat dimanfaatkan dalam pengembangan aspek perekonomian desa tersebut. Wilayah yang bisa dikembangkan di desa wisata adalah wilayah yang baik dari segi ekonomi, sosial budaya, lingkungan fisik alam, mempunyai ciri khas yang non urban, dan mempunyai ciri kehidupan tradisional yang unik. Klasifikasi desa wisata dengan karakteristik tertentu antara lain desa wisata budaya, desa wisata pertanian, desa wisata pendidikan, desa wisata fauna, desa wisata kerajinan, dan desa wisata alam (Dinas Pariwisata Kab Sleman, 2007: 16).

Sebagian besar penduduk bekerja sebagai petani. Karakter kehidupan gotong royong masyarakat masih sangat kental dan kuat. Hamparan lahan perbukitan yang menawarkan makna keindahan. Kehidupan sosial antar warga sangat rukun, damai dan didukung lingkungan yang aman. Adanya berbagai daya dukung yang potensial, maka Desa Jatimulio dapat dikembangkan menjadi dusun wisata tanpa meninggalkan nilai-nilai kehidupan yang ada.

Permasalahan yang dialami oleh pengelola Desa Jatimulyo salah satunya terkait, **pertama**, tata kelola pertanian-peternakan Etawa PE sebagai potensi perpaduan wisata belum serius di garap. **Kedua**, sebagian wisata air sangat rentan memunculkan konflik karena pengelolaan masih bersifat pribadi belum sebagian menjadikan bagian dari sumber ekonomi bagi masyarakat sekitar. **Ketiga**, pemerintah untuk mencarikan investor yang mau membangun dusun wisata ini. **Keempat**, Banyak sarjana-sarjana telah dihasilkan dari dusun ini, namun mereka memilih pergi ke kota untuk mencari pekerjaan karena dusun ini tidak menjanjikan kehidupan yang lebih baik.

Penyelesaian masalah yang diusulkan untuk mengatasi beberapa persoalan di atas, **pertama**, optimalisasi pertanian-peternakan kambing Etawa PE yang terintegrasi dengan wisata. **kedua**, Wisata air dikelola secara professional oleh pemerintahan desa setempat. **Ketiga**, mencarikan investor swasta yang siap bekerjasama memajukan usaha wisata. **keempat**, merekrut sumberdaya setempat sesuai dengan kompetensi keilmuan yang di milikinya.

Pengelolaan pertanian-peternakan kambing Etawa PE dan usaha wisata yang selama ini dirintis di desa wisata Jatimulyo masih belum terdokumentasi dan dikelola dengan baik. Administrasi keuangan, publikasi, dan manajemen desa wisata masih belum dikondisikan dengan baik oleh pengelola karena keterbatasan pengetahuan. Bertolak dari luasnya permasalahan di atas, maka Universitas Muhammadiyah bermaksud menyelenggarakan kegiatan Kuliah Kerja Nyata Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (KKN PPM) di Desa Jatimulio dengan Tema: Inisiasi Pengembangan Pertanian-Peternakan Kambing Etawa Pe Di Dusun Wisata Gunung Kelir”.

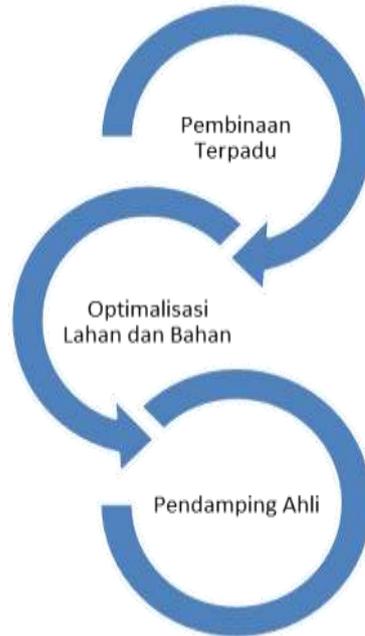
Metode Pelaksanaan

Metode atau konsep yang digunakan dalam Kegiatan KKN PPM untuk pemecahan masalah pertanian-peternakan kambing etawa PE di Desa Jatimulio adalah penguatan tepat guna dengan pendekatan terpadu, yang meliputi: satu, Pembinaan pemahaman petani. Kedua,

optimalisasi lahan dan kandang dengan sentuhan ilmu dan bahan berbasis lokal dan potensi. Ketiga, mendatangkan ahli sekaligus aplikasi penerapan ilmu dan penerapan bahan berbasis lokal.

Gambar 1. Keterpaduan Pertanian-Peternakan Lahan dan Bahan Lokal

Sumber: dokumen penulis



Hasil dan Pembahasan

Dalam rangka mengembangkan darma pengabdian, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan daya saing bangsa. Pengabdian kepada masyarakat salah satunya melalui kegiatan kuliah kerja nyata pemberdayaan kepada masyarakat (KKN PPM UMY). Kegiatan KKN PPM UMY berorientasi dalam mengamalkan dan membudayakan ilmu pengetahuan dan teknologi untuk memajukan kesejahteraan umum dan mencerdaskan kehidupan bangsa. Hal ini tertera dalam Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan tinggi Pasal 45.

Pelaksanaan KKN-PPM UMY diorientasikan kepada tiga elemen penting, yaitu mahasiswa, Mitra Pemerintah dan Perguruan Tinggi. KKN-PPM UMY membangun sinergi berbagai elemen masyarakat, antara lain: masyarakat, organisasi masyarakat, tokoh masyarakat, pemerintah daerah, pemerintah daerah tingkat kecamatan sampai dusun yang berpartisipasi sebagai narasumber dan mitra KKN-PPM UMY di lokasi. KKN-PPM UMY terus dikembangkan untuk mencapai titik optimal kegiatan dengan berbagai cara, antara lain dengan mengembangkan pola KKN-PPM UMY menjadi terintegrasi, terukur dan berkelanjutan.

Pemberdayaan masyarakat adalah upaya meningkatkan kemampuan dan potensi yang dimiliki masyarakat, sehingga masyarakat dapat mewujudkan jati diri, untuk meningkatkan harkat dan martabat lapisan masyarakat yang dalam kondisi sekarang tidak mampu untuk

melepaskan diri dari perangkap kemiskinan dan keterbelakangan. Menurut Sumaryadi (2005:11). Pemberdayaan masyarakat adalah upaya mempersiapkan masyarakat seiring dengan langkah upaya memperkuat kelembagaan masyarakat agar mereka mampu mewujudkan kemajuan, kemandirian, dan kesejahteraan dalam suasana keadilan sosial yang berkelanjutan. Selain itu membantu pengembangan manusiawi yang autentik dan integral dari masyarakat lemah, rentan, miskin perkantoran, masyarakat adat yang terbelakang, kaum muda pencari kerja, kaum cacat dan kelompok wanita yang didiskriminasikan. Memberdayakan kelompok-kelompok masyarakat tersebut secara sosial ekonomis sehingga mereka dapat lebih mandiri dan dapat memenuhi kebutuhan dasar hidup mereka, namun sanggup berperan serta dalam pengembangan masyarakat.

Dusun Gunung Kelir merupakan salah satu dusun yang sudah mulai berkembang di Desa Jatimulyo. Dusun Gunung Kelir memiliki salah satu potensi dalam bidang peternakan. Hewan ternak yang banyak dikembangkan di Dusun Gunung Kelir adalah Kambing jenis PE. Dari proses perkembangbiakannya masyarakat di daerah Gunung Kelir memiliki kendala berupa kurangnya pengetahuan tentang perkembangbiakan Kambing PE.

Dengan permasalahan di atas kemudian berinisiatif untuk memberdayakan peternak kambing di Dusun Gunung Kelir. Pemberdayaan peternak berupa melakukan penyuluhan tentang pemeliharaan dan pengembangbiakan Kambing PE untuk dapat menghasilkan bibit kambing PE yang baik untuk dikembangkan dan dipasarkan. Dengan mengadakan penyuluhan dan mendatangkan narasumber yang ahli dalam pengembangbiakan kambing PE diharapkan para peternak kambing di Dusun Gunung Kelir dapat menghasilkan bibit yang sesuai harapan. Permasalahan yang terjadi pada dusun Gunung Kelir adalah kurangnya pemanfaatan kambing etawa yang mana potensi tersebut tidak hanya dijual, namun kambing etawa tersebut dapat menghasilkan susu. Selain itu permasalahan selanjutnya adalah kurangnya pengetahuan tentang pemeliharaan dan pengembangbiakan kambing PE.

Kegiatan PPM diharapkan dapat menghasilkan pelaksanaan beberapa program kerja memiliki indikator yang ingin dicapai. Adapun indikator yang ingin dicapai terwujudnya pengetahuan tentang berternak kambing etawa dan terbentuknya kelompok peternak kambing etawa.

Sesuai dengan tema tulisan ini, maka diharapkan dapat menghasilkan pengetahuan tentang berternak kambing etawa dan terbentuknya kelompok peternak kambing etawa. Program-program yang sudah dirancang sebelumnya akan direalisasikan dengan metode penyuluhan kepada masyarakat dalam memperbaiki sistem pertanian-peternakan Penyuluhan kepada masyarakat dalam ikut serta partisipasi (petani-peternak) secara mandiri.

Tabel 1. Perancangan Pencapaian Program

No	Program	Metode Pelaksanaan
1.	Perkembangbiakan kambing PE	<ul style="list-style-type: none"> - Observasi tentang potensi dan masalah desa. - Pendekatan dan wawancara dengan kepala dukuh, ketua RT dan warga setempat. - Pengajuan kerjasama dengan narasumber yang berkecimpung dibidangnya. - Penetapan jadwal penyuluhan. - Pemberian informasi kepada masyarakat tentang adanya penyuluhan. - Pelaksanaan penyuluhan perkembangbiakan kambing PE dengan mendatangkan narasumber.

Sumber: dokumen penulis

Simpulan

Dusun Gunung Kelir merupakan salah satu dusun yang sudah berkembang di desa Jatimulyo. Dusun Gunung Kelir memiliki salah satu potensi dalam bidang peternakan. Hewan ternak yang banyak dikembangkan di Dusun Gunung Kelir adalah Kambing jenis PE. Dari proses perkembangbiakannya masyarakat di daerah Gunung Kelir memiliki kendala berupa kurangnya pengetahuan tentang perkembangbiakan Kambing PE.

Diharapkan program ini dapat ditingkatkan dan dikembangkan, adapun yang dapat mengerjakan program ini adalah seluruh warga yang memiliki pekerjaan sebagai peternak Kambing PE.

Tabel 2. Tahapan Peranakan

No	Program KKN PPM	Tindak Lanjut
1.	Pengajuan proposal berupa bantuan kambing pejantan kepada Dinas Peternakan.	<p>Diharapkan dengan adanya program pokok ini, para peternak Kambing PE di dusun Gunung Kelir lebih memperhatikan pengembangbiakan anakan Kambing jenis PE yang sebelumnya mayoritas ternak disana sulit berkembangbiak.</p> <p>Pengajuan ini juga disusul dengan adanya harapan untuk melanjutkan program yang telah berjalan, mengenai hasil perkembangbiakan ternak, sekaligus memperhatikan masalah pangan, kandang maupun potensi pupuk yang diharapkan kelompok ternak untuk masa mendatang.</p>

Program-program yang sudah direncanakan lebih mengarah pada pemberdayaan masyarakat dusun Gunung Kelir. Setiap program yang dilaksanakan diharapkan dapat memberikan dampak positif bagi warga dalam jangka waktu yang panjang. Hasil dari program-program tersebut yaitu:

- a. Adanya peningkatan usaha tani dan ternak.
- b. Adanya efisiensi teknis dan ekonomis
- c. Adanya peningkatan taraf hidup dan nilai tambah.

Gambar 2. Kegiatan hasil pelaksanaan program pokok yaitu sosialisasi pengembangan kambing PE yang di pandu oleh narasumber Bapak Yulianto.



Sumber: dokumen penulis

Ucapan Terima Kasih

1. Lembaga Pendidikan, Penelitian, dan Pengabdian pada Masyarakat (LP3M) Universitas Muhammadiyah Yogyakarta atas Kemitraan Pelaksanaan KKN PPM di Kulonprogo.
2. Pemerintah Desa Jatimulyo, Kulonprogo atas Kemitraan Program KKN PPM.
3. Warga Dusun Gunung Kelir, Desa Jatimulyo yang telah bersedia bermitra untuk diberi penyuluhan pengembangan kambing Etawa PE.
4. Mahasiswa KKN Universitas Muhammadiyah Yogyakarta kelompok 052

Daftar Pustaka

<https://www.peta-hd.com/2019/01/peta-kabupaten-kulon-progo.html>. Di unduh 14 Januari 2019.

<https://pariwisata.slemankab.go.id>. Di unduh 20 Januari 2019.

Sumaryadi, I Nyoman, 2005. *Perencanaan Pembangunan Daerah Otonom dan Pemberdayaan Masyarakat*. CV. Citra Utama, Jakarta.

Link YouTube

https://youtu.be/1bsa-e_mYQA

Kampung Eduwisata Hanjeli Waluran Mandiri Sebagai Pelopor Wisata Tematik Di Kabupaten Sukabumi

Iwan Riza^{1*}, Ashrul Tsani², Siska Hestiana³, Indra Griha Taopik Isa⁴

^{1,2,3,4} Universitas Muhammadiyah Sukabumi, Jl.R.Samsudin,SH.No50, Kota Sukabumi,43113,(0266) 218345

Email: myfrank5150@gmail.com

Abstrak

Desa Waluran Mandiri terletak di Kabupaten Sukabumi tepatnya di Kecamatan Waluran, keadaan tanahnya didominasi lahan yang memiliki kadar air sedikit, sehingga tidak banyak tanaman yang tumbuh secara subur, hal ini diperparah dengan kebiasaan masyarakat dalam mencari kehidupan dengan cara cepat yaitu dengan menjadi penambang emas liar, yang sudah barang tentu cara-cara yang digunakan banyak mengandung risiko terhadap kesuburan lahan yang diakibatkan penggunaan bahan kimia logam berat yang pada gilirannya akan memberikan dampak merugikan. Sebagai proses penyadaran, diusulkan dibentuknya Kampung Eduwisata yang bertujuan untuk memberikan informasi yang memberikan edukasi pada masyarakat tentang kerusakan lingkungan serta penyadaran masyarakat tentang potensi yang mereka miliki serta memperkenalkan tanaman hanjeli yang cocok tumbuh di lahan yang ada serta memberikan kesadaran pada masyarakat tentang potensi wisata. Atas dasar itulah, dilakukan kajian terhadap potensi Desa Waluran Mandiri, dari pengamatan yang dilakukan, diputuskan untuk menggabungkan antara edukasi tentang kelestarian lingkungan dengan wisata dari potensi penanaman hanjeli yang dilakukan. Adapun metode pelaksanaan konsep tematik eduwisata yang digunakan adalah dengan memberdayakan masyarakat melalui Focus Group Discussion untuk pengelolaan pertanian hanjeli, kewirausahaan hanjeli, seni budaya lokal dan keindahan pariwisata, sehingga kampung eduwisata hanjeli ini dapat memberikan dampak peningkatan kesejahteraan dan menjaga lahan dari kerusakan terutama untuk kebutuhan jangka panjang.

Kata Kunci: Eduwisata, Hanjeli, Waluran Mandiri

Pendahuluan

Salah satu objek wisata yang sudah diakui dalam skala internasional oleh UNESCO adalah Geopark Ciletuh, dimana sebagai warisan Geopark yang menjadi bukti lahirnya pulau Jawa. Geopark Ciletuh terletak di selatan Jawa Barat, tepatnya di Kabupaten Sukabumi. Destinasi wisata ini memiliki wisata alam yang terdapat di dalam satu kawasan, mulai dari pantai, air terjun, persawahan dan bukit dengan pemandangan *amphitheater*. Untuk menuju kawasan wisata, pengunjung harus melewati beberapa lokasi, salah satunya adalah Kecamatan Waluran, Kecamatan Waluran terdiri dari beberapa desa, yakni Desa Caringin Nunggal, Desa Mangunjaya, Desa Mekar Mukti, Desa Sukamukti, Desa Waluran dan Desa Waluran Mandiri.

Dampak dengan banyaknya pengunjung ke Geopark Ciletuh belum memberikan kontribusi secara signifikan kepada masyarakat yang ada di sekitarnya (Suci Sarah Andriany, Mega Rosana Fatimah, Adi Hardiyono, 2016), terutama desa-desa akses menuju Geopark Ciletuh yang ada di Kecamatan Waluran. Sehingga perlu dimunculkan potensi daerah yang tematik (Mari Pangestu, 2013) yang memikat pengunjung Geopark Ciletuh untuk singgah di desa-desa penyangga tersebut.

Terdapat beberapa permasalahan yang berasal dari kajian atau analisis situasi yang ada di daerah Desa Waluran Mandiri, sehingga dengan kerangka teori yang akan mengurutkan permasalahan yang ada serta akar permasalahan dan mencoba memberikan solusi pemecahan, maka diharapkan akan menemukan jalan terbaik dalam penentuan arah tujuan, adapun situasi dan permasalahan yang terjadi di Desa Waluran Mandiri adalah sebagai berikut:

A. Analisis Situasi

Desa Waluran Mandiri merupakan bagian terluas dari wilayah Kecamatan Waluran yang memiliki luas 2.114 Ha terdiri dari lahan pertanian dan persawahan sebanyak 2.024 Ha, hal ini menunjukkan luas sebanyak 95% merupakan lahan pertanian dan sebagian persawahan (BPS Kab. Sukabumi, 2016). Sehingga rata-rata penduduk di Desa Waluran Mandiri berprofesi sebagai petani dengan beberapa hasil bumi pertanian utama, antara lain beras putih, beras merah, dan kacang hanjeli. Kontur tanah yang terdapat di Desa Waluran Mandiri merupakan wilayah perbukitan, dimana sekitar 45% berupa tanah lereng. Penduduk daerah setempat memanfaatkan tanah lereng tersebut dengan menanam kacang Hanjeli. Dari tahun ke tahun produktivitas produksi kacang Hanjeli mengalami penurunan, salah satu faktor diantaranya adalah adanya kebiasaan masyarakat Desa Waluran Mandiri sebagai penambang emas liar atau dalam istilah setempat disebut "Gurandil". Secara ekonomi usaha penambangan emas liar dengan memanfaatkan lahan hutan dan perkebunan memberikan keuntungan, akan tetapi dikarenakan dikelola secara tradisional serta tanpa ada pengaturan dan arahan yang jelas dari pihak terkait, maka dampak dari usaha tersebut dapat menjadi bencana pada masa yang akan datang. Masalah terparah dengan adanya penambang liar ini adalah tertimbunnya penambang yang mengakibatkan korban jiwa, seperti yang dikutip dari news.detik.com (2012)

Gambar 1. Kondisi Lahan Tambang tempat Korban jiwa penambang Ilegal



Sumber: dokumen penulis

B. Analisis Masalah

Berdasarkan paparan tentang perilaku masyarakat Desa Waluran Mandiri, banyak permasalahan yang timbul, baik dari masalah lingkungan maupun sosial yang berkaitan dengan pola hidup masyarakat serta perubahan ritme kehidupan dari masyarakat agraris menjadi masyarakat pekerja yang menghabiskan waktu hampir 12 jam dalam sehari. Dampak dari adanya perubahan pola hidup masyarakat diantaranya:

1. Perhatian dan pengawasan terhadap anak menjadi berkurang

Hal ini dikarenakan para ibu banyak yang ikut menjadi pencari emas ilegal

Gambar 2. Perempuan Pemecah Batu Emas



Sumber: dokumen penulis

2. Lahan banyak terbengkalai

Lahan produktif ditinggalkan demi mendapat keuntungan secepatnya

Gambar 3. Lahan Terbengkalai



Sumber: dokumen penulis

3. Lingkungan tercemar dan banyak galian liar

Berdasarkan data yang diperoleh dari Laboratorium Kesehatan Daerah dengan No.Laboratorium 175/KL/IX/LAB terhadap air yang ada di wilayah Desa Waluran Mandiri, dinyatakan tidak memenuhi syarat higienis karena kadar logam tinggi, yang menyebabkan air akan sulit untuk menjadi jernih.

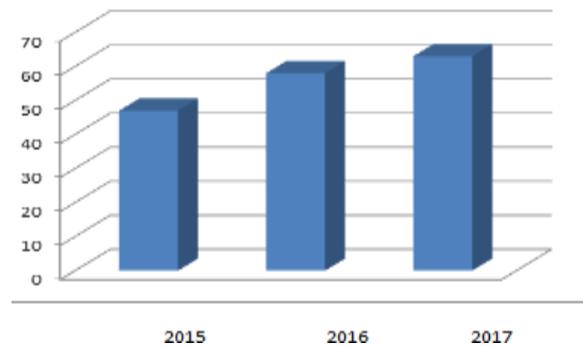
Tabel 1. Hasil Laboratorium

NO	PARAMETER	SATUAN	BATAS SYARAT	HASIL PEMERIKSAAN	METODE
A. FISIKA					
1	Kekeruhan	NTU	25	5	Turbidimetri
2	Jumlah Zat Padat Terlarut (TDS)	mg/l	1000	97	Konduktometri
3	Daya Hantar Listrik	μ .mhos/cm	-	137	Konduktometri
B. Kimia					
1	Besi (Fe)	mg/l	1,0	1,15	SNI 19-1127-1989
2	Kesadahan sebagai CaCO ₃	mg/l	500	50	SNI 06-2430-1991
3	Klorida	mg/l	-	56	SNI 06-2431-1991
4	Mangan (Mn)	mg/l	0,5	0,01	SNI 19-1133-1989
5	Nitrat Sebagai N	mg/l	10	1,2	Salisilat Method
6	Nitrit Sebagai N	mg/l	1	0	SNI 06-2412-1991
7	Derajat Keasaman (pH)	mg/l	6,5-8,5	6,5	Elektrometri
8	Sulfat	mg/l	400	27	SNI 06-2426-1991
9	Zat Organik	mg/l	10	2	SNI 06-2506-1991

Sumber: dokumen penulis

4. Generasi muda mulai melupakan tata cara bertani khususnya kacang hanjeli
Dilupakanya bidang pertanian oleh generasi muda Desa Waluran Mandiri ditandai dengan semakin bertambahnya jumlah pemuda desa yang memilih kerja di sektor non pertanian pada setiap tahunnya

Gambar 4. Grafik Jumlah tenaga produktif beraktifitas di luar desa



Sumber: Data Desa 201

5. Kepedulian terhadap kelangsungan hidup bermasyarakat mulai berkurang
Masyarakat mulai melakukan kegiatan dengan cara sendiri-sendiri, terutama dalam pemenuhan kehidupan dengan tanpa mepedulikan kehidupan sosial kemasyarakatan.

Gambar 5. Masyarakat membuang limbah ke tanah di sekitar mereka



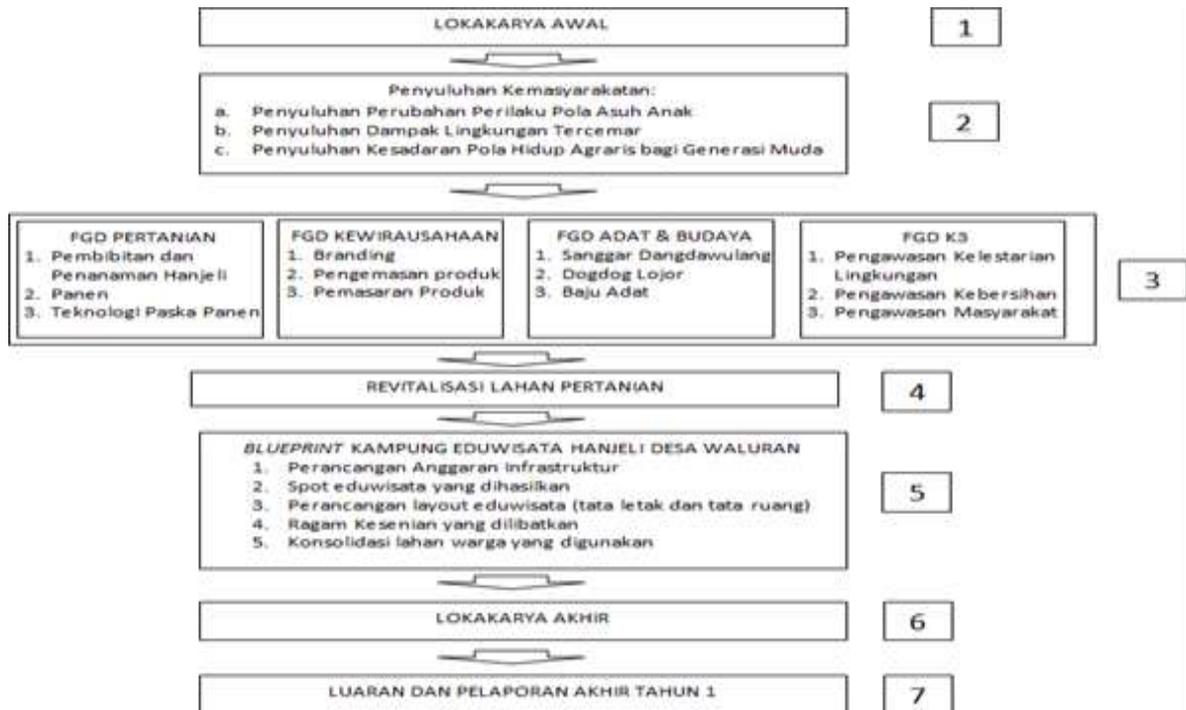
Sumber: dokumen penulis

Melihat dari beberapa permasalahan di atas, maka dalam pengabdian masyarakat ini dilakukan adanya sebuah gerakan pemberdayaan masyarakat untuk melestarikan lingkungan mereka serta mengembalikan kesadaran akan pentingnya pemanfaatan lahan, dengan kerangka sehingga untuk tercapai semua tujuan pengabdian, maka diterapkan konsep wisata tematik dengan mengangkat program pemberdayaan desa mitra dalam kerangka tematik Kampung Eduwisata dengan tujuan utama yaitu menjadikan sarana edukasi dan pariwisata yang dapat mengangkat kesejahteraan masyarakat dengan lingkungan yang terjaga serta pemanfaatan tanaman hanjeli untuk kembali menjadi primadona wisata Desa Waluran Mandiri

Metode Pelaksanaan

Mengacu pada kajian dari potensi wilayah yang mengedepankan unsur tematik, maka Metode Pelaksanaan dalam kegiatan adalah sebagai berikut:

Gambar 6. Metode Pelaksanaan Pengabdian



Sumber: dokumen penulis

1. Lokakarya Awal

Pada tahapan ini dilakukan ekspos mengenai program kegiatan yang akan dilaksanakan. Dalam pelaksanaannya, mengundang warga Desa Waluran Mandiri, aparat desa dan kecamatan, karang taruna, kelompok tani, tokoh masyarakat serta ibu PKK yang ada di Desa Waluran Mandiri. Pelaksanaan lokakarya awal dilaksanakan di Kecamatan Waluran.

2. Penyuluhan Kemasyarakatan

Penyuluhan dilakukan dalam program kemitraan Desa Waluran Mandiri, dengan melibatkan unsur masyarakat yang tergabung dalam kelompok tani dan komunitas wisata, dengan maksud untuk menyampaikan tujuan pengabdian kepada masyarakat dari kampus berdasarkan program dari kementerian. Keterlibatan masyarakat dalam proses penyuluhan dimaksudkan untuk memberikan arahan sekaligus memberikan pembelajaran tentang konsep eduwisata beserta langkah dan persiapan yang perlu dilakukan. Proses dilakukan secara berjenjang berdasarkan urutan kebutuhan. Cara penyampaian penyuluhan dikerjakan dengan beberapa cara yaitu:

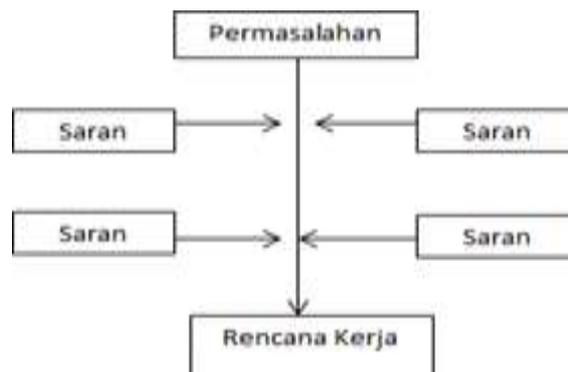
a. Ceramah

Metode ini dilakukan dengan cara memberikan arahan dan pencerahan terhadap rencana yang akan dikerjakan berdasarkan kondisi yang berlaku di wilayah Desa Waluran Mandiri. Adapun ceramah dilakukan oleh Tim Pengabdian dengan bekerjasama dengan komunitas dan kelompok yang berkepentingan dengan program kemitraan desa. Ceramah dilakukan di tempat berkumpulnya banyak warga diantaranya:

- 1) Tempat Ibadah (Masjid)
- 2) Balai Desa
- 3) Posyandu
- 4) Sekretariat Komunitas

b. Diskusi

Gambar 7. Diskusi menuju Rencana Kerja



Sumber: dokumen penulis

Metode diskusi dilakukan setelah mendapat tanggapan positif dari masyarakat tentang program-program yang akan dilakukan dan masyarakat diharapkan dengan sukarela dapat memberikan kesempatan untuk berkumpul dan membahas program sesuai dengan ketertarikan masyarakat terhadap program maupun bagian program yang saling mendukung, sehingga setiap program dengan berbagai permasalahannya diharapkan mendapat saran atau masukan untuk membentuk rencana kerja seperti terlihat pada gambar 6

sehingga rencana kerja merupakan rancangan program dengan masukan dari masyarakat untuk dilaksanakan berdasarkan kesepakatan bersama antara tim pengusul dengan warga Desa Waluran Mandiri

c. Demo Program

Pada kesempatan demo program tentang kampung eduwisata hanjeli yang dicanangkan adalah dengan memperlihatkan beberapa pelaksanaan dari program dalam bentuk peragaan atau pemaparan dalam proses persiapan ataupun kegiatan pelaksanaan. Contoh demo yang sudah dipaketkan dalam kegiatan adalah pemaparan pengolahan kacang hanjeli dari proses tanam yang baik, pemeliharaan dan proses panen serta pasca panen dalam bentuk pengolahan berbagai penganan makanan terbuat dari bahan dasar hanjeli, demo dilakukan dengan cara berikut:

- 1) Memberikan contoh peragaan proses
- 2) Memberikan contoh hasil dari rencana program
- 3) Memberikan gambar proses pelaksanaan program
- 4) Memberikan video atau film durasi pendek gambaran pelaksanaan kegiatan

3. Pembentukan *Focus Group Discussion*

Dalam pembentukan *Focus Group Discussion* melibatkan seluruh partisipasi warga desa, baik ibu rumah tangga, pemuda, orang tua, dan anak-anak. Terdapat 4 FGD yang akan dibentuk, yakni FGD Pertanian, FGD Kewirausahaan, FGD Adat & Budaya, FGD K3.

a. FGD Pertanian

Pada pembentukan kelompok diskusi dilakukan pemilihan terhadap orang yang sangat paham tentang materi penanganan lahan pertanian dan sekaligus tentang penanganan penanaman serta pemeliharaan hingga proses panen, seperti tertera pada gambar 1 tentang bagan urutan pengkajian kelompok diskusi

Setiap tahapan pembahasan materi, kelompok diskusi membuat rencana kerja pada masa tahun pertama penanaman. Dalam pelaksanaannya FGD, diharapkan terciptanya pengetahuan di antara masyarakat tentang pertanian khususnya hanjeli, sehingga dengan bekal pengetahuan pertanian akan memudahkan proses pelaksanaan program Kampung Eduwisata Hanjeli di Desa Waluran Mandiri, terutama dalam proses persiapan pada tahun pertama, dan menguatkan pelaksanaan pada tahun selanjutnya.

Gambar 8. Tahapan materi pengkajian kelompok pertanian



Sumber: dokumen penulis

b. FGD Kewirausahaan

Segmentasi untuk FGD Kewirausahaan akan melibatkan pemuda dan karang taruna di wilayah Kampung Eduwisata Hanjeli. Program Kerja yang akan dilaksanakan pada FGD ini adalah:

- 1) Pembuatan konsep strategi pemasaran Kampung Eduwisata
- 2) Pembuatan Akun media sosial Instagram, Youtube, web kampung eduwisata
- 3) *Branding* produk olahan hanjeli, sebagai identitas dari hanjeli sehingga memiliki nilai jual yang baik bagi konsumen
- 4) *Packaging* produk olahan hanjeli dengan konsep ergonomis yang memiliki sisi estetika yang baik

c. FGD Adat dan Budaya

FGD Adat dan Budaya memiliki tujuan membuat konsep kesenian yang akan disuguhkan bagi pengunjung, sebagai identitas kearifan budaya lokal. Pihak yang dilibatkan dalam FGD Adat dan Budaya adalah tokoh masyarakat, pelaku seni yang tergabung dalam sanggar seni Dangdangwulan, padepokan pencak silat serta pemuda dan pemudi yang memiliki concern dalam masalah pelestarian seni budaya, khususnya kesenian sunda. Kesenian utama yang disuguhkan adalah:

- 1) Tarian Daerah
- 2) Dogdog Lojor
- 3) Permainan Tradisional Khas Waluran
- 4) Pencak Silat

d. FGD K3

FGD Keamanan, kenyamanan, dan kesehatan meliputi sarana dan prasarana yang dibutuhkan dalam pelaksanaan program kampung eduwisata hanjeli, adapun program ini sebagai wadah pamong masyarakat dan pengunjung yang nantinya menjadi tim pengamanan, kebersihan dan kesehatan baik bagi

masyarakat maupun pengunjung. Pembentukan FGD K3 ini menasar pada pemuda dan karang taruna yang ada di Desa Waluran Mandiri dengan melalui pembinaan serta penyuluhan kesadaran terhadap lingkungan sekitar dan kesadaran tentang potensinya.

4. Revitalisasi Lahan Pertanian

Revitalisasi Lahan Pertanian bertujuan untuk mengembalikan fungsi lahan non produktif, yang sudah lama tidak dimanfaatkan oleh warga, menjadi tanah produktif untuk menunjang dalam peningkatan kapasitas produksi tanaman hanjeli. Adapun Langkah yang dilakukan dalam pengembalian lahan adalah sebagai berikut:

- a. Pendataan lahan
- b. Penelaahan tingkat pengembalian fungsi
- c. Inventarisasi kebutuhan pengembalian lahan
- d. Pembagian kelompok pengelola lahan
- e. Penentuan jadwal pengelolaan lahan

5. Pembuatan *Blueprint* Kampung Eduwisata Hanjeli Desa Waluran

Hasil dari pelaksanaan Penyuluhan, pembentukan FGD dan revitalisasi lahan pertanian adalah rancangan *Blueprint*, yang di didalamnya memuat:

- a. Perancangan Anggaran Infrastruktur
- b. Spot eduwisata yang dihasilkan
- c. Perancangan layout eduwisata (tata letak dan tata ruang)
- d. Ragam Kesenian yang dilibatkan
- e. Konsolidasi lahan warga yang digunakan

6. Lokakarya Akhir

Pelaksanaan Lokakarya Akhir dilaksanakan di Kantor Kecamatan Waluran dengan keterlibatan keseluruhan partisipasi warga dan aparat pemerintahan kecamatan yang terlibat dalam perancangan, pengembangan dan pembentukan Kampung Eduwisata Hanjeli. Pada kegiatan ini akan dilakukan ekspos mengenai hasil kegiatan yang sudah dilaksanaka. Juga paparan mengenai rencana keberlanjutan dari program kerja yang akan dilaksanakan di tahun pelasaan Kedua

Hasil dan Pembahasan

Pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat dengan mengusung wisata tematik yang mengangkat konsep eduwisata hanjeli, telah memberikan banyak manfaat pada masyarakat Desa Waluran Mandiri, hal ini terlihat dari banyaknya partisipasi dari masyarakat dalam setiap kegiatan dari masing-masing FGD baik yang bersifat penyuluhan, demo program, maupun pelaksanaan kegiatan kampung eduwisata hanjeli. Gambaran proses dari hasil FGD bidang pertanian dari mulai animo masyarakat mengikuti penyuluhan, kemudian kegiatan penanaman hanjeli serta hasilnya dapat dinikmati oleh wisatawan yang hadir, hal ini dapat dilihat dari gambar 9

Gambar 9. Tahapan Animo masyarakat hingga menghasilkan kunjungan



Sumber: dokumen penulis

Gambar 10. Keikutsertaan wisatawan dalam kegiatan seni budaya kampung hanjeli



Sumber: dokumen penulis

Kegiatan FGD Pertanian bekerja sama dengan FGD K3 dalam bentuk penyuluhan terhadap para petani, warga dan Kelompok Wanita Tani telah memberikan pemahaman tentang cara

penanaman, pemeliharaan serta penanganan pasca panen terhadap tanaman hanjeli, sehingga kegiatan pertanian dapat menjadi salah satu agenda kegiatan wisata yang dapat dinikmati para wisatawan, selain itu dengan peningkatan pengetahuan melalui FGD pertanian, telah mengakibatkan meningkatnya tingkat kedarasan masyarakat tentang tanaman hanjeli dan penagnanan lingkungan yang sehat dan nyaman, hal ini terlihat dari adanya perluasan lahan tanam hanjeli dari 2 Ha, menjadi 6 Ha.

Gambaran proses berikutnya berkaitan dengan FGD senibudaya yang digabung dengan FGD kewirausahaan yang dimulai dari animo masyarakat dalam mengikuti penyuluhan hingga menampilkan kratifitas dan diikuti oleh para wisatawan, seperti terlihat pada gambar 10.

Kegiatan seni budaya yang ditampilkan adalah kebudayaan lokal pencak silat yang ditampilkan pada saat kedatangan tamu, serta adanya kerjasama dengan team kesenian lokal dalam upacara penyambutan tamu yang datang, hal ini sekaligus memberikan dampak kreatifitas yang tinggi serta semangat warga yang ditunjukkan dengan dilakukannya latihan secara berkala untuk seni budaya. Adapun penggabungan kedua FGD ini dapat dilihat dari dilakukannya budaya “ngaliwet hanjeli”, yaitu malukan budaya makan bersama dengan nasi berbahan hanjeli yang dibuat oleh FGD kewirausahaan dengan lauk pauk mengambil dari potensi sekitar Desa Waluran Mandiri.

Gambar 11. Produk Olahan Berbahan Dasar Hanjeli



Sumber: dokumen penulis

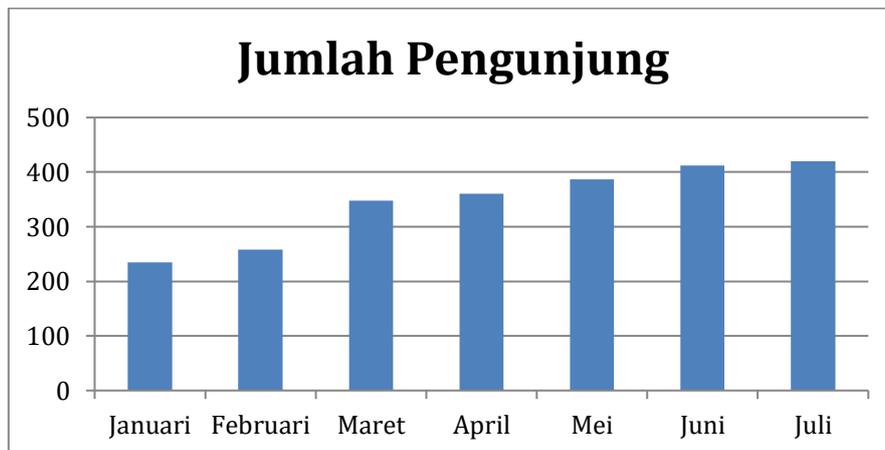
Gambaran proses berkaitan dengan kegiatan FGD wirausaha dapat dilihat dengan jelas peningkatan dan inovasi dari warga dengan menampilkan produk olahan hanjeli yang mulai dipasarkan dan menjadi salah satu komoditas kampung eduwisata hanjeli, seperti terlihat pada

gambar 11, yang sudah mulai dikenal masyarakat dan diikutsertakan dalam berbagai pameran. Adapun produk olahan hanjeli yang banyak diminati oleh masyarakat sebagai kreasi warga Kampung Wisata Hanjeli Desa Waluran Mandiri yaitu:

1. Rengginang Hanjeli
2. Dodol Hanjeli
3. Bubur Hanjeli
4. Bolu Hanjeli
5. Nasi Hanjeli

Adapun jumlah kunjungan dari waktu ke waktu menunjukkan peningkatan baik wisatawan lokal, regional maupun nasional, hal ini menunjukkan bahwa kiprah pariwisata tematik dengan mengusung desa eduwisata telah mulai dikenal masyarakat, begitupun masyarakat banyak terlibat dalam proses pelaksanaannya. Perantara teknologi informasi sangat berarti dalam proses sosialisasi dengan dimilikinya Facebook dan Instagram serta Website Kampung Wisata Hanjeli, maka akan memudahkan para calon wisatawan untuk mengakses informasi maupun penjadwalan kunjungan, adapun jumlah dapat dilihat dari grafik berikut

Gambar 12. Grafik Kunjungan Tahun 2019



Sumber: dokumen penulis

Jika dilihat dari jumlah kunjungan ataupun jumlah pengunjung, maka dengan demikian dapat dikatakan telah terjadi peningkatan jumlah produk hanjeli terjual, hal ini sejalan dengan peningkatan kemampuan ekonomi masyarakat, karena peningkatan pemasukan dari sektor komoditas makanan berbahan dasar hanjeli secara langsung menambah penghasilan petani hanjeli dan masyarakat pengolah panganan. Disamping itu dengan adanya manajemen yang baik, maka, penampilan kesenian dari para pendukung FGD kesenian akan mendapat manfaat

dari pembagian insentif wisata yang didapat dari penyisihan keuntungan penjualan komoditas berbahan dasar hanjeli.

Simpulan

Penerapan konsep eduwisata dalam program pengabdian masyarakat khususnya dalam program pariwisata tematik yang dilaksanakan di desa Waluran Mandiri menunjukkan adanya keberhasilan dan secara bertahap dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat serta dapat merubah pandangan masyarakat terhadap upaya pelestarian alam dan penggalian potensi yang lebih baik, dengan meningkatnya jumlah kunjungan serta semakin meningkatnya inovasi masyarakat dalam pengelolaan kampung eduwisata hanjeli menunjukkan tingkat kesadaran akan pentingnya keberlangsungan pendidikan lingkungan bidang pertanian, budaya dan tumbuh kembang ekonomi, sehingga Pemerintah Kabupaten Sukabumi menjadikan Kampung Eduwisata Hanjeli sebagai pelopor pariwisata tematik yang harus dikembangkan dari waktu ke waktu, sehingga menjadi destinasi wisata utama.

Ucapan Terima Kasih

Pada kesempatan ini, penulis menghaturkan ucapan terima kasih yang tiada tara kepada para pihak yang sudah memberikan andil besar hingga terlaksananya Pengabdian Pada Masyarakat, adapun ucapan terima kasih disampaikan pada pihak sebagai berikut:

1. Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat Direktorat Jenderal Riset dan Pengembangan Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi
2. Rektor Universitas Muhammadiyah Sukabumi
3. Ketua LPPM Universitas Muhammadiyah Sukabumi
4. Camat Waluran Kabupaten Sukabumi
5. Kepala Desa Waluran Mandiri
6. Ketua Komunitas Wisata Pajampangan
7. Kelompok Tani Wanita Waluran Mandiri
8. Ketua Komunitas Seni Budaya Jampang
9. Karang Taruna Desa Waluran Mandiri

Daftar Pustaka

Laporan Desa Waluran Mandiri, 2017

Suci Sarah Andriany, Mega Rosana Fatimah, Adi Hardiyono. (2016),

Jurnal unpad, Vol 14, No1. Doi:10.24198/bsc geology.v14i1.9796.g4418

Sukabumi dalam angka (2016), BPS Kab. Sukabumi

<https://news.detik.com/berita/d-2115951/longsor-timbun-penambang-emas-liar-di-sukabumi-2-tewas? ga=2.207421331.1658278335.1565711499-329322684.1484573130>

<https://ekonomi.bisnis.com/read/20130619/12/145983/mari-pangestu-ini-7-wisata-tematik-untuk-pacu-kunjungan-wisman>

Kesadaran Hukum Masyarakat Terhadap Pembentukan Badan Usaha Di Koripan II Desa Dlingo

Reni Anggriani, Muhammad Annas,

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Jl. Brawijaya, Kasihan, Bantul.
 anggriani@umy.ac.id

Abstrak

Pengembangan pembangkitan ekonomi di pedukuhan sudah semenjak lama dijalankan oleh pemerintah melalui berbagai program kebijakan. Namun upaya itu belum membuahkan hasil yang memuaskan sebagaimana diinginkan. Salah satu faktor tidak adanya pelatihan, fasilitas dan pemahaman tentang badan usaha akibatnya justru menghambat daya kreativitas dan inovasi masyarakat pedukuhan dalam mengelola dan menjalankan mesin ekonomi. Sistem dan mekanisme kelembagaan ekonomi di pedukuhan tidak berjalan efektif dan berimplikasi pada ketergantungan terhadap bantuan pemerintah sehingga mematikan semangat kemandirian. Berdasarkan hasil tinjauan lapangan bahwa Dusun Koripan II belum mengetahui cara pembentukan Badan Usaha dan bagaimana menjalankannya. Oleh karena itu, melalui program KKN ini dengan memberikan edukasi / penyuluhan cara bagaimana pembentukan Badan Usaha dan penjelasan manfaat yang didapat dengan melihat potensi pedukuhan. Dengan intensifnya program KKN selama tiga bulan di Dusun Koripan II diharapkan menjadi pendorong bagi masyarakat untuk mendirikan Badan Usaha dan sarana untuk mendekatkan pemerintah desa dengan masyarakat sekitar.

Kata kunci: Kesadaran Hukum, Pembentukan Badan Usaha, Koripan II Desa Dlingo

Pendahuluan

Pengembangan pembangkitan ekonomi di pedukuhan sudah semenjak lama dijalankan oleh pemerintah melalui berbagai program kebijakan. Namun upaya itu belum membuahkan hasil yang memuaskan sebagaimana diinginkan. Salah satu faktor tidak adanya pelatihan, fasilitas dan pemahaman tentang badan usaha akibatnya justru menghambat daya kreativitas dan inovasi masyarakat pedukuhan dalam mengelola dan menjalankan mesin ekonomi. Sistem dan mekanisme kelembagaan ekonomi di pedukuhan tidak berjalan efektif dan berimplikasi pada ketergantungan terhadap bantuan pemerintah sehingga mematikan semangat kemandirian.

Berdasarkan asumsi itulah maka sudah seharusnya eksistensi pedukuhan mendapatkan perhatian yang serius dari pemerintah pusat dengan lahirnya kebijakan-kebijakan terkait dengan pemberdayaan ekonomi yang dilakukan dengan cara menghimpun dan melembagakan

kegiatan ekonomi masyarakat. Badan Usaha lahir sebagai suatu pendekatan baru dalam usaha peningkatan ekonomi desa berdasarkan kebutuhan dan potensi desa. Pengelolaan Badan Usaha sepenuhnya dilaksanakan oleh masyarakat. kinerja Badan Usaha adalah dengan jalan menampung kegiatan-kegiatan ekonomi masyarakat dalam sebuah bentuk kelembagaan atau badan usaha yang dikelola secara profesional, namun tetap bersandar pada potensi asli. Hal ini dapat menjadikan usaha masyarakat lebih produktif dan efektif.

Desa Dlingo terletak pada ketinggian 200–285 meter diatas permukaan air laut, wilayah bagian timur yang membentang dari utara keselatan lebih tinggi dari wilayah bagian barat. Pedukuhan yang wilayahnya lebih rendah yang berada pada wilayah bagian timur dan selatan adalah Pokoh I, Pokoh II dan Kebosungu II. Sedangkan Pedukuhan dibagian barat yaitu Dlingo II, Pakis II sedangkan di bagian utara adalah Koripan I dan Koripan II Hidrologi di Desa Dlingo meliputi sungai/kali dan sumber air. Desa Dlingo dilalui oleh sungai/kali besar yaitu Sungai Oya. Sungai Oya mengalir dari utara ke selatan mengelilingi bagian timur dan selatan dari wilayah Desa Dlingo sekaligus menjadi batas wilayah antara Desa Dlingo dengan wilayah Kabupaten Gunungkidul. Sumber air di Desa Dlingo berupa sumber air tanah, pada musim kemarau air sungai dan sumber air berkurang dan memiliki debit kecil. Secara geologis wilayah Desa Dlingo memiliki kondisi tanah berupa perbukitan/pegunungan karst yang memiliki lapisan tanah tipis, berbatu dan kurang subur.

Jumlah pendudukan dlingo terdapat 36.165 jiwa salah satunya adalah Dusun Koripan II Desa Dlingo kecamatan Dlingo Bantul merupakan contoh bentuk desa yang fokus pada potensi agrarisnya yaitu petani, pembuatan garut dan emping khas Koripan. Sekarang akan mengibarkan pencarian ke bidang wisata namun hingga sekarang belum mempunyai Badan Usaha sebagai Lembaga perekonomian masyarakat. Potensi besar dimiliki dusun Koripan jika terdapat Badan Usaha akan ada Lembaga pelayanan publik masyarakat. Letak wilayah Dusun Koripan yang strategis sebagai salah tempat tujuan wisata kota Yogyakarta. Manfaat dengan pendirian Badan Usaha ini bukan hanya mengacu pada komersial, potensi masyarakat juga menjadi layanan publik yang berhubungan dengan kesejahteraan masyarakat yang belum terpenuhi di Dusun Koripan II.

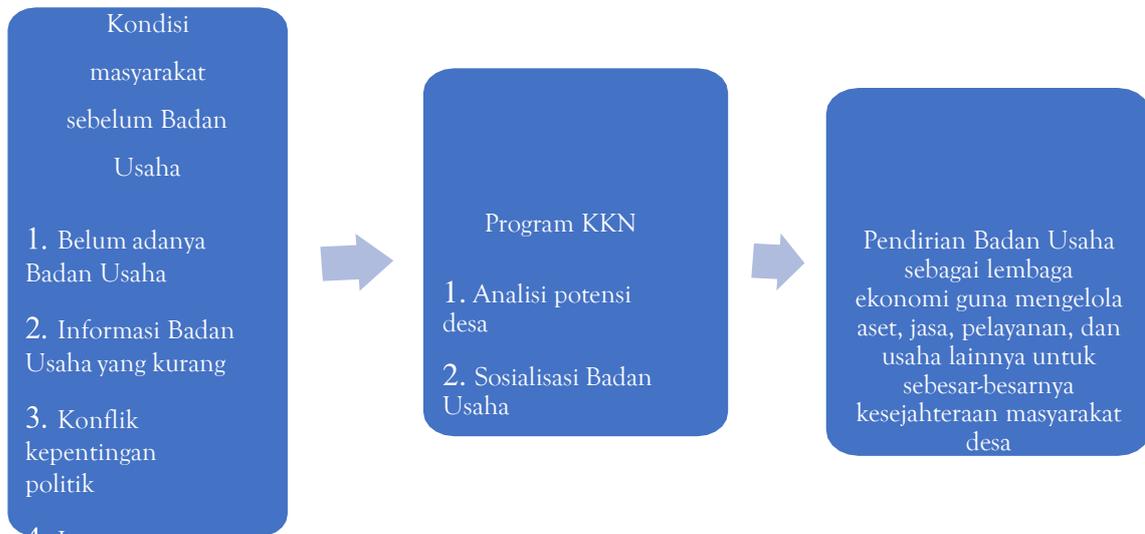
Berdasarkan hasil tinjauan lapangan bahwa Dusun Koripan II belum mengetahui cara pembentukan Badan Usaha dan bagaimana menjalankannya. Oleh karena itu, melalui program KKN ini dengan mmeberikan edukasi / penyuluhan cara bagaimana pembentukan Badan Usaha dan penjelasan manfaat yang didapat dengan melihat potensi desa. Dengan intensifnya program KKN selama tiga bulan di Dusun Koripan II diharapkan menjadi pendorong bagi masyarakat untuk mendirikan Badan Usaha dan sarana untuk mendekatkan pemerintah desa dengan masyarakat sekitar.

Metode Pelaksanaan

Persiapan dan Pembekalan

1. Mekanisme pelaksanaan kegiatan KKN-PPM

Untuk membangkitkan minat dan kegiatan masyarakat dusun Koripan II untuk mendirikan BUMDES, maka dilakukan program penyuluhan bagi masyarakat dan perangkat desa mengenai BUMDES dan manfaatnya bagi masyarakat adapun kerangka pemecah masalah mengenai BUMDES sebagai berikut:



Untuk menganalisis pemecahan masalah tersebut kegiatan pelatihan atau penyuluhan secara terstruktur dengan melibatkan berbagai pihak yaitu pemerintah desa, perwakilan masyarakat, Dosen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

2. Materi persiapan dan pembekalan KKN-PPM yang diperlu diberikan untuk mahasiswa

Pembekalan untuk mahasiswa guna terselenggaranya kegiatan-kegiatan KKN PKM ini dengan membagi berbagai kegiatan, yaitu:

1. Analisis Potensi Desa

Mahasiswa menganalisis potensi-potensi Dusun Koripan II dengan melakukan wawancara langsung kepada masyarakat setempat serta diikuti dengan menganalisis data yang dimiliki oleh pemerintah desa. Hasil yang diperoleh mahasiswa melalui wawancara narasumber dengan responden ini maka di analisis dan disimpulkan sebagai dasar pertimbangan tujuan pendirian Badan Usaha.

2. Sosialisasi Badan Usaha

Program sosialisasi ini memberikan pengetahuan kepada masyarakat Dusun Koripan II agar paham mengenai apa itu Badan Usaha, dan mengajarkan bagaimana pembentukan Badan Usaha.

3. Penyuluhan mengenai Badan Usaha

Penyuluhan mengenai Badan usaha yang dilaksanakan setelah sosialisasi sebagai wadah untuk mematangkan pemahaman pembentukan Badan Usaha. Karena dihadiri oleh

perwakilan pemerintah desa, perwakilan Lembaga-lembaga dari BPD, LPM, Karang Taruna, Mahasiswa, Dosen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Maka secara terperinci secara *final* memberikan pelatihan pendirian Badan Usaha dengan disertai dengan pemahaman pentingnya dan manfaat-manfaat adanya Badan Usaha.

Hasil Dan Pembahasan

Bahwa dengan telah dilaksanakannya penyuluhan dan sosialisasi mengenai Badan Usaha di Dusun Koripan dapat memberikan kesadaran kepada masyarakat di Dusun Koripan II, Desa Dlingo. Dalam Penyuluhan dan sosialisasi ini disampaikan mengenai apa yang dimaksud dengan Badan Usaha, macam-macam badan usaha dan manfaat badan usaha bagi masyarakat. Dan kegiatan yang telah dirintis oleh ibu-ibu Kelompok Wanita Tani yaitu emping garut dapat ditingkatkan usahanya dan wadahnya dengan bantuan dari pemerintahan Desa setempat yaitu Desa Dlingo, supaya lebih dapat menghasilkan dan membantu pendapatan masyarakat tersebut.

Dalam sosialisasi dan penyuluhan mengenai badan usaha tersebut disampaikan materi yaitu: Badan Usaha:

Istilah badan usaha merupakan terjemahan dari korporasi yang bergerak di bidang bisnis atau biasa disebut sebagai perusahaan, seperti halnya pengertian korporasi yang terdapat dalam *Black's Law Dictionary* adalah *an entity (usually a business) having authority under law to act as single person distinct from the Shareholders who own it and having rights to issue stock and exist indefinitely.*

Pengertian perusahaan tidak terdapat dalam WvK (di Indonesia disebut dengan KUHD). Pemerintah Belanda pada waktu membacakan memori van toelichting RUU WvK di muka parlemen menerangkan, perusahaan ialah keseluruhan perbuatan, yang dilakukan secara tidak terputus-putus, dengan terang-terangan, dalam kedudukan tertentu dan untuk mencari laba (bagi diri sendiri).

Menurut Molengraaf, perusahaan (dalam arti ekonomi) adalah keseluruhan perbuatan yang dilakukan secara terus-menerus, bertindak ke luar, untuk memperoleh penghasilan, dengan cara memperdagangkan, menyerahkan barang atau mengadakan perjanjian-perjanjian perdagangan. Pengertian perusahaan di sini tidak mempersoalkan tentang perusahaan sebagai badan usaha, akan tetapi justru perusahaan sebagai perbuatan, yaitu hanya meliputi kegiatan usaha.

Badan usaha tersebut dapat dijalankan oleh perorangan, persekutuan atau badan hukum. Pada dasarnya bila ditinjau dari sudut yuridisnya, maka badan usaha itu dapat dibedakan atas:

1. Dilihat dari status hukum perusahaannya:
 - a. Badan usaha yang merupakan badan hukum, antara lain yaitu Perseroan Terbatas (PT) dan Koperasi.
 - b. Badan usaha yang bukan badan hukum, antara lain yaitu Firma, Comanditaire Venootschap (CV), dan persekutuan perdata.

2. Dilihat dari status kepemilikannya:
 - a. Perusahaan Negara (BUMN).
 - b. Perusahaan Swasta.
3. Dilihat dari jumlah pemilikinya:
 - a. Perusahaan Perseorangan.
 - b. Perusahaan Persekutuan.

Adapun dasar hukum masing-masing badan usaha tersebut adalah UU Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, UU Nomor 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian, UU Nomor 19 Tahun 2003 tentang Badan Usaha Milik Negara, CV dan Firma diatur di dalam Pasal 16-35 KUHD. Dalam praktik pembuatan kontrak, ada suatu badan hukum tetapi bukan bada usaha yaitu Yayasan seperti yang diatur di dalam UU Nomor 16 Tahun 2001 Jo UU Nomor 28 Tahun 2004 tentang Yayasan.

Berdasarkan uraian tersebut di atas dapat diambil suatu pemahaman bahwa badan usaha adalah badan yang menjalankan usaha atau kegiatan perusahaan. Adapun perusahaan pengertiannya lebih condong kepada jenis usaha dan kegiatan dari suatu badan usaha. Singkatnya, badan usaha adalah institusinya, sedangkan perusahaan adalah aktivitasnya. Setiap perusahaan memiliki bentuk hukum yang diakui oleh undang-undang, yang sekaligus menunjukkan legalitas perusahaan itu sebagai suatu badan usaha.

Kita juga mengenal mengenai Persekutuan Perdata, Persekutuan perdata adalah padanan dan terjemahan dari *burgerlijk maatschap* (*private partnership*). Di dalam sistem *common law* dikenal dengan istilah *partnership*. Kemudian di dalam hukum Islam dikenal dengan istilah *sharikah* atau *shirkah*. Persekutuan adalah suatu bentuk dasar bisnis atau organisasi bisnis.

Persekutuan perdata menurut Pasal 1618 KUHPerdata ada perjanjian antara dua orang atau lebih mengikat diri untuk memasukkan sesuatu (*inbrenge*) ke dalam persekutuan dengan maksud membagi keuntungan yang diperoleh karenanya. Dari ketentuan Pasal 1618 KUHPerdata tersebut, dapat ditarik beberapa unsur yang terdapat di dalam persekutuan perdata, yaitu:

- a) Adanya suatu perjanjian kerjasama antara dua orang atau lebih.
- b) Masing-masing pihak harus memasukkan sesuatu ke dalam persekutuan (*inbrenge*).
- c) Bermaksud membagi keuntungan bersama.

Definisi yang sama terdapat dalam Buku 7A Titel 9 Artikel 1655 NBW yang mendefinisikan persekutuan sebagai perjanjian antara dua orang atau lebih yang saling mengikatkan diri untuk memasukkan sesuatu dengan maksud untuk membagi keuntungan diantara mereka (*maatschap is eene overeenkomst, waarbij twee of meerde personen zich verbinden om iets in gemeenschap te brengen, met het oogmerk om het daruit onstaande voordeel met elkander te deelen*).

Angela Schneeman mendefinisikan *partnership* sebagai suatu asosiasi yang terdiri dari dua orang atau lebih melakukan kepemilikan bersama suatu bisnis untuk mendapatkan keuntungan. *Partnership* dapat juga diartikan sebagai suatu perjanjian (*agreement*) diantara

dua orang atau lebih untuk memasukkan uang, tenaga kerja, dan keahlian ke dalam suatu perusahaan, untuk mendapat keuntungan yang dibagi bersama sesuai dengan bagian atau proporsi yang telah disepakati bersama.

KUHPerdata tidak menyebutkan berapa jumlah maksimal sekutu dalam persekutuan. Di dalam Akta Perkongsian Malaysia diatur jumlah maksimal sekutu (perkongs) dalam persekutuan perdata.

Badan usaha adalah merupakan wadah untuk berusaha yang dibuat oleh orang perorangan secara bersama-sama untuk dapat mendapatkan hasil.

Badan usaha ini dibagi menjadi:

1. Tidak Berbadan Hukum

a. CV

Perseroan Komanditer (CV) (Pasal 19-21 KUHD)

Menurut Pasal 19 ayat (1) dan (2) KUHD, Persekutuan Komanditer (CV) adalah:

Ayat (1): Persekutuan secara melepas uang yang dinamakan persekutuan komanditer, didirikan antara satu orang atau beberapa sekutu yang secara tanggung menanggung bertanggungjawab untuk seluruhnya pada pihak satu, dan satu orang atau lebih sebagai pelepas uang pada pihak lain.

Ayat (2): Dengan demikian bisalah terjadi suatu persekutuan itu pada suatu ketika yang sama merupakan persekutuan firma terhadap sekutu firma di dalamnya dan merupakan persekutuan komanditer terhadap pelepas uang.

Menurut Purwosutjipto, CV adalah persekutuan firma yang memiliki satu atau beberapa orang sekutu komanditer. Sementara itu menurut IG Rai Wijaya, CV adalah suatu perusahaan yang didirikan oleh satu atau beberapa orang secara tanggung menanggung, bertanggungjawab untuk seluruhnya atau bertanggungjawab secara solider dengan satu orang atau lebih sebagai pelepas uang.

Berdasarkan Pasal 19 KUHD terdapat dua macam sekutu dalam CV diantaranya yaitu:

- 1) Sekutu komplementer atau sekutu aktif atau sekutu pengurus, artinya satu orang atau lebih secara tanggung menanggung bertanggungjawab untuk keseluruhannya. Sekutu pengurus ini aktif menjalankan perusahaan dan berhubungan hukum serta bertanggungjawab terhadap pihak ketiga. Tugas sekutu pengurus yaitu sebagai berikut:
 - a. Mengurus CV.
 - b. Berhubungan hukum dengan pihak ketiga.
 - c. Bertanggungjawab secara pribadi untuk keseluruhan.
- 2) Sekutu komanditer adalah satu orang atau lebih sebagai pelepas uang. Tugasnya adalah sebagai berikut:
 - a. Wajib menyerahkan uang, benda ataupun tenaga kepada persekutuan seperti yang disanggupkan.
 - b. Berhak menerima keuntungan.
 - c. Tanggung jawab terbatas pada jumlah pemasukan yang telah disanggupkan.

- d. Tidak boleh campur tangan dalam tugas sekutu komplementer (Pasal 20 KUHD), bila dilanggar maka tanggung jawabnya menjadi tanggung jawab secara pribadi untuk keseluruhan berdasarkan Pasal 21 KUHD.

d) Badan Usaha Berbadan Hukum

Perseroan Terbatas

Pasal 1 Angka 1 UU No. 19 Tahun 2003 dengan tegas mengidentikkan Persero dengan perseroan terbatas. Untuk mendapatkan yang lebih baik tentang perusahaan perseroan ini harus dilihat apa makna perseroan terbatas tersebut. Istilah Perseroan Terbatas terdiri dari dua kata, yakni perseroan dan terbatas. Perseroan merujuk kepada modal PT yang terdiri dari sero-sero atau saham-saham. Kata terbatas merujuk kepada tanggung jawab pemegang saham yang luasnya hanya terbatas pada nilai nominal semua saham yang dimilikinya.¹

Dasar pemikiran bahwa modal PT itu terdiri atas sero-sero atau saham-saham dapat ditelusuri dari ketentuan Pasal 1 angka 1 UU No. 40 Tahun 2007. Pasal tersebut menentukan bahwa “Perseroan Terbatas yang selanjutnya disebut perseroan adalah badan hukum yang merupakan persekutuan modal, didirikan berdasarkan perjanjian, melakukan kegiatan usaha dengan modal dasar yang seluruhnya terbagi dalam saham dan memenuhi persyaratan yang ditetapkan dalam undang-undang ini serta peraturan pelaksanaannya”.

Penunjukkan terbatasnya tanggung jawab pemegang saham tersebut dapat dilihat dari Pasal 3 UU No. 40 Tahun 2007 yang menentukan, bahwa pemegang saham perseroan tidak bertanggungjawab secara pribadi atas perikatan yang dibuat atas nama perseroan dan tidak bertanggungjawab atas kerugian perseroan melebihi nilai saham yang telah dimilikinya”.

Definisi otentik PT ditemukan dalam Pasal 1 angka 1 UU No. 40 Tahun 2007. Pasal ini menyebutkan bahwa PT merupakan badan hukum yang merupakan persekutuan modal, yang didirikan berdasarkan perjanjian, melakukan kegiatan usaha dengan modal dasar yang seluruhnya terbagi dalam saham.

Dari definisi itu dapat ditarik unsur-unsur yang melekat pada PT, yakni:

1. PT adalah badan hukum;
2. PT adalah persekutuan modal;
3. Didirikan berdasarkan perjanjian;
4. Melakukan kegiatan usaha;
5. Modalnya terdiri dari saham-saham.

Perseroan Terbatas (PT), dulu disebut juga Naamloze Vennootschaap (NV), adalah suatu persekutuan untuk menjalankan usaha yang memiliki modal terdiri dari saham-saham, yang pemiliknya memiliki bagian sebanyak saham yang dimilikinya. Karena modalnya terdiri dari

¹ H.M.N Purwosutjipto, *Pengertian Pokok Hukum Dagang Indonesia*, Jilid 2, Djambatan, Jakarta, 1982, hlm. 85

saham-saham yang dapat diperjualbelikan, perubahan kepemilikan perusahaan dapat dilakukan tanpa perlu membubarkan perusahaan.

Perseroan terbatas merupakan badan usaha dan besarnya modal perseroan tercantum dalam anggaran dasar. Kekayaan perusahaan terpisah dari kekayaan pribadi pemilik perusahaan sehingga memiliki harta kekayaan sendiri. Setiap orang dapat memiliki lebih dari satu saham yang menjadi bukti pemilikan perusahaan. Pemilik saham mempunyai tanggung jawab yang terbatas, yaitu sebanyak saham yang dimiliki. Apabila utang perusahaan melebihi kekayaan perusahaan, maka kelebihan utang tersebut tidak menjadi tanggung jawab para pemegang saham. Apabila perusahaan mendapat keuntungan maka keuntungan tersebut dibagikan sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan. Pemilik saham akan memperoleh bagian keuntungan yang disebut dividen yang besarnya tergantung pada besar-kecilnya keuntungan yang diperoleh perseroan terbatas.

Selain berasal dari saham, modal PT dapat pula berasal dari obligasi. Keuntungan yang diperoleh para pemilik obligasi adalah mereka mendapatkan bunga tetap tanpa menghiraukan untung atau ruginya perseroan terbatas tersebut.

Mekanisme Pendirian PT

Untuk mendirikan PT, harus dengan menggunakan akta resmi (akta yang dibuat oleh notaris) yang di dalamnya dicantumkan nama lain dari perseroan terbatas, modal, bidang usaha, alamat perusahaan, dan lain-lain. Akta ini harus disahkan oleh menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia (dahulu Menteri Kehakiman). Untuk mendapat izin dari menteri kehakiman, harus memenuhi syarat sebagai berikut:

Perseroan terbatas tidak bertentangan dengan ketertiban umum dan kesusilaan Akta pendirian memenuhi syarat yang ditetapkan Undang-Undang Paling sedikit modal yang ditempatkan dan disetor adalah 25% dari modal dasar (sesuai dengan UU No. 1 Tahun 1995 & UU No. 40 Tahun 2007, keduanya tentang perseroan terbatas).

Setelah mendapat pengesahan, dahulu sebelum adanya UU mengenai Perseroan Terbatas (UU No. 1 tahun 1995) Perseroan Terbatas harus didaftarkan ke Pengadilan Negeri setempat, tetapi setelah berlakunya UU NO. 1 tahun 1995 tersebut, maka akta pendirian tersebut harus didaftarkan ke Kantor Pendaftaran Perusahaan (sesuai UU Wajib Daftar Perusahaan tahun 1982) (dengan kata lain tidak perlu lagi didaftarkan ke Pengadilan negeri, dan perkembangan tetapi selanjutnya sesuai UU No. 40 tahun 2007, kewajiban pendaftaran di Kantor Pendaftaran Perusahaan tersebut ditiadakan juga. Sedangkan tahapan pengumuman dalam Berita Negara Republik Indonesia (BNRI) tetap berlaku, hanya yang pada saat UU No. 1 tahun 1995 berlaku pengumuman tersebut merupakan kewajiban Direksi PT yang bersangkutan tetapi sesuai dengan Undang-Undang No. 40 tahun 2007 diubah menjadi merupakan kewenangan/kewajiban Menteri Hukum dan HAM.

Setelah tahap tersebut dilalui maka perseroan telah sah sebagai badan hukum dan perseroan terbatas menjadi dirinya sendiri serta dapat melakukan perjanjian-perjanjian dan kekayaan perseroan terpisah dari kekayaan pemiliknya.

Modal dasar perseroan adalah jumlah modal yang dicantumkan dalam akta pendirian sampai jumlah maksimal bila seluruh saham dikeluarkan. Selain modal dasar, dalam perseroan terbatas juga terdapat modal yang ditempatkan, modal yang disetorkan dan modal bayar. Modal yang ditempatkan merupakan jumlah yang disanggupi untuk dimasukkan, yang pada waktu pendiriannya merupakan jumlah yang disertakan oleh para persero pendiri. Modal yang disetor merupakan modal yang dimasukkan dalam perusahaan. Modal bayar merupakan modal yang diwujudkan dalam jumlah uang.

Pembagian Wewenang Dalam PT

Dalam perseroan terbatas selain kekayaan perusahaan dan kekayaan pemilik modal terpisah juga ada pemisahan antara pemilik perusahaan dan pengelola perusahaan. Pengelolaan perusahaan dapat diserahkan kepada tenaga-tenaga ahli dalam bidangnya (profesional). Struktur organisasi perseroan terbatas terdiri dari pemegang saham, direksi, dan komisaris.

Dalam PT, para pemegang saham melimpahkan wewenangnya kepada direksi untuk menjalankan dan mengembangkan perusahaan sesuai dengan tujuan dan bidang usaha perusahaan. Dalam kaitan dengan tugas tersebut, direksi berwenang untuk mewakili perusahaan, mengadakan perjanjian dan kontrak, dan sebagainya. Apabila terjadi kerugian yang amat besar (diatas 50 %) maka direksi harus melaporkannya ke para pemegang saham dan pihak ketiga, untuk kemudian dirapatkan.

Komisaris memiliki fungsi sebagai pengawas kinerja jajaran direksi perusahaan. Komisaris bisa memeriksa pembukuan, menegur direksi, memberi petunjuk, bahkan bila perlu memberhentikan direksi dengan menyelenggarakan RUPS untuk mengambil keputusan apakah direksi akan diberhentikan atau tidak.

Dalam RUPS/Rapat Umum Pemegang Saham, semua pemegang saham sebesar/sekecil apapun sahamnya memiliki hak untuk mengeluarkan suaranya. Dalam RUPS sendiri dibahas masalah-masalah yang berkaitan dengan evaluasi kinerja dan kebijakan perusahaan yang harus dilaksanakan segera. Bila pemegang saham berhalangan, dia bisa melempar suara miliknya ke pemegang lain yang disebut proxy. Hasil RUPS biasanya dilimpahkan ke komisaris untuk diteruskan ke direksi untuk dijalankan.

Isi RUPS:

- Menentukan direksi dan pengangkatan komisaris
- Memberhentikan direksi atau komisaris
- Menetapkan besar gaji direksi dan komisaris
- Mengevaluasi kinerja perusahaan
- Memutuskan rencana penambahan/pengurangan saham perusahaan

- Menentukan kebijakan perusahaan
- Mengumumkan pembagian laba (dividen)

Keuntungan Membentuk Perusahaan Perseroan Terbatas

Keuntungan utama membentuk perusahaan perseroan terbatas adalah: Kewajiban terbatas. Tidak seperti partnership, pemegang saham sebuah perusahaan tidak memiliki kewajiban untuk obligasi dan hutang perusahaan. Akibatnya kehilangan potensial yang "terbatas" tidak dapat melebihi dari jumlah yang mereka bayarkan terhadap saham. Tidak hanya ini memungkinkan perusahaan untuk melaksanakan dalam usaha yang beresiko, tetapi kewajiban terbatas juga membentuk dasar untuk perdagangan di saham perusahaan.

Kelemahan Perusahaan Perseroan Terbatas

Kerumitan perizinan dan organisasi. Untuk mendirikan sebuah PT tidaklah mudah. Selain biayanya yang tidak sedikit, PT juga membutuhkan akta notaris dan izin khusus untuk usaha tertentu. Lalu dengan besarnya perusahaan tersebut, biaya pengorganisasian akan keluar sangat besar. Belum lagi kerumitan dan kendala yang terjadi dalam tingkat personel. Hubungan antar perorangan juga lebih formal dan berkesan kaku.

Pada dasarnya badan hukum adalah suatu badan yang dapat memiliki hak-hak dan kewajiban-kewajiban untuk melakukan suatu perbuatan seperti manusia, memiliki kekayaan sendiri, dan digugat dan menggugat di depan pengadilan.²

Nindyo Pramono³ menyatakan bahwa filosofi pendirian badan hukum adalah bahwa dengan kematian pendirinya, harta kekayaan badan hukum tersebut diharapkan masih dapat bermanfaat bagi orang lain. Oleh karena itu, hukum menciptakan suatu kreasi "sesuatu" yang oleh hukum kemudian dianggap atau diakui sebagai subjek mandiri seperti halnya orang (natuurlijk persoon atau natural person). Kemudian "sesuatu" itu oleh ilmu hukum disebut sebagai badan hukum (rechtspersoon atau legal person). Agar badan hukum itu dapat bertindak seperti halnya orang alamiah, maka diperlukan organ sebagai alat bagi badan hukum itu untuk menjalin hubungan hukum dengan pihak ketiga.

Di dalam hukum, istilah person (orang) mencakup makhluk pribadi, yakni manusia (natuurlijk persoon) dan badan hukum (persona moralis, legal person, legal entity, rechtspersoon). Keduanya adalah subjek hukum, sehingga keduanya adalah penyanggah hak dan kewajiban hukum. Dengan perkataan lain, sebagaimana yang dikatakan oleh J. Satrio, mereka memiliki hak/dan atau kewajiban yang diakui hukum.⁴

² Chidir Ali, *Badan Hukum*, Alumni, Bandung, 1987, hlm. 19.

³ Nindyo Pramono, "Kekayaan Negara Yang Dipisahkan Menurut UU No. 19 Tahun 2003 tentang BUMN", dalam Sri Rejeki Hartono, et.al, ed, *Permasalahan Seputar Hukum Bisnis: Persembahkan kepada Sang Maha Guru*, Tanpa Penerbit, Yogyakarta 2006, hlm. 142.

⁴ J. Satrio, *Hukum Pribadi, Bagian I Persoon Alamiah*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 1999, hlm. 13

Oleh karena badan hukum adalah subjek, maka ia merupakan badan yang independen atau mandiri dari pendiri, anggota, atau penanam modal badan tersebut. Badan ini dapat melakukan kegiatan bisnis atas nama dirinya sendirinya seperti manusia. Bisnis yang dijalankan, kekayaan yang dikuasai, kontrak yang dibuat semua atas nama itu sendiri. Badan ini seperti halnya manusia memiliki kewajiban-kewajiban hukum, seperti membayar pajak dan mengajukan izin kegiatan bisnis atas nama dirinya sendiri.⁵

Konsep perusahaan sebagai badan yang hukum yang kekayaannya terpisah dari para pemegang sahamnya merupakan sifat yang dianggap penting bagi status korporasi sebagai suatu badan hukum yang membedakan dengan bentuk-bentuk perusahaan yang lain. Sifat terbatasnya tanggung jawab secara singkat merupakan pernyataan dari prinsip bahwa pemegang saham tidak bertanggungjawab secara pribadi atas kewajiban perusahaan sebagai badan hukum yang kekayaannya terpisah dari pemegang sahamnya.

a. Organ Perseroan Terbatas

1) Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS)

Perseroan Terbatas mempunyai alat yang disebut organ perseroan, gunanya untuk menggerakkan perseroan agar badan hukum dapat berjalan sesuai dengan tujuannya.⁶ Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) adalah suatu organ perseroan yang memegang kekuasaan tertinggi dalam perseroan dan memegang segala kewenangan yang bersifat residual, yakni wewenang yang tidak dialokasikan kepada organ perusahaan lainnya, yaitu direksi dan komisaris, yang dapat mengambil keputusan setelah memenuhi syarat-syarat tertentu dan sesuai dengan prosedur tertentu sebagaimana diatur dalam peraturan perundang-undangan dan Anggaran Dasar Perseroan.⁷

2) Direksi

Direksi adalah *organ* perseroan yang bertanggung jawab penuh atas pengurusan perseroan untuk kepentingan dan tujuan perseroan serta mewakili perseroan baik di dalam maupun diluar pengadilan sesuai dengan ketentuan anggaran dasar. Direksi kedudukannya sebagai eksekutif dalam perseroan, tindakannya dibatasi oleh anggaran dasar perseroan.⁸

3) Dewan Komisaris

Dari ketentuan Pasal 1 angka 6 Undang-Undang Perseroan Terbatas ada keharusan bagi setiap perseroan mempunyai Dewan Komisaris. Tugas utama Dewan Komisaris adalah melakukan pengawasan atas kebijakan pengurusan yang dijalankan Direksi, jalannya pengurusan tersebut pada umumnya, baik mengenai perseroan maupun usaha perseroan, dan

⁵ Robert W. Hamilton, *The Law of Corporation*, Minn West Publishing Co, St. Paul, 1996, hlm. 1

⁶ Gatot Supramono, *Hukum Perseroan Terbatas yang baru*, Jakarta: Djambatan, 1996, hlm 3.

⁷ Munir Fuady, *Perseroan Terbatas Paradigma Baru*, Bandung: PT Cipta Aditya Bakti, 2003, hlm 135.

⁸ Gatot Supramono, *Op. Cit.*, hlm 4.

memberi nasihat pada Direksi. Namun dalam keadaan darurat (tertentu) dapat bertindak mengurus perseroan asal dilakukan berdasarkan anggaran dasar atau keputusan Rapat Umum Pemegang Saham. Dengan menjalankan tugas untuk mengurus perseroan, maka Komisaris mempunyai konsekuensi sebagaimana melekat apada Direksi⁹.

Simpulan

Semangat untuk melakukan usaha di Dusun Koripan II sangat besar, terbukti dengan telah adanya usaha emping garut yang telah diprakarsai oleh para ibu-ibu Kelompok Wanita Tani (KWT). Masyarakat menyadari akan potensi yang ada di dalam desanya dapat dimanfaatkan untuk dapat memperbaiki dan menambah penghasilan dalam kehidupan perekonomian yang lebih baik. Dan usaha tersebut telah mendapatkan dukungan dari aparat setempat.

Ucapan Terima Kasih

Diucapkan terimakasih kepada berbagai pihak yang telah turut serta membantu demi selesainya program pengabdian masyarakat ini, terutama kepada:

1. Lembaga Pendidikan, Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LP3M) Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, atas kemitraan pelaksanaan program pengabdian masyarakat.
2. Pemerintahan Desa Dlingo, Kecamatan Dlingo, Kabupaten Bantul.
3. Kepala Dukuh, Kelompok Wanita Tani dan Masyarakat Padukuhan Koripan II, Desa Dlingo, Kecamatan Dlingo, Kabupaten Bantul.

Daftar Pustaka

- Chidir Ali, *Badan Hukum*, Alumni, Bandung, 1987.
- David Kelly, et.al, *Business Law*, Cavendish Publishing Limited, London, 2002.
- Erik P.M. Vermuelen, *The Evolution of Legal Business Forms in Europe and the United States: Venture Capital, Joint Venture, and Partnership Structures*, Kluwer Law International, Deventer, 2002.
- Gatot Supramono, *Hukum Perseroan Terbatas yang baru*, Jakarta: Djambatan, 1996.
- H.M.N Purwosutjipto, *Pengertian Pokok Hukum Dagang Indonesia*, Jilid 2, Djambatan, Jakarta, 1982.
- J. Satrio, *Hukum Pribadi, Bagian I Person Alamiah*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 1999.
- Munir Fuady, *Perseroan Terbatas Paradigma Baru*, Bandung: PT Cipta Aditya Bakti, 2003.
- Nindyo Pramono, "Kekayaan Negara Yang Dipisahkan Menurut UU No. 19 Tahun 2003 tentang BUMN", dalam Sri Rejeki Hartono, et.al, ed, *Permasalahan Seputar Hukum Bisnis: Persembahan kepada Sang Maha Guru*, Tanpa Penerbit, Yogyakarta 2006,
- Robert W. Hamilton, *The Law of Corporation*, Minn West Publishing Co, St. Paul, 1996.

⁹ Gatot Supramono, Op.cit, hlm. 91

Pemberdayaan Usaha Ekonomi Produktif Bagi Masyarakat Miskin Kampung Keluarga Berencana (KB)

Lilies Setiartiti¹⁾

¹⁾ Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Jln. Brawijaya, Tamantirto, Kasihan Bantul, Yogyakarta, 55183, Telp. (0274) 387656
 Email: setiartiti.lilies1267@gmail.com

Abstrak

Kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan di Kelurahan Prawirodirjan RW 12, Kecamatan Gondomanan, Kota Yogyakarta. Kelurahan Prawirodirjan merupakan salah satu dari 14 kampung KB yang ada di Kota Yogyakarta. Pemilihan sasaran kegiatan pengabdian masyarakat ini tentunya dengan berbagai pertimbangan, antara lain adalah: merupakan daerah yang padat penduduknya, lingkungan kumuh, jumlah keluarga miskin paling banyak di antara kampung KB yang ada di Kota Yogyakarta, merupakan satu-satunya RW yang warganya Unmedneednya (WUS=Wanita Usia Subur namun belum ber-KB) paling tinggi di Kota Yogyakarta, serta merupakan pilot projek di Kota Yogyakarta. Pemberdayaan ekonomi produktif kepada ibu rumah tangga Kampung KB adalah kegiatan ekonomi melalui pelatihan dan pendampingan membuat produk aneka olahan sereh dan jeruk nipis, menjadi minuman kesehatan dan syrup dengan nama SERUNI. Pembuatan produk olahan ini dipilih karena memanfaatkan sereh dan jeruk nipis yang sudah ditanam oleh warga di halaman maupun tanah kosong yang dimilikikan juga dalam pot. Hasil pemberdayaan usaha ekonomi produktif dapat dipergunakan untuk meningkatkan pendapatan warga. Secara keseluruhan, hasil pengabdian masyarakat ini akan menjadi bagian dari pembuatan kebijakan pemerintah daerah dalam upaya penurunan angka kemiskinan melalui penyusunan program pemberdayaan masyarakat.

Kata Kunci: Kampung KB, Pemberdayaan, Ekonomi produktif, Kemiskinan

Pendahuluan

Pembangunan, menempatkan manusia sebagai subyek, oleh karena itu program-program pemberdayaan sumberdaya manusia menjadi sangat strategis. Hal ini sejalan dengan tujuan pembangunan di Indonesia yaitu membangun manusia seutuhnya, maka pembangunan harus merupakan perubahan social yang tidak hanya terjadi pada taraf hidup masyarakat belaka, tetapi juga pada peranan unsur-unsur di dalamnya. Oleh karena itu, pemberdayaan masyarakat melalui usaha ekonomi produktif bagi masyarakat miskin di Kampung KB Prawirodirjan ini, akan menjadi komitmen kami bersama-sama warga setempat dalam rangka menguatkan ekonomi warga kampung KB sehingga menjadi keluarga yang mandiri dan berdaya. Menurut Rappaport (1987), pemberdayaan diartikan sebagai pemahaman secara psikologis pengaruh

kontrol individu terhadap keadilan sosial, kekuatan politik, dan hak-haknya menurut undang-undang. Sementara itu menurut Soenyono (2012) konsep pemberdayaan masyarakat mencakup pengertian pembangunan masyarakat (community development) dan pembangunan yang bertumpu pada masyarakat (community based development). Terkait dengan pemahaman ini, perlu terlebih dahulu dipahami arti dan makna keberdayaan dan pemberdayaan masyarakat.

Aziz (2005, h.135) dalam Huraerah (2008, h.88) merinci tahapan strategi yang harus dilakukan dalam pemberdayaan masyarakat, yaitu sebagai berikut: 1) Membantu masyarakat dalam menemukan masalahnya. 2) Melakukan analisis (kajian) terhadap permasalahan tersebut secara partisipatif. Kegiatan ini biasanya dilakukan dengan cara curah pendapat, membentuk kelompok-kelompok diskusi, dan mengadakan pertemuan warga secara periodic (terus-menerus). 3) Menentukan skala prioritas masalah, dalam arti memilah dan memilih setiap masalah yang paling mendesak untuk diselesaikan. 4) Mencari penyelesaian masalah yang sedang dihadapi, antara lain dengan pendekatan sosio-kultural yang ada dalam masyarakat. 5) Melaksanakan tindakan nyata untuk menyelesaikan masalah yang sedang dihadapi. 6) Mengevaluasi seluruh rangkaian dan proses pemberdayaan itu untuk dinilai sejauh mana keberhasilan dan kegagalannya. Dalam melaksanakan pemberdayaan masyarakat dibutuhkan suatu upaya yang harus dilaksanakan. Kartasamita (2000, h.159) mengemukakan bahwa upaya memberdayakan masyarakat harus dilakukan dengan melalui tiga cara yaitu: 1) Menciptakan suasana atau iklim yang memungkinkan potensi masyarakat berkembang (enabling). Disini titik tolaknya adalah pengenalan bahwa setiap manusia, setiap masyarakat memiliki potensi yang dapat dikembangkan. 2) Memperkuat potensi atau daya yang dimiliki oleh masyarakat (empowering). Dalam rangka ini diperlukan langkah-langkah lebih positif selain dari hanya menciptakan iklim atau suasana. Memberdayakan mengandung pula arti melindungi. Dalam proses pemberdayaan harus dicegah yang lemah menjadi bertambah lemah karena kurang berdaya dalam menghadapi yang kuat

Salah satu program kampung KB adalah menguatkan ekonomi warga kampung KB dalam rangka menanggulangi kemiskinan. Kemiskinan merupakan masalah pembangunan kesejahteraan social yang berkaitan erat dengan berbagai pembangunan lainnya, yang ditandai oleh banyaknya pengangguran, keterbelakangan, dan ketidak-berdayaan. Oleh karena itu, penanggulangan masalah kemiskinan tidak dapat ditunda lagi dan harus menjadi prioritas utama dalam pelaksanaan pembangunan kesejahteraan social. Penanganan masalah kemiskinan memang tidaklah mudah karena kaum miskin telah mengalami masalah kemiskinan yang sudah berlangsung cukup lama. Kaum miskin mengalami keterbatasan dalam banyak hal, antara lain pendidikan, ketrampilan, sarana usaha, dan modal usaha. Tawaran kredit UMKM dari para pengusaha maupun lembaga keuangan perbankan cukup sulit untuk diakses oleh kaum miskin karena keterbatasan kemampuan dan asset yang dimiliki. Oleh karena itu dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat ini, penanggulangan kemiskinan di Kampung KB RW 12 Kelurahan Prawirodirjan dengan upaya pemberdayaan ekonomi produktif melalui pola

terpadu pembentukan wirausaha dalam model Kelompok Usaha Bersama (KUBE) dan inisiasi pembentukan lembaga keuangan mikro sebagai sarana akses dana bagi anggota KUBE tersebut.

Hadirnya program kampung KB di wilayah Kelurahan Prawirodirjan khususnya di RW 12, salah satu agenda programnya adalah peningkatan ekonomi masyarakat melalui usaha ekonomi produktif, diharapkan mampu menjawab permasalahan kemiskinan tersebut. Beberapa kegiatan dalam program tersebut adalah pelatihan-pelatihan kewirausahaan dan pendampingan membuat produk aneka olahan sereh dan jeruk nipis menjadi minuman kesehatan dan sirup dengan nama SERUNI. Pembuatan produk olahan ini dipilih karena memanfaatkan sereh dan jeruk nipis yang sudah ditanam oleh warga di halaman maupun tanah kosong yang dimilikikan juga dalam pot. Kegiatan pelatihan kewirausahaan dilakukan karena pemahaman dan literasi warga pelaku usaha terutama manajemen operasi usaha yang handal belum mencukupi, misalnya pengelolaan bahan baku, keuangan yang masih amburadul, pemasaran produk yang masih terbatas, literasi penyusunan rencana bisnis yang rendah, sehingga kesulitan untuk akses dana atau modal yang bersumber dari lembaga keuangan, baik bank maupun lembaga keuangan nonbank. Praktik manajerial dalam menjalankan usahanya belum terlaksana secara tepat karena minimnya wawasan dan kemampuan usaha. Untuk itu, kegiatan pengabdian masyarakat di Kelurahan Prawirodirjan RW 12 dengan program pemberdayaan usaha ekonomi produktif ini bisa menjadi salah satu solusi atas berbagai masalah yang dihadapi masyarakat di kampung KB tersebut, agar:

1. Dapat menumbuhkan semangat wirausaha (entrepreneurship) bagi masyarakat miskin warga kampung KB melalui pembentukan kelompok usaha bersama
2. Mampu memberdayakan potensi masyarakat miskin di Kampung KB dalam meningkatkan pendapatan keluarga melalui peningkatan usaha ekonomi produktif
3. Dapat memberikan bimbingan manajemen usaha dan manajemen keuangan pada warga miskin kampung KB yang lebih baik.

Metode Pelaksanaan

Dalam rangka mencapai tujuan sebagaimana disebutkan di atas, maka metode pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat dengan pola pemberdayaan ekonomi produktif bagi masyarakat miskin, langkah-langkah yang ditempuh adalah sebagai berikut:

a. Persiapan.

Pada tahap ini dilakukan koordinasi antara tim pelaksana pengabdian masyarakat dengan mitra. Koordinasi ditujukan untuk persiapan dilaksanakannya kegiatankegiatan yang telah disepakati bersama berdasarkan prioritas kegiatan dan pencapaian tujuan kegiatan yang hendak dicapai. Bekerjasama dengan pihak aparat kelurahan Prawirodirjan serta penanggung jawab program Kampung KB setempat, guna mendiskusikan berbagai kegiatan yang dilakukan, sehingga program dilaksanakan menjadi tepat sasaran dan sesuai dengan kebutuhan, serta dapat disinergikan dengan program-program yang pernah dilakukan sebelumnya, baik oleh pemerintah daerah

dalam hal ini Dinas Kependudukan dan Keluarga Berencana, maupun oleh warga secara mandiri. Termasuk dalam tahapan persiapan ini adalah perencanaan jadwal pelatihan dan pendampingan dengan mitra.

b. Partisipasi Mitra

Dalam Pelaksanaan Program Partisipasi mitra dalam pelaksanaan program merupakan unsur penting dalam kegiatan pengabdian. Sebelum pelaksanaan kegiatan diinformasikan kepada mitra mengenai tujuan, manfaat, dan jangka waktu pelaksanaan kegiatan. Bentuk partisipasi mitra diantaranya adalah: 1) menyediakan waktu dan tenaganya untuk terlaksananya program hingga selesai, 2) memberikan informasi tentang kegiatan usaha dan segala permasalahannya, 3) memberikan masukan sehingga kegiatan pengabdian ini dapat memberikan manfaat seperti yang diharapkan mitra, 4) menyediakan sarana dan prasarana kegiatan.

c. Menyelenggarakan kegiatan pelatihan dan pendampingan, antara lain:

Pelatihan dilakukan berdasarkan pada assessment, sehingga jenis dan materi pelatihan merupakan agenda yang sesuai dengan kebutuhan warga kampung KB. Pelatihan dan pendampingan yang dilaksanakan agar memberikan manfaat, diantaranya:

1. Meningkatnya pemahaman dan pengetahuan usaha kecil (mitra) dalam bidang pemasaran, indikasinya bahwa mitra dapat memanfaatkan peluang yang ada, dan dapat melayani permintaan konsumen terhadap produk yang diminati.
2. Mitra dapat memperluas jaringan kerjasama dengan pengusaha atau rekanan lainnya untuk menjual produknya dan menginformasikan mengenai produk barunya.
3. Meningkatnya pemahaman dan keterampilan manajerial dalam menjalankan usaha dan mengembangkan usaha. Hal ini diindikasikan dengan peningkatan kapasitas usaha, kinerja yang semakin efisien dengan banyak melakukan inovasi, dan mampu merencanakan kegiatan produksi, serta dapat menyelesaikan permasalahan operasional.
4. Meningkatnya pengetahuan mengenai penyusunan laporan keuangan diikuti dengan pencatatan administrasi keuangan secara tertib dan teratur.

a. Evaluasi Pelaksanaan dan Keberlanjutan Program

Pada tahap ini ditujukan untuk mengetahui tingkat keberhasilan kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Indikatornya adalah terjadi peningkatan usaha yang dijalankan usaha kecil penghasil roti dan kue basah, pangsa pasar yang meningkat, omzet penjualan yang meningkat, diversifikasi produk bisa terlaksana, dan kemajuan usaha dapat diukur melalui pencatatan laporan keuangannya. Sedangkan keberlanjutan program diindikasikan dengan keberlangsungan usaha kecil tersebut dan pencapaian kemajuan usaha.

Hasil dan Pembahasan

1. Pelatihan Manajemen Usaha dan Pembuatan Produk Unggulan

Kegiatan pelatihan ini dimaksudkan untuk memberikan pemahaman yang lebih baik terhadap manajemen usaha, sehingga akan tercipta skil manajerial yang memadai dalam menjalankan kegiatan usahanya. Materi pelatihan ini meliputi pelatihan kewirausahaan, pemasaran produk dan pengelolaan keuangan usaha. Ketiga materi ini menjadi penting karena sebagian besar pelaku usaha UMKM apalagi usaha rumahan menghadapi persoalan tidak berlanjutnya usaha mereka karena skil manajerial rendah, sulitnya menciptakan pasar bagi produk yang dihasilkan, serta manajemen keuangan yang relative amburadul, sehingga tidak terkelola dengan baik, akibatnya usaha seringkali mengalami kebangkrutan.

Pelatihan manajemen pemasaran ditujukan kepada peningkatan pemahaman dan pengetahuan dalam bidang pemasaran. Materi pelatihan mencakup konsep dasar pemasaran, proses perencanaan pemasaran, analisis peluang pasar, dan perencanaan strategi pemasaran (Tjiptono: 2011). Pelatihan kewirausahaan dilakukan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan manajerial dalam menjalankan usaha. Materi kewirausahaan yang diberikan mencakup konsep dasar kewirausahaan, kreativitas dan inovasi, motivasi kewirausahaan, serta usaha kecil (Mutis: 2011). Praktik manajerial dalam menjalankan usahanya belum terlaksana secara tepat karena minimnya wawasan dan kemampuan usaha kecil penghasil roti dan kue basah tentang bagaimana menjalankan usahanya secara profesional. Sedangkan pelatihan pengelolaan keuangan dilakukan untuk meningkatkan pemahaman dan pengetahuan mengenai arti pentingnya membuat pencatatan terhadap keuangan usaha, selain itu juga untuk menanamkan kesadaran bahwa penyusunan pencatatan keuangan tersebut adalah merupakan kebutuhan dan unsur penting untuk mengetahui kemajuan usaha (Al Haryono: 2014). Sebagai narasumber pada pelatihan ini adalah Tim Pengabdian Masyarakat.

Sedangkan pelatihan pembuatan produk unggulan difokuskan pada pemanfaatan sumberdaya yang sudah ada di lingkungan warga Kampung KB, yaitu membuat produk aneka olahan sereh dan jeruk nipis, menjadi minuman kesehatan dan syrup. Pembuatan produk olahan ini dipilih karena sebagian masyarakat sudah banyak yang menanam sereh dan jeruk nipis di halaman maupun tanah kosong yang dimiliki juga dalam pot. Program menanam sereh dan jeruk nipis ini adalah program dari pemerintah dalam gerakan apotik hidup atau tanaman obat keluarga. Peserta dalam program pemberdayaan usaha ekonomi produktif ini adalah warga kampung KB yang sudah berusaha, tetapi hasil dari usaha tersebut belum optimal dalam peningkatan pendapatan keluarga. Selain itu dimungkinkan ada materi pelatihan baru, yang memiliki potensi besar untuk bisa dikembangkan sebagai usaha baru bagi warga kampung KB, sehingga biaya pemberdayaan usaha ekonomi produktif bisa lebih efisien. Potensi besar tersebut bisa berupa sumber daya yang sudah dimiliki tetapi belum dioptimalkan pemanfaatannya, misalnya pemanfaatan lahan pekarangan yang belum optimal, adanya tanaman yang hanya sebagai penghijauan saja, atau potensi semangat masyarakat dalam berusaha.

Mengingat selama ini hasil tanaman tersebut belum dimanfaatkan secara optimal, maka muncul inisiasi pemanfaatan komoditas sereh dan jeruk nipis menjadi produk olahan minuman segar dan sirup. Karena berbahan baku sereh dan jeruk nipis, maka produk tersebut diberi nama “SERUNI”, SEREH dan JERUK NIPIS. Pelatihan ini dipandu oleh ahlinya, yaitu Bp. Dwi Sudiarno, yang juga pengrajin minuman tradisional Bir Pletok. Pak Dwi ini warga Kecamatan Paku Alaman, RW 07 Kelurahan Gunung Kentur, Kota Yogyakarta. Untuk pelatihan ini diperlukan bahan-bahan sebagai berikut:

1. 1 kg sereh digeprek
2. 2 butir jeruk nipis
3. 2 kg gula pasir
4. 8 gelas air
5. Bisa ditambahkan cengkih atau kayu manis sesuai selera

Cara membuatnya: Sereh yang sudah digeprek direbus dalam 8 gelas air sampai mendidih. Setelah itu didiamkan sampai baunya harum. Angkat rebusan sereh tersebut dan tuangkan gula pasir sambil diaduk-aduk kurang lebih 1,5 jam dan menghasilkan sirup 750 ml. Setelah dingin diberi perasan jeruk nipis. Hasilnya sebagai berikut:

Gambar 1. Produk Minuman SERUNI: Sirup, Minuman, dan Serbuk



Sumber: dokumen penulis

Gambar 2. Pelaksanaan Pelatihan Pembuatan dan Labeling Produk Olahan SERUNI



Sumber: dokumen penulis

Gambar 3. Pelatihan Manajemen usaha dan Inisiasi Pembentukan Koperasi



Sumber: dokumen penulis

Gambar 4. Penanaman pohon jeruk dan sereh, bahan baku produk SERUNI



Sumber: dokumen penulis

2. Inisiasi Pembentukan Koperasi Usaha Kampung KB

Menurut UU no. 25 tahun 1992 tentang Perkoperasian, definisi dari koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang seorang atau badan hukum koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasar atas asas kekeluargaan. Koperasi kampung KB adalah koperasi yang anggotanya terdiri dari para warga kampung KB Kelurahan Prwirodirjan RW 12, yang memiliki usaha yang dibutuhkan bagi pengembangan produksi olahan sereh dan jeruk nipis menjadi minuman tradisional dan sirup, serta produksi makanan ringan. Mereka itu adalah: produsen minuman tradisional sereh jeruk nipis, sirup seruni, usaha makanan ringan, petani sereh, jeruk nipis, dan bahan baku lainnya yang dibutuhkan dalam produksi minuman dan sirup seruni. Tujuan inisiasi pembentukan koperasi Kampung KB adalah agar di kemudian bisa terwujud koperasi yang merupakan wadah bagi semua warga kampung KB yang memiliki usaha, agar berbagai persoalan baik keuangan, maupun kebutuhan usaha dapat teratasi dengan baik. Adanya koperasi akan memperkuat posisi anggota koperasi terutama dalam hal akses dana ke lembaga keuangan, baik bank maupun non bank. Disamping itu, koperasi juga diharapkan akan menampung produksi yang dihasilkan oleh anggota, sehingga anggota tidak terbentur pada penjualan produk, dan produk tersebut nantinya akan disalurkan kepada anggota

koperasi lainnya yang usahanya menggunakan bahan baku dari produksi warga kampung KB. Pendeknya, koperasi akan menjadi asosiasi bagi anggota.

Simpulan

Berdasarkan kegiatan yang telah dilaksanakan dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kegiatan pengabdian ini mendapatkan sambutan yang cukup baik dari mitra, hal ini ditunjukkan dengan partisipasi aktif dari kedua mitra dengan mengikuti secara teratur semua tahapan kegiatan.
2. Mitra memperoleh manfaat dari kegiatan pengabdian ini dalam bidang pemasaran, pengelolaan usaha, dan peningkatan kapasitas usaha.
3. Terjadi peningkatan kapasitas produksi seiring dengan bertambahnya permintaan dan diversifikasi produk dilakukan dengan menawarkan produk varian baru.

Ucapan Terima Kasih

Atas terselenggaranya kegiatan pengabdian masyarakat ini kami mengucapkan banyak terima kasih kepada Lembaga Penelitian, Publikasi, dan Pengabdian Masyarakat Universitas Muhammadiyah Yogyakarta sebagai penyandang dana untuk kegiatan tersebut. Pihak mitra kegiatan pengabdian masyarakat yaitu Kampung KB Prawirodirjan Yogyakarta, yang dengan semangatnya mensukseskan seluruh rangkaian kegiatan pengabdian masyarakat, serta seluruh pihak yang telah berkontribusi pada pelaksanaan kegiatan ini sampai publikasinya. Jerih payah yang tanpa imbalan, Insyaa Allah akan mendapatkan balasan setimpal dari Sang Maha Pemurah.

Daftar Pustaka

- Al Haryono Jusuf. 2014. *Dasar-Dasar Akuntansi. Jilid 1 Edisi ke-4*. Yogyakarta: Bagian Penerbitan STIE YKPN
- Bappeda (2010), "Pengembangan Usaha Ekonomi Kreatif (Pusaka)" Sebuah Model Pembelajaran Pengembangan Ekonomi Kerakyatan Berbasis Budaya Sunda di Kabupaten Sumedang. Sumedang
- Harahap, E. F. (2012) 'Pemberdayaan Masyarakat Dalam Bidang Ekonomi Untuk Mewujudkan Ekonomi Nasional Yang Tangguh Dan Mandiri', *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 3(2), pp. 78-96.
- Huraerah, Abu. 2008. *Pengorganisasian Dan Pengembangan Masyarakat. Model Dan Strategi Pembangunan Berbasis Masyarakat*. Bandung: Humaniora, Penerbit Buku Pendidikan - Anggota IKAPI
- Kartasmita, Ginandjar. (2000), *Pembangunan Untuk Rakyat: Memadukan Pertumbuhan Dan Pemerataan*. Jakarta: Cides.
- Mardikanto, T. dan Soebiato, P. (2012). *Pemberdayaan Masyarakat dalam Perspektif Kebijakan Publik*. Bandung: Alfabeta.
- Mutis, T. 2011. *Kewirausahaan yang Berproses*, Jakarta: Grasindo

- Soenyono. (2012). Sosiologi Pemberdayaan Masyarakat (Community empowerment).
Surabaya: Jengala Pustaka Utama.
- Tjiptono, Fandy. 2011. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset

Pengembangan Pariwisata Desa Berbasis Masyarakat

Muchamad Zaenuri¹, Atik Septi Winarsih², dan Muhammad Iqbal³

^{1, 2, 3} Program Studi Ilmu Pemerintahan UMY, Gedung E2 Lt.1, Kampus Terpadu UMY. Jl, Brawijaya, Kasihan, Bantul, Yogyakarta - 55183
 Email: muchamadzaenuri@umy.ac.id

Abstrak

Dari hasil observasi dapat diidentifikasi berbagai permasalahan, antara lain 1) masyarakat belum mempunyai kemampuan untuk menjadi pelaku usaha wisata, 2) fasilitas obyek wisata yang belum memadai, 3) belum adanya pengelola yang mampu untuk menjadi motor penggerak kegiatan wisata, 4) belum berkembangnya atraksi wisata sebagai ciri khas dari dusun Wediutah, 5) masih terbatasnya aneka makanan kecil atau oleh-oleh untuk wisatawan, 6) belum dibuatnya paket wisata yang terhubung dengan obyek lain di desa Ngeposari, 7) belum adanya promosi yang dilakukan secara luas, dan 8) belum terbentuknya jejaring yang luas. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, dengan melalui program pengabdian berbasis kemitraan desa (PPDM) dilakukan beberapa program antara lain: 1) pelatihan tentang usaha wisata, 2) bantuan stimulan untuk fasilitas penunjang obyek wisata, 3) fasilitasi pembentukan, pelatihan, dan pendampingan tata kelola organisasi untuk pengelola desa wisata, 4) inisiasi atraksi wisata berbasis potensi lokal, 5) pengembangan aneka makanan kecil untuk oleh-oleh, 6) pembuatan paket wisata yang terintegrasi dengan desa Ngeposari, 7) pembuatan media promosi dan berbasis media sosial, dan 8) penyusunan jejaring pada seluruh stakeholder pariwisata, baik itu pemerintah dan biro perjalanan wisata.

Kata Kunci: Desa wisata, masyarakat, Wediutah

Pendahuluan

Pengembangan dan pemberdayaan masyarakat desa di era sekarang ini masih sangat dibutuhkan mengingat bahwa sebagian besar penduduk Indonesia masih bertempat tinggal di pedesaan. Kabupaten Gunung Kidul yang merupakan bagian dari Daerah Istimewa Yogyakarta juga sebagian besar masyarakatnya tinggal di pedesaan. Masyarakat desa dengan segala problematika yang ada menjadi titik berat perhatian pemerintah Kabupaten Gunung Kidul, tidak terkecuali Desa Ngeposari di kecamatan Semanu. Masyarakat Desa Ngeposari sebagian besar masih mencirikan sebagai masyarakat desa karena sebagian besar mata pencahariannya masih di sektor pertanian, demikian juga Dusun Wediutah yang merupakan salah satu dari 18 pedukuhan yang ada di Desa Ngeposari.

Konsep pemberdayaan masyarakat menurut Priyono dan Pranarka (dalam Margayaningsih, 2016) mengandung dua arti. Pengertian yang pertama adalah *to give power or authority*, pengertian kedua *to give ability to or enable*. Pemaknaan pengertian pertama meliputi

memberikan kekuasaan, mengalihkan kekuatan atau mendelegasikan otoritas kepada pihak yang kurang/ belum berdaya. Di sisi lain pemaknaan pengertian kedua adalah memberikan kemampuan atau 13 keberdayaan serta memberikan peluang kepada pihak lain untuk melakukan sesuatu. Dari hasil observasi diperoleh informasi bahwa masyarakat sebenarnya masih mempunyai kemauan untuk menggarap pariwisata, tetapi masih dirasakan kurang mampu karena selama ini yang ditekuni adalah sektor agraris atau pertanian. Permasalahan ketidaksiapan masyarakat dalam menghadapi pariwisata desa ini tentunya sangat penting untuk digarap. Pengembangan pariwisata yang tidak melibatkan masyarakat tentu saja akan tidak ada artinya karena faktor utama dan manfaat utama pariwisata terletak pada peningkatan kesejahteraan masyarakat. Pengembangan pariwisata berbasis masyarakat merupakan suatu keharusan karena dukungan alam yang cukup baik.

Dari analisis situasi dan permasalahan mitra tersebut maka dapat diidentifikasi bahwa permasalahan utama yang dihadapi oleh masyarakat dan kelompok masyarakat di dusun Wediutah antara lain masyarakat belum dapat berperan aktif dalam pengelolaan pariwisata, belum tersedianya SDM yang mampu untuk memberi pelayanan terhadap wisatawan, fasilitas obyek wisata yang belum memadai dan kurangnya promosi wisata. Dari keempat permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat dusun Wediutah dan kelompok masyarakatnya maka perlu dicarikan solusi pada tema pengembangan pariwisata yang berbasis masyarakat.

Metode Pelaksanaan

Metode yang dipakai dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dengan menggunakan metode pendampingan, dimana pihak mitra diharapkan aktif melakukan kegiatan sementara pengabdian memberikan fasilitasi dan transfer iptek kepada pihak mitra. Penentuan metode pelaksanaan dilakukan dengan melalui kesepakatan kedua belah pihak antara pengabdian dan kedua mitra.

Pemerintah Desa Ngeposari menawarkan metode pengabdian lebih banyak pada pendampingan dengan memperbanyak waktu untuk melakukan transfer iptek berupa pemberdayaan masyarakat dan penguatan SDM dengan lebih menekankan pada pembimbingan untuk penguatan kelembagaan dengan pendekatan organisasi pembelajar (*learning organization*).

Strategi yang dipakai dalam pengabdian kepada masyarakat ini dengan menggunakan tahapan metode sebagai berikut: 1) Bidang manajemen, yaitu dengan penguatan kompetensi pengelola agar bisa memberi pelayanan secara profesional, 2) Bidang produksi, karena lembaga yang menjadi obyek pengabdian masyarakat adalah lembaga pengelola obyek wisata dan pemerintah desa maka produksi yang dimaksud disini adalah penyediaan data base dan paket perjalanan wisata secara terpadu. Produk ini disusun dengan melalui *focus group discussion* (FGD) bersama-sama antara pengabdian dengan mitra, dan 3) Promosi, dilakukan dengan melalui pembuatan brosur, materi di media sosial, dan media penayangan profil ODTW secara

lengkap. Metode yang dipakai dalam aspek pemasaran ini adalah melalui pendampingan pada pengelola agar mampu melakukan kegiatan pemasaran tersebut secara mandiri.

Hasil dan Pembahasan

Dari program pengabdian ini dapat dihasilkan keluaran yang sesuai dengan proposal yang diajukan. Semua kegiatan terlaksana dengan membawa keluaran dan manfaat yang sebesar-besarnya bagi Desa wisata Ngeposari. Deskripsi kegiatan dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Pelatihan Aplikatif Tentang Sadar Wisata

Gambar 1. Pelatihan Aplikatif Tentang Sadar Wisata



Sumber: Dokumen Pribadi, 2019

Pada pelatihan tersebut dipaparkan betapa pariwisata memberi manfaat dan membawa kesejahteraan masyarakat. Dengan kesadaran yang sudah mulai tumbuh masyarakat dapat meningkatkan rasa empati dan secara sukarela mau menjadi bagian dari stakeholder pariwisata. Seminar kepariwisataan dilaksanakan pada Ahad, 20 Januari 2019. Pelatihan ini memberikan paradigma dan pengetahuan baru tentang tata kelola pariwisata yang bersifat aplikatif. Adapun dalam kegiatan ini bertindak sebagai narasumber adalah Dr. Muchamad Zaenuri, M.Si. yang telah ahli dalam pengembangan pariwisata berbasis masyarakat. Peserta dalam pelatihan ini adalah pengelola kelompok sadar wisata, ibu-ibu PKK, RT/RW, kelompok pemuda dan stakeholder lain diluar Dusun Wediutah.

2. Pelatihan Dan Pendampingan Terhadap Pelayanan Wisatawan

Gambar 2. Pelatihan dan pendampingan terhadap pelayanan wisata



Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2019

Pelatihan dan pendampingan terhadap pelayanan wisata merupakan hal yang penting dilaksanakan bagi daerah yang ingin mengembangkan pariwisatanya. Bagi usaha pariwisata, mengelola pelayanan yang prima merupakan suatu hal yang sangat penting. Program pelatihan dan pendampingan terhadap pelayanan wisatawan ini dilaksanakan untuk mencapai tujuan tersebut. Tujuan dari pelatihan ini adalah menyiapkan sumber daya manusia yang mumpuni dalam memberikan pelayanan yang prima bagi wisatawan yang datang. Adapun pelatihan ini dilaksanakan pada 22 Januari 2019 dengan narasumber Dr. Muchamad Zaenuri, M.Si dan Dra. Atik Septi Winarsih, M.Si yang telah memiliki banyak pengalaman dalam pengembangan sumber daya manusia khususnya untuk desa wisata. Kegiatan ini diikuti oleh pengelola kelompok sadar wisata, ibu-ibu PKK, RT/RW, kelompok pemuda dan stakeholder lain diluar Dusun Wediutah.

3. Pemberian Fasilitas Penunjang Pariwisata

Membantu pemberian fasilitas yang memadai untuk mencapai obyek wisata merupakan hal yang penting dilakukan guna mendukung pembentukan desa sebagai objek wisata. Mengingat keterbatasan dalam pendanaan, pemberian fasilitas dibantu oleh mahasiswa untuk mencari sponsor. Dalam mendukung fasilitas obyek wisata ini mahasiswa dengan dibantu masyarakat melakukan “gugur gunung” atau kerja gotong royong untuk menyiapkan fasilitas parkir dan trap sampai lokasi sungai Ngreneng sebagai obyek wisata. Lahan parkir dibuat di cerukan tanah yang berada di sisi jalan dengan memanfaatkan batuan gamping yang banyak ditemukan di Desa Ngeposari. Dari sekitar 40 m³ lubang baru 1/5 yang terisi batu gamping dan dapat dimanfaatkan sebagai tempat parkir.

Gambar 3. Area Parkir Sebelum Diurug



Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2019
Gambar 4. Area Parkir Setelah Diurug



Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2019

Selain pengadaan parkir untuk menunjang fasilitas pariwisata, pengelola Desa Wisata Ngeposari diberikan fasilitas penunjang lain untuk mendukung kegiatan manajemen kepariwisataan di Desa Ngeposari tersebut.

Gambar 5. Pemberian Bantuan Fasilitas



Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2019

4. Penyediaan Media Promosi

Kegiatan promosi sangat penting bagi pengembangan obyek wisata, karena dengan adanya promosi suatu obyek wisata akan mudah dikenal dan dapat diakses oleh wisatawan. Promosi pada era sekarang ini lebih banyak memakai media sosial yang murah dan dapat mencapai jangkauan yang luas. Untuk segmen anak muda tentu media sosial sangat memudahkan dalam mencari obyek wisata. Dengan melalui media sosial misalnya melalui website, instagram dan facebook akan lebih cepat dan tepat dalam mencari informasi.

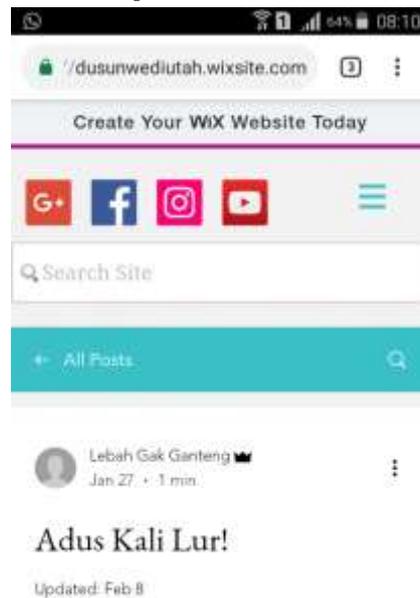
Kegiatan ini dilakukan dengan dua mekanisme, mekanisme yang pertama adalah mekanisme seminar dengan mengedepankan materi pembuatan dan pengelolaan dari sosial media dan website itu sendiri. Selanjutnya mekanisme yang kedua adalah mekanisme praktik langsung di mana dilakukan pendampingan secara langsung oleh tim dalam pembuatan website tersebut. Pelatihan yang diadakan pada Sabtu malam, tanggal 19 Januari 2019.

Gambar 6. Pelatihan Pembuatan Website



Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2019

Gambar 7. Tampilan Website Dusun Wediutah



Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2019

Kesimpulan

Dari kegiatan yang telah dilaksanakan tersebut dapat disimpulkan bahwa pengelolaan desa wisata di Desa Ngeposari perlu dioptimalkan. Hasil dari pelatihan, FGD dan pendampingan tersebut dapat meningkatkan kemampuan manajerial, teknis dan administratif para pengelola Desa Wisata Desa Ngeposari. Demikian juga dengan menggunakan pemasaran dalam website serta diperkuat oleh brosur dan paket pelatihan yang diversifikatif semakin memantapkan dalam melakukan pengembangan Desa Wisata Ngeposari.

Saran untuk kegiatan selanjutnya adalah perlu pemasaran yang lebih masif melalui penyusunan paket wisata yang terintegrasi dengan objek wisata seluruh Kabupaten Sleman. Disamping itu juga perlu dilakukan benchmarking ke beberapa Desa Wisata yang sudah maju.

Selain itu, perlu Mengkuantifikasi target dan capaian program yang dilakukan melalui penyusunan kuesioner.

Ucapan Terima Kasih

1. Lembaga Penelitian, Publikasi & Pengabdian Masyarakat Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
2. Kepala Desa Desa Ngeposari, Semanu, Gunungkidul
3. Kelompok masyarakat peduli wisata Desa Semanu
4. Pengelola Desa Wisata Semanu
5. Semua Tim Pengabdi dan masyarakat Desa Semanu

Daftar Pustaka

- Damanik, Janianton, 2010, “Merancang Format Baru Pariwisata Yang Menyejahterakan Rakyat”, *Pidato Pengukuhan Jabatan Guru Besar pada Fisipol UGM*, Yogyakarta.
- Fandeli, Chafid, 2003, *Perencanaan Kepariwisata Alam*, Yogyakarta: Fakultas Kehutanan UGM.
- Margayaningsih, D. I. 2016. Pemberdayaan Masyarakat Desa Sebagai Upaya Penanggulangan Kemiskinan. *Jurnal PUBLICIANA*, 9(1), 158-190.

Membangun Kapasitas Masyarakat Melalui Pengembangan Produk Lokal Di Kecamatan Tenjolaya Kabupaten Bogor

Titing Suharti¹, Diah Yudhawati², M. Azis Firdaus³

^{1,2,3}. Universitas Ibn Khaldun, Jl. KH. Sholeh Iskandar KM 2 Bogor 16164 (0251-8357804)

Email: azisfirdaus@uika-bogor.ac.id

Abstrak

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) di Kampung Puspa Desa Gunung Mulya Kecamatan Tenjolaya Kabupaten Bogor ini bertujuan untuk membangun kapasitas masyarakat setempat melalui pengembangan kemasan produk keripik daun jambu biji. Kegiatan dilakukan dengan menggunakan metode pelatihan kepada kelompok masyarakat, yaitu kelompok ibu-ibu rumah tangga. Materi yang disampaikan dalam pelatihan yaitu pembuatan/pengolahan, pembuatan kemasan, distribusi dan pengelolaan keuangan. Hasil kegiatan menunjukkan adanya minat yang tinggi dari anggota kelompok, yang ditandai dengan antusiasnya anggota kelompok dalam simulasi serta memberikan pendapat terkait dengan pendistribusian keripik daun jambu biji.

Kata Kunci: Capacity Building, Kemasan, Distribusi, Keuangan

Pendahuluan

Perbedaan kapasitas sumber daya baik dari sisi jumlah maupun jenis, memungkinkan terjadinya perbedaan output atau outcome dari kegiatan pembangunan. Daerah yang memiliki variasi jenis sumber daya yang besar, memiliki peluang untuk dapat lebih meningkatkan kesejahteraannya. Sebaliknya daerah yang memiliki variasi sumber daya dengan jumlah sedikit, kurang memiliki potensi untuk dapat dengan cepat dilakukan peningkatan kesejahteraan. Beberapa wilayah pedesaan merupakan suatu cerminan dimana sumber daya yang dimiliki relatif sedikit dengan variasi yang sedikit pula, sehingga masyarakatnya sulit untuk meningkatkan kesejahteraan secara signifikan.

Kondisi lingkungan, kondisi ekonomi, dan kondisi sosial merupakan faktor-faktor yang dapat menyebabkan perubahan struktural pada bidang pertanian (Blandford & Hill, 2006, p. 2). Akses transportasi, pendidikan menjadi dua kendala, diantara kendala-kendala lain, yang dapat dikatakan signifikan mempengaruhi kesejahteraan masyarakat.

Salah satu desa yang memiliki kendala tersebut di atas adalah Kampung Puspa Desa Gunung Mulya Kecamatan Tenjolaya Kabupaten Bogor. Lokasinya tidak berada jauh dari Jakarta, dengan tingkat kesejahteraan masyarakat menunjukkan kesejahteraan yang cukup baik, namun

masih ada sumber daya yang belum tergali secara optimal dan potensi sumber daya lainnya yang belum ditemukan. Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) Perguruan tinggi diharapkan menjadi salah satu kegiatan yang dapat menemukan dan mengembangkan potensi-potensi Kampung Puswa Desa Gunung Mulya dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakatnya. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat di daerah tertentu yang dilaksanakan dosen bertujuan untuk memberikan solusi dalam memecahkan persoalan di masyarakat.

Pekerjaan masyarakat di lokasi sasaran mayoritas adalah bertani/berkebun sebagai buruh tani, dan berdagang. Diantara produk perkebunan yang banyak terdapat di Desa Gunung Mulya adalah buah jambu biji. Diketahui bahwa jambu biji selain kandungan vitamin C yang tinggi, ekstrak daun jambu biji juga memberikan manfaat untuk mengurangi dampak diare. Warga setempat memanfaatkan ekstrak daun biji jambu sebagai pertolongan pertama bagi keluarga yang terserang penyakit diare. Namun demikian, rasanya yang pahit menyebabkan anak-anak tidak menyukainya. Hasil kebun buah jambu biji yang melimpah di Desa Gunung Mulya baru dimanfaatkan melalui menjual hasil kebun tersebut ke wilayah Bogor dan sekitarnya. Sementara produk turunannya, yaitu ekstrak daun jambu biji dalam bentuk keripik daun jambu biji belum dimanfaatkan dalam skala ekonomi yang lebih besar.

Masih rendahnya kapasitas produksi usaha mikro ini merupakan indikasi rendahnya kualitas manajemen, penguasaan teknologi, dan pemasaran, yang tidak diimbangi dengan kegiatan pelatihan, secara terprogram (Amboningtyas & Aneu, 2019).

Metode Pelaksanaan

Melalui pendekatan kelompok, khususnya ibu-ibu dilakukan upaya-upaya membangun kapasitas (capacity building) untuk mengembangkan produk turunan jambu biji. Capacity building dilakukan melalui pelatihan untuk kelompok dengan materi pembuatan kemasan, distribusi serta pengelolaan keuangan.

Kemasan keripik daun jambu biji dibuat dengan menggunakan kantong plastik khusus dengan perekat sehingga terhindar dari kontaminasi udara, serta diberikan label di dalam kemasan. Model plastik tersebut masih belum banyak diketahui oleh masyarakat setempat. Dengan memperkenalkan beberapa model plastik diharapkan, masyarakat atau kelompok produksi tersebut memiliki kemampuan serta perhitungan ekonomis dalam mengemas keripik daun jambu biji. Label keripik untuk produksi awal dilakukan dengan menggunakan printer warna, kemudian digunting dengan ukuran yang disesuaikan dengan ukuran plastik/kemasan.

Materi pelatihan distribusi, dilakukan dengan memberikan beberapa usulan/opsi diantaranya penjualan langsung dengan menitipkan keripik daun jambu biji di warung-warung makanan di sekitar desa gunung mulya. Selain itu, diberikan juga pengenalan penjualan melalui online dengan menggunakan smartphone. Namun, penggunaan smartphone memiliki kendala dimana tidak ada anggota kelompok yang memiliki smartphone.

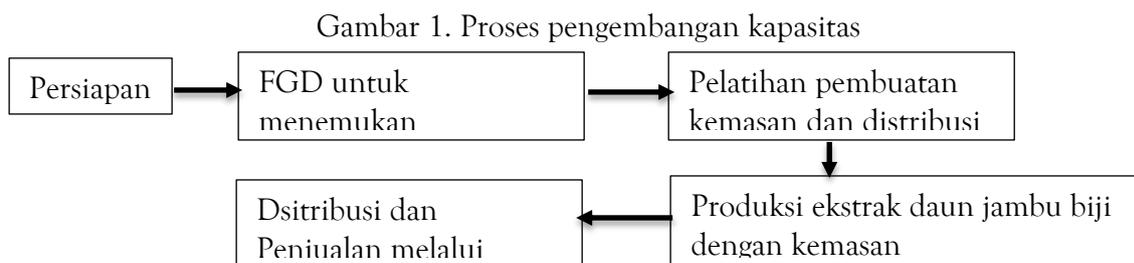
Dengan memberikan materi pelatihan pengelolaan keuangan, diharapkan kelompok tersebut dapat memperhitungkan biaya produksi yang kemudian menentukan harga pokok

produksi serta harga jual. Pengelolaan keuangan juga diharapkan menumbuhkan saling percaya diantara anggota kelompok sehingga dapat menghindari konflik di dalam kelompok. kebutuhan bahan baku, proses produksi serta biaya pemasaran/distribusi diperhitungkan secara sederhana. Demikian halnya dengan pendapatan dari penjualan, menggunakan jumlah kantong terjual dengan harga jualnya.

Hasil dan Pembahasan

Membangun kapasitas kelompok ibu-ibu dalam memproduksi keripik daun jambu biji, yang dilakukan dengan pelatihan yang dilanjutkan dengan simulasi, telah memberikan suatu peluang baru bagi masyarakat khususnya anggota kelompok. Dari hasil pelatihan telah terbentuk pula kelompok ibu-ibu di Kampung Puswa Desa Gunung Mulya, yang memproduksi keripik daun jambu biji. Kelompok tersebut masih merupakan kelompok yang informal yang perlu dibina secara terus menerus dan pada selanjutnya perlu diarahkan untuk dilakukan penguatan kelembagaannya.

Penggunaan kantong plastik khusus memberikan solusi terkait dengan kemasan keripik daun biji jambu, yang lebih praktis, dan lebih menarik sehingga dapat meningkatkan nilai jual keripik. Hal ini merupakan suatu yang baru bagi masyarakat kampung Puswa khususnya sehingga anggota kelompok terlihat antusias dalam mengemas keripik tersebut, terlebih ketika diberikan contoh label produk dengan desain gambar yang disimpan di dalam kemasan. Model kegiatan pengembangan kapasitas di kampung Puswa digambarkan dalam sebuah model pada gambar 1.



Sumber: dokumen penulis

Model-model distribusi yang disampaikan dalam pelatihan, berkembang beberapa opsi distribusi diantaranya, dititipkan kepada yang akan menjual jambu biji, dititipkan kepada anak-anak dari anggota kelompok yang sekolah di luar kampung Puswa serta penjualan di rumah masing-masing anggota kelompok. Dengan demikian semua anggota kelompok terlibat dalam distribusi keripik. Dengan skala produksi yang masih relatif kecil, belum sepenuhnya opsi pendistribusian keripik dapat dilakukan. Gambar kemasan yang merupakan hasil pelatihan sebagaimana pada gambar 2.

Gambar 1. Kemasan setelah kegiatan pengembangan kapasitas



Sumber: dokumen penulis

Pengelolaan usaha keripik daun jambu biji ini, perlu didukung dengan pengelolaan keuangan yang baik. Perhitungan biaya produksi sampai dengan penentuan harga jual masih membutuhkan pelatihan lebih lanjut. Namun demikian, secara sederhana anggota kelompok memahami perhitungan biaya produksi dan penghitungan keuntungan. Penggunaan catatan keuangan masih menggunakan buku yang ditulis, yang dari sisi akuntabilitas masih perlu diperbaiki. Model pengembangan kapasitas

Program Kegiatan peningkatan kapasitas produksi ekstrak daun jambu biji tidak akan berhasil secara maksimal manakala hambatan-hambatan yang terkait dengan sumber daya manusia, organisasi dan inter organisasi masih ada (Grindle & Hilderbrand, 1995). Dengan demikian, diperlukan peningkatan kapasitas UKM melalui 3 model intervensi sebagaimana yang disampaikan Grindle dalam ilato (2017, p. 40) yaitu intervensi pada level sistem, intervensi pada level kelembagaan, dan intervensi pada level individual.

Pembangunan kapasitas UKM ekstrak jambu biji membutuhkan peran pemerintah melalui kebijakan yang terfokus pada program yang dapat memberikan outcome yang lebih baik bagi masyarakat, khususnya di Tenjolaya. Kebijakan pemerintah dimaksud adalah sebagaimana yang disampaikan oleh (2017, p. 6) yaitu kebijakan yang memuat tujuan dibuatnya kebijakan, serta sasaran yang jelas. Impelementasi kebijakan pemerintah daerah dalam pengembangan kapasitas di Tenjolaya perlu memperhatikan adanya korelasi antara kebijakan dengan *outcomes* yang diharapkan. Kebijakan Pengembangan kapasitas UKM Ekstrak daun jambu biji di tenjolaya berpotensi pada peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Kesimpulan

Kegiatan PKM di Kampung Puspa Desa Gunung Mulya telah memberikan suatu solusi didalam mengembangkan potensi desa untuk meningkatkan kapasitas ekonomi masyarakat. Produksi keripik daun jambu biji yang telah ada di masyarakat dapat dikembangkan pada skala produksi yang lebih besar karena memiliki potensi yang besar. Penyakit diare dapat menyerang manusia baik yang berada di pedesaan maupun perkotaan. Obat diare yang ada saat ini dalam bentuk tablet/kaplet, dapat disubstitusi dengan keripik daun jambu biji. Permasalahan kelembagaan kelompok produsen serta pendistribusian menjadi hal yang perlu dilakukan peningkatan kapasitasnya.

Ucapan Terima Kasih

Terima kasih penulis ucapkan kepada Rektor Universitas Ibn Khaldun melalui Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat yang telah mendanai kegiatan pengabdian masyarakat ini sehingga dapat terlaksana dengan baik. Kepada Camat Tenjolaya kabupaten Bogor beserta Aparat Desa Gunung Mulya yang telah bekerjasama dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini

Daftar Pustaka

- Amboningtyas, D., & Aneu, Y. (2019). Pengembangan Capacity Building Dalam Peningkatan Kualitas Sumber Daya Manusia Pada Usaha Kecil Menengah Di Kecamatan Tugu Semarang. *Jurnal Ekbis*, 20(1), 1181. <https://doi.org/10.30736/ekbis.v20i1.202>
- Blandford, D., & Hill, B. (Eds.). (2006). *Policy reform and adjustment in the agricultural sectors of developed countries*. Oxfordshire, UK ; Cambridge, MA: CABI Pub.
- Grindle, M. S. (2017). *Politics and policy implementation in the third world*. New Jersey: Princeton University Press.
- Grindle, M. S., & Hilderbrand, M. E. (1995). Building sustainable capacity in the public sector: What can be done? *Public Administration and Development*, 15(5), 441-463. <https://doi.org/10.1002/pad.4230150502>
- Ilato, R. (2017). *Capacity Building Pemerintah Daerah Menuju Good Governance*. Gorontalo: ideas publshing.

Model Pemberdayaan Entrepreneurship Berbasis Gerakan Kemandirian Ekonomi Cabang Dan Ranting Muhammadiyah Dengan Metode On-Line

Suryo Pratolo; Bambang Jatmiko; dan Misbahul Anwar

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
 Jl. Brawijaya, Tamantirto, Kasihan, Bantul, Yogyakarta
 Email/HP: suryo@umy.ac.id/08179409758

Abstrak

Tujuan Program Pengabdian Masyarakat dengan skim KEMITRAAN MASYARAKAT adalah untuk membangun model pemberdayaan entrepreneurship berbasis gerakan kemandirian ekonomi civitas akademika dengan metode on-line. Adapun masalah dari pengabdian ini adalah Jumlah pengusaha di Indonesia baru mencapai 1,65 persen dari jumlah penduduk. Rasio tersebut jauh tertinggal dibanding dengan jumlah pengusaha yang ada di negeri jiran seperti Singapura, Malaysia, maupun Thailand. Sementara negara-negara maju seperti Amerika Serikat dan Jepang bahkan memiliki pengusaha lebih dari 10 persen dari jumlah populasi. Idealnya jumlah pengusaha adalah 2 persen dari total populasi, tetapi untuk mencapai target pendapatan perkapita yang baik diperlukan 6,13 juta pengusaha atau sekitar 2,5 persen dari populasi. Metode pelaksanaannya sebagai berikut: 1. FGD (Focus Group Discussion), 2. Desain Sistem, 3. Perancangan Software, 4. Uji Software, 5. Sosialisasi Awal, 6. Penyempurnaan Software, 7. Sosialisasi Software, 8. Publish Software. Sedangkan luarannya adalah: 1. Jurnal Nasional ISSN "Berdikari" Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, 2. Proceeding Nasional – Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, 3. Seminar Nasional – di Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta, 4. Keynote Spech di Program Studi UMY Mengundang Wirausaha muda dan Dosen UMY.

Keyword: Model, Entrepreneurship, Kemandirian Ekonomi, Online System

Pendahuluan

Jumlah pengangguran di Indonesia pada Agustus 2015 bertambah sebanyak 320 ribu menjadi 7,56 juta jiwa (Mohammad, 2015). Faktor yang mengakibatkan tingginya angka pengangguran di negara Indonesia adalah terlampaui banyaknya tenaga kerja yang diarahkan ke sektor formal, sehingga ketika pekerjaan di sektor formal tidak tumbuh dan berkembang, individu tidak berusaha untuk menciptakan pekerjaan sendiri disektor swasta (Andika & Madjid, 2012). Wirausaha di Indonesia masih dikatakan cukup rendah, pada tahun 2010 lalu, dari 230 juta penduduk hanya 0,2 % saja yang berprofesi menjadi wirausaha. Namun, data terakhir di tahun 2014 jumlah wirausahawan mengalami kenaikan menjadi 1,6 persen. Untuk menjadi individu yang dapat menciptakan lapangan kerja bagi orang lain seperti yang disebutkan sebelumnya, wirausahawan perlu menumbuhkan jiwa *enterpreneurship* atau

kewirausahaan, yakni usaha menciptakan nilai tambah dengan jalan mengkombinasikan sumber-sumber melalui cara-cara baru dan berbeda untuk memenangkan persaingan. Penciptaan wirausaha (*entrepreneur*) menjadi alternatif solusi atas berbagai masalah di masyarakat seperti kemiskinan dan kesenjangan sosial, meningkatnya pengangguran usia produktif dan menipisnya cadangan pasokan energi, yang kesemuanya menuntut adanya tindakan kreatif dan inovatif. Jiwa kewirausahaan bukan hanya sebatas kecerdasan akademik dan keterampilan menghasilkan produk tetapi juga jiwa dinamis dalam menangkap tantangan dan resiko kemudian mengubahnya menjadi peluang dan potensi pertumbuhan (Soegoto 2009, dalam Herwin Moppangga, 2015). Untuk meningkatkan minat berwirausaha/entrepreneur salah satunya adalah dengan meningkatkan pemahaman dan minat masyarakat terhadap bidang wirausaha. Kegiatan wirausaha harus didorong dengan keberanian dan keuletan serta tekad yang kuat, karena berwirausaha pada dasarnya berhimpitan dengan ketidakpastian, dalam hal keberhasilan maupun kegagalan. Technopreneur salah satu bagian dari perkembangan berwirausaha (*entrepreneur*) memberikan gambaran berwirausaha dengan menggunakan inovasi basis teknologi. Konsep technopreneur didasarkan pada basis teknologi yang dijadikan sebagai alat berwirausaha, misalnya munculnya bisnis aplikasi online, bisnis security system, dan sebagainya. Adapun masalahnya “ Bagimana Model Pemberdayaan Entrepreneurship berbasis Gerakan kemandirian Ekonomi Cabang dan Ranting?”.

Landasan Teori

1. Definisi Kewirausahaan

Pengertian *Entrepreneur* secara etimologi berasal dari bahasa Prancis, *entreprendre*, yang telah dikenal mulai dari abad ke-17. Arti *entreprendre* adalah berusaha. Sedangkan pengertian *Entrepreneur* secara terminologi atau terkadang disebut sebagai pengertian *entrepreneurship* secara istilah adalah suatu disiplin ilmu yang mempelajari tentang nilai, kemampuan (*ability*) dan perilaku seseorang dalam menghadapi tantangan hidup untuk memperoleh peluang dengan berbagai risiko yang dihadapinya. Segala hal yang berkaitan dengan sikap, tindakan dan proses yang dilakukan oleh para *entrepreneur* atau dikenal dengan sebutan *entrepreneurship*. Jadi pada dasarnya istilah *entrepreneurship* adalah istilah untuk orang yang bergelut didunia usaha atau *entrepreneurship*. *Entrepreneurship* juga disebut dalam merintis, menjalankan dan mengembangkan usaha mereka. *Entrepreneurship* adalah gabungan dari suatu kretivitas, inovasi dan juga dalam keberanian setiap manusia untuk menghadapi resiko yang dilakukan dengan cara kerja keras untuk membentuk dan memelihara usaha baru. Sehingga apabila disimpulkan bahwa, definisi dari pengertian *entrepreneurship* adalah kemampuan dalam berpikir kreatif dan berperilaku inovatif yang dijadikan sebagai dasar, sumber daya, tenaga penggerak, tujuan siasat, kiat dan proses dalam mengadapi tantangan hidup. Menurut Thomas W. Zimmerer (2008) bahwa pengertian *Entrepreneurship* adalah penerapan kreativitas dan keinovasian untuk memecahkan permasalahan dan upaya

memanfaatkan peluang-peluang yang dihadapi setiap hari. Menurut Andre J. Dubrin (2008), pengertian entrepreneurship berarti seseorang yang mendirikan dan menjalankan sebuah usaha yang inovatif. Menurut Hendro dan Chandra W.W (2006) dalam bukunya *Be a Smart and Good Entrepreneur* menjelaskan bahwa pengertian entrepreneur adalah suatu kemampuan mengelola sesuatu yang ada dalam diri anda untuk dimanfaatkan dan ditingkatkan agar lebih optimal sehingga dapat meningkatkan taraf hidup anda di masa mendatang. Menurut Hisrich (2004, p9) pengertian entrepreneurship adalah proses membuat sesuatu yang baru dengan nilai dari konsumsi waktu dan daya yang dibutuhkan untuk memperkirakan keuangan, fisik, dan resiko sosial, dan mendapatkan penghargaan hasil dari moneter dan kepuasan personal dan kebebasan. Menurut Drucker dalam Alma (2008, p2), Menurut Drucker bahwa pengertian Entrepreneur adalah seseorang yang mampu memanfaatkan peluang. Menurut Schumpeter dalam Alma (2008. p.24) bahwa pengertian entrepreneur adalah orang yang melihat adanya peluang kemudian menciptakan sebuah organisasi untuk memanfaatkan peluang tersebut. Menurut Sarosa (2005, p.2) pengertian Entrepreneur adalah seseorang yang memiliki visi, semangat dan melakukan suatu tindakan-tindakan yang dapat dibuktikan atau secara nyata dalam dunia usaha untuk menciptakan dan mengembangkan sendiri sumber-sumber pendapatan atau incomenya tanpa harus bergantung semata-mata kepada orang lain.

2. Sifat- Sifat Entrepreneur

Menurut Alma (2008,53), bahwa terdapat sifat-sifat yang perlu dimiliki oleh seorang entrepreneur agar berhasil. Sifat-sifat tersebut adalah sebagai berikut:

a. Percaya diri

Sifat utama dari percaya diri dimulai dari pribadi yang mantap, tidak mudah terombang-ambing oleh pendapat dan saran orang lain, melainkan menggunakan sebagian saran tersebut sebagai masukan.

b. Berorientasi pada Tugas dan Hasil

Sifat seorang entrepreneur tidak mengutamakan Prestige dahulu melainkan juga pada focus kepada prestasi yang ingin di capai.

c. Pengambilan Resiko

Ciri pengambilan resiko berpengaruh penting dalam dunia wirausaha yang penuh dengan resiko dan tantangan. Hal demikian harus diperhatikan adalah bahwa bagaimana seseorang entrepreneur mengambil sebuah resiko dengan penuh pertimbangan.

d. Kepemimpinan

Dalam diri seorang entrepreneur mutlah mempunyai jiwa kepemimpinan. Seorang pemimpin yang baik harus mendengar suatu saran dan kritik dari bawahannya demi kemajuan kinerja perusahaan.

e. Keorisinilan

Yang dimaksud dengan orisinil disini adalah seorang entrepreneur yang tidak hanya menjadi pengekor bagi orang lain, akan tetapi mempunyai pendapat sendiri, ide yang orisinil dan mampu merealisasikan ide tersebut.

f. Berorientasi kepada Masa Depan

Seorang entrepreneur berpikir kedepan atau memiliki visi kedepan. Sebab dalam menjalankan suatu usaha bukan hanya didirikan untuk sementara, akan tetapi selamanya. Untuk menyiapkan visi yang jauh kedepan tersebut, entrepreneur perlu menyusun perencanaan dan juga strategi yang matang.

g. Kreativitas dan Inovasi

Kreativitas merupakan kemampuan mengembangkan suatu ide yang baru, dan menemukan suatu cara yang baru dalam melihat suatu peluang ataupun berupa problem yang akan dihadapinya. Inovasi demikian adalah kemampuan untuk menggunakan solusi kreatif dalam mengisi peluang hingga mampu membawa manfaat bagi kehidupan masyarakat.

3. Pengertian Kreativitas

Menurut Richard Florida (2002: 1) *Human creativity is the ultimate economic resource. The ability to come up with new ideas and better ways of doing things is ultimately what raises productivity and this living standards.* Artinya kreativitas manusia adalah sumber daya ekonomi utama. Kemampuan dengan ide-ide baru dan cara-cara yang lebih baik melakukan sesuatu adalah akhirnya dapat meningkatkan produktivitas dan standar hidup. Menurut Bessant, Whyte and Neely (2005:1) *Design is the purposive application of creativity to all the activities necessary to bring ideas into use either as product (service) or process innovations.'* Desain adalah aplikasi purposive dari kreativitas untuk semua kegiatan diperlukan untuk membawa ide-ide mulai digunakan baik sebagai produk (layanan) atau proses inovasi. Kreativitas *'Imaginative activity fashioned so as to produce outcomes that are both original and of value.'* Jadi Kreativitas adalah Aktivitas imajinatif kuno sehingga menghasilkan hasil yang baik yang asli dan bernilai. Menurut, Amabile (1997:4) *'Creativity is ... the production of novel, appropriate ideas in any realm of human activity from science, to the arts, to education, to business or to everyday life.* Menurut Suryanto (2002: 78) Kreativitas adalah sifat yang melekat pada diri seseorang yang mampu berimajinasi dan memiliki inisiatif dalam menghasilkan sesuatu produk atau jasa yang baru. Kreativitas berasal dari kata kreatif yang memiliki arti " daya cipta" atau kemampuan untuk mencipta. Sedangkan kreativitas adalah suatu konsep yang majemuk yang dapat ditinjau dari berbagai aspek. Melalui kenyataan yang kita lihat, alami dan rasakan, setiap situasi sekecil apapun ternyata berhubungan antara satu dengan lainnya. Kreativitas adalah kegiatan yang menghasilkan sesuatu yang sifatnya baru artinya inovatif, belum ada sebelumnya, segar, menarik, aneh mengejutkan dan lain-lain. Kemudian kreativitas bisa berarti berguna (usefull), lebih enak, lebih praktis. Kreativitas adalah salah satu kemampuan manusia

yang dapat membantu kemampuan manusia yang lain meliputi pengaruh rangsang luar dan pengaruh rangsang dalam dimana seluruh potensi yang ada dituangkan kedalamnya. Alangkah baiknya apabila seluruh pendapat yang ada dijadikan wawasan pengetahuan dalam memahami unsur-unsur kehidupan tanpa mengukur batasan – batasannya. Selanjutnya dapat digabungkan menjadi satu kekuatan untuk memahami unsur-unsur lainnya. Keinginan untuk menggabungkan keduanya tadi merupakan langkah kreatif, karena batasan tadi memungkinkan untuk satu situasi tapi tidak untuk situasi lain. Mendasarkan pendapat pada Katleen De Stobbeleir, et.al. (2010: 6), kreativitas adalah suatu tindakan dari ide-ide kreatif untuk menghasilkan suatu produk dengan mendasarkan tiga tahapan yaitu: generasi ide, promosi ide dan implementasi ide, dengan sub dimensi meliputi: personalitry, rewards, role of co-wokers, leadership and configuration of work settings. Lingkungan merupakan faktor yang penting dalam perkembangan kreativitas. Walaupun secara genetika seseorang itu kreatif, tetapi jika lingkungannya tidak mendukung, maka kemungkinan kreativitasnya akan hilang bahkan sekaligus mati. Pada kenyataannya definisi kreativitas begitu abstrak, tidak dapat diukur dan tidak dapat dihitung, tetapi kreativitas menjadi semakin penting sehingga hal ini harus dikembangkan sejak dini. Apabila kita berbicara tentang sosok si pembuat ulah kreativitas, maka sebaiknya kreativitas perlu dipupuk sejak usia kecil, agar setelah masa dewasa anak dapat benar-benar menjadi manusia yang kreatif dan berguna bagi lingkungan masyarakatnya. Kandungan makna kreativitas dapat dipandang dari berbagai sudut pandang dan pengalaman bahkan lebih luas dari apa yang kita perkirakan, sehingga kita harus berlapang hati untuk bisa mengenali lebih dalam arti kreativitas dalam kehidupan pribadi, masyarakat dan organisasi.

Beberapa definisi tentang kreativitas menurut beberapa pakar sebagai berikut:

a. Hulbeck dalam Munandar, (2009:20)

Creative action is an imposing of one's own whole personality on the environment in an unique and characteristic way. Tindakan kreatif muncul dari keunikan keseluruhan kepribadian dalam interaksi dengan lingkungannya.

b. Sternberg dalam Munandar, (2009:20)

Kreativitas merupakan titik pertemuan yang khas antara tiga atribut psikologis: intelegensi, gaya kognitif, dan kepribadian/motivasi. Intelegensi meliputi terutama kemampuan verbal, pemikiran, pengetahuan perencanaan, perumusan masalah, penyusunan strategi, representasi mental, keterampilan pengambilan keputusan, dan keseimbangan serta integrasi intelektual secara umum. Gaya kognitif atau intelektual dari pribadi yang kreatif menunjukkan kelonggaran dari keterikatan pada konvensi menciptakan aturan sendiri, melakukan hal-hal dengan caranya sendiri, menyukai masalah yang tidak terlalu terstruktur, senang menulis, merancang, lebih tertarik pada jabatan yang kreatif, seperti pengarang, saintis, artis, atau arsitek. Sedangkan kepribadian/motivasi meliputi cirri-ciri seperti fleksibilitas, toleransi, dorongan untuk berprestasi dan mendapat pengakuan, keuletan dalam menghadapi rintangan, dan pengambilan resiko yang moderat.

c. Torrance dalam Munandar, (2009:20)

Kreativitas pada dasarnya menyerupai langkah-langkah dalam metode ilmiah, yaitu:....*the process of sensing difficulties, problems, gaps in information, missing elements, something asked; making guesses and formulating hypotheses about these deficiencies; evaluating and testing these guesses and hypotheses; possibly revising and retesting them; and finally communicating their results* (1988: 47). Definisi ini meliputi seluruh proses kreatif dan ilmiah mulai dari menemukan masalah sampai dengan menyampaikan hasil.

d. Wallas, dalam Munandar, (2009:20)

Langkah-langkah proses kreatif dalam pengembangan kreativitas, meliputi tahap persiapan, inkubasi, iluminasi, dan verifikasi.

e. Barron dalam Munandar, (2009:20)

Kreativitas adalah kemampuan untuk menghasilkan /menciptakan sesuatu yang baru.

f. Haefele dalam Munandar, (2009:20)

Kreativitas adalah kemampuan untuk membuat kombinasi-kombinasi baru yang mempunyai makna sosial. Definisi ini menunjukkan bahwa tidak keseluruhan produk itu harus baru, tetapi kombinasinya. Unsur-unsurnya bisa saja sudah ada lama sebelumnya. Definisi ini juga menekankan pula bahwa suatu produk kreatif tidak hanya harus baru tetapi juga diakui sebagai bermakna.

g. Vernon dalam Munandar, (2009:20)

Definisi ini merujuk pada aspek dorongan internal, yaitu kemampuan kreatif dirumuskan sebagai *“the initiative that one manifests by his power to break away from the usual sequence of thought”*. Kreativitas menekankan pada faktor dorongan, baik dorongan internal (dari diri sendiri berupa keinginan dan hasrat untuk mencipta atau bersibuk diri secara kreatif) maupun dorongan eksternal dari lingkungan sosial dan psikologis.

Metode Pelaksanaan

Dilakukan dengan Tahapan:

a. FGD (Focus Group Discussion)

Focus Group Discussion dilakukan kepada pengelola kampus, kepada para dosen, dan kepada para mahasiswa untuk mendapatkan tanggapan dan masukan mengenai ide mendorong terwujudnya wirausaha baru dari lulusan perguruan tinggi. Diskusi dengan pengelola dalam hal ini adalah pimpinan kampus bertujuan untuk mendapatkan dukungan dan masukan atas konsep mewujudkan atmosfer wirausaha lulusan perguruan tinggi. Diskusi dengan dosen untuk mendapatkan masukan dan dukungan implementasi dan bimbingan dosen dalam mewujudkan wirausaha baru dari perguruan tinggi. Diskusi dengan mahasiswa untuk mendapatkan dukungan mahasiswa untuk bisa aktif memanfaatkan dan mendukung konsep perwujudan atmosfer berwirausaha di universitas tersebut.

b. **Desain Sistem**

Setelah masukan dan saran dari *stakeholder*, baik dari pengelola perguruan tinggi, dosen, dan mahasiswa, maka langkah selanjutnya adalah melakukan desain sistem berupa gambaran besar dari proses bisnis dimulai dari mahasiswa mendaftarkan akun sampai dengan redeem voucher oleh penjual. Desain sistem secara detail juga dilakukan setelah desain sistem secara umum sehingga dihasilkan cetak biru desain sistem secara komprehensif.

c. **Perancangan Software**

Setelah desain selesai dilakukan maka programmer akan menerjemahkan proses bisnis yang digambarkan secara detail pada cetak biru desain sistem pada coding aplikasi sistem baik berbasis pada desktop maupun berbasis pada mobile. Pengkodean ini meliputi mengkodekan dari fitur utama atau sering disebut fitur backbone sampai fitur pendukungnya.

d. **Uji Software**

Setelah aplikasi berupa software yang masih berupa rancangan awal selesai, maka dilakukan pengujian dengan melibatkan mahasiswa sebagai calon pemilik akun, pengelola kampus sebagai admin, bidang pelayanan keuangan yang bertugas melayani peredeman hasil penjualan. Pengujian software meliputi pengujian pada backbone sistem sampai dengan pengujian pada fitur pendukung dari backbone sistem. Pengujian dilanjutkan dengan penyempurnaan sistem apabila masih didapatkan bug pada sistem tersebut.

e. **Sosialisasi Awal**

Setelah sistem lolos uji di dataran laboratorium, selanjutnya sistem akan diuji awal dengan cara melakukan sosialisasi kepada publik dimana publik kampus dengan perannya masing-masing mencoba aplikasi pada beberapa waktu dan hasil sosialisasi akan menjadi bahan untuk evaluasi dan penyempurnaan software.

f. **Penyempurnaan Software**

Apabila hasil sosialisasi menunjukkan adanya kelemahan-kelemahan pada sistem selanjutnya software akan diperbaiki dan disempurnakan oleh programmer yang dibantu oleh desainer untuk meyakinkan apakah memang harus diperbaiki sesuai hasil sosialisasi atau diperbaiki sesuai dengan desain awal.

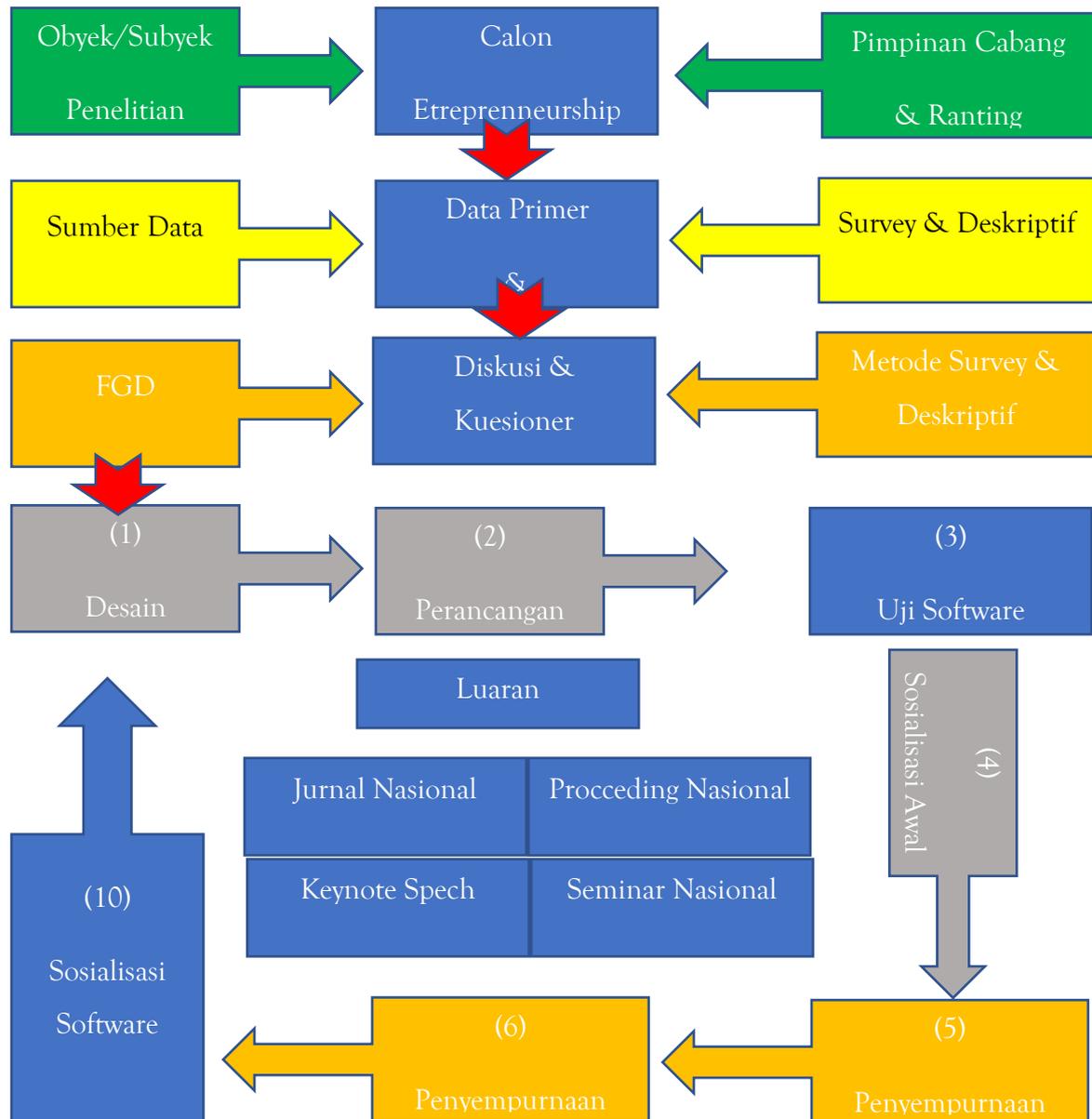
g. **Sosialisasi Software**

Selanjutnya jika sistem telah disempurnakan, langkah selanjutnya adalah melakukan sosialisasi implementasi sistem tahap akhir, dimana sistem dikenalkan kepada publik yang lebih luas dari semua bidang dan unsur dari kampus baik mahasiswa maupun dosen. Dari hasil sosialisasi akhir ini kalapun terdapat bug maka diharapkan merupakan bug minor yang segera akan diatasi untuk penyempurnaannya.

h. **Publish Software**

Jika sudah lolos pada sosialisasi software akhir, maka sistem aplikasi ini akan dipublish secara umum dan digunakan oleh seluruh *stakeholder* dan akan dipantau perkembangannya sebagai dasar pembinaan terwujudnya atmosfer kewirausahaan kampus

yang mampu menjadi tempat persemaian para calon dan para wirausaha muda dari lulusan perguruan tinggi yang tidak hanya memahami secara teori namun juga paham dan berpengalaman secara praktik.



Gambar: 1. Metode Pelaksanaan

Hasil dan Pembahasan

1. Subyek/Obyek Pengabdian Masyarakat Cabang Ranting Muhammadiyah

Muhammadiyah didirikan di Kampung Kauman Yogyakarta, pada tanggal 8 Dzulhijjah 1330 H/18 Nopember 1912 oleh seorang yang bernama Muhammad Darwis, kemudian

dikenal dengan KHA Dahlan, Beliau adalah pegawai kesultanan Kraton Yogyakarta sebagai seorang Khatib dan sebagai pedagang. Melihat keadaan umat Islam pada waktu itu dalam keadaan jumud, beku dan penuh dengan amalan-amalan yang bersifat mistik, beliau tergerak hatinya untuk mengajak mereka kembali kepada ajaran Islam yang sebenarnya berdasarkan Qur`an dan Hadist. Oleh karena itu beliau memberikan pengertian keagamaan dirumahnya ditengah kesibukannya sebagai Khatib dan para pedagang. Mula-mula ajaran ini ditolak, namun berkat ketekunan dan kesabarannya, akhirnya mendapat sambutan dari keluarga dan teman dekatnya. Profesinya sebagai pedagang sangat mendukung ajakan beliau, sehingga dalam waktu singkat ajakannya menyebar ke luar kampung Kauman bahkan sampai ke luar daerah dan ke luar pulau Jawa. Untuk mengorganisir kegiatan tersebut maka didirikan Persyarikatan Muhammadiyah. Dan kini Muhammadiyah telah ada diseluruh pelosok tanah air. Disamping memberikan pelajaran/pengetahuannya kepada laki-laki, beliau juga memberi pelajaran kepada kaum Ibu muda dalam forum pengajian yang disebut "Sidratul Muntaha". Pada siang hari pelajaran untuk anak-anak laki-laki dan perempuan. Pada malam hari untuk anak-anak yang telah dewasa. KH A Dahlan memimpin Muhammadiyah dari tahun 1912 hingga tahun 1922 dimana saat itu masih menggunakan sistem permusyawaratan rapat tahunan. Pada rapat tahun ke 11, Pemimpin Muhammadiyah dipegang oleh KH Ibrahim yang kemudian memegang Muhammadiyah hingga tahun 1934. Rapat Tahunan itu sendiri kemudian berubah menjadi Konggres Tahunan pada tahun 1926 yang di kemudian hari berubah menjadi Mukhtar tiga tahunan dan seperti saat ini Menjadi Mukhtar 5 tahunan, <http://www.muhammadiyah.or.id/id/content-46-cam-majelis.html>



Gambar: 2 Masjid Agung

Matan Keyakinan dan Cita-cita Hidup Muhammadiyah, meliputi: (1). Muhammadiyah adalah Gerakan Islam dan Dakwah Amar Ma'ruf Nahi Munkar, beraqidah Islam dan

bersumber pada Al-Qur'an dan Sunnah, bercita-cita dan bekerja untuk terwujudnya masyarakat utama, adil, makmur yang diridhai Allah SWT, untuk melaksanakan fungsi dan misi manusia sebagai hamba dan khalifah Allah di muka bumi; (2). Muhammadiyah berkeyakinan bahwa Islam adalah Agama Allah yang diwahyukan kepada Rasul-Nya, sejak Nabi Adam, Nuh, Ibrahim, Musa, Isa dan seterusnya sampai kepada Nabi penutup Muhammad SAW, sebagai hidayah dan rahmat Allah kepada umat manusia sepanjang masa, dan menjamin kesejahteraan hidup materil dan spritual, duniawi dan ukhrawi; (3). Muhammadiyah dalam mengamalkan Islam berdasarkan: (a). Al-Qur'an: Kitab Allah yang diwahyukan kepada Nabi Muhammad SAW; (b). Sunnah Rasul: Penjelasan dan palaksanaan ajaran-ajaran Al-Qur'an yang diberikan oleh Nabi Muhammad SAW dengan menggunakan akal fikiran sesuai dengan jiwa ajaran Islam; (c). Muhammadiyah bekerja untuk terlaksananya ajaran-ajaran Islam yang meliputi bidang-bidang: (1). 'Aqidah ; (2) Muhammadiyah bekerja untuk tegaknya aqidah Islam yang murni, bersih dari gejala-gejala kemusyrikan, bid'ah dan khufarat, tanpa mengabaikan prinsip toleransi menurut ajaran Islam.; (3). Akhlak Muhammadiyah bekerja untuk tegaknya nilai-nilai akhlak mulia dengan berpedoman kepada ajaran-ajaran Al-Qur'an dan Sunnah rasul, tidak bersendi kepada nilai-nilai ciptaan manusia (4).Ibadah Muhammadiyah bekerja untuk tegaknya ibadah yang dituntunkan oleh Rasulullah SAW, tanpa tambahan dan perubahan dari manusia. (5).Muamalah Duniawiyah Muhammadiyah bekerja untuk terlaksananya mu'amalat duniawiyah (pengolahan dunia dan pembinaan masyarakat) dengan berdasarkan ajaran Agama serta menjadi semua kegiatan dalam bidang ini sebagai ibadah kepada Allah SWT. (6). Muhammadiyah mengajak segenap lapisan bangsa Indonesia yang telah mendapat karunia Allah berupa tanah air yang mempunyai sumber-sumber kekayaan, kemerdekaan bangsa dan Negara Republik Indonesia yang berdasar pada Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945, untuk berusaha bersama-sama menjadikan suatu negara yang adil dan makmur dan diridhoi Allah SWT: "BALDATUN THAYYIBATUB WA ROBBUN GHOFUR". Dengan melihat sejarah pertumbuhan dan perkembangan persyarikatan Muhammadiyah sejak kelahirannya, memperhatikan faktor-faktor yang melatarbelakangi berdirinya, aspirasi, motif, dan cita-citanya serta amal usaha dan gerakannya, nyata sekali bahwa didalamnya terdapat ciri-ciri khusus yang menjadi identitas dari hakikat atau jati diri Persyarikatan Muhammadiyah. Secara jelas dapat diamati dengan mudah oleh siapapun yang secara sepintas mau memperhatikan ciri-ciri perjuangan Muhammadiyah itu adalah sebagai berikut.

- a. Muhammadiyah adalah gerakan Islam
- b. Muhammadiyah adalah gerakan dakwah Islam amar ma'ruf nahi munkar
- c. Muhammadiyah adalah gerakan tajdid

A. Muhammadiyah sebagai Gerakan Islam

Telah diuraikan dalam bab terdahulu bahwa Persyarikatan Muhammadiyah dibangun oleh KH Ahmad Dahlan sebagi hasil kongkrit dari telaah dan pendalaman (tadabbur) terhadap Alquranul Karim. Faktor inilah yang sebenarnya paling utama yang mendorong

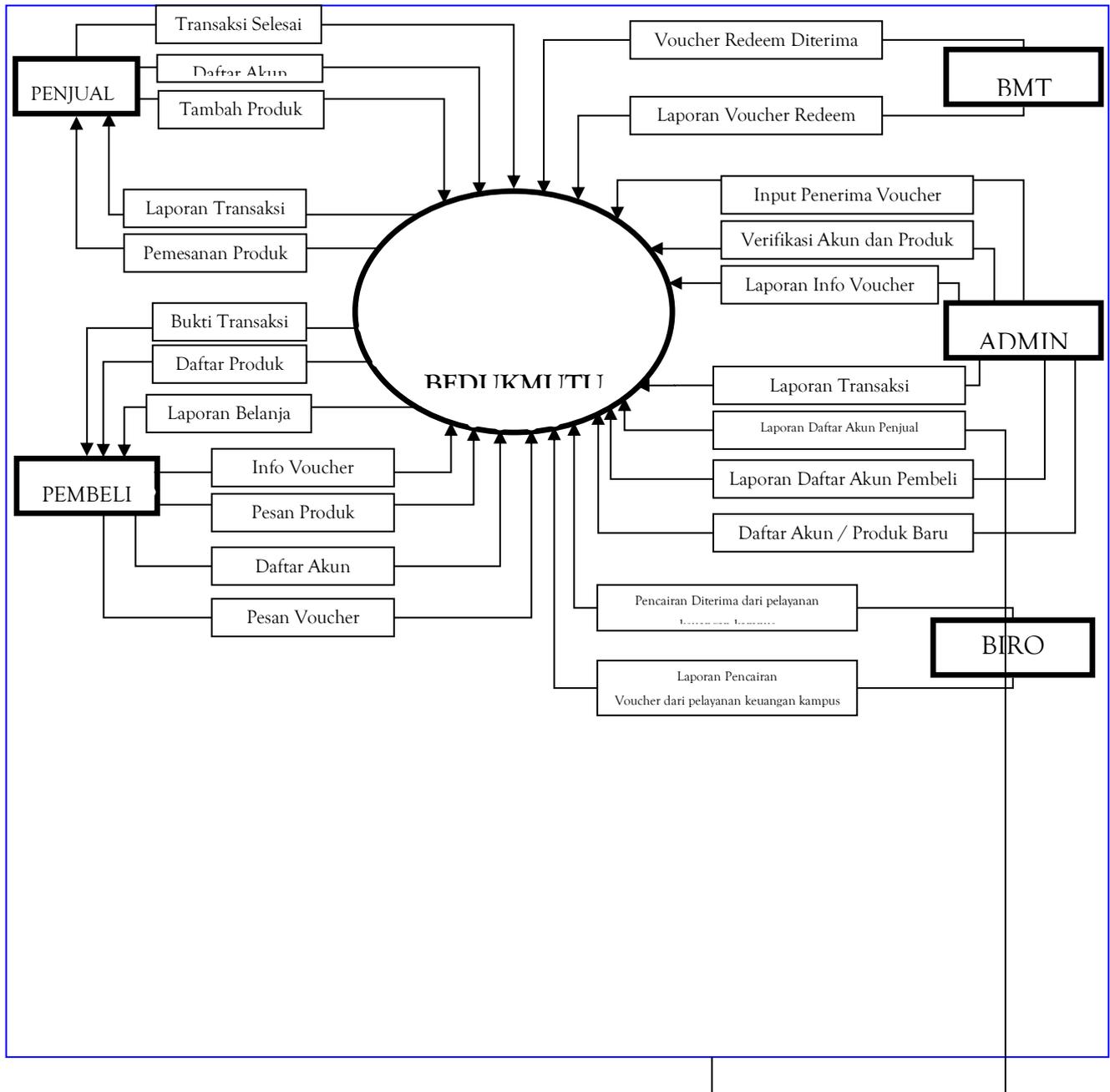
berdirinya Muhammadiyah, sedang faktor-faktor lainnya dapat dikatakan sebagai faktor penunjang atau faktor perangsang semata. Dengan ketelitiannya yang sangat memadai pada setiap mengkaji ayat-ayat Alquran, khususnya ketika menelaah surat Ali Imran, ayat:104, maka akhirnya dilahirkan amalan kongkret, yaitu lahirnya Persyarikatan Muhammadiyah. Kajian serupa ini telah dikembangkan sehingga dari hasil kajian ayat-ayat tersebut oleh KHR Hadjid dinamakan “Ajaran KH Ahmad Dahlan dengan kelompok 17, kelompok ayat-ayat Alquran”, yang didalamnya tergambar secara jelas asal-usul ruh, jiwa, nafas, semangat Muhammadiyah dalam pengabdianya kepada Allah SWT. Dari latar belakang berdirinya Muhammadiyah seperti di atas jelaslah bahwa sesungguhnya kelahiran Muhammadiyah itu tidak lain karena diilhami, dimotivasi, dan disemangati oleh ajaran-ajaran Al-Qur’an karena itupula seluruh gerakannya tidak ada motif lain kecuali semata-mata untuk merealisasikan prinsip-prinsip ajaran Islam. Segala yang dilakukan Muhammadiyah, baik dalam bidang pendidikan dan pengajaran, kemasyarakatan, kerumahtanggaan, perekonomian, dan sebagainya tidak dapat dilepaskan dari usaha untuk mewujudkan dan melaksanakan ajaran Islam. Tegasnya gerakan Muhammadiyah hendak berusaha untuk menampilkan wajah Islam dalam wujud yang riil, kongkret, dan nyata, yang dapat dihayati, dirasakan, dan dinikmati oleh umat sebagai rahmatan lil’alamin.

B. Muhammadiyah sebagai Gerakan Dakwah Islam

Ciri kedua dari gerakan Muhammadiyah dikenal sebagai gerakan dakwah Islamiyah. Ciri yang kedua ini muncul sejak dari kelahirannya dan tetap melekat tidak terpisahkan dalam jati diri Muhammadiyah. Sebagaimana telah diuraikan dalam bab terdahulu bahwa faktor utama yang mendorong berdirinya Persyarikatan Muhammadiyah berasal dari pendalaman KHA Dahlan terdapat ayat-ayat Alquran Alkarim, terutama sekali surat Ali Imran, Ayat:104. Berdasarkan Surat Ali Imran, ayat: 104 inilah Muhammadiyah meletakkan khittah atau strategi dasar perjuangannya, yaitu dakwah (menyeru, mengajak) Islam, amar ma’ruf nahi munkar dengan masyarakat sebagai medan juangnya. Gerakan Muhammadiyah berkiprah di tengah-tengah masyarakat bangsa Indonesia dengan membangun berbagai ragam amal usaha yang benar-benar dapat menyentuh hajat orang banyak seperti berbagai ragam lembaga pendidikan sejak taman kanak-kanak hingga perguruan tinggi, membangun sekian banyak rumah sakit, panti-panti asuhan dan sebagainya. Semua amal usaha Muhammadiyah seperti itu tidak lain merupakan suatu manifestasi dakwah islamiyah. Semua amal usaha diadakan dengan niat dan tujuan tunggal, yaitu untuk dijadikan sarana dan wahana dakwah Islamiyah.

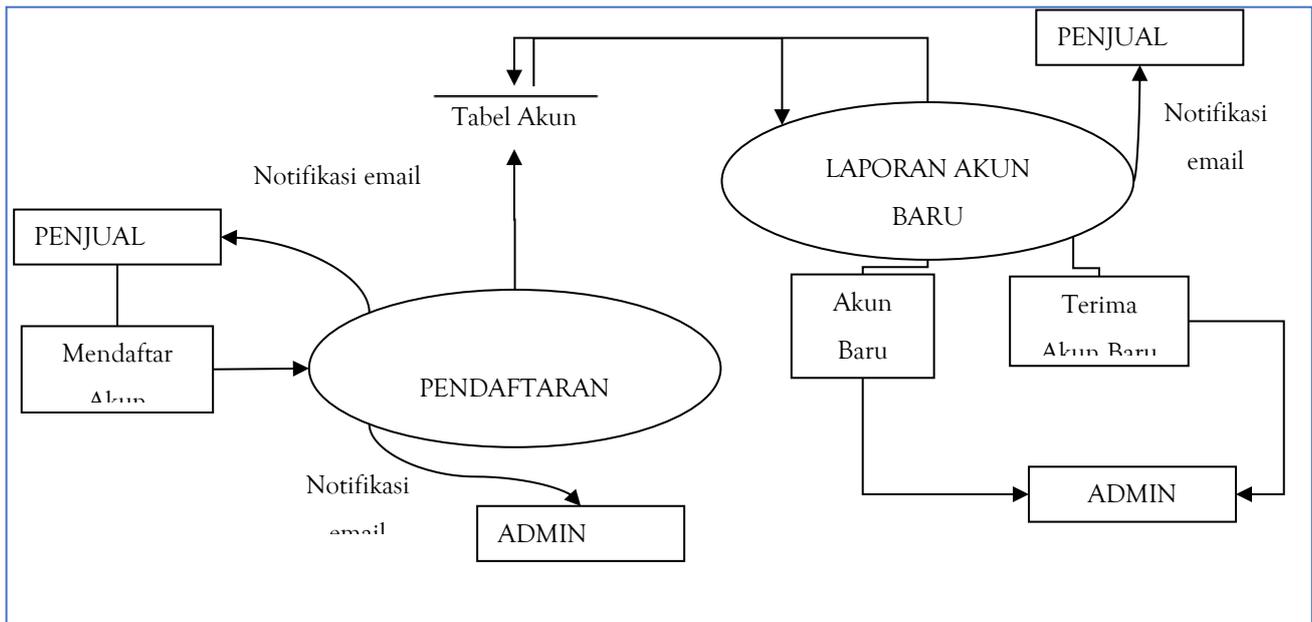
2. Model Pemberdayaan Entrepreneurship Berbasis Gerakan Kemandirian Ekonomi Cabang Dan Ranting Muhammadiyah

Gambar 3. Diagram Konteks (Data Flow Diagram) Aplikasi Bedukmutu



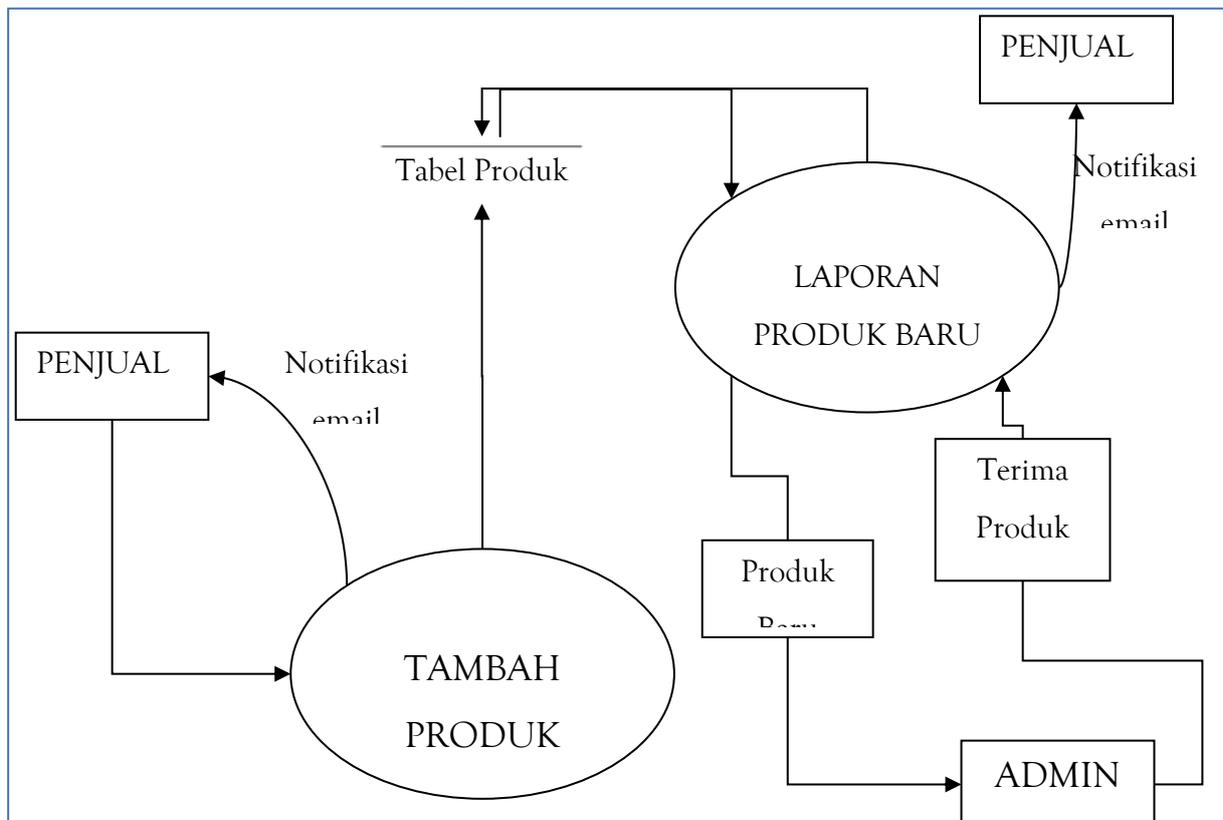
Sumber: doumen penulis

Gambar 4. Diagram Konteks Level Pendaftaran Akun



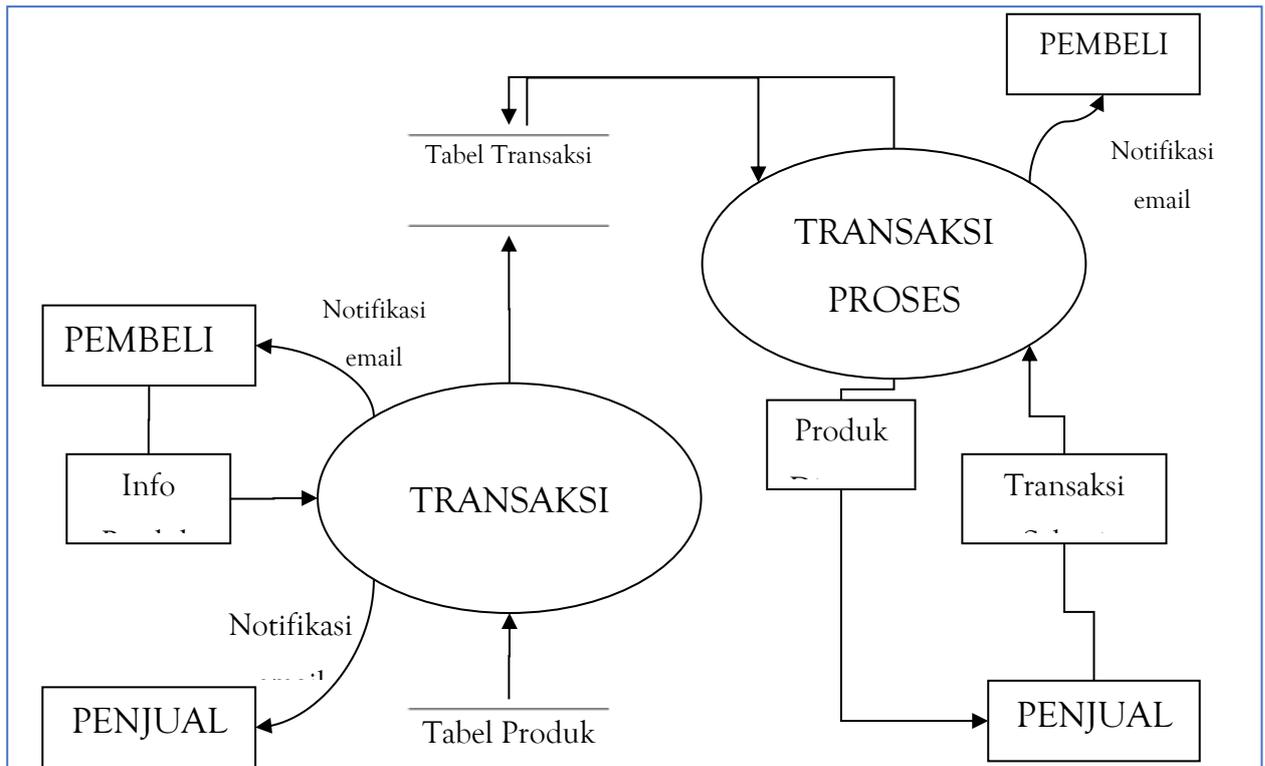
Sumber: doumen penulis

Gambar 5. Diagram Konteks Level Tambah Produk



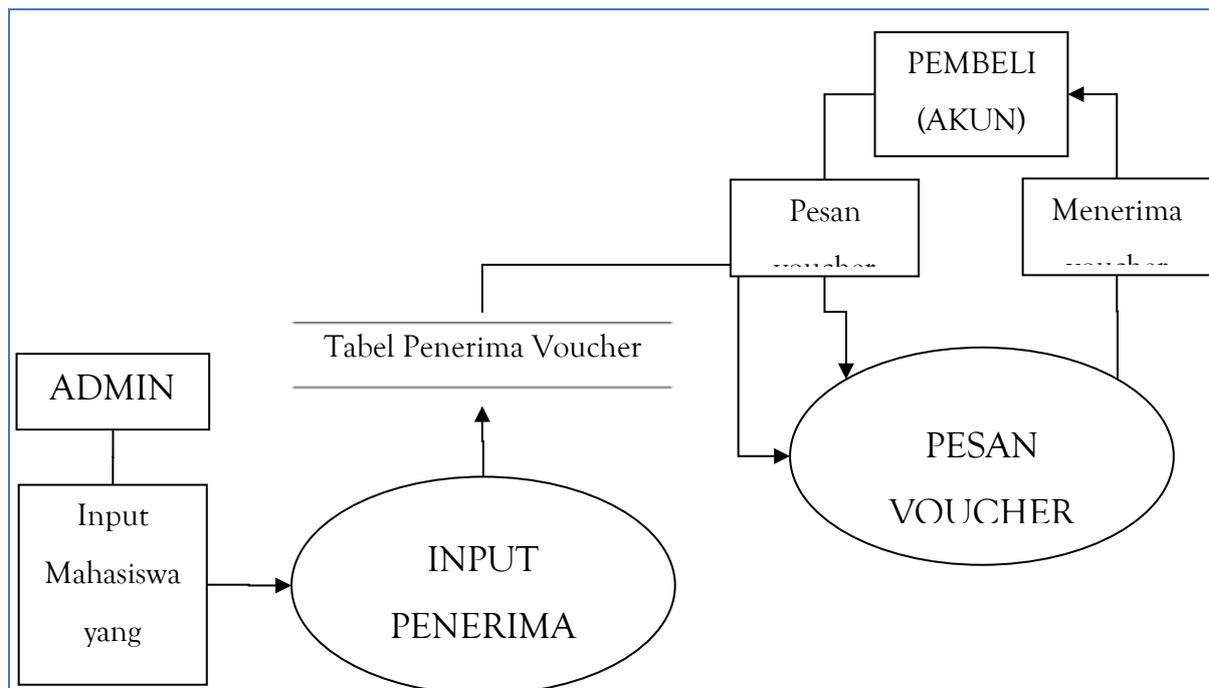
Sumber: doumen penulis

Gambar 5. Diagram Konteks Level Pesan Voucher



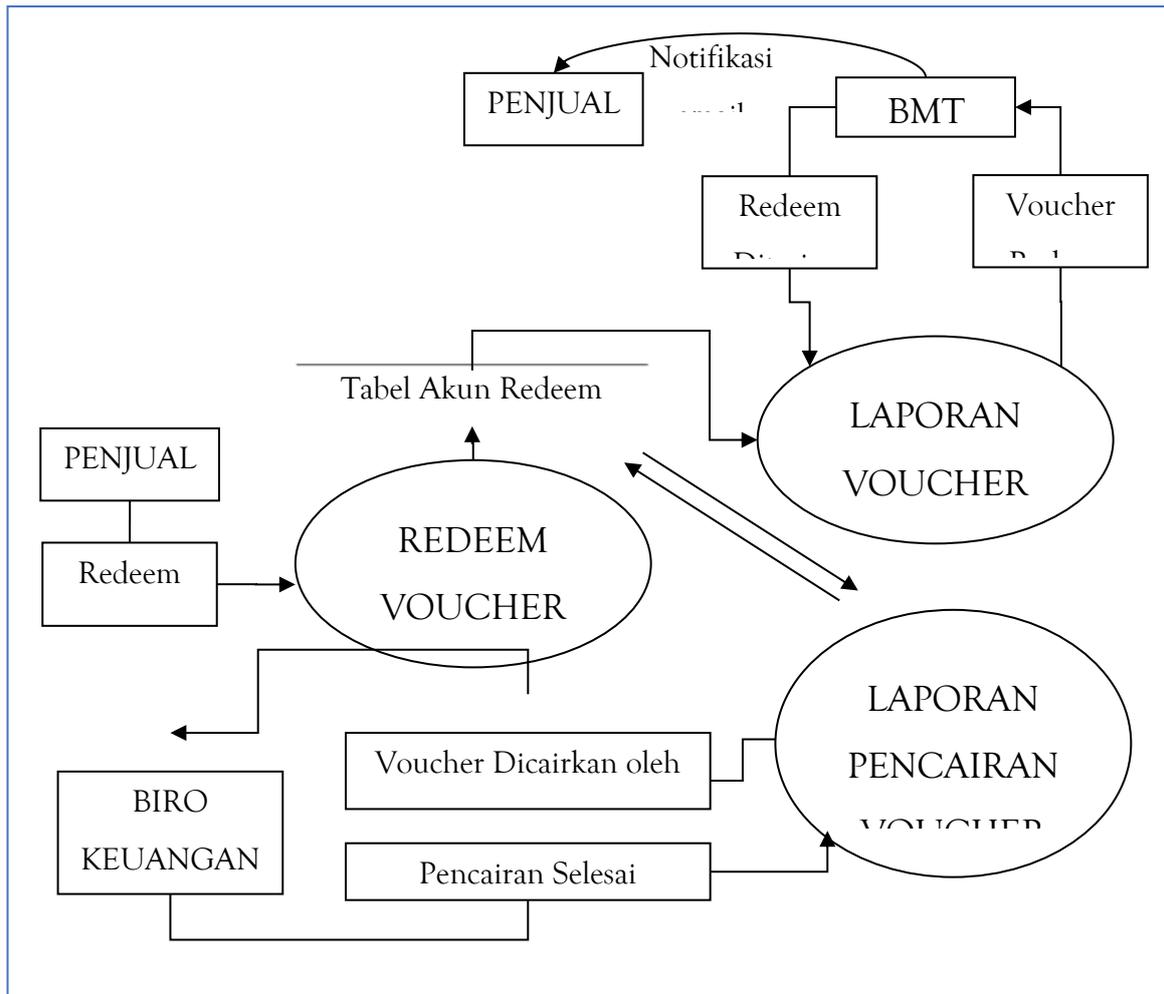
Sumber: doumen penulis

Gambar 6. Input Voucher



Sumber: doumen penulis

Gambar 7. Diagram Konteks Level Redeem Voucher



Simpulan

1. Kegiatan wirausaha harus didorong dengan keberanian dan keuletan serta tekad yang kuat, didukung inovasi basis teknologi
2. Segala yang dilakukan Muhammadiyah, baik dalam bidang pendidikan dan pengajaran, kemasyarakatan, kerumahtanggaan, perekonomian, dan sebagainya tidak dapat dilepaskan dari usaha untuk mewujudkan dan melaksanakan ajaran Islam. Tegasnya gerakan Muhammadiyah hendak berusaha untuk menampilkan wajah Islam dalam wujud yang riil, kongkret, dan nyata, yang dapat dihayati, dirasakan, dan dinikmati oleh umat sebagai rahmatan lil'alamin.
3. Gerakan Muhammadiyah berkiprah di tengah-tengah masyarakat bangsa Indonesia dengan membangun berbagai ragam amal usaha yang benar-benar dapat menyentuh hajat orang banyak seperti berbagai ragam lembaga pendidikan sejak taman kanak-

kanak hingga perguruan tinggi, membangun sekian banyak rumah sakit, panti-panti asuhan dan sebagainya.

4. Model Pemberdayaan Entrepreneurship berbasis Gerakan kemandirian Ekonomi Cabang dan Ranting sebagai berikut: a. FGD (Focus Group Discussion); b. Desain Sistem; c. Perancangan Software; d. Uji Software; e. Sosialisasi Awal; f. Penyempurnaan Software; g. Sosialisasi Software; h. Publish Software

Daftar Pustaka

- Amabile, T. M. 1997. Motivating creativity in organizations: On doing what you love and loving what you do. *California Management Review*, 40, 39-58.
- Andika, M. & Madjid, I. 2012. Analisis Pengaruh Sikap, Norma Subjektif dan Efikasi Diri Terhadap Intensi Berwirausaha pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Syiah Kuala. *Eco-Entrepreneurship seminar & call of paper*: Universitas Negeri Semarang.
- Besant J., Whyte J., and Neely A. 2005. DTI think Piece Management of creativity and design within the firm, Advanced Institute for Management (AIM) and Imperial College.
- Buchari, Alma. 2008. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta.
- Dubrin Andrew J. 2008. Leadership (Terjemahan). Edisi Kedua. Jakarta: Prenada Media.
- Hendro dan Chandra W.W. 2006. Be a Smart and Good Entrepreneur. Erlangga. Jakarta.
- Herwin Moppanga. 2015. Studi Kasus Pengembangan Wirausaha Berbasis Teknologi (Technopreneurship) di Provinsi Gorontalo, *Journal Trikonomika*, Volume.14 no.1 TH.2015.
- Hisrich, Robert D Petters, and Michael P. 2004. Entrepreneurship. McGraw Hills. New York
- Katleen De Stobbeleir, Ashford, S. J., & DeLuque, M. S. 2010. Proactivity with image in mind: How actor and target characteristics affect evaluations of proactive behaviors. *Journal of Organizational and Occupational Psychology*, 83: 347-369.
- Kemp A.H., Gray M.A., Line P., Silberstein R.B., and Nathan P.J. 2003. Preliminary electrophysiological evidence for modulation of the processing of negative affect by serotonin. *Brain Cognition* 51: 198-200.
- Khandwalla, Pradip N. 2003. Corporate Creativity: The Winning Edge, New Delhi: Tata McGraw-Hill.
- Kristanto Jahja. 2009. Seri Budaya Unggulan 5R (Ringkas, Rapi, Resik, Rawat, Rajin). Jakarta: Penerbit PMM.
- Kuratko, D. F., & Hodgetts, R. M. 2007. Entrepreneur, ship: Theory, process, Practice. Mason, OH: south-western college publishers.
- Munandar, Utami. 2009. Pengembangan Kreativitas Anak Berbakat. Jakarta: Rineka Cipta.
- Mohammad, Y. 2015. Data BPS: Pengangguran di Indonesia 7,56 juta orang. <https://beritagar.id/artikel/berita/data-bps-pengangguran-di-indonesia-756-juta-orang>. Diakses pada tanggal 20 Februari 2016

- Prakoso, B. 2005. Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi, dan Orientasi Pembelajaran mempengaruhi Kinerja Untuk Mencapai Keunggulan Bersaing. *Jurnal Studi Manajemen & Organisasi* Vol.2 No.1. www.eprints.undip.ac.id/15063.
- Radenakers, Martijn. 2005. "Corporate Universities: Driving Force of Knowledge Innovation", *Journal of Workplace Learning*; 2005; 17, 1/2; ABI/INFORM Global.
- Richard Florida. 2002. Bohemia and Economic Geography. *Journal of Economic Geography* 2, 55:71.
- Sarosa, Pietra. 2005. Kiat Praktis Membuka Usaha. *Becoming Young Entrepreneur. Dream Big Start Small, Act Now. Panduan Praktis & Motivasional Bagi Kaum Muda Dan Mahasiswa*. PT Elex Media Komputindo. Jakarta.
- Soeryanto, dan Soegoto, Eddy. 2009. *Entrepreneurship Menjadi Pebisnis Ulung*. Jakarta: Gramedia.
- Suryanto, Binti, dan Margo Tando. 2002. "Pengaruh Komitmen Organisasi dan Pelimpahan Wewenang terhadap Hubungan antara Anggaran Partisipatif dan Kinerja Manajerial". *Media Ekonomi dan Bisnis*, Vol. XIV, No2, hal 126 - 139.
- Thomas W Zimmerer dan Norman M Scarborough. 2008. *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*. Salemba empat.

Potensi Pengembangan Usaha Jamur Tiram

Nur Rahmawati* dan Heri Akhmadi

Prodi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Alamat Korespondensi: Jl. Brawijaya, Tamantirto, Kasihan, Bantul, DIY 55183

*Email: rahma_wati_mf@umy.ac.id

Abstrak

Dusun Saradan merupakan salah satu dusun di Desa Terong Kecamatan Dlingo Kabupaten Bantul. Usaha budidaya jamur tiram yang dilakukan sudah bisa dikatakan berhasil dan berkembang dengan produk olahan Kripik jamur. Beberapa permasalahan yang dihadapi dalam usaha Jamur tiram ini adalah seiring dengan berjalannya waktu lama kelamaan usaha ini menjadi macet dikarenakan terjadi kegagalan dalam budidaya dan maajemen usaha jamur tiram sehingga tidak ada keberlanjutan usaha jamur tiram. Tujuan dari kegiatan ini adalah membangkitkan kembali usaha jamur tiram yang terancam gagal, meningkatkan kemampuan kelompok dalam membuat kemasan yang menarik, membentuk kelompok usaha Bersama jamur tiram secara terstruktur. Hasil dari kegiatan pengabdian ini berjalan dengan lancar, respon positif yang sangat besar dari anggota kelompok usaha Bersama Jamur Tiram dalam mengikuti semua kegiatan pengabdian masyarakat. Selain itu dari kegiatan pengabdian ini dapat terbentuk Kelompok Usaha bersama Jamur tiram bernama Sumber Rejeki yang sudah dilengkapi dengan struktur organisasi.

Kata Kunci: *Jarum Tiram, Pengelolaan, Pengolahan*

Pendahuluan

Masalah yang selalu dihadapi oleh bangsa Indonesia di kalangan pedesaan adalah masalah masalah sosial terutama kemiskinan. Desa yang merupakan salah satu wilayah yang berpotensi dalam peningkatan pembangunan akan tetapi disatu sisi sebagian besar masyarakat miskin tinggal di pesadaan. Berbagai program dalam rangka mengentaskan kemiskinan bertujuan untuk memenuhi kebutuhan sosial dasar masyarakat Desa. Program yang dilakukan dilakukan adalah bersifat sectoral salah satunya adalah membentuk kelompok usaha Bersama Kementerian Sosial mendorong bagaimana Kelompok Usaha Bersama (KUBE) ini dapat memandirikan rakyat secara ekonomi.

Dusun Saradan terletak di Desa Terong Kecamatan Dlingo, Kabupaten Bantul. Desa Terong terbagi atas Sembilan Dusun yaitu Kebokuning, Ngenep, Pancuran, Pencitrejo, Rejosari, Terong I, Terong II, Saradan, Sendang Sari. Topografi desa Terong terletak di dataran tinggi dengan jalan yang naik turun dan berliku. Desa Terong memiliki banyak lahan kosong karena jarak antara rumah ke rumah cukup berjauhan. Terdapat jalan utama yang sudah diaspal sehingga mempermudah keluar masuknya alat-alat transportasi sedangkan jalan menuju beberapa dusun sudah dicor beton.

Desa Terong memiliki potensi sumber daya alam seperti perkebunan, peternakan, pertanian, perhutanan. Desa Terong masih memiliki banyak lahan hutan sehingga beberapa hasil hutan seperti kayu banyak dimanfaatkan untuk membuat bahan bangunan. Sekitar 70 % warga di desa saradan bermatapencapaian sebagai tukang kayu yang membuat kusen pintu atau bahan bangunan yang lainnya. Limbah dari matapencapaian ini adalah jumlah serbuk gergaji yang melimpah. Kondisi ini membuat salah satu program KKN UMY tahun 2018 menginisiasi dan mengembangkan jamur tiram. Budidaya jamur tiram relatif mudah dan murah, sebagai gambaran adalah budidaya jamur tiram putih. Selain bahan baku utama seperti media serbuk gergaji yang berlimpah, jamur termasuk tanaman yang tahan terhadap hama dan mudah beradaptasi dengan lingkungan. Jamur digolongkan sumber pangan organik bebas pestisida (Sutarman, 2012), (Hariadi, et all 2013),(Agustini, et all 2018).

Permasalahan yang muncul adalah Kelompok Usaha Jamur Tiram yang anggotanya terdiri dari 25 orang merupakan perwakilan 5 RT. Kelompok usaha Bersama jamur tiram yang sempat berkembang dengan baik mengalami kekurangan modal sehingga tidak bisa membeli baglog dan keberlanjutan dari usaha ini menjadi terancam. Kemasan produk kripik jamur yang kurang menarik, Tidak adanya manajemen yang terstruktur dalam pengelolaan usaha Bersama Jamur Tiram.

Berdasarkan permasalahan tersebut, maka tujuan dari kegiatan ini adalah 1) membangkitkan kembali usaha jamur tiram yang terancam gagal dengan melakukan penyegaran pelatihan tentang budidaya dan pengolahan jamur tiram, 2) meningkatkan kemampuan kelompok dalam membuat kemasan yang menarik dengan cara mendampingi kelompok jamur tiram dalam membuat desain dan kemasan kripik jamur yang menarik, 3) membentuk kelompok usaha Bersama jamur tiram secara terstruktur dengan cara pendampingan pengelolaan kepada kelompok usaha Bersama dengan pelatihan manajemen administrasi, manajemen keuangan dan manajemen pemasaran.

Metode Pelaksanaan

Program ini dilaksanakan di dusun Saradan, desa Terong, Kecamatan Dlingo kabupaten Bantul. Pemilihan lokasi ini berdasarkan pertimbangan bahwa dusun saradan sebagai lokasi untuk program KKN UMY dan dusun ini bersedia sebagai mitra untuk menjalankan program yang ditawarkan. Adapun program yang ditawarkan adalah

1. Penyegaran Pelatihan Budidaya jamur tiram dan pengolahan kripik Jamur, program ini bertujuan untuk penyegaran kembali budidaya dan pengolahan kripik jamur tiram yang sudah dilakukan
2. Pendampingan pembuatan desain dan kemasan produk kripik jamur tiram. Tujuannya adalah mendampingi anggota kelompok usaha bersama jamur Tiram membuat kemasan disertai penyediaan fasilitas pendukung kegiatan ini.
3. Pelatihan dan pendampingan pengelolaan (manajemen) administrasi, keuangan dan pemasaran. Bentuk kegiatannya adalah mendampingi membuat struktur Organisasi dan

membentuk pengurus kelompok usaha bersama Jamur Tiram. Selain itu juga memdampingi membuat administrasi dan keuangan yang baik dan benar disertai dengan penyediaan fasilitas pendukung.

Hasil dan Pembahasan

Pelaksanaan kegiatan KKN-PPM tentang pengelolaan usaha jamur tiram di dusun Saradan, desa terong, kecamatan Dlingo, kabupaten Bantul terdiri dari penyuluhan budidaya jamur tiram yang optimal, penyegaran pelatihan pemeliharaan budidaya jamur tiram, membuat desain kemasan keripik jamur, pendampingan membuat kemasan kripik jamur yang menarik, pendampingan penyusunan administrasi kelompok usaha Bersama. Kegiatan tersebut dikelompokkan menjadi 3 kegiatan besar yaitu Pelatihan Budidaya Jamur, *Packaging* Produk Jamur, dan Pelatihan Manajemen Pengelolaan Jamur.

1. Penyegaran Pelatihan Pengolahan dan Budidaya Jamur Tiram

Penyegaran pelatihan budidaya jamur tiram dilakukan karena sebelumnya usaha jamur tiram ini sudah dilakukan namun pengelolaannya belum optimal sehingga dengan penyegaran pelatihan ini budidaya jamur tiram ini bisa optimal. Penyegaran pelatihan ini diikuti oleh anggota kelompok usaha Bersama jamur tiram Sumber Rejeki yang berjumlah 25 orang.

Penyegaran pelatihan ini bertujuan untuk menambah wawasan masyarakat terutama kelompok jamur sumber rejeki Dusun Saradan. Selain itu banyaknya permasalahan yang dihadapi kelompok usaha Bersama jamur tiram yaitu masyarakat dan para kelompok jamur belum banyak tahu tentang bagaimana cara budidaya dan merawat kumbung jamur tiram. Materi dalam pelatihan ini dimulai dari cara membudidayakan kumbung jamur tiram dari awal sampai akhir ditanbahkan juga tentang permasalahan-permasalahan yang muncul serta upaya mengatasi permasalahan.

Gambar 1. Pelatihan mengelola kumbung jamur tiram



Sumber: dokumen penulis

Penyegaran pelatihan ini mendapat respon yang sangat baik dari anggota kelompok usaha bersama, hal ini ditunjukkan dari antusias peserta dalam mengikuti pelatihan apalagi peserta mendapatkan solusi dalam menghadapi permasalahan dalam budidaya jamur. Respon

dan antusias peserta, sama seperti pada kegiatan penyuluhan tentang beras organik di kabupaten Klaten (Rahmawati, Nurjanah, & Widyasari, 2016)

Gambar 2. Peserta penyegaran pelatihan budidaya Jamur Tiram



Sumber: dokumen penulis

Penyegaran pelatihan yang kedua yaitu pelatihan pengolahan Jamur Tiram menjadi keripik jamur. Penyegaran pelatihan pengolahan jamur tiram ini dimaksudkan agar sasaran mampu menganekaragamkan bentuk produk jamur tiram yang dapat dijual kepada konsumen dan juga meningkatkan nilai tambah jamur tiram (Widodo, et all. 2016). Sebenarnya kelompok usaha Bersama jamur tiram ini sudah pernah pelatihan tentang pembuatan keripik jamur, namun produk yang dihasilkan tidak sesuai dengan harapan yaitu keripik tidak renyah atau tidak krispy. Proses pembuatan keripik jamur ini dimulai dari pra pengolahan yaitu persiapan bahan baku dan bumbu, proses penggorengan, pemberian bumbu hingga pengemasan.

Gambar 3. Pelatihan pengolahan keripik jamur



Sumber: dokumen penulis

Penyegaran pelatihan pengemasan keripik jamur tiram merupakan bagian dari pengelolaan jamur tiram. Kelompok usaha Bersama jamur tiram sumber rejeki sudah mencoba menjual keripik jamur tiram, akan tetapi pengemasannya masih sangat sederhana hanya diplastik biasa tanpa ada label yang menarik, sehingga kurang laku dipasaran walaupun harganya murah. Oleh

karena itu penyegaran pelatihan ini dimulai dengan membuat desain untuk kemasan kripik Jamur, selain itu kripik jamur di kemas dengan plastik klip. Dengan paslik klip kemasan kripik jamur semakin lebih menarik dan kripik tidak cepet mlempep atau tetap krispy

Gambar 4. Hasil olahan kripik jamur dengan kemasan dan desain yang menarik



Sumber: dokumen penulis

2. Pelatihan Pengelolaan (manajemen) Kelompok Usaha Bersama Jamur Tiram

Dalam pelatihan pengelolaan kelompok usaha bersama jamur tiram terdapat tiga rangkaian penyuluhan yaitu manajemen administrasi, manajemen. Pada penyuluhan ini selain melibatkan anggota kelompok jamur jamur tiram juga melibatkan pemuda Dusun Saradan, dimana pemuda Dusun Saradan bergerak pada pemasaran kripik jamur tiram.

Gambar 5. pelatihan manajemen administrasi kelompok usaha bersama jamur tiram



Sumber: dokumen penulis

Dalam pelatihan manajemen administrasi, anggota kelompok usaha bersama jamur tiram secara bersama sama menyusun dan membuat struktur organisasi. Dari hasil pelatihan manajemen administrasi ini terbentuklah nama kelompok usaha ini yaitu Kelompok Usaha bersama Jamur Tiram Sumber Rejeki. Bagan struktur organisasi juga sudah terbentuk sekalian job deskripsi beserta penanggung jawabnya.

Pelatihan Manajemen Keuangan berisi tentang bagaimana membuat laporan keuangan secara sederhana, yang penting uang masuk dan uang keluar yang tercatat setiap harinya. Catatan keuangan tersebut ditulis dengan menggunakan buku keuangan. Kegiatan pengelolaan keuangan menjadikan tentang sistem kelola keuangan yang transparan dan akuntabel serta bertanggung jawab (Agustini et al., 2018). Adanya laporan keuangan ini dapat mengetahui aliran kas uang kelompok dan bisa mengetahui posisi keuangan kelompok usaha bersama Jamur Tiram Sumber Rejeki. Sebagai pelengkap dalam pelatihan ini secara simbolis kelompok usaha bersama Jamur tiram diberi buku laporan keuangan dan buku notulen untuk kelengkapan administrasi.

Gambar 6. Penyerahan secara simbolis buku keuangan



Sumber: dokumen penulis

Pelatihan manajemen pemasaran bertujuan memberikan gambaran tentang teknik pemasaran yang efektif dan efisien. Pelatihan ini difokuskan pada para pemuda yang mendukung kelompok usaha bersama Jamur tiram Sumber Rejeki. Metode yang diberikan dalam pelatihan ini ada Focus Group Discussion tentang fungsi dan strategi pemasaran jamur tiram baik jamur tiram mentah maupun keripik jamur tiram. Semangat, motivasi dan antusias pemuda di dusun saradan dalam mengikuti pelatihan ini sangat kuat sehingga memperlancar transfer teknologi dan ilmu yang diberikan oleh mahasiswa KKN UMY 034.

Gambar 7. Pelatihan Pendampingan manajemen pemasaran



Sumber: dokumen penulis

Kesimpulan

1. Kegiatan pengabdian masyarakat tentang pengelolaan jamur tiram di dusun Saradan, Desa Terong Kecamatan Dlingo yang terdiri dari penyegaran pelatihan budidaya dan pengolahan jamur tiram serta pendampingan pengelolaan (manajemen administrasi, manajemen keuangan dan manajemen pemasaran) sudah terlaksana dengan lancar.
2. Respon kelompok dalam mengikuti kegiatan pengabdian sangat tinggi
3. Kegiatan pengabdian ini dapat membentuk Kelompok Usaha bersama Jamur tiram bernama Sumber Rejeki yang sudah dilengkapi dengan struktur organisasi.

Ucapan Terima Kasih

Penulis menyampaikan terima kasih kepada Lembaga Penelitian, Publikasi dan Pengabdian Masyarakat (LP3M) Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan dukungan dana kegiatan melalui hibah Internal tahun 2018/2019.

Daftar Pustaka

- Agustini, V., Sufaati, S., Bharanti, B. E., & Runtuboi, D. Y. P. (2018). Budidaya Jamur Tiram Putih (*Pleurotus Ostreatus*) Cendrawasih Sebagai Percontohan dan Unit Usaha Budidaya Jamur (UUBJ) di Universitas. *Journal Pengabdian Masyarakat MIPA Dan Pendidikan MIPA*, 2(1), 28-32.
- Hariadi, N., Setyobudi, L., & Nihayati, E. (2013). Studi Pertumbuhan dan Hasil Produksi Jamur Tiram Putih (*Pleurotus Ostreatus*) pada Media Tumbuh Jerami Padi dan Serbuk Gergaji. *Jurnal Produksi Tanaman*, 1(1), 47-53.
- Rahmawati, N., Nurjanah, A., & Widyasari, W. (2016). Peningkatan Kapasitas Produsen

- Beras Organik di Gapoktan Tani Mulyo Klaten. *Jurnal Berdikari*, 4(1), 1-12.
- Sutarman. (2012). Keragaan dan Produksi Jamur Tiram Putih (*Pleurotus Ostreatus*) Pada Media Serbuk Gergaji dan Ampas Tebu Bersuplemen Dedak dan Tepung Jagung
Varibility and Production White Oyster Mushroom (*Pleurotus ostreatus*) on Sawdust Media and bagasse Supplemented. *Jurnal Penelitian Pertanian Terapan*, 12(3), 163-168.
- Widodo, Kamardiani, D. R., & Aini, L. N. (2016). Kewirausahaan Jamur Tiram di Pondok Pesantren. *Jurnal BERDIKARI*, 4(1), 23-30.

Pelatihan Kewirausahaan Dan Produksi Terkontrol Pada Industri Rumah Tangga Di Desa Trimulyo Bantul

Iva Mindhayani¹, Siti Lestariningsih², dan Susianti³

^{1,2} Universitas Widya Mataram, nDalem Mangkubumen KT.III/237 Yogyakarta

³ AMA Dharmala Yogyakarta, Jl. Janti No. 334-336 Modalan Banguntapan Yogyakarta

Email: ivamindhayani@gmail.com

Abstrak

Industri Rumah Tangga (IRT) merupakan bagian dari Usaha Kecil Menengah yang mampu menjadi solusi perekonomian dalam rumah tangga. Permasalahan yang sering dihadapi oleh IRT adalah belum adanya branding, pengemasan yang hanya ala kadarnya dan tidak diberi label seperti industri rumah tangga “Keripik Pak Slamet” di Desa Trimulyo kecamatan Jetis kabupaten Bantul. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberikat pelatihan kewirausahaan khususnya pada branding kemasan dengan memberikan label pada kemasan dan pengemasan yang baik untuk meningkatkan nilai tambah produk agar lebih dikenal masyarakat luas. Selain itu juga diberikan materi tentang produksi terkontrol supaya mutu serta kualitas produk lebih baik dan usaha semakin maju serta mampu bersaing dengan yang lain. Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian ini adalah ceramah dan diskusi serta praktek secara langsung. Hasil dari kegiatan pengabdian ini telah menghasilkan pelabelan dan pengemasan yang lebih baik dan menarik.

Kata Kunci: *pelatihan, kewirausahaan, produksi terkontrol, industri rumah tangga*

Pendahuluan

Di tengah kondisi ekonomi yang sulit seperti sekarang, industri rumah tangga bisa menjadi solusi perekonomian dalam rumah tangga. Karena tidak ada ketentuan seberapa besar modal minimal untuk memulai, bahkan tidak ada batasan usia (Anonim, 2016). IRT merupakan bagian dari Usaha Kecil Menengah (UKM) yang usahanya dijalankan dan berpusat dari rumah. Usaha rumahan semakin berkembang dan menjadi salah satu penunjang perekonomian nasional Indonesia. Industri rumah tangga memiliki daya tahan yang kuat dalam perekonomian, dan merupakan bagian terbesar dengan menumbuh kembangkan sekitar 99,1% dari keseluruhan usaha di sektor industri (Joesyiana, 2017). Saat ini industri rumah tangga masih menjalankan usahanya secara tradisional dan belum mengikuti perkembangan zaman serta belum dikelola dengan baik dan profesional. Padahal industri rumah tangga yang berkembang menjadi tulang punggung perekonomian keluarga. Selain itu industri rumah tangga juga bisa memberi kehidupan dan keuntungan bagi masyarakat sekitar. Apabila industri rumah tangga tidak dikelola dengan baik dan profesional maka akan kalah bersaing dengan pelaku usaha yang sudah mengelola bisnisnya secara profesional.

Belum baiknya pengelolaan industri rumah tangga menjadi permasalahan yang banyak dihadapi oleh para pelaku industri rumah tangga seperti yang dialami oleh mitra saat ini. Industri rumah tangga yang menjadi mitra saat ini membuat keripik tempe dengan nama “Keripik Pak Slamet” masih belum dikelola dengan baik. Latar belakang pendidikan yang rendah dan minimnya pengetahuan membuat mereka tidak memahami bagaimana mengelola usaha yang baik dan profesional di era pasar bebas seperti saat ini. Selain itu, permasalahan lain yang dihadapi mitra adalah terkait mutu produk seperti produk berminyak, rasa belum stabil, ketebalan keripik tempe yang tidak seragam dan pengemasan yang ala kadarnya tanpa adanya label. Banyak pengusaha yang tidak menyadari dengan perubahan dan mereka hanya berada di zona nyaman tanpa mau merubah pola pikir mereka. Pola pikir memberi tahu kita bagaimana hidup harus ini harus dimainkan, yang akhirnya akan menentukan apakah kita akan berhasil atau tidak (Kasali, dkk., 2010). Seperti yang terjadi pada mitra “Keripik Pak Slamet” hanya berfikir menjual keripiknya ke toko makanan ringan dalam bentuk kemasan yang besar saja dan merasa sudah laku dengan cara seperti itu. Padahal kesempatan untuk mendapatkan pasar baru terbuka lebar.

Desa Trimulyo bisa dikatakan sebagai sentra pembuatan keripik tempe, salah satunya “Keripik pak Slamet”. Adanya permasalahan-permasalahan seperti yang telah dijelaskan diatas membuat pengabdian merasa perlu melakukan pelatihan dan pendampingan terhadap mitra supaya usaha mitra bisa berkembang menjadi lebih baik dan mampu bersaing dengan industri rumah tangga lainnya yang memproduksi produk sejenis.

Pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan nilai tambah dan mutu produk agar menjadi lebih berkualitas dan semakin banyak dikenal oleh masyarakat luas. Meningkatnya nilai tambah yaitu dengan diberikannya pelatihan kewirausahaan terkait branding kemasan bagi industri rumah tangga “Keripik Pak Slamet” yang ada di Desa Trimulyo Kecamatan Jetis Kabupaten Bantul. Sedangkan untuk meningkatkan mutu produk yaitu dengan diberikannya bantuan beberapa peralatan guna mendukung produksi dan pelatihan produksi terkontrol. Pelatihan ini diharapkan mampu menambah motivasi mitra untuk meningkatkan mutu produk dan branding kemasan serta mampu menambah varian produk keripik. Selain itu mitra diharapkan bisa mencari peluang pasar baru sehingga usaha bisa semakin berkembang.

Metode Pelaksanaan

Permasalahan yang dialami oleh mitra harus segera dicarikan solusinya melalui program kemitraan masyarakat. Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan pada usaha Keripik Pak Slamet yang ada di desa Trimulyo Kecamatan Jetis kabupaten Bantul. Pengabdian memilih industri rumah tangga “Keripik Pak Slamet” karena berdasarkan pengamatan dilapangan industri rumah tangga ini sudah memulai usahanya sejak tahun 1997 akan tetapi usahanya hanya berjalan ditempat. Tim pengabdian akan memberikan pembekalan dan pendampingan pada mitra supaya usaha menjadi lebih baik dan semakin berkembang. Pembekalan dilakukan dengan memberikan materi tentang produksi terkontrol dan kewirausahaan yang didalamnya

termasuk strategi branding kemasan. Branding merupakan bagian dari strategi teknik pemasaran. Branding mempunyai fungsi sebagai pembeda, promosi dan daya tarik, Pembangunan citra, pengendali pasar (Anonim, 2017) Kegiatan pengabdian ini menggunakan pendekatan partisipatif, dimana mitra diajak berperan aktif dalam kegiatan yang dilakukan. Hal tersebut dilakukan supaya mitra semakin bersemangat untuk mengembangkan usahanya sehingga bisa menjadi lebih baik dan berkembang.

Kegiatan pengabdian ini dilakukan dengan menggunakan metode penyuluhan/ceramah, diskusi dengan memberikan materi tentang branding kemasan dan cara pengemasan yang baik. Selanjutnya membuat label brand pada kemasan yang mana selama ini pengemasan keripik tanpa menggunakan label brand pada kemasan. Selain itu juga diberikan materi tentang produksi terkontrol supaya mutu produk lebih baik dan stabil. Pada kesempatan ini juga diberikan bantuan alat pendukung produksi untuk meningkatkan mutu produk berupa mesin pengiris tempe, mesin spinner peniris minyak, peralatan penggorengan, sendok takar dan alat las plastik untuk mengepres kemasan.

Kegiatan pengabdian diawali dengan sosialisasi kegiatan penyuluhan dan pelatihan tentang pelatihan produksi terkontrol dan pelatihan branding kemasan. Pelaksanaan kegiatan dilakukan dengan metode ceramah dengan materi strategi branding kemasan. Selain ceramah juga dilakukan diskusi bersama mitra. Materi ceramah dibuat singkat, padat dan jelas. Hal tersebut supaya mudah dimengerti dan dipahami oleh mitra. Sedangkan materi kedua terkait pelatihan produksi terkontrol diberikan materi tentang pentingnya proses produksi yang terkontrol atau stabil. Dalam hal ini juga diberikan petunjuk teknis penggunaan peralatan pendukung produksi seperti penggunaan mesin spinner peniris minyak, mesin slicer dan alat pengepres plastik kemasan.

Hasil dan Pembahasan

Pelatihan Kewirausahaan

Kegiatan diawali dengan memberikan materi terkait branding kemasan yang merupakan strategi pemasaran dalam berwirausaha dilanjutkan dengan pelatihan branding kemasan. Hasil pelatihan branding kemasan di industri rumah tangga “Keripik Pak Slamet” di Desa Trimulyo Kecamatan Jetis Kabupaten Bantul adalah dengan memberikan label pada kemasan. Pada awalnya produk yang dihasilkan dan dipasarkan oleh mitra belum ada labelnya. Selain itu juga kemasan yang dipasarkan hanya kemasan besar 3 kg untuk pedagang besar makanan ringan. Selama ini mitra hanya fokus pada pedagang yang mengambil dalam jumlah besar dan pedagang yang menjadi konsumennya juga dari dulu sampai sekarang tetap belum ada konsumen pedagang besar yang lain. Mitra merasa cukup dengan konsumen tetapnya, padahal usaha keripik ini sangat berpotensi untuk dikembangkan. Karena makanan ringan jenis keripik tempe dan keripik bayam sudah sangat familiar dengan masyarakat dan disukai semua kalangan umur. Selain itu juga diberikan pelatihan pengemasan dengan kemasan kecil.

Dengan begitu mitra bisa memasarkan produknya dengan kemasan kecil ke toko-toko dan mencari konsumen baru.

Gambar 1. Branding Kemasan Produk



Sumber: dokumen penulis

Pelatihan Produksi Terkontrol

Kegiatan diawali dengan penyuluhan terkait produksi terkontrol. Produksi terkontrol yang dimaksudkan adalah bagaimana memproduksi keripik dengan ketebalan yang seragam, rasa yang stabil dan kualitas produk terjaga. Dimana sebelumnya mitra masih menggunakan pisau sederhana untuk memotong tempe. Hal tersebut membuat ketebalan keripik kurang seragam. Hal tersebut tentunya mempengaruhi dalam proses penggorengan. dengan tidak seragamnya ketebalan keripik membuat tingkat kematangan keripik berbeda. Keripik tempe yang tipis tentunya membutuhkan waktu penggorengan yang lebih singkat dibanding keripik tempe yang tebal. Selain itu produk keripik berminyak membuat kerenyahannya kurang, mudah tengik serta kemasan menjadi berminyak. Kegiatan dilanjutkan dengan penjelasan tentang fungsi dan cara penggunaan peralatan pendukung produksi meliputi; mesin pemotong keripik tempe, mesin spinner peniris minyak dan alat pres kemasan plastik. Setelah penyuluhan pemberian materi teknis penggunaan peralatan, selanjutnya dilakukan kegiatan pelatihan produksi terkontrol dengan praktek langsung menggunakan mesin pemotong keripik tempe, mesin spinner peniris minyak dan alat pres kemasan plastik.

Penyerahan Alat

Pada kegiatan pengabdian ini juga dilakukan penyerahan bantuan peralatan pendukung produksi antara lain: Mesin pemotong tempe semi otomatis, mesin spinner peniris minyak, alat las plastik (alat pres kemasan), sendok takar dan peralatan penggorengan. Peralatan yang diberikan sesuai dengan yang dibutuhkan mitra. Dengan peralatan tersebut mitra bisa

membuat produk yang semakin bermutu dan berkualitas serta bisa menambah nilai jual. Adapun fungsi dari peralatan tersebut adalah:

1. Mesin pemotong tempe semi otomatis: untuk memotong/mengiris tempe dengan waktu lebih singkat dan menghasilkan potongan tempe yang memiliki ketebalan seragam.
2. Mesin spinner peniris minyak berfungsi untuk meniriskan minyak dari hasil penggorengan. dengan alat ini keripik menjadi berkurang minyaknya sehingga keripik menjadi lebih renyah dan tahan lama (tidak mudah tengik).
3. Alat las plastik berfungsi untuk mengepres kemasan plastik supaya lebih rapi dan keripik tidak mudah melempem.
4. Sendok takar berfungsi untuk menakar bumbu-bumbu supaya pas dan rasa yang dihasilkan bisa stabil. Dimana sebelumnya keripik tempe dan bayam rasanya tidak stabil; kadang terlalu asin, kurang gurih dsb. Dengan sendok takar ini mitra bisa membuat komposisi bahan pembuat keripik pas sesuai takaran yang pasti sehingga rasa yang dihasilkan juga stabil.
5. Peralatan penggorengan berfungsi untuk menggoreng. Peralatan penggorengan yang dimiliki oleh mitra belum pernah ganti sejak tahun 1997 sehingga peralatan penggorengan yang dimiliki sudah tidak layak pakai. Karena bagian bawah penggorengan sudah berkerak tebal dan tentunya itu mempengaruhi dalam proses penggorengan.

Gambar 2. Penyerahan Bantuan Peralatan Produksi



Sumber: dokumen penulis

Pada saat pelatihan selain diberikan materi dan praktek langsung, mitra juga diberikan motivasi oleh tim pengabdian supaya lebih semangat dan termotivasi untuk mengembangkan usahanya dan berinovasi terhadap produknya.

Simpulan

Berdasarkan hasil dari kegiatan PKM ini, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Kegiatan pelatihan berjalan lancar dan peserta sangat antusias terlihat dari proses tanya jawab yang berlangsung.
2. Kegiatan pelatihan ini menumbuhkan semangat industri rumah tangga “Keripik Pak Slamet” untuk lebih meningkatkan dan mengembangkan usahanya.
3. Kegiatan pelatihan ini menambah pengetahuan dan wawasan bagi pemilik usaha “Keripik Pak Slamet”.
4. Kegiatan pelatihan ini membuat industri rumah tangga semakin menyadari pentingnya produksi terkontrol dan branding kemasan dalam usahanya agar menghasilkan produk yang berkualitas dan semakin dikenal masyarakat luas.

Ucapan Terima Kasih

Terimakasih kepada Kemerinristek Dikti yang telah memberikan dana hibah pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat pada Program Kemitraan Masyarakat Tahun 2019 dengan nomor kontrak: 04/PKM/LPPM-UWM/VI/2019, Ibu Rondiyah selaku mitra, kelompok Paguhati Dusun Ponggok Desa Trimulyo Bantul.

Daftar Pustaka

Buku

Kasali, Rhenald., dkk., 2010. Modul Kewirausahaan Untuk Program Strata 1. PT. Mizan Publika. Cetakan I, April 2010.

Jurnal

Joesyiana, K., 2017. Strategi Pengembangan Industri Rumah Tangga di Kota Pekanbaru. *Jurnal Valuta* Vol. 3 No. 1, April 2017. ISSN: 2502-1419.

Website

Anonim, 2016. Industri Rumah Tangga: Sebuah Solusi Brilliant. Bisa dilihat di <https://www.kompasiana.com/denimildan/571704fb507a612f05033f3e/industri-rumah-tangga-sebuah-solusi-brilian>.

Anonim, 2019. Strategi Branding Bagi UMKM: Menjaga Bisnis UMKM Berkelanjutan. Bisa dilihat di <http://cis-nasional.id/2017/05/18/strategi-branding-bagi-umkm-menjaga-bisnis-umkm-berkelanjutan>.

Pelatihan Manajemen Bagi Kelompok Usaha Kecil

Purnama Sari¹, Dede Abdul Rozak², dan Kasman³

¹ Fakultas Ekonomi Universitas Galuh, Ciamis 46274 Jawa Barat, 0265 772060

² Fakultas Ekonomi Universitas Galuh, Ciamis 46274 Jawa Barat, 0265 772060

³ Fakultas Ekonomi Universitas Galuh, Ciamis 46274 Jawa Barat, 0265 772060

Email: saripurnama612@gmail.com

Abstrak

Masyarakat sasaran dalam kegiatan PPM ini adalah kelompok usaha masyarakat yang beranggotakan ibu-ibu rumah tangga yang dari segi ekonomi termasuk ke dalam kelompok prasejahtera. Permasalahan yang dihadapi masyarakat sasaran adalah minimnya pengetahuan mereka dalam mengelola usaha kecil, sehingga mereka kesulitan dalam menjalankan dan mengembangkan usahanya. Permasalahan lainnya adalah mereka tidak memiliki kreativitas dalam menciptakan inovasi produk yang bernilai jual tinggi. Produk telur asin yang mereka buat tidak ada bedanya dengan produk telur asin lainnya, sehingga tidak memiliki ciri khas tersendiri. Atas beberapa permasalahan tersebut, maka yang menjadi tujuan dari kegiatan PPM ini adalah memberikan pelatihan manajemen usaha kecil dan pelatihan pembuatan produk yang bernilai jual tinggi, yaitu telur asin aneka rasa. Kegiatan PPM ini menggunakan metode ceramah dan demonstrasi untuk memberikan pelatihan manajemen usaha kecil dan pembuatan telur asin aneka rasa. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pelatihan manajemen usaha kecil dan pembuatan telur asin aneka rasa memberikan bekal pengetahuan dan keterampilan bagi masyarakat sasaran untuk dapat menjalankan dan mengembangkan usahanya. Secara umum dapat disimpulkan bahwa masyarakat memberikan respon positif dengan adanya kegiatan ini, terbukti mereka sangat komunikatif di dalam setiap tahapan kegiatan dari awal sampai selesai, serta adanya peningkatan pengetahuan masyarakat sasaran mengenai manajemen usaha kecil.

Kata Kunci: Program Pengabdian Masyarakat, Manajemen Usaha Kecil, Masyarakat Prasejahtera.

Pendahuluan

Masyarakat sasaran dalam kegiatan ini adalah kelompok usaha masyarakat di Desa Purbahayu Kecamatan Pangandaran yang telah di bentuk sebelumnya melalui program Kuliah Kerja Nyata (KKN) Mahasiswa Universitas Galuh Ciamis. Kelompok tersebut beranggotakan masyarakat yang dari segi ekonomi termasuk ke dalam kelompok prasejahtera. Semua anggota kelompok adalah ibu-ibu rumah tangga, dimana sebanyak 75% bersuamikan para buruh/tukang bangunan dan sebanyak 25% bersuamikan petani. Penghasilan masyarakat tersebut berkisar Rp800.000,00 sampai dengan Rp1.000.000,00 per bulan dan itupun tidak menentu, tergantung ada tidaknya pekerjaan.

Dari hasil survey awal yang telah dilakukan, diperoleh informasi bahwa aktifitas usaha mereka hanya bertahan beberapa bulan setelah kegiatan KKN selesai dan tidak ada tindak lanjut dari berbagai pihak untuk memotivasi mereka dalam melanjutkan aktivitas usahanya. Berdasarkan informasi yang diperoleh, kondisi tersebut disebabkan rendahnya pengetahuan mereka dalam mengelola usaha, sehingga mereka kesulitan dalam menjalankan dan mengembangkan aktivitas bisnisnya. Masalah lainnya adalah kelompok tersebut tidak memiliki kreativitas untuk menciptakan inovasi produk yang bernilai jual tinggi sebagai media usaha. Produk yang mereka buat berbahan dasar dari telur bebek yang di olah menjadi produk telur asin. Namun telur asin yang di produksi tidak ada bedanya dengan telur asin yang diproduksi di daerah lain, sehingga tidak memiliki ciri khas yang dapat menarik minat konsumen ataupun pengusaha besar dalam memberikan dukungan permodalan.

Permasalahan yang dihadapi dalam mengembangkan suatu usaha, secara umum terkendala oleh keterbatasan modal. Tawaran kredit bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dari perbankan dan pengusaha sulit di akses oleh kelompok masyarakat prasejahtera, karena keterbatasan kemampuan dan aset yang dimiliki untuk agunan. Sebenarnya Pemerintah melalui Dinas Sosial telah memiliki program agar masyarakat prasejahtera dapat memperoleh akses modal tanpa agunan dengan tetap mendorong tanggungjawab bersama melalui pola terpadu Kelompok Usaha Bersama (KUBE). Namun bukan berarti semua kegiatan tersebut tanpa adanya supervisi usaha, dimana mereka harus membuat perencanaan usaha, pelaporan perkembangan usaha dan pelaporan keuangan yang baik (Saptono et al., 2016).

Dengan berbagai permasalahan dan peluang tersebut, maka keterampilan yang paling mendasar sebagai bekal yang harus diperoleh adalah kemampuan dalam mengelola usaha. Dengan kemampuan tersebut, maka kelompok usaha dapat melihat suatu potensi dan mampu mengoptimalkan sumber daya yang dimiliki. Berdasarkan uraian tersebut, maka tujuan diadakannya kegiatan ini adalah untuk memberikan pelatihan manajemen usaha kecil yang diharapkan akan menjadi bekal utama dan memotivasi kelompok sasaran untuk melanjutkan dan mengembangkan usahanya.

Metode Pelaksanaan

Solusi yang ditawarkan dalam memecahkan permasalahan yang di hadapi oleh masyarakat sasaran dilakukan dalam beberapa tahapan kegiatan, yaitu:

1. Persiapan

Pada tahapan ini diawali dengan melakukan koordinasi dengan masyarakat sasaran dan Pemerintah Desa setempat, penentuan waktu pelaksanaan, kerjasama dengan masyarakat sasaran, penentuan alat dan bahan yang dibutuhkan dan publikasi undangan bagi masyarakat sasaran dan pihak terkait.

2. Pelaksanaan

Pelaksanaan kegiatan dilakukan dengan memberikan pelatihan kepada masyarakat sasaran dengan menggunakan metode ceramah dan demonstrasi untuk memberikan pengetahuan dalam menjalankan usaha. Adapun materi yang diberikan meliputi:

- a. Arti penting manajemen dalam dunia usaha,
- b. Perencanaan bisnis,
- c. Pengelolaan keuangan, dan
- d. Manajemen pemasaran.

Pada tahap ini pun dilakukan sesi diskusi atau tanya jawab, dengan tujuan agar peserta dapat lebih memahami materi yang diberikan. Selain pemberian materi mengenai manajemen usaha kecil, peserta pun diberikan pelatihan untuk membuat produk telur asin aneka rasa sebagai media usaha yang inovatif.

3. Evaluasi

Untuk mengetahui perkembangan pengetahuan masyarakat sasaran mengenai manajemen usaha, maka dilakukan pendekatan tes sebelum dan sesudah kegiatan dilaksanakan. Hasil tes akan di analisis menggunakan uji beda (*t-test*) untuk dijadikan bahan evaluasi dan memberikan saran perbaikan.

4. Tindaklanjut

Tindaklanjut merupakan tahapan pasca kegiatan, dimana tahap ini merupakan langkah selanjutnya yang akan dilakukan untuk terus memonitor aktivitas masyarakat sasaran dan pelaksanaan kegiatan lanjutan untuk meningkatkan perkembangan usaha kelompok tersebut.

Masyarakat sasaran yang dipilih didasarkan atas keinginan bersama untuk melanjutkan usaha dan memiliki motivasi untuk mengembangkan usahanya dalam rangka meningkatkan taraf hidup keluarga. Dengan adanya kelompok masyarakat yang mandiri secara ekonomi berdasarkan kepentingan yang sama akan menciptakan terbina solidaritas, kerjasama, musyawarah, rasa aman dan percaya diri. Melalui kelompok, para anggota akan menyusun program dan merasakan adanya perkembangan dan kemajuan sebagai hasil kegiatan mereka. Mereka akan dibawa beralih dari situasi rutinitas ke situasi kerja kelompok.

Untuk mensukseskan kegiatan Program Pengabdian Masyarakat (PPM) ini, maka dipersiapkan beberapa peralatan pendukung untuk kegiatan pelatihan manajemen usaha kecil, seperti *power point*, *LCD Projector*, *Laptop*, *handout* materi dan alat tulis bagi peserta. Sedangkan untuk pelatihan pembuatan telur asin aneka rasa maka dipersiapkan peralatan dan bahan yang relevan dengan kegiatan tersebut. Sementara itu, untuk memudahkan pelaksanaan kegiatan maka Tim PPM dibantu oleh beberapa orang mahasiswa seperti mendokumentasikan kegiatan, operator *Laptop* dan *LCD Projector*, petugas absensi, instruktur tes, dan membantu memberikan materi pelatihan pembuatan telur asin aneka rasa.

Hasil dan Pembahasan

Berikut adalah semua tahapan dan hasil dari pelaksanaan kegiatan PPM oleh Tim dari Fakultas Ekonomi Universitas Galuh Ciamis:

A. Tahap Persiapan

Pada tahap persiapan Tim Program Pengabdian Masyarakat (PPM) melakukan kunjungan kepada masyarakat sasaran untuk berdiskusi mengenai permasalahan yang dihadapi, menjelaskan tujuan kegiatan, kesiapan untuk melaksanakan kegiatan serta menentukan waktu pelaksanaan dan tempat kegiatan. Selain itu Tim PPM melakukan koordinasi dengan Pemerintah Desa Purbahayu Kecamatan Pangandaran untuk mengurus perizinan pelaksanaan kegiatan. Atas hasil koordinasi dengan masyarakat sasaran dan pemerintah setempat, maka ditentukan pelaksanaan kegiatan dilakukan pada hari sabtu dan minggu tanggal 4 dan 5 Mei 2019, yang bertempat di Aula Kantor Desa Purbahayu Kecamatan Pangandaran.

B. Tahap Pelaksanaan

Pelaksanaan pelatihan diawali oleh sambutan-sambutan, yang terdiri dari sambutan Kepala Desa Purbahayu dan Ketua Pelaksana, tepatnya pukul 08.00-09.00 WIB. Sebelum pelaksanaan pelatihan dimulai, pada pukul 09.00-11.00 WIB peserta diberikan tes secara tertulis untuk mengetahui tingkat pemahaman peserta mengenai manajemen usaha yang meliputi arti penting manajemen dalam dunia usaha, perencanaan bisnis, pengelolaan keuangan dan manajemen pemasaran. Jumlah soal yang diberikan kepada para peserta sebanyak 40 soal (setiap materi berjumlah 10 soal) dan dijawab dalam bentuk pilihan ganda, dimana setiap jawaban diberi bobot 2,5 untuk mendapatkan nilai maksimal 100. Pelaksanaan tes di pandu oleh Tim Dosen yang dibantu oleh mahasiswa. Berikut adalah ringkasan pelaksanaan tes pra kegiatan pelatihan:

Tabel 1: Tes Pra Kegiatan Pelatihan

No	Keterangan	Informasi
1	Hari & Tanggal	: Sabtu, 4 Mei 2019
2	Jam	: 09.00-11.00 WIB
3	Tempat	: Aula Kantor Desa Purbahayu
4	Peserta	: Kelompok Masyarakat
5	Jumlah Peserta	: 10 Orang
6	Instruktur Tes	: a. Tim Dosen b. Mahasiswa
7	Materi Tes	: a. Arti Penting Manajemen dalam Dunia Usaha b. Perencanaan Bisnis c. Pengelolaan Keuangan d. Manajemen Pemasaran

Selanjutnya pada pukul 11.00-16.00 WIB peserta diberikan materi mengenai manajemen usaha kecil yang meliputi arti penting manajemen dalam dunia usaha,

perencanaan bisnis, pengelolaan keuangan dan manajemen pemasaran. Pemateri pelatihan adalah Dosen Fakultas Ekonomi Univesitas Galuh Ciamis yang menjadi Tim PPM. Karena keterbatasan waktu, setiap materi yang diberikan berdurasi 1 jam termasuk diskusi atau tanya jawab. Sementara itu, pada pukul 12.00-13.00 WIB dilakukan jeda untuk istirahat, sholat dan makan (Ishoma). Berikut disajikan ringkasan mengenai pelaksanaan kegiatan pelatihan:

Tabel 2: Pelaksanaan Pelatihan

No	Keterangan	Informasi
1	Hari & Tanggal	: Sabtu, 4 Mei 2019
2	Jam	: 11.00-16.00 WIB
3	Tempat	: Aula Kantor Desa Purbahayu
4	Peserta	: Kelompok Masyarakat
5	Jumlah Peserta	: 10 Orang
6	Pemateri	: Tim Dosen
7	Materi	: a. Arti Penting Manajemen dalam Dunia Usaha b. Perencanaan Bisnis c. Pengelolaan Keuangan d. Manajemen Pemasaran

Pada hari kedua tepatnya hari Minggu tanggal 5 Mei 2019 pukul 08.00-10.00 WIB dilakukan tes pasca kegiatan pelatihan, dengan tujuan untuk mengetahui perkembangan pemahaman peserta atas materi-materi yang telah diberikan. Pelaksanaan tes dilakukan menggunakan metode yang sama dengan pelaksanaan tes pra kegiatan pelatihan. Berikut adalah ringkasan pelaksanaan kegiatan tes pasca kegiatan:

Tabel 3: Tes Pasca Kegiatan Pelatihan

No	Keterangan	Informasi
1	Hari & Tanggal	: Minggu, 5 Mei 2019
2	Jam	: 08.00-10.00 WIB
3	Tempat	: Aula Kantor Desa Purbahayu
4	Peserta	: Kelompok Masyarakat
5	Jumlah Peserta	: 10 Orang
6	Instruktur Tes	: a. Tim Dosen b. Mahasiswa
7	Materi Tes	: a. Arti Penting Manajemen dalam Dunia Usaha b. Perencanaan Bisnis c. Pengelolaan Keuangan

d. Manajemen Pemasaran

Pada pukul 10.00-12.00 WIB dilanjutkan dengan pelatihan pembuatan produk telur asin aneka rasa, dimana pelatihan ini di pandu oleh Tim Dosen dan Mahasiswa. Peserta diberikan pelatihan sekaligus mempraktekan pembuatan telur asin dengan rasa bawang dan rasa pedas. Ringkasan pelaksanaan kegiatan pelatihan pembuatan telur asin aneka rasa diringkas dalam tabel berikut ini:

Tabel 4: Kegiatan Pelatihan Pembuatan Telur Asin Aneka Rasa

No	Keterangan	Informasi
1	Hari & Tanggal	: Minggu, 5 Mei 2019
2	Jam	: 10.00-12.00 WIB
3	Tempat	: Aula Kantor Desa Purbahayu
4	Peserta	: Kelompok Masyarakat
5	Jumlah Peserta	: 10 Orang
6	Pemateri	: a. Tim Dosen b. Mahasiswa
7	Materi	: Telur Asin Aneka Rasa

C. Tahap Evaluasi

Sebelum tahapan evaluasi dilaksanakan, pada pukul 12.00-13.00 WIB dilakukan jeda untuk istirahat, sholat dan makan (Ishoma). Pada pukul 13.00-14.00 WIB dilakukan pemeriksaan jawaban tes pra dan pasca kegiatan pelatihan oleh Mahasiswa. Sementara itu Tim Dosen melakukan diskusi dengan peserta untuk mengetahui kesulitan-kesulitan yang dihadapi dalam menjalankan dan mengembangkan usaha serta dalam menerapkan manajemen usaha kecil. Kegiatan tersebut ditujukan untuk memberikan saran perbaikan serta solusi kepada peserta terkait dengan kendala-kendala yang mungkin akan dihadapi nanti pada saat menjalankan dan mengembangkan usahanya.

Selanjutnya hasil tes di analisis dengan menggunakan uji beda (*t-test*) dengan tingkat signifikansi sebesar 0,05 ($sig = 0,05$). Analisis ini dilakukan untuk mengetahui perkembangan pemahaman masyarakat sasaran mengenai manajemen usaha kecil sebelum dan sesudah kegiatan PPM ini dilaksanakan. Berikut adalah hasil uji beda (*t-test*) menggunakan SPSS:

Tabel 5: Hasil Uji Beda (*t-test*)

Pengetahuan	N	Mean	SD	Sig
Sebelum	10	55,00	8,75	0,008
Sesudah	10	87,50	4,74	

Berdasarkan tabel 5 menunjukkan bahwa terjadi peningkatan pemahaman masyarakat sasaran mengenai manajemen usaha kecil. Hal tersebut dapat dilihat dari tingkat signifikansi

sebesar 0,008 jauh dibawah 0,05, dan dari rata-rata (*mean*) hasil jawaban peserta sebelum dan sesudah kegiatan menunjukkan adanya peningkatan sebesar 32,5 poin (87,50 - 55,00).

D. Tahap Tindaklanjut

Tindakan selanjutnya dari kegiatan PPM ini adalah mengusulkan kepada Fakultas Ekonomi Universitas Galuh Ciamis melalui Dekan untuk dibahas dalam Rapat Senat agar kelompok usaha ini dijadikan kelompok binaan Fakultas Ekonomi. Upaya ini bertujuan agar kelompok usaha dari masyarakat sasaran dapat dilibatkan dalam kegiatan-kegiatan Fakultas Ekonomi yang relevan dengan aktivitas kelompok tersebut. Sehingga keberlangsungan usahanya dapat dipantau dan terus di dorong perkembangannya.

Secara umum respon dari masyarakat sasaran menunjukkan hal yang positif, dimana mereka antusias dalam mengikuti semua tahapan dalam kegiatan PPM ini. Kondisi tersebut terlihat dari sikap komunikatif para peserta. Berikut adalah beberapa gambar selama kegiatan berlangsung yang di dokumentasikan baik oleh Tim Dosen maupun Mahasiswa:

Gambar 1: Kegiatan PPM



Sumber: dokumen penulis

Materi yang dipilih untuk disampaikan kepada masyarakat disesuaikan dengan permasalahan yang dihadapi dalam pengelolaan usahanya. Meningkatkan pengetahuan masyarakat sasaran mengenai manajemen usaha kecil merupakan bekal dan memotivasi

mereka untuk melanjutkan sekaligus mengembangkan usaha kelompoknya. Rohim & Kurniawan (2017) menyatakan bahwa usaha kecil akan memiliki daya saing jika pelakunya benar-benar serius dalam memahami dan menerapkan manajemen yang baik. Sementara itu hasil penelitian yang dilakukan oleh Alhempri & Harianto (2013) menunjukkan bahwa pelatihan dan pembinaan berpengaruh positif terhadap perkembangan usaha kecil. Berdasarkan pernyataan dan hasil penelitian tersebut menjelaskan bahwa pembinaan terhadap usaha kecil melalui pelatihan manajemen usaha kecil mampu meningkatkan perkembangan usaha masyarakat dalam skala kecil.

Perencanaan bisnis, pengelolaan keuangan dan manajemen pemasaran merupakan sub materi dalam pelatihan manajemen usaha kecil, merupakan dasar yang harus dipahami dan diterapkan dalam berbagai aktivitas bisnis (Octavia et al., 2016; Saptono et al., 2016; Akbar & Dedeh, 2017). Pemahaman akan manajemen usaha bermanfaat untuk mengidentifikasi peluang bisnis, pengelolaan usaha yang baik, menganalisis pasar, pengelolaan modal dan meningkatkan daya saing (Saptono et al., 2016). Maka dengan selesainya kegiatan ini diharapkan masyarakat sasaran memiliki bekal untuk dapat melanjutkan aktivitas dan dapat mengembangkan usahanya.

Simpulan

Berdasarkan hasil kegiatan dapat disimpulkan bahwa pelatihan manajemen usaha kecil merupakan keterampilan mendasar yang harus dipahami dan diterapkan dalam mengelola dan mengembangkan usaha kecil. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman masyarakat sasaran mengenai manajemen usaha kecil. Selama pelaksanaan kegiatan PPM ini peserta sangat komunikatif, sehingga hal tersebut menunjukkan bahwa secara umum masyarakat sasaran memberikan respon yang positif terhadap kegiatan ini. Setelah berakhirnya kegiatan PPM ini, Tim mengusulkan ke Fakultas Ekonomi Universitas Galuh Ciamis melalui Dekan agar di bahas di dalam Rapat Senat agar masyarakat sasaran menjadi kelompok binaan Fakultas Ekonomi.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih secara umum ditujukan kepada pihak-pihak yang telah membantu terselesainya kegiatan PPM ini baik dari segi dukungan dana, moril, tenaga dan sumbangan pemikiran. Secara khusus Tim PPM mengucapkan terima kasih kepada Fakultas Ekonomi Universitas Galuh atas semua dukungan, khususnya dari segi pendanaan dan fasilitas lainnya yang diberikan, serta tidak lupa ucapan terima kasih ditujukan kepada mahasiswa yang telah membantu suksesnya penyelenggaraan kegiatan ini.

Daftar Pustaka

Akbar, DS., & Dedeh, D. (2017). Format Akuntansi Sederhana Untuk Warung Tradisional. *Jurnal Wawasan dan Riset Akuntansi*, 4(2), 121-130.

- Alhempri, R. R., & Harianto, W. (2013). Pengaruh Pelatihan dan Pembinaan Terhadap Pengembangan Usaha Kecil Pada Program Kemitraan Bina Lingkungan. *Media Riset Bisnis & Manajemen*, 13(1), 20-38.
- Octavia, A., Erida, E., Sumarni, S., & Sam, I. (2016). Pelatihan Kewirausahaan dan Manajemen Bagi Ibu Rumah Tangga, Remaja Putri dan Eklompok Usaha Bersama Mutiara Kota Jambi. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 31(3), 36-41.
- Rohim, A., & Kurniawan, I. (2017). Manajemen Usaha Dan Produksi Pada Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Desa Carang Wulung Wonosalam. *Journal of Community Service*, 1(1), 23-28.
- Saptono, A., Dewi, P. R., & Suparno, S. (2016). Pelatihan Manajemen Usaha Dan Pengelolaan Keuangan UKM Bagi Tenaga Kerja Indonesia (TKI) Purna di Sukabumi Jawa Barat. *Jurnal Sarwahita*, 13(1), 6-14. <https://doi.org/https://doi.org/10.21009/sarwahita.131.02>

Pemanfaatan Lahan Untuk Usaha Budidaya Lele Di Ngliseng Desa Muntuk

Widodo¹

¹. Program Studi Agribisnis, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Jalan Brawijaya, Tamantirta, Kasihan, Bantul, D.I. Yogyakarta
 Alamat korespondensi: Kampus Terpadu UMY, Jalan Brawijaya, Tamantirta, Kasihan, Bantul, D.I. Yogyakarta 55183 Tlp 0274 387656
 Email: widodo@umy.ac.id

Abstrak

Ngliseng merupakan salah satu kampung di Desa Muntuk Kecamatan Dlingo Kabupaten Bantul. Desa Muntuk terletak di Pegunungan Seribu yang bercirikan perbukitan karst, sehingga lahan sawah didominasi dengan sawah tadah hujan, namun di wilayah Ngliseng terdapat mata air perbukitan yang mampu mengairi lahan sawah sepanjang tahun. Air pengairan tersebut merupakan air yang masih terbebas dari polutan. Tujuan kegiatan pengabdian ini adalah mengembangkan perikanan lele di lahan sawah. Untuk mencapai tujuan tersebut, dilakukan program kegiatan berupa peningkatan pengetahuan, ketrampilan dan peningkatan usaha perikanan lele. Hasil pengabdian menunjukkan petani mampu memahami permasalahan terkait budidaya ikan yang pernah mereka lakukan. Permasalahan tersebut adalah letak kolam yang sesuai akan menyebabkan keberhasilan budidaya lele, kepadatan ikan sebaiknya berkisar antara 150-200 ekor per m³ kolam, pemberian pakan harus sesuai dengan kebutuhan ikan. Namun demikian, karena keterbatasan lahan, petani belum bersedia mengorbankan sebagian lahan sawah padi untuk pembuatan kolam lele. Hal ini ternyata menyebabkan tingkat kematian lele masih cukup tinggi. Dari hasil evaluasi ini dilakukan pemindahan kolam dengan pendampingan lanjutan.

Kata Kunci: optimasi lahan, perikanan lele, pengetahuan, ketrampilan

Pendahuluan

Desa Muntuk merupakan salah satu desa dari 6 desa yang ada di wilayah Kecamatan Dlingo. Secara umum Desa Muntuk terletak di perbukitan yang merupakan bagian dari Bukit Seribu di Pulau Jawa bagian selatan. Luas wilayah Desa Muntuk adalah 12,85 km² yang merupakan desa yang mempunyai wilayah terluas di Kecamatan Dlingo. Secara administratif Desa Muntuk terdiri dari 11 Pedukuhan dan 71 Rukun Tetangga. Desa Muntuk berjarak 10 km dari ibukota Kecamatan Dlingo dan 20 km dari ibukota Kabupaten Bantul (Badan Pusat Statistik Kabupaten Bantul, 2017).

Sumber daya manusia di Desa Muntuk didominasi usia produktif namun kurang ditunjang dengan sarana pendidikan yang mencukupi. Dari 7.996 orang penduduk Desa Muntuk pada Tahun 2015, sebanyak 5.067 orang diantaranya berusia 16 – 59 tahun, namun fasilitas pendidikan yang tersedia cukup sedikit, yaitu sebanyak 5 TK, 6 SD dan 2 SMP. Tidak

terdapat sekolah setingkat SLA, baik SMA maupun SMK. Pekerjaan utama penduduk adalah di bidang pertanian dan buruh di sekitar desa maupun di luar kota. Sebagian besar tanah di Desa Muntuk diperuntukkan lahan sawah. Dari tanah di wilayah Desa Muntuk yang seluas 1.284,5 ha, seluas 790,67 ha diantaranya digunakan sebagai lahan pertanian (61,55%), yang terdiri dari 207,5 ha lahan sawah dan 763,06 ha lahan bukan sawah. Sesuai dengan karakteristik daerah perbukitan, lahan sawah di Desa Muntuk merupakan lahan sawah tadah hujan dan berpengairan sederhana. Lahan sawah berpengairan sederhana ini mengandalkan air yang bersumber dari mata air yang muncul di lereng-lereng perbukitan. Dengan demikian, sumber air dari mata air perbukitan ini merupakan air yang terbebas dari cemaran polutan air.

Perekonomian di Desa Muntuk dihela oleh kegiatan ekonomi yang memanfaatkan sumber daya alam, yaitu pertanian, kerajinan anyaman bambu, kerajinan mebel dan kusen. Komoditas utama bagi Desa Muntuk adalah padi sawah dengan luas panen 270,27 ha, ubikayu dengan luas panen 97,87 ha, kacang tanah dengan luas panen 59,47 ha. Peternakan yang utama adalah sapi, yaitu sebanyak 961 ekor. Kerajinan anyaman bambu berkembang di beberapa dusun, yaitu Pedukuhan Sanggrahan 1 dan Pedukuhan Karangasem dan Pedukuhan Tangkil. Produk yang utama usaha kerajinan bambu adalah peralatan tradisional untuk keperluan rumah tangga seperti tambir, tampah dan kalo, disamping juga produk kerajinan modern seperti tempat tisu, keranjang pakaian kotor, lampion, dan lain-lain. Kerajinan mebel dan kusen di Pedukuhan Muntuk menghasilkan produk meja, kursi, dan pintu rumah. Produksi mebel dan kusen pada umumnya masih bermotif tradisional dengan pasar di Kabupaten Bantul dan Kota Yogyakarta. Sarana perekonomian di Desa Muntuk sangatlah terbatas. Pasar terdekat terletak di Desa Dlingo yang berjarak kurang lebih 20 km. Terdapat warung yang menjual kebutuhan sehari-hari sebanyak 76 buah dengan penyebaran yang kurang merata. Warung banyak berkembang di Pedukuhan Banjarharjo 1, Sanggrahan, sedangkan pedukuhan lain, terutama Kampung Ngliseng Pedukuhan Banjarharjo 2 sangatlah sedikit.

Kampung Ngliseng Pedukuhan Banjarharjo 2, Desa Muntuk merupakan daerah yang terletak di lereng perbukitan. Di Kampung Ngliseng dijumpai banyak mata air yang saat ini dimanfaatkan untuk memenuhi keperluan rumah tangga dan pengairan pertanian. Air dari mata air di perbukitan Kampung Ngliseng ini merupakan air yang bersih dari polutan yang masih memenuhi mutu baku perikanan lele. Luas lahan pertanian di Kampung Ngliseng kurang lebih 4,5 ha yang diusahakan oleh 133 orang petani. Pertanian merupakan mata pencaharian utama masyarakat Kampung Ngliseng. Sepanjang tahun, lahan ditanami padi yang ditanam secara konvensional dengan menggunakan pupuk pabrikan dan beberapa pestisida untuk memberantas hama dan penyakit. Produktivitas padi di Kampung Ngliseng masih rendah, yaitu kurang dari 4 ton/ha gabah kering panen.

Ikan lele dumbo merupakan ikan yang mempunyai banyak kelebihan dibandingkan jenis lokal (Muhammad dan Andriyanto, 2013). Kebutuhan masyarakat terhadap ikan lele semakin meningkat (Depkes, 2017). Usaha budidaya ikan lele dapat dilakukan pada lahan yang sempit dengan air yang tidak mengalir atau lambat. Penggunaan terpal pada budidaya lele akan

mengurangi keterbatasan air yang diperlukan (Rusherlistyani, Sudaryati, Heriningsih, 2017). Dengan demikian usaha budidaya lele diperkirakan sesuai dengan kondisi sumberdaya lahan dan air di Kampung Ngliseng. Tujuan pengabdian adalah mendayagunakan sumberdaya alam yang berupa air yang terbebas polutan untuk mendorong pengembangan perikanan lele di lahan sawah di Kampung Ngliseng.

Metode Pelaksanaan

Program pengabdian ini dilaksanakan untuk meningkatkan pemanfaatan sumberdaya lahan dan air yang bebas polutan secara optimal di Kampung Ngliseng. Sasaran pengabdian ini adalah pengurus kelompok tani dan petani yang berusia relatif muda, yaitu berkisar antara 20 - 45 tahun. Sasaran pengabdian ini ditentukan dengan pertimbangan kelompok usia tersebut diharapkan lebih mudah menerima perubahan.

Kegiatan pertama pengabdian ini adalah penyuluhan dan pelatihan yang dilakukan dengan cara ceramah dan peragaan budidaya lele. Materi penyuluhan dan pelatihan mencakup pembuatan kolam, persiapan kolam, pemilihan bibit lele, penebaran bibit lele, pemeliharaan, seleksi awal, dan pemanenan lele. Kegiatan ini dimulai dengan pengalihan pengetahuan responden tentang usaha budidaya lele, pengalaman tentang budidaya ikan yang pernah dilakukan, dan berbagai permasalahan yang dihadapi dalam budidaya ikan kolam dan juga lele yang pernah dilakukan.

Kegiatan kedua adalah pendampingan yang dilakukan mulai dari pembuatan kolam sampai dengan pemanenan. Dalam pendampingan ini diberikan demplot yang disubsidi dengan program. Tenaga kerja yang digunakan untuk pembuatan kolam, penebaran, pemeliharaan usaha budidaya lele sepenuhnya disediakan oleh masyarakat sasaran. Sementara pakan ikan dan bahan pembuatan kolam sebagian disediakan oleh masyarakat dan sebagian lainnya disediakan oleh program. Program sepenuhnya memberikan bantuan bibit ikan lele.

Data tentang respon sasaran diukur secara kualitatif, yaitu dengan mengamati perilaku selama pelatihan, menilai pengungkapan tentang materi yang diberikan pada pelatihan dan juga pada saat pendampingan. Data-data tersebut kemudian disusun dalam bentuk narasi tentang respon sasaran pengabdian.

Hasil dan Pembahasan

Penyuluhan dan pelatihan dilaksanakan untuk menyampaikan cara budidaya lele dengan prosedur yang benar. Penyuluhan dilakukan dengan penyampaian materi berupa tata cara budidaya lele yang sesuai prosedur. Kegiatan penyuluhan lele dilaksanakan pengabdian yang juga. Adapun materi tentang cara berbudidaya lele yang disampaikan meliputi (i) memperhatikan kondisi lahan, (ii) Kolam dengan ukuran 2 m × 4 m dengan kedalaman kolam 1 m dengan menggunakan bahan kayu dan terpal, (iii) Ke dalam kolam dialirkan air hingga kedalaman 1/4 dari ketinggian kolam dan didiamkan selama 1 minggu sebelum dimasukkan bibit, (iv) Tambahkan air sampai kedalaman 1/2 m, lalu dimasukkan bibit lele sebanyak 1500

ekor, (v) Diberi pakan setiap hari (pagi dan sore hari) dan didalam kolam dimasukkan dedaunan sebagai cadangan makanan dan pengatur suhu kolam.

Gambar 1. Suasana penyuluhan dan pelatihan usaha budidaya lele di Ngliseng



Sumber: dokumen penulis

Pada saat penyuluhan disampaikan oleh sasaran bahwa warga di Kampung Ngliseng pernah melakukan budidaya lele. Namun usaha tersebut tidak berlanjut bahkan dikatakan mengalami kegagalan. Warga menyatakan bahwa lele yang dipelihara banyak yang mati pada saat masih dalam tahap pembesaran bibit. Sedangkan populasi lele yang tersisa tidak laku dipasarkan karena ukuran bobot lele yang tidak memenuhi standar konsumsi. Akhirnya usaha budidaya yang pernah dilakukan tersebut tidak berlanjut.

Permasalahan kegagalan usaha budidaya lele yang pernah dilakukan oleh warga Ngliseng tersebut diakibatkan karena pemilihan lokasi kolam berada di bawah pepohonan bambu. Keberadaan kolam di bawah pepohonan bambu tersebut menyebabkan kolam banyak dikotori dengan daun bambu yang menyebabkan penurunan kualitas air kolam lele. Kualitas air merupakan salah satu faktor yang menentukan keberhasilan usaha budidaya lele (Dwiyanto dan Jemadi, 2014). Hasil panen lele yang tidak memenuhi standar ikan konsumsi lebih banyak disebabkan karena kualitas pakan yang kurang baik dan juga jumlah pemberian pakan yang tidak memenuhi kebutuhan ikan lele (Rosalina, 2014; Dwiyanto dan Jemadi, 2014).

Pendampingan dilakukan untuk pembuatan demplot yang dikelola oleh kelompok sasaran. Lokasi yang disepakati sasaran adalah di halaman belakang rumah warga. Lokasi ini dinilai lebih baik dibandingkan dengan lokasi kolam warga yang membudidaya lele di kampung tersebut. Namun, pengabdian memberikan penilaian bahwa lokasi tersebut masih belum baik, ditinjau dari paparan sinar matahari pagi yang masih sedikit dan lokasi tersebut masih cukup dekat dengan pepohonan bambu. Sehingga, jika mengalami keberhasilan yang tidak maksimal, maka lokasi kolam hendaknya dipindah untuk periode tebar bibit berikutnya. Ketersediaan air di lokasi dinilai sudah mencukupi. Diskusi tentang lokasi kolam ini mendapat

tanggapan yang baik dari kelompok sasaran, dengan pernyataan kesediaan untuk mencoba budidaya lele di lahan sawah yang sedang ditanami padi pada saat demplot dilakukan.

Gambar 2. Keadaan kolam lele sebelum bibit ditebar



Sumber: dokumen penulis

Pendampingan selama masa pemeliharaan dilakukan secara berkala, terutama untuk memeriksa jumlah pakan yang diberikan pada usaha budidaya lele. Pemberian pakan dilakukan pada pagi dan sore hari dengan jumlah sebanyak sekitar 10% dari perkiraan berat lele di kolam.

Gambar 3. Pemeliharaan ikan lele dengan pemberian pakan yang sesuai kebutuhan



Sumber: dokumen penulis

Dalam prakteknya, pemberian pakan dilakukan dengan mempertimbangkan kondisi tingkat perebutan ikan lele saat pemberian pakan. Jumlah pakan dinyatakan masih belum mencukupi, jika ikan lele masih berebut pakan secara agresif. Pemberian pakan ini memerlukan ketelitian agar sesuai dengan kebutuhan. Kekurangan pemberian pakan akan menyebabkan ikan lele saling memakan karena sifat kanibal ikan lele, namun kelebihan pemberian pakan menyebabkan keracunan bagi ikan lele diperlukan (Rusherlistyani, Sudaryati, Heriningsih, 2017).

Selama monitoring menunjukkan hasil budidaya lele yang masih belum mencapai target produksi. Sasaran memperkirakan tingkat kematian lele diperkirakan mencapai 30-40 persen, tingkat keseragaman bobot per ekor masih sangat tinggi. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa tempat pembuatan kolam masih belum mampu memenuhi kebutuhan kesehatan lele. Untuk budidaya lanjutan kolam direncanakan dipindahkan ke tempat yang lebih banyak memperoleh penyinaran matahari. Proses seleksi pada pertengahan budidaya perlu dilakukan agar mendapatkan hasil yang lebih seragam. Dapat dinyatakan bahwa pemberdayaan masyarakat memerlukan waktu yang cukup lama (Sugiarso, Riyadi, dan Rusmadi, 2017).

Simpulan

Program telah berhasil meningkatkan kemauan masyarakat untuk memanfaatkan sumberdaya air untuk kegiatan usaha budidaya lele, walaupun masih terdapat keengganan untuk melakukannya di lahan sawah. Program belum mampu menunjukkan bukti hasil ekonomi yang baik, namun masyarakat memahami penyebab kurang berhasil tersebut. Pendampingan dilakukan dengan memindahkan kolam ke lahan yang lebih banyak memperoleh penyinaran matahari dan pelatihan pembuatan pakan alami dari azola. Pembuatan pakan alami dengan azola akan memberi kemanfaatan sebagai pupuk organik bagi pertanian, pakan ikan, pakan ternak.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih disampaikan kepada LP3M Universitas Muhammadiyah Yogyakarta atas pendanaan program pengabdian pada tahun anggaran 2018/2019. Ucapan terima kasih juga diberikan kepada mahasiswa KKN Tematik 025 Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah membantu mempersiapkan kegiatan penyuluhan, membantu memberikan pendampingan selama pembuatan kolam dan penebaran ikan.

Daftar Pustaka

- Depkes R.I. (2017). Lele Bioflok, Solusi Penuhi Kebutuhan Gizi Masyarakat. www.depkes.go.id diakses 15 Agustus 2019
- Direktorat Kredit, BPR dan UMKM (2010). Pola Pembiayaan Usaha Kecil Syariah (PPUK) Budidaya Ikan Pembesaran Lele. Bank Indonesia, Jakarta

- Dwiyanto, B. S. dan Jemadi. (2014). Wirausaha Kelompok Usaha Budidaya Pembesaran Lele. *Jurnal Maksipreneur* 4 (1): 4-21
- Muhammad, W. N. dan Andriyanto, S. (2013). Manajemen Budidaya Ikan Lele Dumbo (*Clarias gariepinus*) di Kampung Lele, Kabupaten Boyolali, Jawa Tengah. *Media Akuakultur* 8 (1): 63-72
- Rosalina, D. (2014). Analisis Kelayakan Usaha Budidaya Ikan Lele di Kolam Terpal di Desa Namang Kabupaten Bangka Tengah. *Maspari Jurnal* 6(1): 20-24
- Rusherlistyani, Sudaryati, D., Heriningsih, S., (2017). Budidaya Lele Dengan Sistem Kolam Bioflok. LP3M-UPN Veteran Yogyakarta
- Sugiarso, Riyadi, A., Rusmadi. (2017). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pemanfaatan Tanah Pekarangan (PTP) untuk Konservasi dan Wirausaha Agribisnis di Kelurahan Kedung Pane Kota Semarang. *DIMAS* 17(2): 343-366

Pemberdayaan Anggota Aisyiyah Ranting Sendangsari Melalui Pengembangan Agroindustri Pangan Lokal

***Eni Istiyanti¹, Sarjiyah², Titiék Widyastuti²**

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Jl. Brawijaya Tamantirto Kasihan Bantul 55183 Telp:0274-387656

² Program Studi Agroteknologi, Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Email: eniistiyanti@umy.ac.id

Abstrak

Sebagian besar Ibu-ibu anggota Aisyiyah Ranting Sendangsari mempunyai pekerjaan sebagai pengrajin olahan pangan (agroindustri pangan) dengan bahan baku dari daerah sekitarnya. Pengetahuan dan ketrampilan masyarakat tentang olahan makanan dengan bahan pangan lokal yang memenuhi syarat keamanan pangan masih terbatas. Para pengrajin belum mempunyai wadah berkumpul untuk membahas permasalahan yang dihadapi misalnya masalah pemasaran produk. Tujuan dari kajian ini yaitu 1) Mengidentifikasi peran kelompok olahan makanan berbasis bahan pangan lokal, 2) meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan olahan makanan berbasis bahan pangan lokal, 3) mengembangkan strategi pemasaran olahan makanan yang tepat. Guna mengatasi permasalahan tersebut diperlukan sosialisasi dan pendampingan pembentukan kelompok, pelatihan dan fasilitasi peralatan terkait pengolahan makanan dari bahan pangan lokal dan pendampingan dalam penentuan strategi pemasaran. Hasil kajian menunjukkan bahwa adanya kelompok pengrajin olahan pangan dapat membantu pengrajin mengatasi permasalahan dalam usahanya. Adanya pelatihan dapat meningkatkan ketrampilan dalam mengolah bahan pangan lokal seperti ubi jalar menjadi berbagai kue. Strategi pemasaran yang dijalankan dengan kerjasama antara kelompok pengrajin olahan makanan Aisyiyah Ranting Sendangsari dengan organisasi otonom Muhammadiyah di Kecamatan Pajangan dan Kabupaten Bantul. Abstrak dibuat dalam bahasa Indonesia. Abstrak disusun dalam satu paragraf dengan jumlah kata tidak lebih dari 200 kata. Isi mencakup latar belakang, tujuan, metode, hasil dan implikasi serta simpulan

Kata Kunci: Agroindustri, Aisyiyah, Bahan pangan lokal, Strategi pemasaran

Pendahuluan

Agroindustri merupakan bagian (sub sistem) dari Agribisnis yaitu industri yang memproses dan mentransformasikan hasil pertanian menjadi barang setengah jadi atau barang jadi yang langsung dapat dikonsumsi dan selanjutnya disebut agroindustri hilir serta industri yang menghasilkan barang-barang yang digunakan untuk proses produksi pertanian seperti pupuk, pestisida dan peralatan pertanian yang disebut agroindustri hulu (Udayana, 2011 dalam Pratiwi *et al*, 2017). Selanjutnya menurut Masyhuri (2000) agroindustri hilir mencakup

penanganan pasca panen, industri pengolahan makanan dan minuman, industri biofarma, industri bioenergi, industri pengolahan hasil ikutan (*by-product*) serta industri agrowisata.

Menurut Priyarsono & Backe (2007) industri pengolahan berbasis pertanian (agroindustri) merupakan sektor yang akan mendorong pertumbuhan ekonomi nasional yang tinggi terutama agroindustri kecil dan menengah. Selain itu agroindustri merupakan leading sector bagi pembangunan ekonomi Indonesia. Selanjutnya menurut Pratiwi *et al* (2017) agroindustri hilir memberikan penciptaan output, kesempatan kerja dan kontribusi terhadap PDB yang lebih besar dibandingkan agroindustri hulu. Bagi rumah tangga pertanian dan non pertanian agroindustri hilir lebih berperan dalam memberikan distribusi pendapatan yang lebih merata.

Agroindustri yang ada merupakan industri rumah tangga yang mempunyai ciri-ciri (Badan Pusat Statistik, 2003)

1. Kebanyakan mengolah bahan baku alam di sekitarnya dan tidak terlalu tergantung impor
2. Umumnya dikerjakan oleh keluarga dan kerabatnya dengan tidak ada pembagian tugas yang jelas
3. Hasil produksinya dijual tidak dengan promosi yang dipasarkan dalam pasar lokal dalam radius yang sempit sehingga biaya distribusinya tidak mahal

Pangan lokal merupakan pangan yang diproduksi dan dikembangkan sesuai dengan potensi dan sumberdaya wilayah serta budaya setempat. Jenis, jumlah dan kualitas pangan lokal sangat tergantung kondisi spesifik di wilayah tersebut, baik kesesuaian lahan, sifat tanah, iklim dan aspek budidaya yang mempengaruhinya maupun kondisi soaial, ekonomi dan budaya masyarakat. Berbagai pangan lokal yang tersebar di wilayah Indonesia antara lain jagung, garut, gembili, uwi, ganyong, singkung dan ubi jalar (Direktorat Gizi Departemen Kesehatan RI, dalam Utami & Budiningsih, 2015)

Desa Sendangsari termasuk dalam wilayah Kecamatan Pajangan Kabupaten Bantul. Desa Sendangsari dikembangkan menjadi desa wisata alam dan batik kayu. Berbagai kerajinan kayu yang diberi ornamen batik banyak tersedia, demikian juga wisata alam berupa air terjun terdapat di Desa Sendangsari. Seperti halnya di daerah lain, untuk mendukung desa wisata, maka makanan dengan berbahan baku pangan lokal banyak dikembangkan. Bahan pangan lokal yang berpotensi di daerah ini yaitu umbi garut, jagung, ubi kayu dan ubi jalar.

Pengrajin olahan makanan Desa Sendangsari masih berjalan sendiri-sendiri dan belum membentuk kelompok. Untuk mengembangkan industri rumah tangga, pembentukan kelompok sangat penting agar pembinaan dapat efektif demikian juga jika ada bantuan modal adanya kelompok merupakan syarat utama. Seperti yang disampaikan oleh Arumsari & Syamsiar (2011) peran kelompok dalam mengembangkan agroindustri yaitu sebagai akses modal, pelatihan dan pasar.

Tujuan dari kajian ini yaitu 1). Mengidentifikasi peran kelompok olahan makanan berbasis bahan pangan lokal, 2) meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan olahan makanan berbasis bahan pangan lokal, 3) mengembangkan strategi pemasaran olahan makanan yang tepat.

Metode Pelaksanaan

Pemberdayaan anggota Aisyiyah Ranting Sendangsari melalui pengembangan agroindustri pangan lokal dilakukan melalui berbagai kegiatan yaitu:

1. Pembentukan kelompok pengrajin olahan makanan berbasis bahan pangan lokal
Kegiatan ini diawali dengan sosialisasi pentingnya kelompok pengrajin oleh tim pengabdian masyarakat, kemudian dilanjutkan dengan pembentukan kelompok pengrajin olahan pangan. Setelah kelompok terbentuk, tim mendampingi dalam penyusunan pengurus dan membuat rencana kerja. Kegiatan selanjutnya adalah monitoring terhadap kegiatan dari kelompok.
2. Peningkatan pengetahuan dan ketrampilan olahan makanan dengan bahan pangan lokal dilakukan melalui pelatihan dan pendampingan membuat kue dari bahan ubi jalar. Kegiatan selanjutnya adalah monitoring pembuatan olahan makanan dari bahan pangan lokal.
3. Strategi pemasaran produk olahan makanan
Kegiatan terkait strategi pemasaran produk olahan pangan diawali dengan sosialisasi kepada para pengrajin dalam menentukan strategi pemasaran. Kegiatan selanjutnya monitoring penerapan strategi pemasaran oleh para pengrajin olahan pangan.

Hasil dan Pembahasan

1. Peran Kelompok Pengrajin Makanan Olahan (agroindustri)

Kelompok adalah sekumpulan individu yang terdiri dari dua atau lebih yang melakukan interaksi antara satu dengan lainnya dalam satu aturan yang saling mempengaruhi (Huraerah & Purwanto, 2006). Pada dasarnya ada keinginan manusia untuk bergabung dalam suatu kelompok, sebagaimana yang terdapat dalam a) Teori kedekatan (*Propinquity Theory*), b). Teori yang mendasarkan pada aktivitas-aktivitas, interaksi-interansi dan sentimen-sentimen (perasaan dan emosi) c). Teori Keseimbangan (*A Balance Theory of Group Formation*) dan d). Teori alasan praktis (*Practical Theory*)

Kelompok pengrajin adalah kumpulan pengrajin yang tumbuh atau dibentuk berdasarkan kesamaan kepentingan dan keakraban serta keserasian, dalam memanfaatkan sumber daya pertanian untuk bekerja sama meningkatkan produktivitas usaha dan mengembangkan usaha dan kesejahteraan anggotanya (Arumsari & Syamsiar, 2011)

Anggota Aisyiyah Ranting Di Desa Sendangsari terdapat berjumlah 24 ibu yang mempunyai kegiatan mengolah makanan dari bahan pangan lokal antara lain ceriping, emping, peyek kacang dan olahan ubi jalar. Melalui pendampingan dari tim pengabdian masyarakat, dibentuk kelompok pengrajin olahan makanan Aisyiyah Ranting Sendangsari dalam kelompok tersebut ada sub kelompok sesuai dengan jenis produk olahannya yaitu: i) sub kelompok pengrajin ceriping, emping dan peyek, iii) sub kelompok peengrajin olahan ubi jalar

Adapun susunan organisasi kelompok pengrajin olahan makanan Aisyiyah Ranting Sendangsari sebagai berikut:

Ketua : Sarjiyem
 Wakil Ketua : Sunarti
 Sekretaris : Rubinem
 Bendahara : Kustanti

Pengurus kelompok pengrajin olahan makanan mempunyai tugas dan kewajiban:

- a. Membina kerjasama dalam melaksanakan usaha dan kesepakatan yang berlaku dalam kelompok maupun sub kelompok
- b. Bersama anggota membuat rencana kegiatan kelompok dalam bidang produksi, pengolahan dan pemasaran.
- c. Mendorong dan menggerakkan aktivitas, kreativitas dan inisiatif anggota
- d. Secara berkala, minimal satu bulan sekali mengadakan pertemuan dengan para anggota kelompok.
- e. Mempertanggung jawabkan tugas-tugas yang telah dilaksanakan kepada anggota kelompok.

Anggota kelompok pengrajin olahan makanan dengan bahan pangan lokal mempunyai tugas dan kewajiban:

- a. Bertanggungjawab atas pelaksanaan kegiatan usaha yang bersangkutan
- b. Wajib mengikuti dan melaksanakan kegiatan kelompok dan kesepakatan yang berlaku.
- c. Bekerja sama dan akrab antar sesama anggota maupun pengurus
- d. Hadir pada pertemuan berkala dan aktif memberikan masukan, saran dan pendapat demi berhasilnya kegiatan usaha kelompok.

Berdasarkan Peraturan Menteri Pertanian Nomor: 273/KPTS/OT.160/4/2007 Tahun 2007 dalam Pratama *et al* (2016) kelompok tani memiliki fungsi: sebagai wadah proses pembelajaran, wahana kerja sama dan sebagai unit produksi

- a) Kelas belajar, wadah belajar mengajar bagi anggotanya guna meningkatkan pengetahuan, keterampilan dan sikap serta tumbuh dan berkembangnya kemandirian dalam berusaha tani sehingga produktivitasnya meningkat, pendapatannya bertambah serta kehidupan yang lebih sejahtera.
- b) Wahana kerjasama, untuk memperkuat kerjasama diantara sesama pengrajin dalam kelompok dan antar kelompok serta dengan pihak lain sehingga usahanya akan lebih efisien serta lebih mampu menghadapi ancaman, tantangan, hambatan dan gangguan,
- c) Unit produksi, usaha yang dilaksanakan secara keseluruhan harus dipandang sebagai satu kesatuan usaha yang dapat dikembangkan untuk mencapai skala ekonomi, baik dari segi kuantitas, kualitas maupun kontinuitas.

Kelompok pengrajin olahan makanan berbahan pangan lokal Aisyiyah Sendangsari masih relatif baru sehingga fungsi atau peran yang dijalankan masih terbatas. Peran kelompok pengrajin bersamaan dengan pertemuan rutin Aisyiyah Ranting Sendangsari dilakukan sebulan sekali pada hari Jum'at minggu kedua jam 14.00 - 16.00 di rumah anggota kelompok pengrajin secara bergiliran karena kelompok belum mempunyai tempat pertemuan khusus.

Pertemuan diawali dengan pengajian kemudian dilanjutkan dengan diskusi antar anggota tentang masalah-masalah yang dihadapi oleh anggota. Apabila diperlukan, pengurus akan mendatangkan nara sumber guna membantu memecahkan permasalahan yang dihadapi.

Sebagai wahana kerjasama, kelompok pengrajin olahan makanan Aisyiyah Ranting Sendangsari telah menjalankan kerjasama antar sesama anggota. Kerjasama yang dilakukan masih terbatas dalam memberikan informasi terkait pembelian bahan baku, tips pembuatan kue dan pemasaran. Pembelian bahan baku maupun pemasaran secara kolektif sedang menjadi pembahasan yang sering dilakukan. Sebagai kelompok unit produksi, kegiatannya masih sebatas evaluasi terhadap kegiatan kelompok dan melaksanakan dan mentaati kesepakatan yang telah dibuat oleh kelompok.

Peran kelompok pengrajin olahan makanan Aisyiyah Ranting Sendangsari masih terbatas, hal ini berbeda dengan peran kelompok tani di Desa Bukit Lingkar Kecamatan Batang Cenuku Kabupaten Indragiri Hulu yang sudah berjalan dengan baik dengan kategori cukup berperan untuk ketiga peran kelompok tani (Pratama *et al*, 2016). Hal yang sama terjadi juga pada kelompok tani di Kecamatan Kalikajar Kabupaten Wonosobo yang sering menjalankan peranannya sebagai media belajar, kerjasama dan unit produksi (Wastika, *et al* 2014).

Beberapa keuntungan dari pembentukan kelompok pengrajin antara lain sebagai berikut:

- a. Semakin eratnya interaksi dalam kelompok maupun sub kelompok pengrajin
- b. Semakin cepatnya proses difusi penerapan inovasi atau teknologi baru.
- c. Semakin meningkatnya orientasi pasar, baik yang berkaitan dengan bahan baku maupun produk yang dihasilkannya.

2. Pelatihan Olahan Makanan dari Bahan Pangan Lokal

Bahan pangan lokal yang dicoba diolah menjadi berbagai makanan/kue di Sendangsari yaitu ubi jalar. Seperti halnya pangan lokal yang lain, ubi jalar juga sedikit ketergantungannya terhadap bahan tambahan gula karena rasanya sudah cukup manis demikian juga tidak perlu ditambah zat pewarna karena ubi jalar mempunyai beberapa warna yaitu kuning, orange dan ungu.

Pelatihan pembuatan olahan makanan dari bahan ubi jalar diawali dengan penjelasan bahan dan alat sudah difasilitasi oleh tim pengabdian masyarakat, kemudian dilanjutkan dengan demonstrasi dan praktek oleh ibu-ibu anggota Aisyiyah Ranting Sendangsari. Ibu-ibu mencoba semua tahapan dalam pembuatan kue dari ubi jalar mulai dari mencampur bahan-bahan, mengaduk, mencetak dan memanggang secara bergantian didampingi oleh tim. Pelatihan dilakukan sebanyak lima kali sampai diperoleh hasil olahan kue yang rasanya enak dan tampilannya menarik. Hal ini sesuai dengan yang dilakukan oleh Bakti, *et al* (2017) dengan metode ceramah, diskusi dan praktek dapat meningkatkan keterampilan mengolah hasil ubi menjadi makanan yang variatif, bergizi, dan mempunyai cita rasa yang enak.

Agar makanan olahan menarik konsumen, selain rasanya yang enak, kemasan juga memegang peranan penting. Sebagaimana menurut Indraswari (2017) kemasan adalah wadah atau tempat untuk menempatkan produk serta memberikan perlindungan atau proteksi

sehingga produk lebih awet, memudahkan penyimpanan, distribusi, pemakaian, promosi dan juga memberikan jaminan kepastian pada konsumen serta berwawasan lingkungan. Biasanya fungsi utama kemasan adalah untuk menjaga produk, namun sekarang kemasan menjadi faktor yang cukup penting sebagai alat pemasaran.

Kemasan adalah bagian pertama produk yang dihadapi pembeli dan mampu menarik atau menyingkirkan pembeli. Pengemasan suatu produk biasanya dilakukan oleh produsen untuk dapat merebut minat konsumen terhadap pembelian barang. Produsen berusaha memberikan kesan yang baik pada kemasan produknya dan menciptakan model kemasan baru yang berbeda dengan produsen lain yang memproduksi produk-produk sejenis dalam pasar yang sama (Nurif *et al*, 2013).

3. Strategi Pemasaran

Terdapat 6 strategi yang dapat ditempuh untuk mengembangkan produk industri rumah tangga makanan yaitu:

- a. Menyebarkan brosur merupakan cara yang mudah dan efektif untuk mengenalkan kepada calon konsumen
- b. Memanfaatkan media *on line* seperti WA, facebook
- c. Menyampaikan keunggulan produk dari mulut ke mulut
- d. Mengikuti berbagai bazar
- e. Menitipkan ke toko makanan
- f. Membuat kartu nama dari pemilik produk

Menurut Syukri, *et al* (2017) untuk meluaskan pasar onde-onde krispi keluar Kabupaten Bantul usulan strategi yang diterapkan adalah: (1) Meluaskan jaringan melalui penggunaan media sosial (social media) seperti misalnya whatsapp, facebook dan merespon dengan cepat setiap pesanan dari pelanggan *on line*, (2) Meluaskan jaringan penjualan melalui toko oleh-oleh yang tersebar di wilayah Yogyakarta, (3) Mendesain ulang label pada kemasan onde-onde krispi agar lebih menarik dan menunjukkan ciri khas oleh-oleh kota Yogya

Selain strategi tersebut di atas, produk olahan makanan dari bahan pangan lokal ibu-ibu Aisyiyah Ranting Sendangsari dipasarkan melalui kerjasama dengan organisasi otonom Muhammadiyah seperti Muhammadiyah, Aisyiyah, Nasiatul Aisyiyah, Pemuda Muhammadiyah Cabang Pajangan maupun Daerah Bantul. Kerjasama dapat dilakukan dengan cara apabila ada acara atau pertemuan yang diselenggarakan oleh Aisyiyah atau Muhammadiyah maka konsumsi dapat dipesan ke Aisyiyah Ranting Sendangsari. Selain itu makanan olahan juga dipasarkan di lokasi wisata Bendung Kamijoro, merupakan obyek wisata yang masih baru sehingga banyak pengunjungnya terutama pada hari Sabtu, Minggu dan hari libur.

Simpulan

Pelaksanaan pemberdayaan masyarakat melalui pengembangan agroindustri pangan di Desa Sendangsari dilakukan melalui berbagai kegiatan yaitu pendampingan pembentukan kelompok pengrajin olahan makanan Aisyiyah Ranting Sendangsari dan monitoring kegiatan, pelatihan olahan makanan yang memenuhi syarat keamanan pangan dan pendampingan menerapkan strategi pemasaran.

Kelompok pengrajin olahan pangan Aisyiyah Ranting Sendangsari dalam menjalankan perannya sebagai wahana belajar, kerjasama dan unit produksi masih terbatas karena pembentukannya belum lama. Anggota kelompok mulai berkreasi sendiri dalam proses pembuatan kue dari bahan pangan lokal ubi jalar. Pengrajin memasarkan makanan olahan melalui kerjasama dengan Aisyiyah Cabang Pajangan dan menjualnya di lokasi wisata Bendung Kamijoro.

Ucapan Terima Kasih

Terima kasih penulis sampaikan ke LP3M Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memfasilitasi dana untuk pelaksanaan pengabdian masyarakat ini. Terima kasih juga penulis sampaikan kepada anggota Aisyiyah Ranting Sendangsari yang telah bersedia untuk bekerjasama dengan tim pengabdian masyarakat Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Daftar Pustaka

Buku

- Huraerah,A., & Purwanto. 2006. *Dinamika Kelompok: Konsep dan Aplikasi*. Refika Aditama. Bandung.
- Indraswari,D. 2017. *Pengemasan Makanan*. Forum Ilmiah Kesehatan (Forikes). Ponorogo

Jurnal

- Arumsari,V., & Syamsiar,S. 2011. Pemberdayaan Masyarakat Perdesaan Berbasis Agroindustri Pangan Lokal. *Jurnal SEPA* 8 (1): 35-41
- Bakti, A., Syarifah, & Mutiara,E. 2017. Pengembangan Usaha Pengolahan Makanan Bahan Dasar Ubi di Desa Bingkat Kecamatan Pegajahan Kabupaten Serdang Bedagai. *Jurnal Abdimas Talenta* 2 (2): 154-157
- Masyhuri. 2000. Pengembangan Agroindustri melalui Penelitian dan Pengembangan Produk yang Intensif dan Berkesinambungan. *Jurnal Agro Ekonomika* VII (1): 55-58
- Nurif,M; Nindiani. Kustanti,K, & Mochtar,S. 2013. Manajemen Keuangan dan Packing untuk Usaha Kecil dan Menengah (UKM)di Kecamatan Tandes Surabaya. *Jurnal Sosial Humaniora* 6 (2): 112 - 121
- Pratama,B.P., Sayamar,E., & Tety,E. 2016. Peran Kelompok Tani dalam Meningkatkan Pendapatan Petani Swadaya Kelapa Sawit di Desa Bukit Lingkar Kecamatan Batang Cenaku Kabupaten Indragiri Hulu. *Jurnal Jom Faperta* 3 (2): 1-11

- Pratiwi,N.A., Harianto, & Daryanto,A. 2017. Peran Agroindustri Hulu dan Hilir dalam Perekonomian dan Distribusi Pendapatan di Indonesia. *Jurnal Manajemen & Agribisnis* 14 (2): 127-137
- Priyarsono,D.S., & Backe,D. 2007. Industri Berbasis Pertanian: Arah Pengembangan Industri di Indonesia. *Jurnal SOCA* 8 (3): 256-264
- Syukri,S.H.A., Rifa'i, A.F., & Kurniawati, D.A. 2017. Pelatihan dan Pendampingan Produksi Makanan Berbasis Ikan Laut di Pulau Bawean. *Jurnal Bakti Saintek* 1(1): 27-34
- Utami,P., & Budiningsih,S. 2015. Potensi dan Ketersediaan Bahan Pangan Lokal Sumber Karbohidrat Non Beras di Kabupaten Banyumas. *Jurnal Dinamika Ekonomi & Bisnis* 2(2): 150-158
- Wastika,C.Y., Hariadi,S.S., & Subejo. 2014. Peran Kelompok Tani dalam Penerapan SRI (System of Rice Intensification) di Kecamatan Kalikajar Kabupaten Wonosobo. *Jurnal Agro Ekonomika*. 24 (1): 84-93

Pemberdayaan Santri Rumah Tahfidz “Aqwamu Qila” Menuju Kemandirian Hidup

Ahdiana Yuni Lestari¹, Endang Heriyani², Prihati Yuniarlin³

Fakultas Hukum UMY. Jl. Brawijaya, Tamantirto, Kasihan, Bantul,
Yogyakarta, 55183. Telp: (0274)387656, Ext.128. Facs. (0274)387646.

Email: ahdianayunilestari@umy.ac.id
endangheriyani@umy.ac.id ; prihatiyuniarlin@umy.ac.id

Abstrak

Mitra kegiatan PKM ini adalah Yayasan AQWAMU QILA bertempat di dusun Grojogan, Tamanan, Banguntapan, Bantul. Salah satu amal usaha Yayasan ini adalah mengelola Rumah Tahfidz dengan santri saat ini berjumlah 43 yang berstatus mahasiswa ataupun pelajar. Kegiatan utama santri adalah menghafalkan Alquran. Para santri mayoritas adalah yatim, piatu dan kaum dhuafa. Kehidupannya ditopang dari para pengurus dan donatur. Selepas dari pesantren tentunya harus terjun ke masyarakat dan hidup mandiri. Berbekal pendidikan agama saja tidak cukup, oleh karena itu santri perlu dibekali keterampilan. Kegiatan yang sering santri lakukan adalah menerima pesanan panganan, makan dos ataupun prasmanan setiap hari sabtu dan minggu. Santri belum memahami tentang izin usaha dan pengelolaan katering secara profesional. Manajemen usaha dilakukan masih secara tradisional, belum ada sistem yang berbasis komputer dan struktur organisasi untuk menentukan tugas dari pengelolaan usaha katering ini. Solusi dan metode yang dipakai: a) Memberikan penyuluhan dan motivasi kemandirian hidup. b) Memberikan penyuluhan tentang badan usaha dan izin usaha katering c) Memberikan pelatihan keterampilan dan praktek tentang: 1) Manajemen usaha katering; 2) Penyajian usaha katering; 3) Pelayanan dan pemasaran katering; 4) Penyusunan menu katering. d) Pendampingan dan monitoring evaluasi pelaksanaan program. Hasil kegiatan PKM ini adalah para santri telah diberikan penyuluhan AMT, usaha katering sederhana, badan usaha dan izin P-IRT, praktek memasak serta penyajian menu prasmanan. Namun demikian karena tugas pokok utama para santri adalah studi formal dan mengikuti kurikulum Pondok Pesantren, maka usaha katering sederhana belum berbentuk badan usaha dan belum didaftarkan P-IRT nya. Setelah dilakukan penyuluhan dan pendampingan, para santri telah memperoleh pesanan berupa nasi box dan panganan dari masyarakat sekitar. 10% dari pemasukan disimpan dalam kas Pondok Pesantren untuk memenuhi sarana prasana.

Kata kunci: Santri, Aqwamu Qila, Katering

Pendahuluan

Yayasan Aqwamu Qila Bantul adalah sebuah yayasan yang berfokus pada pendidikan dan kaderisasi dakwah. Yayasan ini didirikan pada tanggal 19 Januari 2017 dengan akta notaris nomor 14 dan Surat Keputusan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia Nomor AHU-0001227.AH.01.14 Tahun 2017. Pesantren Mahasiswa dan Pelajar Aqwamu Qila atau sering disebut dengan Rumah Tahfidz Aqwamu Qila merupakan salah satu amal

usahanya di bidang pendidikan Islam. Pesantren ini terletak di Dusun Grojogan, Desa Tamanan, Kecamatan Banguntapan, Kabupaten Bantul. Saat ini mengasuh 43 santri/santriyah yang seluruhnya mahasiswa dengan beasiswa ataupun keringanan biaya dari kampus masing-masing baik karena prestasi, hafalan Al Quran, dhuafa maupun karena yatim piatu yang berasal dari Jawa dan Luar Jawa. Mulai tahun 2018 ini Pesantren Aqwamu Qila menerima santri mualaf, antara lain penguin dari Sulawesi Tengah.

Semua santri yang mukim memperoleh fasilitas akomodasi, konsumsi, transportasi dan kesehatan secara gratis. Adapun persyaratan agar dapat tetap tinggal di pesantren adalah santri wajib mengikuti kegiatan harian pesantren berupa sholat 5 waktu di awal waktu dan berjamaah, rutin tilawah Alquran dan menambah hafalan, mengikuti kajian malam dan pagi, disiplin dan melaksanakan jadwal piket; berahlak mulia dan prestasi akademik bagi mahasiswa minimal IP 3 dan minimal rerata 7,5 bagi pelajar. Para santri tersebut berasal dari lingkungan keluarga yang kurang mampu. Etos dan ghirah untuk menuntut ilmunya sangat tinggi. Para santri tersebut memiliki ketrampilan berupa masak memasak. Para santri sudah terbiasa dipesani makanan baik berupa snek ataupun makan besar untuk acara-acara tertentu baik partai kecil maupun partai besar. Para santri memasak sendiri. Usaha katering ini sangat bagus. Lingkungan pondok pesantren sangat mendukung. Di sekelilingnya terdapat perumahan-perumahan dan masjid. Konsumen mereka adalah kelompok pengajian dan jamaah masjid sekitar pondok pesantren.

Gambar1. kegiatan santri:



Sumber: dokumen penulis

Para santri yang tinggal di rumah tahfidz kebutuhannya telah dicukupi oleh pengurus rumah tahfidz. Sebagian besar para santri berasal dari keluarga yang tidak mampu. Para santri pada umumnya mengutamakan pendidikan agama. Selepas dari pesantren tentunya harus terjun ke masyarakat dan harus mulai hidup mandiri. Dengan demikian pendidikan agama saja tidak cukup. Oleh karena itu para santri perlu dibekali keterampilan. Salah satu kegiatan yang sering para santri lakukan adalah menerima pesanan snek maupun makan dos ataupun prasmanan setiap hari sabtu dan minggu.

Permasalahannya adalah para santri belum memahami tentang izin usaha catering maupun pengelolaan catering secara profesional. Manajemen usaha dilakukan masih secara tradisional atau kekeluargaan, belum ada sistem yang berbasis komputer, belum ada struktur organisasi untuk menentukan tugas dari pengelolaan usaha catering ini. Dengan demikian para santri perlu diberi keterampilan dasar tentang pengelolaan usaha yang terkait dengan catering.

Metode Pelaksanaan

Adapun metode kegiatannya meliputi: (1) Memberikan motivasi untuk meningkatkan pengetahuan para santri tentang kemandirian hidup; (2) Memberikan penyuluhan tentang manajemen usaha catering, badan usaha dan pendaftaran P-IRT; (3) Memberikan pelatihan, praktek dan pendampingan tentang: Keterampilan tentang praktek memasak dan menyusun menu; Keterampilan tentang penyajian menu; serta keterampilan tentang pelayanan dan pemasaran catering. Dalam kegiatan ini juga dilakukan monitoring dan evaluasi.

Hasil dan Pembahasan

A. Profil Kelompok Sasaran

Mitra pengabdian masyarakat ini Yayasan Aqwamu Qila Bantul. Yayasan ini merupakan sebuah yayasan yang berfokus pada pendidikan dan kaderisasi dakwah. Yayasan ini didirikan pada tanggal 19 Januari 2017 dengan Akta Notaris nomor 14 dan Surat Keputusan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia Nomor AHU-0001227.AH.01.14 Tahun 2017. Salah satu kegiatan nyata Yayasan ini adalah didirikannya lembaga pendidikan Islam yaitu Rumah Tahfidz (Pesantren Mahasiswa dan Pelajar) Aqwamu Qila yang sering disebut dengan Rumah Tahfidz Aqwamu Qila. Rumah Tahfidz Aqwamu Qila mengutamakan peserta didik yang berprestasi, potensial dan mendapatkan kesempatan kuliah di DIY tetapi berstatus yatim, piatu, yatim piatu maupun dhuafa.

Rumah Tahfidz Aqwamu Qila ini terletak di Dusun Grojogan, Desa Tamanan, Kecamatan Banguntapan, Kabupaten Bantul. Guru-gurunya ada 9 sarjana muslim yang handal dengan kualitas spiritual yang kokoh, kemampuan intelektual yang terasah, berhiaskan akhlak mulia, bercahayakan Al Quran sebagai bacaan dan amalan utama,

profesional yang mumpuni dan terdepan dalam pembinaan umat. Rumah Tahfidz ini memiliki moto “zikir, fikir dan Amal”.

Adapun susunan Pengurus Rumah Tahfidz (Pesantren) Aqwamu Qila dikelola oleh Yayasan Aqwamu Qila sebagai berikut:

Pembina

Ketua : Hj. Nur Hidayani, S.H.,M.H.

Anggota : Hj. Nur Wahyuni Purnamawati, S.H.
Hj. Suharyani, S.E.,Akt.

Pengawas

Ketua : Ir. Bahari Susilo, M.S.E.

Anggota : Drs. H. Mahmudi, M.Si.
: Witani Setianingsih, S.E.

Pengurus

Ketua Umum : Drs. H. Masyhuri Suhad, MBA, M.M.

Ketua 1 : Jihad Wafdal Qohhar, S.Psi.

Ketua 2 : Sulthan Asyam Karimov, S.Th.I.

Sekretaris Umum : Zahratul Iftikar Jadna Masyhida, S.Kg.

Sekretaris : Zulaid Husain Ramaela

Bendahara Umum : A. Yuni Lestari, S.H.,M.Hum.

Bendahara : Mutiara Ulfah, STP.,M.Sc.

Pada awal berdiri, santrinya ada 9 orang yang berasal dari panti asuhan dan keluarga tidak mampu. Dari tahun ke tahun, santri bertambah dan saat ini mengasuh 43 santri/santriyah yang seluruhnya mahasiswa dengan beasiswa ataupun keringan biaya dari kampus masing-masing baik karena prestasi, hafalan Al Quran, dhuafa maupun karena yatim piatu yang berasal dari Jawa da Luar Jawa. Mulai tahun 2018 ini Pesantren Aqwamu Qila menerima santri mualaf, antara lain penginjil dari Sulawesi Tengah.

Semua santri yang mukim memperoleh fasilitas akomodasi, konsumsi, transportasi dan kesehatan secara gratis. Adapun persyaratan agar dapat tetap tinggal di pesantren adalah santri wajib mengikuti kegiatan harian pesantren berupa sholat 5 waktu di awal waktu dan berjamaah, rutin tilawah Alquran dan menambah hafalan, mengikuti kajian malam dan pagi, disiplin dan melaksanakan jadwal piket; berkahlak mulia dan prestasi akademik bagi mahasiswa minimal IP 3 dan minimal rerata 7,5 bagi pelajar.

Alumni Pesantren Aqwamu Qila yang sudah lulus ada yang menjadi ASN 4 orang, bidan 5 orang dan 13 santri ditempatkan di perusahaan-perusahaan pengolahan kulit dan plastik setelah lulus dari Akademi Teknologi Kulit Yogyakarta. Ada juga yang menjadi guru dan pengusaha. Selain sukses sesuai profesinya santri juga diberi kewajiban untuk melaksanakan dakwah di lingkungan kerja dan di masyarakat sekitarnya sebagai amanah dakwah dari pesantren.

Program pendidikan dan pengajaran Pesantren Aqwamu Qila adalah sistem klasikal dengan menerapkan metode semaan Alquran dan pemahaman tematik, telaah dan tadabbur terhadap ayat-ayat AlQuran dan Hadist secara tematik kondisional. Kurikulum yang diterapkan didesain dengan mengacu pada profil lulusan, yakni mengarah kepada kemahiran membaca alqur'an, baik secara bil ghaib (hafalan) maupun bin-nadhar (membaca), kemampuan berijtihad mengambil keputusan, dan melakukan dakwah islamiyah serta akhlaqul karimah. Kegiatannya berupa kegiatan kurikuler dan ekstra kurikuler. Kegiatan kurikuler berupa kegiatan proses belajar mengajar formal yang ditempuh oleh santri. Kegiatan ekstra kurikuler berupa kegiatan yang wajib diikuti santri sebagai penunjang dan pelengkap dari kegiatan kurikuler, berupa murojaah, kultum secara bergiliran, diskusi mingguan dan pelatihan-pelatihan motivasi, pengembangan diri, kewirausahaan dan lainnya. Ada juga hidden kurikuler atau kurikulum tersembunyi, yaitu faktor-faktor pendukung di luar kurikuler maupun ekstra kurikuler, seperti pembiasaan sholat jamaah tepat waktu, sholat dhuha, sholat tahajud, puasa Sunnah dan lainnya; pengobatan rumah tangga; kesenian nasyid; olah raga, badminton, sepakbola, dan futsal; serta kegiatan rutin harian seperti memasak, manjamu, dan menghormati tamu; membersihkan kamar dan lingkungan Pesantren Aqwamu Qila, serta kegiatan yang bermanfaat lainnya. Berikut ini jadwal harian para santri.

Tabel1. Jadwal Kegiatan Ibadah Harian

WAKTU	KEGIATAN	PENANGGUNGJAWAB
03.00 - 04.00	TAHAJJUD	Mandiri
04.00 - 05.00	Jama'ah Shubuh di Masjid	Mandiri
05.00 - 06.00	Tadarrus diteruskan dengan baca doa Al-Ma'tsurat pagi	Dipimpin oleh santri sesuai jadwal
06.00 - 07.00	Muroja'ah dan setoran bagi santri hafidz dan hafidzoh	Ustadz Sulthan Asyam Karimov
06.00 - 08.00	Masak, Mandi dan makan pagi, diteruskan dengan persiapan untuk sekolah dan kuliah	Santriyah sesuai dengan jadwal piket
08.00 - 17.00	Kegiatan di kampus / sekolah	Mandiri
17.00 - 20.00	Mandi dan makan malam, diteruskan dengan persiapan kajian bakda Isya	Mandiri
20.00 - 22.00	Ngaji kitab dan kegiatan lain sesuai dengan jadwal kajian: Ahad, Kajian Kristologi Senin, Ngaji Kitab Bulughul Maram	Santri / santriyah mualaf Ustadz Drs. H. Masyhuri Suhad, MM

Selasa, Ngaji Mausuuah Al-Manahi Asy-Syar'iyah	Ustadz Jihad Wafda
Rabo, Ngaji Kitab Tafsir Ibnu Katsir	Ustadz Sulthan Asyam Karimov
Kamis, Semaan AL-Qur'an	Ustadz Khoirul Fahmi
Jum'at, Kajian Kewirausahaan	Nara sumber dari ahli/profesional
Sabtu, Kajian kepemimpinan	Nara sumber dari ahli/profesional
22.00 - 03.00	I S T I R A H A T

Sumber: dokumen pesantren

B. Pelaksanaan dan Hasil Kegiatan PKM

Kegiatan program pengabdian kepada masyarakat ini berupa pemberian motivasi dan penyuluhan kewirausahaan katering sederhana bagi santri Rumah Tahfidz Aqwamu Qila Bantul Tujuan kegiatan ini adalah untuk memberikan wawasan kemandirian hidup kepada para Santri nantinya setelah mereka lulus kuliah dan keluar dari pondok pesantren ini.

Jumlah peserta ada 30 orang. Kegiatan ini dilaksanakan pada hari Sabtu, 6 April 2019 di Ruang Aula Pondok Pesantren Aqwamu Qila sebagaimana tabel di bawah ini:

Tabel2. Jadwal Kegiatan Harian

Waktu	Keterangan	Penanggung Jawab
Pelaksanaan		
06.00 - 07.00	Bersih-bersih area kegiatan	Seluruh santri PP Aqwamu Qila
07.00 - 08.00	Persiapan (mandi, makan, dll)	Seluruh santri/santriyah PP AqwamuQila
08.00 - 08.30	Persiapan perlengkapan acara seminar (pemasangan LCD, laptop, microphone dll)	Perkap
08.30 - 08.45	Briefing panitia pelaksanaan	Ketua
08.45 - 09.00	Memposisikan peserta penyuluhan di aula kegiatan	Seluruh santri/santriyah PP Aqwamu Qila
09.00 - 09.05	Pembukaan dan pembacaan susunan acara	MC
09.05 - 09.10	Pembacaan sari tilawah	Ahmad Taufiqurrahman Farid
09.10 - 09.15	Sambutan ketua panitia pelaksanaan seminar	Ketua
09.15 - 09.20	Sambutan pengasuh PP Aqwamu Qila	Drs.Mashuri Suhad, MM
09.20 - 09.25	Sambutan perwakilan dari LP3M UMY	Ahdiana Yuni Lestari, S.H.,M.Hum

09.25 – 09.40	Coffee break	Seksi Konsumsi
09.40 – 10.40	Sesi I: Materi motivasi oleh Jihad Wafda Qohhar Al Masyhida, S.Psi dengan tema “Agar Sukses Pasca Kampus, Tanpa Stress Karir Mulus”	Moderator I: Okta Fizan Mahendra Saputra
10.40 – 11.40	Sesi II: Materi oleh Stanlus Akbar Julian Koestiman Mangkoekartiko dengan tema “Usaha Katering Tiada Matinya”	Moderator II: Moderator II: Veronica Abidaturrohmah
11.40 – 12.40	ISHOMA	Sie Konsumsi
12.40 – 13.40	Sesi III: Materi oleh Erwan Carentio dengan tema “Asyiknya Profit Jadi WO”.	Moderator III: Retno Wahyu Margaretha
13.40 – 14.40	Sesi IV: Materi oleh Tim Pengabdian dengan tema “Badan Usaha dan Pengurusan P-IRT”	Moderator IV: Wasis Fajar Auladi
14.40 – 15.00	Penutupan, foto bersama dan penyerahan cenderamata dari PP Aqwamu Qila untuk LP3M UMY oleh Hj. Nur Hidayani, MH. Dan untuk pembicara oleh Giri Trisno Putro Sambada	MC

Sumber: dokumen pesantren

1. Pemberian Motivasi

Sesi pertama pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat berupa pemberian motivasi. Narasumbernya adalah Wafdal Jihad Qohhar, S.Psi. Beliau adalah seorang Sarjana Psikologi alumni UGM dan sekaligus sebagai mentornya para santri Aqwamu Qila. Selain itu beliau juga alumni Pondok Pesantren Gontor. Adapun judul materi motivasi ini adalah **“Agar Sukses Pasca Kampus Tanpa Stress Karir mulus”**.

Setelah lulus dari kuliah para santri akan memasuki dunia kerja. Oleh karena itu para santri harus berkompetisi dengan orang lain. Pertama-tama yang harus disiapkan adalah para santri tersebut harus sehat mentalnya (WHO 2003). Sehat mental di sini dapat diterjemahkan bahwa para santri harus dalam keadaan bahagia, menyadari potensi, dapat mengatasi stres yang normal, produktif dan baik, serta dapat berkontribusi pada sekitarnya.

Para santri juga dapat menjadi agen perubahan (the agen of change), sehingga harus memenuhi syarat-syarat sebagai berikut: santri mempunyai vision yaitu apa yang ingin di raih di masa depan; mempunyai passion yaitu enjoy, asik, kemampuan meningkat, dapat

apresiasi; action yaitu mempunyai skala prioritas, sibuk dengan yang wajib, kerja keras, cerdas dan ikhlas; collaboration yaitu mencari mentor, bergaul dengan komunitas “3 tif” yaitu positif, produktif, dan kotributif. Dengan demikian jika para santri ingin hidupnya segera berubah maka harus segera meng on kan hidupnya, ubah mind set kegagalan, ketika hidup sudah on maka para santri akan dapat mengaktifkan kesuksesannya.

Nara sumber berikutnya adalah Stanlus Akbar Julian Koestiman Mangkoekartiko dengan tema “Usaha Katering Tiada Matinya” dan Erwan Carentio dengan tema “Asyiknya Profit Jadi WO”. Stanlus adalah pengusaha Sirikit Katering, Matoa Batik, Kapulaga Wedding Planner, Sangkara Persewaan Kebaya beralamat di Puri Gardenia Blok I Yogyakarta, sedangkan Erwan adalah seorang pakar Wedding Organizer.

Ada beberapa tantangan dalam bisnis, antara lain:

- a. Permodalan
- b. Citra sebagai “Brand Baru”
- c. Penentuan SOP (Standart Operation Program) yang tepat yang disesuaikan dengan bisnis
- d. Perekrutan karyawan
- e. Persaingan dengan pemain lama
- f. Persaingan dalam hal harga jual

Cara mengatasi tantangan tersebut adalah:

- a. Melakukan peminjaman modal usaha. Modal dapat dipinjam kepada perorangan atau lembaga keuangan baik bank maupun non bank.
- b. Melakukan sebuah inovasi dalam hal variasi menu, tampilan menu, porsi, penataan & rasa.
- c. Pembuatan materi promosi: berupa brosur, kartu nama, dan iklan di instagram/facebook yang menarik.

Menurut Erwan, sebelum melakukan promosi kepada masyarakat luas, para santri terlebih dahulu membuat brosur tentang deskripsi jasa boga yang dikelola dan menyusun menu lengkap disertai harga dari setiap set menu dengan beberapa kategori harga, mulai dari yang sederhana sampai yang istimewa. Jenisnya box, prasmanan, rantangan atau kombinasi. Demikian pula kue-kue yang ditawarkan. Menu makanan harus disesuaikan dengan waktu penyajian, apakah makan pagi, siang atau malam. Penataan dan penyajian menu juga harus diperhatikan.

Sebagai langkah awal para santri memulai usaha katering ini, promosi dapat dilakukan dengan cara gethok tular atau promosi dari mulut ke mulut. Cara ini paling mudah dan relatif murah untuk mengenalkan usaha katering. Promosi semacam ini, para santri dapat membawa sampel cita rasa menu hasil karyanya kepada masyarakat, misalnya pada acara arisan keluarga, arisan kampung, pengajian

dan kenalan kegiatan lainnya dalam lingkup kecil. Selanjutnya promosi dapat dilakukan melalui media sosial.

- d. Menentukan segmen pasar sesuai dengan pasaran.
- Kesuksesan hanya dapat diraih jika para santri dapat:
- Memberi lebih dari yang dianggap bijaksana
 - Mengambil risiko lebih dari yang dianggap aman
 - Bermimpi lebih dari yang dianggap praktis
 - Mengharap lebih dari yang dianggap mungkin

Gambar 2. Penyuluhan Pemberian Motivasi Hidup



Sumber: dokumen penulis

2. Penyuluhan Jenis-jenis Badan Usaha dan Perolehan P-IRT

a. Jenis-jenis Badan Usaha

Macam-macam jenis badan usaha adalah PT, CV, atau Perum. Berikut ini dijelaskan tentang jenis-jenis badan usaha sehingga akan dapat membantu para santri dalam menentukan bentuk badan usaha terkait dengan catering, sebagai berikut:

1) Perusahaan perseorangan

Adalah sebuah usaha yang hanya dimiliki oleh seseorang saja. Pemiliknya bertanggung jawab penuh atas semua kegiatan termasuk resiko usahanya.

2) Firma

Adalah kerjasama menjalankan usaha yang dilakukan oleh 2 orang atau lebih dengan nama bersama. Masing-masing anggota firma memiliki tanggung jawab yang tidak terbatas. Meskipun anggotanya punya kesatuan nama dalam menjalankan usahanya, namun firma bukanlah badan hukum, melainkan hanya sebutan dari anggota bersama-sama.

3) CV (Persekutuan Komanditer)

Adalah bentuk perjanjian kerjasama dalam mendirikan usaha antara orang yang bersedia mengatur dan bertanggung jawab penuh dengan kekayaan pribadinya

dengan orang yang hanya memberikan modal tapi tidak bersedia memimpin perusahaan tersebut, tanggung jawab yang dipikulnya terbatas pada besarnya modal yang ditanamkan.

4) PT (Perseroan Terbatas)

Adalah badan usaha sekaligus badan hukum yang terdiri dari para pemegang saham yang disebut stakeholder dengan tanggung jawab terbatas terhadap utang-utang perusahaan sebesar modal yang mereka tanamkan.

5) Persero (Perseroan Terbatas Negara)

Adalah bentuk perusahaan milik negara yang sebelumnya bernama Perusahaan Negara. Umumnya Persero ini terjadi dari Perusahaan Negara yang kemudian diadakan penambahan modal yang ditawarkan kepada pihak swasta.

6) PD (Perusahaan Daerah)

Adalah perusahaan yang saham-sahamnya dimiliki oleh Pemda. Tujuan didirikannya PD ini adalah untuk mencari keuntungan yang dapat digunakan untuk pembangunan daerah.

7) Perum (Perusahaan Negara Umum)

Perum adalah bentuk perusahaan negara yang juga bertujuan untuk mencari keuntungan. Selain mencari keuntungan, Perum juga memperhatikan kesejahteraan masyarakat. Walaupun modal usaha dimiliki oleh pemerintah, namun tidak menutup kemungkinan Perum membuka penanaman modal kepada pihak swasta.

8) Perjan (Perusahaan Negara Jawatan)

Adalah perusahaan yang segala bentuk kegiatannya ditujukan untuk kesejahteraan umum namun tidak meninggalkan sisi efisiensinya. Perjan biasanya memiliki fasilitas-fasilitas negara

9) Koperasi

Adalah perkumpulan orang-orang yang memiliki tujuan untuk mengadakan kerjasama. Koperasi bertujuan untuk menampung kegiatan perekonomian pada tingkat lapisan bawah.

10) Yayasan

Umumnya yayasan adalah sebuah badan hukum dengan kekayaan yang dipisahkan. Tujuan pendirian yayasan bukanlah untuk mencari keuntungan, namun untuk tujuan sosial.

b. P-IRT

P-IRT yaitu singkatan dari Pangan Industri Rumah Tangga. Dapat disebutkan P-IRT adalah sertifikat pangan untuk produsen pangan (makanan serta minuman) yang dibuat oleh industri skala rumah tangga, yakni perusahaan pangan yang mempunyai area usaha di hunian dengan peralatan pengolahan pangan manual sampai semi otomatis. Umpamanya industri roti AQ yang pabrik

pembuatannya beralamat pada tempat tinggal produsen pembuatnya. Rumah tangga yang dimaksud yaitu bukan hanya tempat tinggal, tetapi juga yang mempunyai ruangan produksi terpisah dari ruangan–ruangan lain dalam tempat tinggal itu.

Sertifikasi P-IRT harus dimiliki oleh penduduk yang menggerakkan industri makanan serta minuman skala rumah tangga, lantaran dengan mempunyai sertifikat P-IRT maka industri makanan serta minuman kita dapat lebih diterima oleh retail–retail besar, seperti mall, supermarket serta agen grosir. Tidak gampang untuk memperoleh sertifikat P-IRT ini, lantaran mesti melalui sebagian pengujian, ya singkat kata seperti pingin bisa memperoleh ijazah maka mesti ujian terlebih dulu. Sertifikat P-IRT dikeluarkan oleh Dinas Kesehatan Kabupaten yang ada di setiap provinsi, sesudah melewati bagian–bagian atau ketentuan yang telah diputuskan.

Berikut ini prosedur pengurusan P-IRT:

- 1) Datang ke kantor Dinas Kesehatan Kabupaten Setempat untuk mengajukan permintaan pengurusan P-IRT. Sebelum saat berangkat agar efisien dapat juga telpon dahulu atau mencari tahu alamat kantor dinas kesehatan di kabupaten anda.
- 2) Sesampainya di Dinas Kesehatan Kabupaten Setempat, segera saja menuju ke sisi pengurusan P-IRT, ketemu petugas. Dibagian ini anda bakal diberikan satu bendel dokumen yang perlu di isi, yakni:
 - Lembar surat permintaan untuk ikuti penyuluhan untuk anda produsen makanan serta minuman (ini syarat untuk memperoleh sertifikat P-IRT).
 - Lembar data fasilitas produksi, mencakup fasilitas produksi yang anda punyai.
 - Lembar data produksi makanan.
- 3) Lampiran lain yang perlu disiapkan dalam pengurusan P-IRT ini, yakni:
 - Hasil uji mutu Air dari Puskesmas paling dekat,
 - Foto copy KTP pemohon yang berlaku (1 lembar),
 - Denah/peta lokasi area produksi (1 lembar),
 - Pas photo berwarna 3 x 4 (4 lembar),
 - Design label paket/merk yang akan dipakai (2 lembar).
- 4) Sesudah mengambil formulir itu, pada tahap lengkapi serta kembalikan berkas pada hari selanjutnya dibarengi dengan lampiran yang itu pada point 3.
- 5) Pada hari tersebut sesudah anda kembalikan berkas itu anda bakal diberi penjelasan untuk menanti surat undangan untuk ikuti penyuluhan sertifikasi P-IRT anda.
- 6) Berikut contoh formulir mengajukan P-IRT:

No.:
 Lamp.:
 Hal.:
 Pada Yth:
 Bupati Setempat
 Cq. Kepala Dinas Kesehatan
 Kabupaten Setempat
 Di Nama Kabupaten Setempat
 Dengan hormat,
 Kami yang bertanda tangan dibawah ini:
 Nama
 Alamat
 No. Telp.

Mengajukan permintaan untuk peserta penyuluhan produsen makanan serta minuman untuk syarat memperoleh Sertifikat Penyuluhan serta Sertifikat Produksi Pangan Industri Rumah Tangga SPP - IRT di lokasi Kabupaten Setempat.

Bersama surat ini kami lampirkan dokumen seperti berikut:

1. Foto copy KTP pemohon yang tetap berlaku (1 lembar)
2. Data fasilitas produksi (1 lembar)

Gambar 3. Penyuluhan Badan Usaha



Sumber: dokumen penulis

3. Praktek Pengolahan dan Penyajian Menu Sederhana

Kegiatan pengolahan dan penyajian menu sederhana dilakukan pada hari Sabtu, 13 April 2019 jam 09.00 sd 12.00 di Pondok Pesantren Aqwamu Qila. Pada kegiatan ini Santri Perempuan memasak menu makan siang dan disajikan secara prasmanan.

Ruang dan peralatan untuk memasak yang digunakan selama ini menurut Pengabdian cukup memadai jika hanya digunakan untuk kegiatan memasak keseharian. Namun jika

digunakan untuk usaha katering rumahan belum cukup memadai dari segi tempat dan higienitasnya. Produk-produk makanan yang disediakan oleh perusahaan atau perorangan yang bergerak dalam usaha penyediaan makanan untuk kepentingan umum, harus terjamin kesehatan dan keselamatannya. Hal ini hanya dapat terwujud bila ditunjang dengan keadaan hygiene dan sanitasi Tempat Pengelolaan Makanan (TPM) yang baik dan dipelihara secara bersama oleh pengusaha dan masyarakat. TPM yang dimaksud meliputi rumah makan dan restoran, jasaboga atau katering, industri makanan, kantin, warung dan makanan jajanan dan sebagainya. Sebagai salah satu jenis tempat pelayanan umum yang mengolah dan menyediakan makanan bagi masyarakat banyak, maka TPM memiliki potensi yang cukup besar untuk menimbulkan gangguan kesehatan atau penyakit bahkan keracunan akibat dari makanan yang dihasilkannya. Dengan demikian kualitas makanan yang dihasilkan, disajikan dan dijual oleh TPM harus memenuhi syarat-syarat kesehatan. Salah satu syarat kesehatan TPM yang penting dan mempengaruhi kualitas hygiene sanitasi makanan tersebut adalah faktor lokasi dan bangunan TPM. Lokasi dan bangunan yang tidak memenuhi syarat kesehatan akan memudahkan terjadinya kontaminasi makanan oleh mikroorganisme seperti bakteri, jamur, virus dan parasit serta bahan-bahan kimia yang dapat menimbulkan risiko terhadap kesehatan. (<http://sanitasi-makanan.blogspot.com/2008/11/persyaratan-hygiene-sanitasi-tempat.html>).

Lokasi dan tata ruang tempat memasak di Pondok Pesantren Aqwamu Qila kurang ideal dan sempit. Tempat memasak yang ada sangat berdekatan dengan toilet dan bersliweran tikus-tikus, sirkulasi udara yang kurang cukup. Lantai dan dinding agak lembab dan berjamur. Hal ini terjadi karena gedung pondok pesantren masih satu induk dengan tempat tinggal pengurus Pondok Pesantren tersebut. Saat ini Pengurus sedang membangun gedung baru khusus untuk pengelolaan pondok di tempat yang lain, dan sudah di disain juga untuk tempat usaha katering dan lainnya sebagai pemasukan pondok.

Gambar 4. Menu Sederhana Prasmanan



Sumber: dokumen penulis

Dari segi rasa menu masakan yang dihidangkan cita rasanya tinggi dan enak. Penyajiannya cukup bagus kalau untuk kalangan sendiri.

4. Monitoring dan Evaluasi

Monitoring dan evaluasi kegiatan ini dilakukan dua kali yaitu hari Sabtu 20 April 2019 jam 09.00 WIB dan Sabtu 27 April 2019 jam 09.00 WIB. Berdasarkan hasil monitoring tersebut dapat diketahui bahwa Pengurus dan Santri Rumah Tahfidz Aqwamu Qila memutuskan bahwa bentuk badan usaha untuk katering sederhana berupa seperti perorangan saja (bukan berbentuk UD ataupun yang lainnya. Hal ini dilakukan karena tugas pokok para santri adalah studi dan menghafal al qur'an. Usaha katering ini merupakan sambilan saja bagi para santri yang mempunyai hobi memasak dan karena para santri harus memasak sendiri untuk kebutuhan makan mereka yang dijadwal secara bergiliran. Penerimaan pesanan makanan hanya dilakukan pada hari libur saja, misalnya pada saat tanggal merah atau hari minggu. Oleh karena itu usaha katering ini belum didaftarkan P-IRTnya ke Dinas Kesehatan Kabupaten Bantul.

Santri Aqwamu Qila telah membuat brosur menu masakan jenis box dan snek box. Harga dibuat yang relatif murah dan terjangkau bagi masyarakat sekitar. Brosur-brosur tersebut telah didistribusikan di masjid-masjid sekitar dan kelompok dasawisma masyarakat sekitar. Para santri juga membagikan brosur tersebut kepada teman-teman kuliahnya.

Gambar 5. Brosur Promosi

Catering Aqwamu Qila
Menerima Pesanan Prasmanan-Nasi Box-Snack
Jl. Polang Dora No. 74 Griptan RT 01 RW 015 Temonar Banguntapan, Bantul
CP: 0850-3658-0289

Catering Aqwamu Qila
Menerima Pesanan Prasmanan-Nasi Box-Snack
Jl. Polang Dora No. 74 Griptan RT 01 RW 015 Temonar Banguntapan, Bantul
CP: 0850-3658-0289

Snack
Rp. 10.000
1. Snack Pilihan (2)
2. Air Mineral Gelas
3. Kleikan
nb. Menu dan harga bisa menyesuaikan

Menu:
- Lemper
- Arem-arem
- Bakso tahu
- Bolu kukus
- Martabak asin
- Risol
- Kue pukis
- Semar mendem
- Lumpia
- Roti Coklat
- Kue Lapis
- Lapis legit
- Krokot Ayam
- Pastel
- Brownis
- Molen
- Kue lumpur
- Kue Sus
- Dll.

Rp. 12.500
1. Snack Pilihan (3)
2. Air Mineral Gelas
3. Kleikan
4. Permen
nb. Menu dan harga bisa menyesuaikan

Rp. 15.000
1. Snack Pilihan (4)
2. Air Mineral Gelas
3. Kleikan
4. Permen
nb. Menu dan harga bisa menyesuaikan

Nasi Box
Rp. 10.000
1. Telur Bulat/Dadar
2. Sayur/Lalapan
3. Sambal
4. Kerupuk
nb. Menu dan harga bisa menyesuaikan

Rp. 15.000
1. Ayam/Lela Goreng/Bakar
2. Sayuran/Lalapan
3. Sambal
4. Kerupuk
5. Buah
nb. Menu dan harga bisa menyesuaikan

Rp. 20.000
1. Nila Goreng/Bakar
2. Sayuran/Lalapan
3. Sambal
4. Kerupuk
5. Buah
6. Tempe/Tahu
nb. Menu dan harga bisa menyesuaikan

*Tersedia menu lain seperti Udang, Botok, Rendang, Dll

Sumber: dokumen penulis

Setelah dilakukan penyuluhan pada hari Sabtu, 6 April 2019, Santri Aqwamu Qila telah menerima pesanan berupa snek untuk acara arisan Dasa Wisma Tanjung, pengajian Songsong

Ramadhan masjid Margorahayu, Grojogan, Tamanan, Banguntapan, Bantul dan Masjid Nurjannah, Glagah, Tamanan, Banguntapan, Bantul. Keuntungan dari pesanan tersebut disimpan sebagai kas yang nantinya digunakan untuk membeli sarana prasarana pondok pesantren.

Gambar 6. Pesanan Nasi Box dan Snack



Sumber: dokumenpenulis

Simpulan

Para Santri Rumah Tahfidz tugas pokok utamanya adalah studi yang formal di SMU ataupun Perguruan Tinggi. Namun demikian, setiap Santri harus mengikuti program pendidikan dan pengajaran (Kurikulum) Pesantren Aqwamu Qila yang dilaksanakan setelah magrib sampai dengan jam 22.00 WIB.

Pembiayaan operasional Rumah Tahfidz berasal dari para donatur. Para Santri ini mempunyai berbagai macam usaha sampingan, diantaranya adalah usaha katering sederhana, yang nantinya hasil dari usaha ini dapat digunakan sebagai tambahan biaya operasional rumah tahfidz dan memberikan bekal kemandirian bagi para santri apabila sudah lulus dari studi formal dan pesantren.

Usaha katering sederhana ini oleh para santri belum berbentuk badan usaha yang lebih profesional. Oleh karena itu usaha katering ini belum didaftarkan dengan P-IRT ke Dinas Kesehatan Kabupaten Bantul. Dalam kurun waktu 1 bulan, para santri ini telah membuat brosur dan promosi dari mulut ke mulut dengan membawa brosur tersebut. Para santri telah memperoleh pesanan berupa snek dos maupun nasi box dari masyarakat sekitar. Keuntungan sebesar 10% dimasukkan di kas Rumah Tahfidz.

Saran

Pengurus Rumah Tahfidz Aqwamu Qila sebaiknya mengidentifikasi hobi para santrinya sehingga akan memudahkan untuk menyalurkan bakat para santri untuk menyiapkan kemandirian pembiayaan operasional Rumah Tahfidz dan para santri itu sendiri.

Ucapan Terima Kasih

Dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang tidak terhingga kepada semua pihak antara lain:

1. Dr. Ir. Gatot Supangkat, M.P., selaku Kepala LP3M Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan dana hibah PKM T.A. 2018/2019.
2. Pengurus Yayasan Aqwamu Qila Bantul.
3. Pengurus Pondok Pesatren (Rumah Tahfidz) Aqwamu Qila Bantul.
4. Para Narasumber dalam kegiatan pengabdian masyarakat.
5. Para santri Rumah Tahfidz Aqwamu Qila.

Daftar Pustaka

- Anonim. 2008. *Persyaratan Hygiene Sanitasi Tempat Pengelolaan Makanan (TPM)*. <http://sanitasi-makanan.blogspot.com/2008/11/persyaratan-hygiene-sanitasi-tempat.html>
- M. Maiwan. 2013. *Pelatihan Pengembangan Usaha Katering Makanan Bagi Purna TKI di Desa Tonjong, Kecamatan Bojonggede, Kabupaten Bogor, Propinsi Jawa Barat*, Jurnal Sarwahita Volume 13 No. 02, DOI. <https://doi.org/10.21009/sarwahita.13204>
- NOVA. 2009. *Strategi Menggenjot Pemasaran Katering*, 12 November 2009. <http://www.tabloidnova.com/Nova/Karier/Wirusaha/Strategi-Menggenjot-Pemasaran-Katering-1>
- Putri Anggun Rohmalia dan Yenni Merlin Djajalaksana. 2013. *Pengelolaan Bisnis Katering dengan Memanfaatkan Sistem Informasi Berbasis Web (Studi Kasus pada Anggun Katering)*, Jurnal Sistem Informasi Vol. 8 Nomor 2, September 2013.
- Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 1096/Menkes/PER/VI/2011 tentang Higiene Sanitasi Jasaboga

Pembuatan Produk Olahan Pasca Panen Cabai Merah Di Dusun Balong Donoharjo Ngaglik

Aris Widyo Nugroho

Teknik Mesin Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Jalan Brawijaya, Kasihan, Bantul, Yogyakarta
55183

Email: ariswidyo.nugroho@umy.ac.id

Abstrak

Dusun Balong, sebagian persawahannya ditanami cabai merah dimana hasil panen biasanya dijual dalam bentuk segar tanpa ada pengelolaan terlebih dahulu. Keterbatasan pengetahuan dan keterampilan pengolahan pasca panen cabai membuat mereka terpaksa menjualnya dalam bentuk segar sehingga tergantung pada musimnya. Tujuan dilaksanakannya pelatihan kepada ibu-ibu PKK dusun Balong ini adalah (1) Agar ibu-ibu PKK mempunyai pengetahuan dan keterampilan untuk memperpanjang masa simpan cabai merah (2) mampu memanfaatkan teknologi pengolahan cabai merah menjadi tepung cabai dan cabai kering serta mampu menjadikannya sebagai usaha dalam meningkatkan nilai tambah cabai merah keriting, terutama disaat harga turun di pasaran. Metode yang digunakan dalam pelatihan ini terdiri dari tiga metode (1) pemberian materi tentang pentingnya memperpanjang masa simpan tanaman cabai dan pengetahuan tentang pembuatan bubuk dan cabai kering; (2) Pelatihan proses pembuatan bubuk dan cabai kering; (3) mengevaluasi produk bubuk dan cabai kering. Hasil pelatihan ini adalah pembuatan cabai merah dengan menggunakan metode sederhana yang mampu memproduksi bubuk dan cabai yang bercitarasa kusus dan mampu memperpanjang masa simpan cabai sehingga dapat menjadi peluang usaha yang menguntungkan saat harga cabai melambung tinggi.

Kata Kunci: cabai, bubuk cabai, pengolahan cabai

Pendahuluan

Dusun Balong yang terletak di Desa Donoharjo, Kecamatan Ngaglik, Kabupaten Sleman yang dimana mayoritas penduduk desa mengandalkan mata pencaharian utama sebagai pertanian. Di samping sumber mata pencaharian tersebut, Dusun Balong juga terdapat tempat Wisata Alam Bendungan yang baru dibangun dan diresmikan. Di mana selain menjadi tempat rekreasi, Wisata Alam Bendungan dan sekitarnya juga dimanfaatkan oleh warga sebagai penampungan air untuk pengairan sawah dan perkebunan, selain itu juga dimanfaatkan oleh warga sebagai budidaya ikan bawal dan nila.

Daerah tersebut memiliki potensi sumber daya alam pertanian yang melimpah karena tanah yang subur dan memiliki sumber daya manusia yang cukup baik karena disana penduduknya sudah memiliki tingkat pendidikan yang baik ditunjukkan dengan penduduknya rata rata tamatan Sekolah Menengah Atas (SMA). Tanaman cabai merupakan salah satu jenis tanaman yang banyak dibudidayakan. Penjualan cabai dalam bentuk segar memang sangat menjanjikan,

dimana keuntungan akan diperoleh dalam waktu tidak terlalu lama jika penjualan berlanjar lancar (Yasami, dkk, 2014). Para petani masih menjual hasil pertanian secara sendiri-sendiri dan dalam bentuk segar. Namun kerugian yang tidak sedikit dapat terjadi akibat membusuknya cabai-cabai yang dijual dalam bentuk segar. Utama (2010), kehilangan air dari produk pertanian dapat berakibat terhadap kehilangan hasil, baik secara kualitatif dan kuantitatif. Kondisi makin diperparah pada saat panen raya produksi melimpah dengan harga relative murah sehingga petani sering mengalami kerugian. Sementara ini, hasil produksi cabai merah keriting di dusun ini belum dimanfaatkan secara optimal karena banyaknya cabai yang membusuk, terutama pada waktu hasil produksi berlimpah ruah ditambah panen pada waktu musim hujan.

Keterbatasan pengetahuan dan keterampilan menyebabkan terkendalanya pengolahan hasil panen cabai menjadi produk pangan yang dapat memperpanjang masa simpan hasil panen. Selain itu juga perlu pengetahuan segmentasi pasar tentang hasil olahan lanjutan pertanian. Segmentasi pasar merupakan kegiatan membagi suatu pasar menjadi kelompok-kelompok pembeli yang berbeda yang memiliki kebutuhan, karakteristik, atau perilaku yang berbeda yang mungkin membutuhkan produk atau bauran pemasaran yang berbeda. Saat ini masalah yang dihadapi masyarakat Dusun Balong adalah masih belum banyak dilakukan kerjasama dengan pihak luar, untuk menjual hasil pertanian atau membuat produk olahan ekonomis dari pertanian tersebut oleh para petani. Kegiatan ini bertujuan agar masyarakat mampu mengolah hasil bumi lokal berupa cabe untuk diproduksi menjadi cabe bubuk/abon cabe sehingga diharapkan dapat memperpanjang masa simpan cabai dan menjaga stabilitas harganya sekaligus meningkatkan pendapatan dari petani cabai.

Metode Pelaksanaan

Metode pelaksanaan program untuk pengolahan produk pasca panen cabai dilakukan kegiatan-kegiatan utama yang meliputi pelatihan-pelatihan kepada ibu-ibu PKK dusun Balong Donoharjo Ngaglik Sleman yang terbagi menjadi (1) pemberian materi, (2) praktek pembuatan, (3) evaluasi produk hasil. Untuk tahap pertama diberikan materi secara klasikal berkaitan dengan keuntungan dan kerugian dari produksi cabai yang tidak dilakukan proses diversifikasi hasil pasca panen. Disampaikan juga penjelasan tentang proses diversifikasi produk cabai merah kering yang merupakan alternatif dalam penanganan pasca panen cabai merah, meliputi: penjelasan mengenai teknik penyimpanan, teknik pengeringan sederhana baik dengan sinar matahari maupun dengan oven, penjelasan mengenai sanitasi hygien dalam proses produksi, penetapan harga jual dan pengemasan produk.

Selanjutnya dilakukan praktek pembuatan pembuatan bubuk cabai dan cabai kering meliputi: pengeringan cabai merah, pembuatan diversifikasinya menjadi cabai merah kering utuh, dan cabai merah bubuk, pengemasan cabai merah kering menjadi produk dengan label Balong Cabe. Bahan baku cabe merah dan cabai rawit dicuci dan disortasi kemudian ditiriskan. Ke dua, cabe dikeringkan, dapat menggunakan sinar matahari atau menggunakan oven dan

senantiasa dibolak-balik agar keringnya merata. Setelah benar-benar kering, bahan cabai dihaluskan menggunakan *blender*. Untuk memberikan rasa pada cabai, perlu disiapkan bumbu yang berupa bawang putih, bawang merah, ketumbar, gula merah yang disisir halus, garam dan bumbu penyedap. Semua bahan bumbu dihaluskan kemudian ditumis di wajan yang berukuran besar sampai harum. Cabe halus dimasukkan ke dalam wajan, dan diaduk terus sampai semua bumbu tercampur rata dan sangat kering (tidak berminyak lagi). Diamkan sampai dingin dan bubuk cabe siap disimpan ke dalam kemasan yang tertutup rapat. Hal yang hampir sama dilakukan untuk membuat cabai kering. Pada tahap akhir akan dilakukan Evaluasi melalui uji Uji Indrawi baik berupa bubuk cabai, cabai kering dan kaos yang meliputi kenampakan, warna dan bau.

Hasil dan Pembahasan

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat mengikutsertakan ibu-ibu PKK sebagai agen penggerak yang akan menyampaikan pengetahuan dan keterampilan yang diterimanya. Program dimulai dengan penyuluhan tentang kekurangan dan kelebihan penjualan cabai dalam bentuk segar serta setelah melalui pengolahan cabe menjadi bermacam produk olahan serta secara perhitungan secara ekonomisnya (Gambar 1).

Gambar 1. Penyuluhan pengolahan pasca panen cabai



Sumber: dokumen penulis

Permasalahan yang ditemui oleh anggota warga Dusun Balong adalah belum dikelolanya cabe secara optimal sehingga mengalami pembusukan, terutama pada waktu panen raya sehingga harga menjadi anjlok. Hal ini karena keterbatasan pengetahuan dan ketrampilan sehingga warga belum mampu memanfaatkan hasil pasca panen cabe menjadi hasil olahan yang dapat memperlama masa simpan hasil panen. Penyampaian materi ini diadakan sesuai dengan waktu khsosong dari ibu-ibu PKK agar dapat dihadiri oleh banyak peserta dari Dusun Balong dan sekitarnya kurang lebih 15 orang. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat cukup antusias dalam mengikuti kegiatan ini. Demikian juga halnya pelatihan. Para wanita anggota

kelompok tani terlihat sangat antusias dalam berpartisipasi langsung melaksanakan praktek pembuatan berbagai jenis produk olahan cabai merah.

Setelah penyampaian materi, dilanjutkan dengan pelatihan praktek pembuatan bubuk cabe, dan cabe kering dengan alir seperti ditunjukkan Gambar 2. Dengan menggunakan pemanasan dua tahap menghasilkan cabai kering dengan kualitas yang lebih baik, dimana hasil cabai kering lebih homogen sehingga setelah di-grinding menggunakan mixer dapat dihasilkan bubuk cabai yang lebih halus dan kering. Selain itu juga diberikan sedikit analisa ekonomi secara sederhana berdasar percobaan yang telah dilakukan. Dari bahan 1.5 kg cabai basah setelah diolah diperoleh menjadi 0.6 kg bubuk cabe kering. Dengan harga produksi: Rp. 10.500/bungkus (100 gr) untuk cabe kering atau 12.500/bungkus untuk cabe keeping atau Rp 20.000/bungkus cabe bubuk maka BEP akan diperoleh pada produk 92 bungkus.

Gambar 2. Alur proses pembuatan bubuk cabai dan cabai kering dengan pengeringan dua tahap



Sumber: dokumen penulis

Keberhasilan kegiatan dilihat dengan melakukan evaluasi dengan uji kesukaan terhadap produk olahan cabe yang berupa bubuk cabai dan cabai kering yang dihasilkan. Hasilnya sebagai berikut: (a) peserta memberikan respon suka terhadap produk olahan yang menggunakan kedua produk tersebut sebagai cita rasa pedas, (b) dari segi rasa dan warna hasil masakan peserta memberikan pendapat tidak berbeda atau sama dengan masakan yang menggunakan cabai merah segar. Sedangkan dari uji indrawi hasil olahan bubuk cabai ini menampakkan bubuk cabai yang mengkilat, mulus dan seperti berminyak, dengan warna merah mengkilat, dan bau yang tidak apek. Hasil tersebut menunjukkan kesamaan dengan kriteria bumbu merah kering dalam Kamus lengkap Bumbu Indonesia (Winneke, dan Habsari, 2001).

Didasarkan pada hasil evaluasi tersebut maka ditemukan adanya manfaat praktis yang didapat oleh peserta pelatihan yaitu: (1) pemahaman tentang penanganan pascapanen cabe yang dapat menambah umur simpan hasil panen ; (2) pemahaman tentang lapangan kerja baru yang berpotensi untuk dikembangkan; (3) adanya potensi peningkatan pendapatan dari hasil inovasi pasca panen.

Simpulan

Dari hasil kegiatan pengabdian dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan kegiatan pengabdian secara umum memberikan pengetahuan dan keterampilan pengolahan cabe menjadi bubuk cabe, dan cabe kering. Hal ini dapat terlihat dari produk yang dihasilkan dari rangkaian kegiatan pelatihan, khususnya pembuatan berbagai produk olahan cabe merah.

Untuk kedepan masih diperlu pendampingan yang lebih lanjut terhadap anggota kelompok wanita tani dalam memproduksi produk olahan cabe. Selain itu juga perlu program rintisan lanjutan yang bisa memperkenalkan produk olahan cabe yang lebih bervariasi.

Ucapan Terima Kasih

Terima kasih disampaikan kepada Lembaga Penelitian, Publikasi dan Pengabdian Masyarakat Universitas Muhammadiyah Yogyakarta atas pendanaan program ini yang merupakan Pengabdian kepada Masyarakat skema PPM tahun 2019

Daftar Pustaka

- Irfansyah, T., 2014, *Prospek Pengembangan Hortikultura di Indonesia, Jurusan Ilmu Budidaya Pertanian, Program Studi Agroekoteknologi Fakultas Pertanian, Universitas Hasanuddin, Makasar.*
- Jumasdan, 2012, *Studi Pengaruh Penambahan Gas CO₂ terhadap Umur Simpan Cabe Keriting (Capsicum annum var) Tanpa Bkanching, Program Studi Ilmu Dan Teknologi Pangan, Jurusan Teknologi Pertanian Fakultas Pertanian Universitas Hasanuddin, Makasar.*
- Nugraheni, M., Hera, T., 2005, *Diversifikasi Cabai Merah Kering sebagai Alternatif Penganganan Pasca Panen Cabai Merah di Kecamatan Sanden Kabupaten Bantul, Yogyakarta.*
- Nurfalach, 2010, *Budidaya Tanaman Cabai Merah (Capsicum annum L.) di UPTD Perbibitan Tanaman Hortikultura Desa Pakopen Kecamatan Bandungan Kabupaten Semarang, Semarang.*
- Winneke, O. dan Habsari, R. 2001. Kamus lengkap Bumbu Indonesia. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Sumarni, N., Dn. Muharam, A., 2005, *Budidaya Tanaman Cabai Merah, Balai Penelitian Tanaman Sayuran Bandung, Pusat Penelitian dan Pengembangan Hortikultura, Bandung.*
- Yasami, I.E., dkk., 2013, *Berbisnis Cabai, Universitas Gunadarma.*

Penerapan *Good Manufacturing Practices* (GMP) Pada Pengrajin Tahu Jojoh Kabupaten Garut

Vela Rostwentivaivi^{1*}, Atia Fizriani²

^{1*}Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Garut. Jalan Raya Samarang No. 52 A, Garut

²Program Studi Ilmu dan Teknologi Pangan, Fakultas Pertanian, Universitas Garut. Jalan Raya Samarang No. 52 A, Garut

Mandala Sudirman Residence II Blok N-10, Sukamenteri, Garut. Kode Pos 44116. HP 08561902811

Email: velasinaga@uniga.ac.id

Abstrak

Tahu merupakan produk turunan kedelai yang memiliki kandungan protein dan mineral yang dibutuhkan untuk pertumbuhan dan pemeliharaan kesehatan. Peningkatan konsumsi tahu pada level rumah tangga menjadikan industri pengolahan tahu semakin berkembang khususnya di Kabupaten Garut. Sebagian besar kondisi pengolahan tahu belum memenuhi standar *Good Manufacturing Practices* (GMP) yang baik dan benar, salah satunya pengrajin tahu Jojoh. Tujuan kegiatan adalah memperbaiki manajemen dan kondisi ruang produksi yang sesuai dengan standar GMP sehingga menghasilkan tahu berkualitas. Metode yang digunakan dalam pengabdian ini adalah *Focus Group Discussion* (FGD), menyandingkan teori GMP pada setiap kegiatan, dan pelaksanaan pelatihan serta pendampingan kepada mitra pengrajin. Hasil dan implikasi kegiatan adalah merenovasi ruang produksi, perbaikan fasilitas sanitasi, penambahan material komunikasi dalam ruang produksi, penambahan beberapa peralatan seperti Alat Pemadam Api Ringan (APAR), perlengkapan P3K, perlengkapan kerja saat produksi berlangsung, dan penyediaan tempat penyimpanan produk jadi. Pemasaran tahu masih terbatas pada pasar lokal, yaitu Ciawitali Garut dengan harga berkisar Rp 500-1.000 per biji disesuaikan dengan ukuran. Kesimpulan kegiatan ini bahwa mitra dan pekerja mendapatkan pengetahuan baru dalam pengolahan tahu sesuai dengan standar baku yang baik dan benar, minim kontaminasi yang terjadi pada setiap proses produksi, dan mulai menerapkan manajemen usaha.

Kata Kunci: *Good Manufacturing Practices*, Tahu, Garut

Pendahuluan

Tahu adalah produk makanan berupa padatan lunak yang dibuat melalui proses pengolahan kedelai (*Glycine* sp.) dengan cara pengendapan protein atau tidak ditambah bahan lain yang diizinkan (Badan Standarisasi Nasional, 1998). Perkembangan konsumsi tahu pada tingkat rumah tangga di Indonesia berfluktuatif pada tahun 2002-2016 dengan rata-rata 7,3 kg/kapita/tahun. Prediksi konsumsi tahu diperkirakan meningkat rata-rata sebesar 0,98 persen dengan jumlah 7,88 kg/kapita (2017) dan terus meningkat menjadi 8,03 kg/kapita (2019). Direktorat Gizi Departemen Kesehatan Republik Indonesia menjelaskan kandungan gizi dalam 100 gram tahu, diantaranya: energi 68 kkal, protein 7,8 gram, lemak 4,6 gram,

karbohidrat 1,6 gram, kalsium 124 mg, serta fosfor 63 mg. Produk olahan kedelai lainnya yang dikonsumsi oleh masyarakat adalah tempe, kecap, dan susu kedelai. Tingkat konsumsi susu kedelai sangat sedikit. Hal ini dikarenakan harga susu kedelai terbilang cukup tinggi dan kedudukannya hanya sebagai pengganti bagi balita yang mengalami alergi susu sapi. Bila dibandingkan dengan produk olahan kedelai seperti tempe dan kecap, tingkat konsumsi tahu lebih unggul. Perkembangan konsumsi tahu, tempe, dan kecap dalam rumah tangga di Indonesia dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Perkembangan Konsumsi Tahu, Tempe, Kecap dalam Rumah Tangga di Indonesia

Konsumsi (kg/kapita/tahun)	Tahun								Rata- Rata	2017*	2018*	2019*
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016					
1. Tahu	6,99	7,40	6,99	7,04	7,07	7,49	7,87	7,30	7,88	7,96	8,03	
2. Tempe	6,94	7,30	7,09	7,09	6,95	6,98	7,35	7,47	7,40	7,43	7,46	
3. Kecap	0,66	0,67	0,57	0,62	0,68	0,85	0,77	0,66	0,70	0,70	0,70	

*) : Angka Prediksi

Sumber: Susenas, BPS (2017)

Pengrajin Tahu Jojoh merupakan satu diantara 30 pengrajin tahu skala rumah tangga yang berada di Kp. Balong Wetan, Desa Suci, Kecamatan Karangpawitan, Kabupaten Garut. Usaha ini dirintis oleh Ibu Hj. Jojoh Khodijah sejak tahun 1978 dan saat ini memiliki 5 (lima) tenaga kerja, diantaranya 1 (satu) laki-laki dan 4 (empat) perempuan. Luas ruang produksi pengolahan tahu memiliki ukuran 7,5 meter x 3 meter. Pengolahan tahu beroperasi setiap hari dari pukul 07.00-14.00 WIB dengan rata-rata 46-50 kg kedelai per hari. Proses pengolahan tahu meliputi perendaman kedelai, penggilingan, perebusan, penyaringan, pencetakan, dan pewarnaan. Penggilingan dilakukan sebanyak 3 (tiga) kali dengan jumlah rata-rata 16 kg kedelai. Harga kedelai mencapai Rp 7.300 per kg dengan merek Bola Dunia. Pembelian kedelai dilakukan setiap hari sebanyak 50 kg (1 karung). Ibu Jojoh tidak melakukan proses penyimpanan kedelai sehingga tidak ada stok bahan baku untuk pengolahan esok hari. Tahu yang dihasilkan oleh pengrajin terdiri dari 2 (dua) jenis, yaitu tahu kuning dan tahu putih (sesuai pesanan). Jumlah tahu yang dihasilkan per hari sekitar 3.150 biji dengan ukuran sedang dan besar. Harga tahu ukuran sedang adalah Rp 500 per biji dan ukuran sedang Rp 800-1.000 per biji. Permasalahan fisik yang dihadapi pengrajin tahu Jojoh, diantaranya:

1. Kondisi lantai pada ruang produksi tidak beralaskan keramik dan rusak, sehingga limbah cair hasil pembersihan bahan baku sering mengotori lantai.
2. Tidak memiliki ruang penyimpanan bahan baku dan produk jadi sehingga masih disimpan di ruang produksi.
3. Tidak ada saluran pembuangan khusus limbah karena berada di tengah-tengah pemukiman.

4. Air yang digunakan untuk pencucian, perendaman, dan perebusan bersumber dari sumur. Hasil pencucian dibuang langsung ke sungai dan limbah padat (ampas tahu) dijual kepada peternak dengan harga Rp 10.000 per wadah. Pengrajin mampu menghasilkan 2-3 wadah ampas tahu untuk satu hari produksi.
5. Proses pengolahan tahu belum memenuhi kriteria yang baik sehingga menimbulkan kontaminasi pada setiap kegiatan produksi. Peralatan dan ruang produksi yang tidak bersih, penataan ruangan yang bertumpuk, kebiasaan pekerja yang kurang menjaga kebersihan tubuh dan proses pengemasan yang kurang baik.
6. Ruang produksi dengan pencahayaan yang redup, ventilasi udara yang kurang memadai, langit-langit ruang produksi yang kotor, serta fasilitas sanitasi yang tidak memenuhi kriteria.
7. Tidak tersedia petunjuk maupun aturan pada ruang produksi.

Permasalahan dari sisi bisnis adalah tingginya tingkat persaingan di sekitar lingkungan produksi. Melihat permasalahan yang terjadi pada Pengrajin tahu Jojoh, maka diperlukan adanya renovasi ruangan produksi dan penataan bahan serta peralatan yang tercakup dalam kegiatan produksi tahu. Selain itu, perlu adanya pelatihan dan pendampingan yang tepat pada proses pengolahan dan pembuatan material komunikasi yang memenuhi standar. Maka dari itu, dirasa penting untuk menerapkan pola *Good Manufacturing Practices* (GMP) demi mendukung kualitas dan keamanan pangan yang lebih baik. GMP adalah panduan dalam memproduksi pangan yang baik bagi industri pengolahan pangan. GMP memuat persyaratan minimum yang harus dimiliki industri terkait dengan keamanan pangan, kualitas, persyaratan pelanggan, serta persyaratan hukum. Tujuan pelaksanaan GMP adalah mendapatkan konsistensi produk dan sertifikasi sehingga industri pengolahan pangan memiliki kepercayaan untuk terus beroperasi dan menghasilkan produk yang aman bagi konsumen.

Di Indonesia, persyaratan GMP tertuang dalam Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia Nomor HK.03.1.23.04.12.2206 Tahun 2012 Tentang Cara Produksi Pangan yang Baik untuk Industri Rumah Tangga (CPBB-IRT). CPBB-IRT ini menjelaskan mengenai berbagai persyaratan yang harus dipenuhi pada proses pengolahan pangan dari bahan baku sampai produk akhir yang mencakup Lokasi dan Lingkungan Produksi, Bangunan dan Fasilitas, Peralatan Produksi, *Supply* Air atau Sarana Penyediaan Air, Fasilitas dan Kegiatan Higiene dan Sanitasi, Kesehatan dan Higiene Karyawan, Penyimpanan, Pengendalian Proses, Pelabelan, Pengawasan oleh Penanggungjawab, Penarikan Produk, Pencatatan dan Dokumentasi, dan Pelatihan Karyawan.

Mutu produk yang dihasilkan dapat dijaga jika produsen mempunyai suatu sistem yang dapat menjamin produk tersebut memenuhi standar yang telah ditetapkan, sesuai dengan Pasal 43 Peraturan Pemerintah Nomor 28 Tahun 2004 tentang Keamanan, Mutu, dan Gizi Pangan. Pasal tersebut mengamanatkan bahwa pangan olahan yang diproduksi oleh industri rumah tangga wajib memiliki Sertifikat Produksi Pangan Industri Rumah Tangga (SPP-IRT) yang

diterbitkan oleh Bupati/Walikota dan Kepala Badan Pengawasan Obat dan Makanan (BPOM) menetapkan pedoman pemberian SPP-IRT (BPOM, 2012). Untuk mendapatkan SPP-IRT terdapat beberapa aspek yang dinilai, antara lain lokasi dan lingkungan produksi, bangunan, fasilitas, peralatan, sanitasi, karyawan yang bekerja sesuai dengan peraturan CPPB-IRT yang diatur oleh BPOM. SPP-IRT diperlukan oleh pelaku UKM agar dapat memperluas pasar penjualan. Supermarket, minimarket, ataupun toko-toko besar lainnya memberikan syarat sertifikasi industri rumah tangga pangan bagi produk-produk makanan kemasan agar dapat memasarkan produknya. Maka dari itu, penerapan GMP dinilai sangat penting sebagai langkah awal bagi pengusaha untuk mendapatkan SPP-IRT.

Tujuan kegiatan ini adalah memperbaiki manajemen dan kondisi ruang produksi tahu Jojoh yang sesuai dengan standar GMP sehingga menghasilkan tahu berkualitas. Dengan manajemen usaha yang baik, diharapkan mampu meningkatkan pendapatan pengrajin, produksi, dan keterampilan pekerja. Manfaat yang dirasakan adalah pengetahuan mitra dan pekerja menjadi meningkat dan kualitas tahu lebih baik dari sebelumnya.

Metode Pelaksanaan

Pemilihan mitra dilakukan secara sengaja (*purposive*) pada pengrajin tahu skala rumah tangga yang berada di Kp. Balong Wetan, Desa Suci, Kecamatan Karangpawitan, Kabupaten Garut. Pemilihan lokasi dilakukan dengan pertimbangan bahwa Kp. Balong Wetan merupakan sentra pengrajin tahu dengan jumlah pengrajin yang cukup banyak. Kegiatan dilaksanakan pada bulan Juni-Juli 2019. Pelaksanaan dilakukan beberapa langkah, antara lain:

1. Survey dan identifikasi masalah pada ruang produksi.
2. Mendisain layout ruang produksi.
3. Melakukan tahap renovasi ruang produksi.
4. Perbaikan fasilitas sanitasi.
5. Penambahan beberapa peralatan produksi.
6. Pengadaan material komunikasi atau petunjuk pada proses produksi.
7. Pengadaan perlengkapan Keselamatan, Kesehatan, dan Keamanan Kerja (K3), seperti Alat Pemadam Api Ringan (APAR) pada skala industri, kotak Pertolongan Pertama Pada Kecelakaan (P3K), dan perlengkapan pekerja dalam proses produksi.
8. Pelatihan dan pendampingan kepada mitra, seperti pengolahan tahu, keselamatan, kesehatan dan keamanan kerja, manajemen usaha dan pemasaran, dan GMP pada industri.

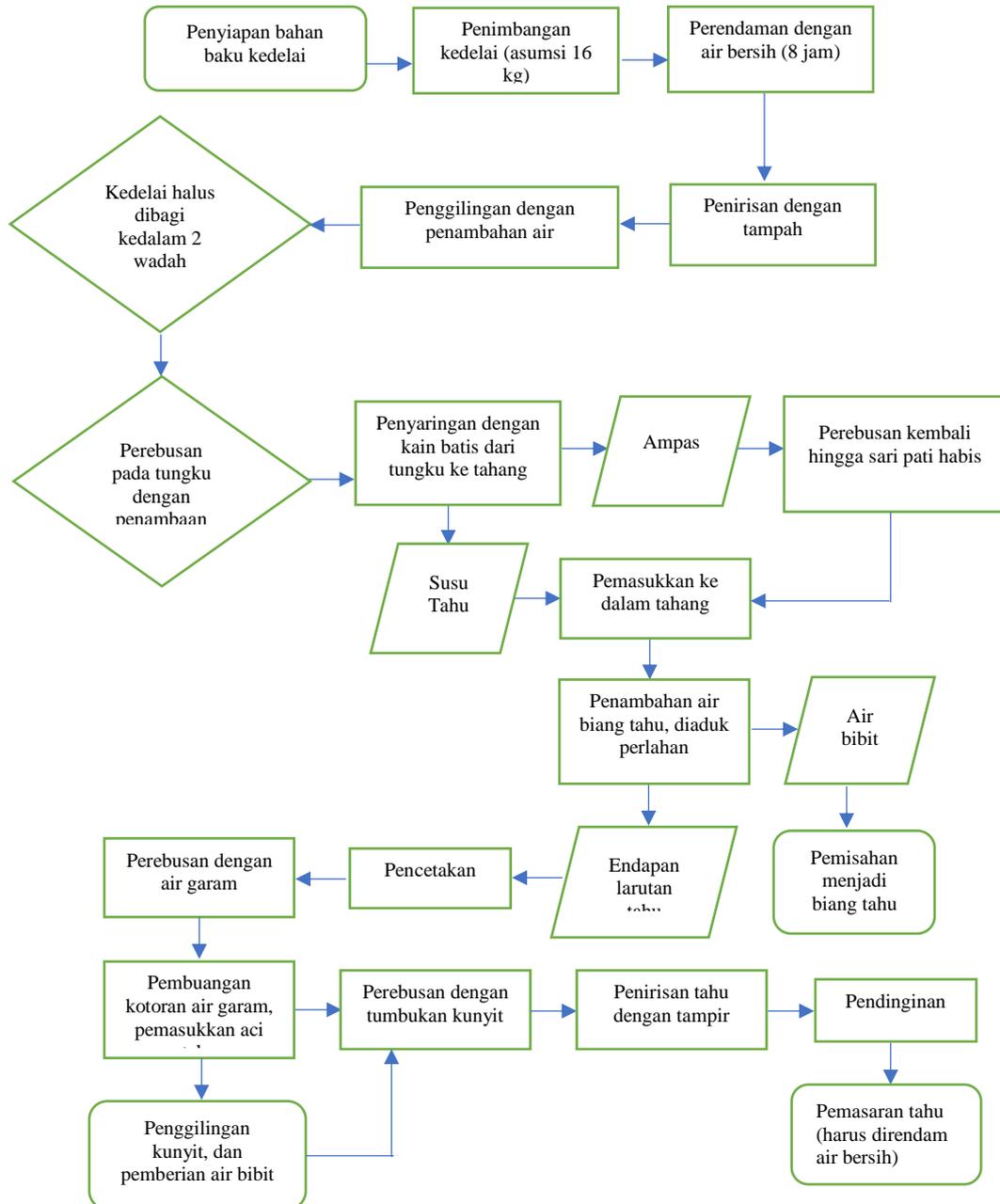
Pengumpulan data dilakukan dengan menyandingkan kondisi usaha saat ini dengan standar baku pada pengrajin tahu yang mengacu pada Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat Dan Makanan Republik Indonesia Nomor HK.03.1.23.04.12.2206 Tahun 2012 tentang Cara Produksi Pangan Yang Baik Untuk Industri Rumah Tangga. Metode yang digunakan dalam Program Kemitraan Masyarakat (PKM) adalah *Focus Group Discussion* (FGD) dengan mitra.

FGD ini membahas penerapan GMP yang baik dan benar pada pengolahan tahu dari awal hingga produk dipasarkan.

Hasil dan Pembahasan

Proses pengolahan tahu dilakukan cukup panjang dan menggunakan teknik tertentu agar tahu tidak mudah rusak. Proses pengolahan tahu dapat dilihat pada Gambar 1.

Gambar 6. Bagan Proses Pembuatan Tahu



Sumbr:dokumen penulis

Gambar 7. Kondisi Ruang Produksi Sebelum Dilakukan GMP



a. Ruang Produksi Pengolahan Tahu



b. Peralatan Produksi



c. Dinding dan Langit-Langit Ruang Produksi



d. Proses Pembuatan Tahu oleh Pekerja



e. Penyimpanan Peralatan Produksi



f. Tempat Pewarnaan Tahu



g. Ampas Tahu



h. Tahu Kuning



i. Air Rebusan Sari Tahu

Sumber: doumen penulis

Proses produksi tahu dilakukan dengan cara yang sederhana menggunakan peralatan terbatas. Pengrajin tahu tidak memberikan perhatian lebih pada aspek keamanan produk, jaminan mutu, maupun kesehatan pekerja serta lingkungan produksi. Struktur bangunan menjadi hal yang penting untuk dilakukan renovasi terlebih dahulu. Mengingat sejak tahun 1978 hingga saat ini belum pernah dilakukan perbaikan, sehingga dinilai struktur bangunan cukup rapuh. Gambaran atau kondisi ruang produksi sebelum dilakukan GMP dapat dilihat pada Gambar 2.

Peralatan produksi tidak banyak mengalami perubahan. Pembaharuan terjadi hanya pada beberapa alat, seperti 1) penggunaan kayu bakar pada saat perebusan diganti menjadi gas elpiji; 2) penggantian wadah bahan baku dan penampung pada penggilingan diganti dengan *stainless steel*; 3) pemasangan keramik pada setiap dinding interior dan lantai pada ruang produksi. Selain itu, pengadaan tong besar untuk menampung sari tahu dan wajan. Bahan dan peralatan yang digunakan dalam proses pengolahan tahu dapat dilihat pada Tabel 2.

TABEL 2. ALAT DAN BAHAN DALAM PROSES PEMBUATAN TAHU KUNING

Alat	Bahan
• Mesin penggiling kedelai	• Kedelai
• Tungku	• Garam
• Wajan	• Kunyit
• Alat penyangga untuk menyaring sari tahu	• Gas Elpiji 3 kg
• Kain batis ukuran kecil dan sedang	• Air Bersih
• Tong besar untuk menampung sari tahu	• Biang Tahu (air sisa pembuatan tahu yang sudah disimpan atau
• Ember ukuran kecil dan sedang	
• Tampah atau ayakan	

- Selang
 - Tong plastik
 - Sinduk ukuran kecil dan besar
 - Papan press
 - Tampir
 - Kompor
 - Alat penumbuk
 - Plastik
- difermentasikan selama 1 atau 2 hari)

Penerapan GMP yang dilakukan pada kegiatan kali ini secara umum melakukan pengadaan dan atau penambahan alat juga kegiatan sesuai standar. Pengadaan dan atau penambahan ini diterapkan pada delapan parameter yaitu 1) Lokasi, Lingkungan dan Bangunan; 2) Fasilitas Sanitasi; 3) Peralatan Produksi; 4) Bahan Baku dan Pengolahan; 5) Sumberdaya Manusia; 6) Penyimpanan; 7) Pengemasan; dan 8) Keselamatan, Kesehatan dan Keamanan Kerja. Parameter lokasi, lingkungan, dan bangunan ditemukan indikasi berupa pencahayaan yang redup dan kurangnya ventilasi untuk sirkulasi udara. Perbaikan yang dilakukan terhadap permasalahan ini adalah penambahan *glass block* dan material lembaran plastik transparan untuk atap ruang produksi agar ruangan lebih terang. Selain itu dilakukan pengadaan jendela untuk ventilasi. Kemudian tata letak peralatan dan alur produksi diatur berdasarkan *layout* yang sudah dirancang.

Temuan pada parameter fasilitas sanitasi antara lain tidak memiliki wastafel, kamar mandi kurang bersih, ruang produksi tidak beralas keramik, dan pembuangan secara langung ke luar. Perbaikan yang dilakukan adalah pengadaan wastafel dan tempat sabun juga renovasi kamar mandi. Alas ruang produksi yang semula hanya plur semen dan sudah kotor, dilakukan penambahan dengan keramik (tidak licin) agar menjadi bersih dan lebih mudah untuk dibersihkan. Selain itu, dibuat saluran pembuangan ke arah luar agar limbah tidak berceceran seperti sebelumnya.

Tabel 3. Delapan Parameter GMP

Parameter	Kondisi	
	Sebelum	Sesudah
1. Lokasi, Lingkungan, dan Bangunan	a. Pencahayaan redup. b. Ventilasi kurang.	a. Cahaya terang dengan dipasang <i>glass block</i> dan genteng kaca. b. Penambahan jendela untuk ventilasi. c. Pengaturan tata letak dalam ruang produksi sesuai dengan alur/layout yang telah dirancang.
2. Fasilitas Sanitasi	a. Tidak memiliki wastafel. b. Kondisi kamar mandi kurang bersih.	a. Sudah dipasang wastafel dan tempat sabun. b. Renovasi kamar mandi.

Parameter	Kondisi	
	Sebelum	Sesudah
3. Peralatan Produksi	c. Ruang produksi tidak memiliki alas keramik. d. Pembuangan langsung ke luar.	c. Ruang produksi sudah dialas keramik. d. Dibuat alur pembuangan ke luar.
	a. Tidak memiliki rak penyimpanan. b. Penampung penggilingan menggunakan galon bekas.	a. Pengadaan rak penyimpanan produk akhir. b. Mengganti alat penampung dengan bahan stainless steel.
4. Bahan baku dan Pengolahan	a. Belum menerapkan GMP pengolahan.	a. Mulai menerapkan GMP pengolahan.
5. Sumberdaya Manusia	a. Tidak menggunakan sarung tangan, penutup kepala, masker, celemek, dan sepatu boot.	a. Sudah memiliki sarung tangan, masker, penutup kepala, celemek, serta sepatu boot.
6. Penyimpanan	a. Tidak ada ruang penyimpanan bahan baku.	a. Ada ruangan penyimpanan bahan baku.
7. Pengemasan	a. Plastik biasa.	a. Plastik biasa.
8. Keselamatan, Kesehatan, dan Keamanan Kerja	a. Tidak ada APAR, kotak dan isi P3K.	a. Sudah memiliki APAR, kotak dan isi P3K.

Pembaharuan dilakukan dengan pengadaan ruang penyimpanan bahan baku. Pada tata letak semula, kedelai disimpan di mana saja pada ruangan yang sama di tempat produksi. Hal ini menjadikan bahan baku tidak higienis. Keberadaan ruang penyimpanan dinilai penting untuk memisahkan produk jadi dengan bahan baku. Di sudut lain, dilakukan juga pengadaan rak penyimpanan yang bertujuan untuk menyimpan produk jadi. Rak ini didisain terbuka karena berfungsi juga sebagai tempat pendingin tahu sebelum dipasarkan.

Salah satu penerapan GMP yang dilakukan adalah dengan memberikan pemahaman dan pelatihan kerja, sehingga pekerja dapat mengikuti alur kerja yang sesuai dengan standar produksi dalam GMP. Kini, pekerja juga dilengkapi dengan sarung tangan, masker, penutup kepala, celemek, dan sepatu boot saat melakukan proses produksi. Kelengkapan ini diberikan demi mendukung keamanan dan kualitas produk menjadi lebih baik. Pada sisi produk jadi, tidak dilakukan pembaharuan kemasan. Saat ini dirasa cukup menggunakan material yang ada.

Demi mendukung keselamatan, kesehatan, dan keamanan kerja, ruang produksi kini dilengkapi dengan alat pemadam kebakaran (APAR) dengan berat 3 kg dan kotak juga isi P3K. Hal ini sebelumnya tidak pernah dilakukan. Sisi Keselamatan, kesehatan, dan keamanan kerja mendapatkan porsi perhatian yang sangat minim. Maka dari itu, hal ini dinilai penting dilakukan mengingat produksi tahu merupakan proses padat karya. Delapan parameter GMP dapat dilihat pada Tabel 3.

Material komunikasi merupakan bagian penting dari kelengkapan GMP. Hal ini perlu dilakukan sebagai bentuk implementasi GMP pada skala rumah tangga khususnya pengolahan pangan. Petunjuk dari material komunikasi bertujuan memberikan pengarahan bagi pekerja

untuk melaksanakan setiap proses kegiatan dengan benar dan tepat. Contoh material komunikasi yang diterapkan di area produksi tahu Jojoh dapat dilihat pada Gambar 3.



a. Contoh Perlengkapan yang Digunakan Pekerja



b. Contoh Petunjuk APAR



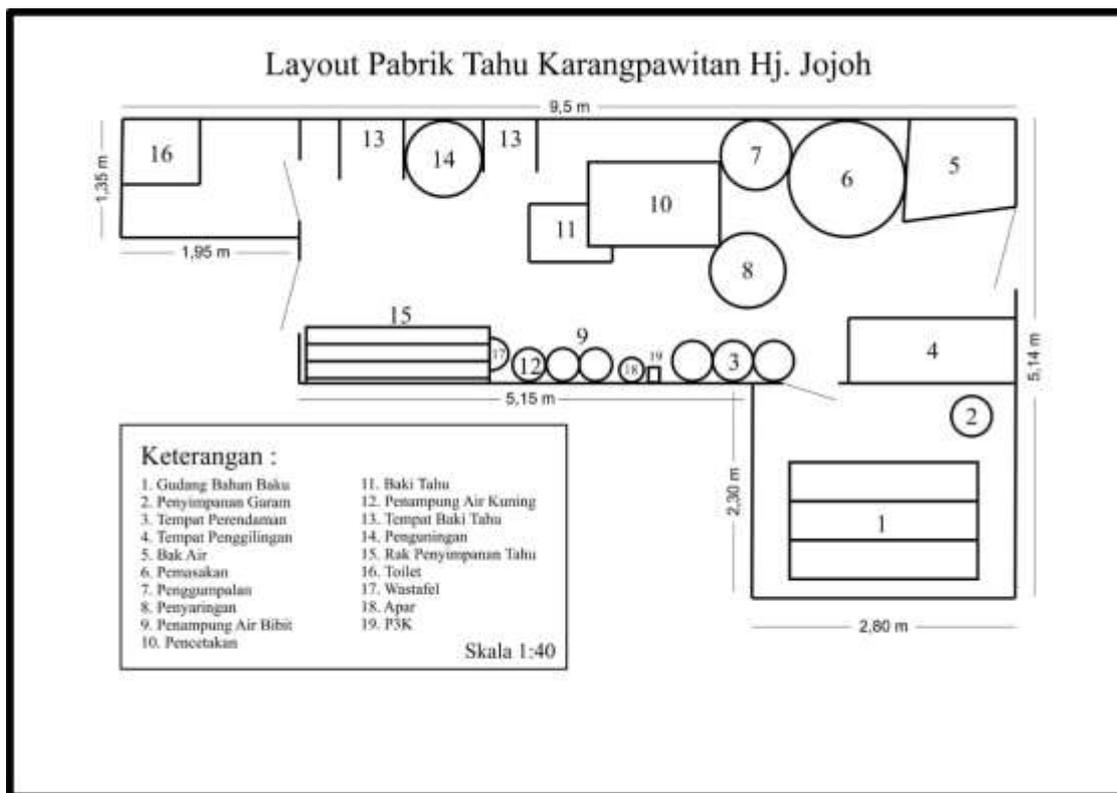
c. Contoh Petunjuk P3K

Gambar 8. Contoh Material Komunikasi

Langkah pertama menerapkan GMP adalah memetakan ruang atau tata letak serta alur produksi. Dari pemetaan tersebut, kemudian dilakukan identifikasi dan analisis permasalahan. Setelah tahap identifikasi masalah, langkah selanjutnya adalah memperbaiki tata letak alat dan bahan menjadi penting dilakukan. Pengaturan tata letak dengan memanfaatkan luas area pabrik untuk menempatkan alat-alat produksi, penyimpanan bahan baku, dan bahan jadi dengan mempertimbangkan alur proses pengolahan tahu. Perancangan tata letak ini bertujuan untuk mengoptimalkan pengaturan fasilitas-fasilitas operasi sehingga sistem produksi akan maksimal. Selain itu, perancangan tata letak dapat memberikan keuntungan dalam sistem produksi, seperti meningkatkan output produksi dan mengurangi waktu tunggu pada proses pengolahan (Arif, 2017). Sebelum dilakukan perbaikan, tidak ada alur proses produksi yang jelas. Sehingga proses produksi tersebut tidak memenuhi syarat higienis. Karena itu penting dilakukan renovasi.

Renovasi yang dilakukan tidak mengubah kerangka bangunan dasar, hanya dilakukan pada bagian tertentu pada area produksi. Renovasi dilakukan dengan pengadaan fasilitas, seperti

wastafel, rak penyimpanan tahu, dan gudang bahan baku. Tujuan dilakukan renovasi adalah untuk mempermudah alur kerja, proses produksi lebih higienis, dan melengkapi alat keamanan kerja. Secara umum renovasi yang dilakukan adalah penambahan lapisan keramik, renovasi pada toilet, pemindahan letak penampung air kuning dan perendaman. Tujuan pelapisan keramik agar pada tahap selanjutnya mudah untuk dilakukan pembersihan sehingga lingkungan kerja terjaga higienis. Renovasi total dilakukan di area toilet, yaitu penambahan keramik, perbaikan bak air, penambahan lampu, dan dicat ulang. Cara tersebut merupakan langkah singkat untuk menciptakan suasana toilet yang jauh lebih higienis. Sedangkan pemindahan letak penampung air kuning dan perendaman dilakukan untuk mempermudah alur proses produksi. Secara terperinci tata letak pada ruang produksi dapat dilihat pada Gambar 4.



Gambar 9. Layout Pabrik Tahu Hj. Jojoh Setelah Direnovasi

Kesimpulan

Penerapan GMP dinilai penting bagi pelaku usaha kecil. GMP mampu meningkatkan mutu produk dan tingkat keamanan pangan. Hasil GMP mampu meningkatkan perbaikan mutu dari sisi lokasi dan lingkungan produksi, bangunan dan fasilitas, peralatan produksi, *supply* air

atau sarana penyediaan air, fasilitas dan kegiatan higiene dan sanitasi, kesehatan dan higiene karyawan, penyimpanan, pengendalian proses, pelabelan, pengawasan oleh penanggungjawab, penarikan produk, pencatatan dan dokumentasi, dan pelatihan karyawan. GMP memberikan keuntungan bagi pelaku usaha sebagai langkah awal untuk mendapatkan Sertifikat Produksi Pangan Industri Rumah Tangga (SPP-IRT) demi memperluas jaringan pasar.

Ucapan Terima Kasih

Terima kasih kepada Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi Republik Indonesia (Ristekdikti) yang telah mendanai Hibah Pengabdian pada Masyarakat dengan skema Program Kemitraan Masyarakat (PKM) tahun 2019 dengan Nomor Kontrak: 382/LPM/UNIGA/VI/2019 dan Tanggal Kontrak: 25 Juni 2019. Terima kasih kepada Ibu Hj. Jojoh Khodijah beserta keluarga (mitra), Universitas Garut, Tim Pelaksana yaitu M. Reza Maulana, Ridwan Lukman Nulhakim, Fredy Adi Wirnansyah yang telah membantu dalam pelaksanaan kegiatan dengan sangat baik. Semoga kegiatan ini mampu memberikan manfaat dan kontribusi pada ilmu pengetahuan.

Daftar Pustaka

- Arif, Muhammad. 2017. Perancangan Tata Letak Pabrik. Deepublish Publisher. Yogyakarta.
- Badan Standarisasi Nasional. 1998. SNI 01-3142-1998 Tahu.
- Direktorat Gizi Departemen Kesehatan RI. 1981. Daftar Komposisi Bahan Makanan. Bhatara Karya Aksara. Jakarta
- Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2014 Tentang Tata Cara Sertifikasi Cara Produksi Pangan Olahan Yang Baik.
- Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia Nomor HK.03.1.23.04.12.2206 Tahun 2012 Tentang Cara Produksi Pangan Yang Baik Untuk Industri Rumah Tangga.
- Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian. Buletin Konsumsi Pangan SMI 2017. Perkembangan Konsumsi Tahu, Tempe, dan Kecap dalam Rumah Tangga di Indonesia Tahun 2002-2016 serta Prediksi Tahun 2017-2019. Hal. 38.
- Rudyanto, Heru. 2016. Kajian *Good Manufacturing Practices* (GMP) Dan Kualitas Mutu Pada Wingko Berdasarkan SNI 01-4311-1996. Jurnal Kesehatan Lingkungan Vol. 8 (2), Juli 2016. Hal. 148-157.

Pengembangan Dan Penguatan Lembaga Keuangan Mikro Perumahan Berbasis Wakaf Di Empat Perumahan Di Kecamatan Banguntapan Bantul - D.I.Yogyakarta

Ayif Fathurrahman¹; Yuli Utami²

^{1,2}Program Studi Ekonomi Pembangunan, Fak. Ekonomi dan Bisnis UMY
Jl. Brawijaya, Tamantirto, Kasihan, Bantul, Yogyakarta 55183

¹ayif.fathurrahman@umy.ac.id; ²yuliutami@umy.ac.id

Abstrak

Sasaran program PKM ini adalah masyarakat produktif secara ekonomi yakni masyarakat di lingkungan perumahan wilayah kecamatan Banguntapan yang baru saja mendirikan lembaga keuangan mikro syariah atau BMT. Tujuan program adalah untuk mengembangkan dan menguatkan lembaga keuangan mikro syariah berbasis wakaf sebagai upaya meningkatkan ekonomi umat agar bisa mandiri dengan pemahaman dan literasi keuangan syariah yang berbasis *islamic social finance*. Mitra usaha dalam program ini adalah BMT yang baru saja berdiri dengan basis masjid perumahan, yaitu BMT Sakinah, BMT Al-Anbiya, BMT Al-Huda dan BMT Projosari. Permasalahan yang dihadapi keempat mitra tersebut adalah: 1) Minimnya kompetensi dan manajemen dalam mengelola BMT, 2) Tidak memiliki legalitas, 3) Minimnya literasi keuangan syariah, sehingga anggota BMT masih tidak memahami fungsi BMT dan tidak memahami potensi-potensi yang bisa menggerakkan lembaga keuangan syariah (BMT) di sekitar perumahan. Padahal salah satu potensi itu adalah wakaf yang bisa dioptimalkan sebagai basis pengembangan ekonomi keumatan. Dengan kondisi seperti tersebut diatas, maka program yang kami usulkan adalah: 1) Sosialisasi aplikasi Akad Transaksi yang dilegalkan Dewan Syariah Nasional, 2) pemantapan pemahaman tentang keunggulan-keunggulan lembaga keuangan syariah daripada lembaga keuangan konvensional; 3) penjelasan tentang keunggulan *islamic social finance instrument* yang memungkinkan untuk dioperasionalkan oleh pihak BMT; 4) penjelasan secara detail dan mendalam tentang keunggulan wakaf sebagai basis pengembangan ekonomi keumatan melalui BMT. Program ini berjalan selama lebih kurang delapan bulan. Program ini diharapkan mampu memfasilitasi perkembangan usaha mitra untuk kemudian mampu memberikan *multiplier effect* bagi BMT-BMT berbasis wakaf yang dikelola masjid-masjid perumahan di wilayah Banguntapan.

Keywords: BMT Perumahan, Banguntapan, wakaf, masjid.

Pendahuluan

Kecamatan Banguntapan berada di sebelah Timur Laut Ibukota Kabupaten Bantul. Luas wilayah Kecamatan Banguntapan adalah 2.865,9537 Ha. dengan rincian tanah Sawah seluas 1.116 Ha; Tanah Tegal/Kering/Kebun seluas 1.528 Ha; Bangunan seluas 32 Ha; Tanah Lainnya seluas 172 Ha. Wilayah administrasi kecamatan Banguntapan meliputi 8 desa yaitu

Desa Banguntapan, Desa Baturetno, Desa Singosaren, Desa Jagalan, Desa Tamanan, Desa Wirokerten, Desa Potorono, Desa Jambidan.

Kecamatan Banguntapan berada di dataran rendah. Ibukota Kecamatan berada pada ketinggian 100 meter di atas permukaan laut. Jarak Ibukota Kecamatan ke Pusat Pemerintahan (Ibukota) Kabupaten Bantul adalah 15 Km. Bentangan wilayah di Kecamatan Banguntapan 100% berupa daerah yang datar sampai berombak. Letaknya secara geografis berada pada 7° 49' 44" BT dan 110° 24' 30" LS dengan posisi Timur Laut Ibukota Kabupaten Bantul.

Berbatasan langsung dengan ibukota Yogyakarta menjadi nilai tambah ekonomi tersendiri bagi Banguntapan, karena berdekatan dengan pusat keramaian kota dan lokasi strategis pemerintahan serta perdagangan. Sehingga, banyak developer perumahan membaca situasi ini dengan kemungkinan maraknya permintaan rumah yang tenang dipinggir kota. Sejak tahun 2009 hingga sekarang, perumahan-perumahan *cluster* dan semi *cluster* muncul mendekati 100 lebih perumahan dengan berbagai kelas dan tipe, dari kelas D (bawah) hingga kelas A (atas), dari tipe 36 hingga tipe 150.

Marak pertumbuhan perumahan juga diimbangi dengan munculnya fasilitas disekitar dan didalam perumahan. Dimulai munculnya pusat kuliner, toko-toko, pusat jajanan, pusat kebugaran dan kolam renang, sekolah-sekolah usia dini, servis-servis, hingga supermarket. Kegiatan ekonomi ini muncul karena permintaan-permintaan susulan (*following demand*), seperti usaha *servislaundry*, kedai sayur dan sembako, kuliner, servis kecantikan dan kebugaran dan lain-lain, menjajari sentra industri yang memang menjadi andalan perekonomian kecamatan Banguntapan seperti: industri perak, mebel, kulit, emping, konveksi dan pertanian.

Kegiatan sosial kemasyarakatan seperti kegiatan RT, RW, Paguyuban, Arisan, Posyandu dan yang serupa, juga menimbulkan permintaan akan kebutuhan hadirnya lembaga simpan dan pinjam. Melihat fenomena ini, sebuah perumahan tema Islami mendirikan sebuah Koperasi dengan akad-akad Islami. Uji coba selama dua tahun menunjukkan perkembangan yang mengembirakan. Sehingga, perumahan-perumahan lain tertarik untuk mengadakan koperasi syariah serupa. Hal ini didukung oleh munculnya masjid-masjid disetiap perumahan dan kondisi kecamatan Banguntapan yang memang terdiri lebih dari 92% muslim, sehingga *demand* terhadap kegiatan berbasis transaksi islami juga meningkat.

Di sisi lain, wakaf dan zakat merupakan instrumen penting dalam ajaran Islam yang bertujuan memberdayakan potensi ekonomi kaum Muslimin. Salah satu keunggulan *islamic social finance* adalah selain berorientasi sosial, *islamic social finance* (ziswaf) juga berpotensi sebagai basis pengembangan ekonomi umat yang terintegrasi dengan lembaga-lembaga keuangan syariah.

Pemanfaatan potensi dana wakaf dapat dikembangkan melalui proyek produktif untuk memperkuat keuangan syariah secara institusional. Lembaga keuangan syariah (BMT), harusnya tidak hanya berperan sebagai perantara dana wakaf, tetapi pengadministrasian, pengelolaan, dan pengembangan wakaf bisa menjadi tugas BMT. Dengan kata lain, BMT bisa

menjadi *nazhir* atau pihak yang menerima harta benda wakaf dari wakif. Keunggulan yang dapat diperoleh apabila lembaga keuangan syariah (dalam hal ini BMT) menjadi *Nazhir*, antara lain, keunggulan akses kepada wakif, kemampuan menginvestasikan harta benda wakaf secara tepat, keunggulan administratif dalam pengelolaan dana, dan kredibilitas di masyarakat.

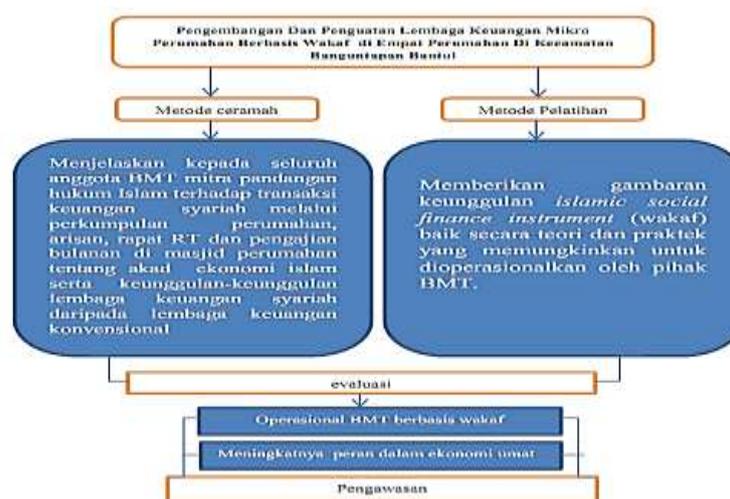
Berdasarkan perhitungan Badan Wakaf Indonesia, potensi dana wakaf di Indonesia mencapai Rp120 triliun per tahun dengan asumsi bahwa 100 juta warga mewakafkan Rp100 ribu per bulan. Untuk mengoptimalkan potensi wakaf di Indonesia diperlukan komitmen dari institusi-institusi terkait. BMT menjadi institusi yang paling terdepan dalam mengelola wakaf tunai, karena lebih fleksibel dan lebih inklusif.

Lembaga keuangan mikro syariah atau BMT yang berkembang di wilayah perumahan Banguntapan memiliki potensi yang besar karena rumah pengembangan BMT melalui aktivitas masjid. Pada saat yang sama, masjid menjadi tempat strategis dalam rangka penghimpunan dana *islamic social finance*. Dengan demikian, program PKM ini menjadi sangat potensial, karena bertujuan untuk menjelaskan pengembangan dan penguatan lembaga keuangan syariah berbasis wakaf sebagai sebagai upaya pengembangan ekonomi keummatan.

Metode Pelaksanaan

Output dari program pengabdian ini nantinya adalah meningkatnya pemahaman pengurus dan anggota BMT tentang wakaf tunai sebagai basis pengembangan dan penguatan BMT yang memungkinkan menjadi *nazhir* dalam rangka mengoptimalkan dana wakaf serta meningkatnya komitmen anggotanya terhadap BMT, sehingga anggota dapat mengoptimalkan keberadaan BMT dilingkungan perumahan dan mensejahterakan kehidupan ekonomi umat. Untuk itu dibutuhkan metode pendekatan dalam pengabdian program kemitraan ini. Metode yang digunakan adalah Ceramah Umum, Kursus Singkat dan Tutorial.

Gambar 1. Metode Pelaksanaan Pengabdian



Sumber: dokumen penulis

Hasil Dan Pembahasan

Berikut akan diuraikan hasil dan pembahasan dari program peningkatan literasi dan manajemen keuangan syariah melalui program satu kawasan perumahan satu BMT di Kecamatan Banguntapan Bantul D.I. Yogyakarta:

1. Workshop untuk Anggota BMT Mitra

Sasaran workshop ini adalah anggota BMT Mitra yaitu BMT Sakinah (Perumahan Puri Sakinah 2), BMT Al-Anbiya (Perumahan Pesona Banguntapan Kotagede), dan BMT Al-Huda (perumahan Graha Banguntapan). BMT mitra tersebut adalah BMT pemula yang baru dirintis dan dikelola oleh ibu-ibu pengajian di kawasan perumahan. Sehingga literasi keuangan syariah dan secara khusus tentang *islamic social finance* (Wakaf) masih sangat perlu dibantu. Dengan demikian, sebagai bagian dari upaya peningkatan lembaga keuangan syariah berbasis wakaf, maka diadakan workshop khusus bagi anggota BMT Mitra dengan dalam rangka mengedukasi akad syariah dalam ekonomi dan penjabaran tentang implementasi wakaf dalam lembaga keuangan mikro syariah.

Gambar 1. Workshosp Pengembangan Keuangan Mikro Syariah berbasis wakaf di Perumahan Puri As-Sakinah



Sumber: dokumen penulis

Workshop ini diadakan di Masjid Perumahan Puri As-Sakinah, dan dihadiri oleh anggota dari 4 BMT perumahan di Banguntapan. Workshop ini sangat diapresiasi oleh ibu-ibu anggota BMT perumahan, karena sangat bermanfaat untuk meningkatkan lembaga keuangan mikro syariah sekaligus sebagai momentum kebersamaan antara pengurus dan anggota BMT di empat perumahan.

2. Pelatihan untuk Pengurus BMT Mitra

Kegiatan pengabdian masyarakat selanjutnya adalah pelatihan bagi pengurus BMT Mitra. Pelatihan terhadap tiga BMT di tiga perumahan ini menjadi penting karena pengurus BMT perumahan tersebut masih memiliki literasi *islamic social finance instrument*

(wakaf) yang relatif rendah. Berdasarkan survei permasalahan, keputusan kebijakan BMT masih dibawah penasehat syariah dan manajemen yang masih berpusat pada satu orang. Di samping itu, masih rendahnya literasi keuangan syariah para pengurus dan warga perumahan membuat rendahnya jumlah keanggotaan BMT. Dengan demikian, pelatihan pada pengabdian masyarakat ini berfokus pada 3 materi pelatihan, antara lain:

a. Pemahaman Akad Transaksi Syariah

Materi tentang akad-akad transaksi syariah yang disampaikan seperti wadiah (tabungan), murabahah (akad jual beli), mudharabah (bagi hasil), musyarakah (bagi hasil) serta ijarah (sewa-menyewa).

Gambar 2. Proses Pelatihan Akad Transaksi Syariah



Sumber: dokumen penulis

b. Keunggulan *Islamic social finance instrument*

Fokus materi keunggulan *Islamic social finance instrument* lebih kepada teoritis, filosofis, historis dan normatif. Secara normatif dan historis dijelaskan bahwa *Islamic social finance instrument* memiliki keunggulan yang bersifat *sharing*. *Sharing economy* adalah sistem ekonomi yang paling efektif untuk mewujudkan keadilan (*fairness*) dan pemerataan (*equality*) dalam ekonomi.

c. Implementasi wakaf sebagai instrumen pengembangan Keuangan Mikro Syariah

Secara praktek, pemanfaatan potensi dana wakaf dapat dikembangkan melalui proyek produktif untuk memperkuat keuangan syariah secara institusional. Lembaga keuangan syariah (BMT), harusnya tidak hanya berperan sebagai perantara dana wakaf, tetapi pengadministrasian, pengelolaan, dan pengembangan wakaf bisa menjadi tugas BMT. Dengan kata lain, BMT bisa menjadi *nazhir* atau pihak yang menerima harta benda wakaf dari wakif. Keunggulan yang dapat diperoleh apabila lembaga keuangan syariah (dalam hal ini BMT) menjadi *Nazhir*, antara lain,

keunggulan akses kepada wakif, kemampuan menginvestasikan harta benda wakaf secara tepat, keunggulan administratif dalam pengelolaan dana, dan kredibilitas di masyarakat.

SIMPULAN

Program pengabdian masyarakat dapat diselenggarakan dengan baik dan berjalan dengan lancar sesuai dengan rencana kegiatan yang telah disusun. Kegiatan ini mendapat sambutan sangat baik terbukti dengan keaktifan para pengurus dan pengelola tiga BMT di empat perumahan di lingkungan Banguntapan selatan mengikuti pelatihan pengembangan dan penguatan lembaga keuangan syariah berbasis wakaf dengan tidak meninggalkan tempat sebelum waktu kajian berakhir. Program ini bahkan memberikan pendampingan khusus dalam rangka peningkatan pemahaman wakaf, baik secara teori maupun praktek yang langsung diintegrasikan dengan lembaga keuangan mikro syariah. Ditambah lagi dengan pendampingan secara berkala untuk melatih para pengurus dan pengelola BMT, BMT Sakinah (Perumahan Puri Sakinah 2), BMT Al-Anbiya (Perumahan Pesona Banguntapan Kotagede), BMT Al-Huda (perumahan Graha Banguntapan) dan BMT Projosari (Perum Projosari, Mojosari Banguntapan).

Ucapan Terima Kasih

1. Lembaga Penelitian, Publikasi, dan Pengabdian Masyarakat (LP3M) Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Perumahan Puri Sakinah Banguntapan
3. Perumahan Pesona Banguntapan Kotagede
4. Perumahan Graha Banguntapan
5. Perumahan Projosari
6. BMT Mitra (BMT Sakinah, BMT Al-Anbiya, BMT Projosari dan BMT Al-Huda)

Daftar Pustaka

Buku

Sari, Elsi Kartika (2006). *Pengantar Hukum Zakat dan Wakaf*. Jakarta: PT Grasindo,.

Jurnal

Asytuti, Rinda. "Wakaf Tunai dan Perbankan Syariah". *Majalah Ekonomi Syariah*, Vol. 5, No. 8, 2006.

Huston, S. (2010). Measuring Financial Literacy. *The Journal of Consumer Affairs*, 4(2).

Mendari, A. S. (2013, October). Tingkat Literasi Keuangan di Kalangan Mahasiswa STIE Musi, *Jurnal Economica*, 9 (2), 2.

Kutipan

- Lusardi, A., & Olivia, S. (2007). *Financial Literacy and Retirement Preparedness: Evidence and Implications for Financial Education Program*.
- Sudarsono, Heri. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah: Deskripsi dan Ilustrasi*, Edisi kedua. Yogyakarta: Ekonisia, 2004.
- Pembangunan, Prodi Ekonomi. (2017, Juni). *Renstra Penelitian Unggulan dan Pengabdian Masyarakat Prodi Ekonomi Pembangunan FEB-UMY*, Laporan.

Website

- Bantul, P. (2017). *Profil Kecamatan Banguntapan*. Retrieved Januari 18, 2018, from Kecamatan Banguntapan: kec-banguntapan.bantulkab.go.id/hal/profil
- OJK. (2016), *Laporan Publikasi Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan Indonesia*. Retrieved Januari 12, 2016, from Otoritas Jasa Keuangan: www.sikapiuangmu.ojk.go.id.
- OJK. (2016), *Laporan Publikasi Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan Indonesia*. Retrieved Januari 12, 2016, from Otoritas Jasa Keuangan: www.sikapiuangmu.ojk.go.id

Pengembangan Digital Marketing Desa Wisata Di Dusun Lopati Kelurahan Trimurti Kabupaten Bantul Yogyakarta

Ratih Herningtyas* & Ade Marup Wirasenjaya

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Jl. Brawijaya, Tamantirto, Bantul 55183
ratih_herningtyas@umy.ac.id

Abstrak

Peningkatan jumlah wisatawan pada suatu daerah didorong oleh meningkatnya kebutuhan akan liburan yang telah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat modern. Sebagian besar wisatawan mencari destinasi wisata dengan mengandalkan informasi internet seperti website, media sosial seperti facebook, twitter dan, instagram. Dusun Lopati merupakan salah satu padukuhan yang terletak di Desa Trimurti, Kecamatan Srandakan, Kabupaten Bantul, Yogyakarta yang sejak tahun 2007 telah dicanangkan sebagai desa wisata. Sebagai sebuah desa wisata, Lopati telah memiliki beberapa infrastruktur pendukung seperti pokdarwis, website, dan kelompok-kelompok UKM, Seni budaya dan kerajinan sebagai modal untuk menarik wisatawan. Namun hingga saat ini jumlah kunjungan wisatawan belum memenuhi harapan. Program KKN-PPM ini diharapkan dapat memecahkan problem tersebut Kegiatan yang dilaksanakan adalah 1) Forum Group Discussion untuk melakukan evaluasi dan pembenahan dalam pengelolaan desa wisata, 2) Mini Seminar untuk mendapatkan tambahan pengetahuan, wawasan dan inspirasi dalam pengelolaan desa wisata yang unik dan berkarakter dan 3) workshop digital marketing untuk menambah ketrampilan dalam menampilkan konten website dan medsos yang menarik dan provokatif mengundang wisatawan. Output dari kegiatan ini adalah data base desa wisata, paket-paket wisata yang bisa ditawarkan di website dan medsos, website yang lebih informatif dan provokatif untuk dikunjungi serta Publikasi media.

Kata Kunci: Desa Wisata, Lopati, Digital Marketing

Pendahuluan

Sektor pariwisata yang saat ini menjadi salah satu sektor andalan penghasil devisa dan dampak ekonomi lainnya seperti lapangan kerja dan penggerak industri mikro, mengalami lonjakan jumlah wisatawan baik dari dalam dan luar negeri (Jamalina & Wardani, 2017). Hal ini didorong oleh meningkatnya kebutuhan masyarakat era milenial yang memprioritaskan liburan sebagai bagian dari gaya hidup dan juga sebagai penghilang kepenatan dari rutinitas keseharian. Apalagi saat ini media internet seperti website, media sosial seperti facebook, twitter, dan instagram memberikan informasi destinasi wisata baru dan menarik dengan cepat dan mudah serta didukung fasilitas transportasi yang lebih beragam dan murah menjadikan setiap orang ingin berwisata. Berbeda dengan era sebelumnya, dimana informasi destinasi

wisata hanya diperoleh melalui iklan di media massa, cerita dari teman dan promosi konvensional lainnya. Globalisasi yang direpresentasikan melalui kemajuan teknologi melalui internet dan transportasi sangat berpengaruh terhadap perkembangan industri pariwisata.

Dusun Lopati merupakan salah satu padukuhan yang terletak di Desa Trimurti, Kecamatan Srandakan, Kabupaten Bantul, Yogyakarta dengan luas wilayah 47.418m², dan berada tak jauh dari wisata pantai yang menjadi andalan pariwisata di Kabupaten Bantul seperti pantai Baru, Pantai Goa Cemara, atau Pantai Kuwaru. Dusun Lopati telah memiliki beberapa fasilitas publik cukup memadai yaitu kondisi jalan di Dusun Lopati sudah beraspal, memiliki beberapa ruang publik, tempat pembuangan sampah, bangunan sekolah, masjid dan pertokoan. Jumlah penduduk Pedukuhan Lopati adalah 1.435 jiwa dengan jumlah 406 kepala keluarga. Jumlah laki-laki di Pedukuhan Lopati terdiri dari 674 jiwa dan perempuan 620 jiwa. Mayoritas penduduk Lopati bermata pencaharian sebagai pedagang dan buruh, dan usaha industri rumahan yang memproduksi kerajinan bambu serta berbagai produk makanan seperti bakpia, mie letheke, tahu dan tempe (Kelompok 262, 2018). Sejak tahun 2007, dusun Lopati telah dicanangkan sebagai desa wisata dengan memanfaatkan potensi dusun yang menonjol yaitu kuliner, kerajinan dan kesenian tradisional. Untuk wisata berbasis kuliner dengan mengandalkan sentra industri mie letheke, bakpia, krupuk susu, tahu, geplak, tempe koro maupun kedelai, peyek, aneka kue, telur asin dan juga jamu dan pengolahan susu segar, sementara untuk kerajinan adalah kronjot/kronjot, batik bambu, berbagai macam kriya dari bambu, dan batik tulis. Untuk kerajinan kronjot merupakan kerajinan yang merupakan warisan yang turun temurun karena keberadaan kerajinan kronjot ini telah ditekuni sejak tahun 1942 hingga saat ini masih terus dilestarikan. Sekitar 60 persen warga disini terutama kepala keluarganya merupakan perajin kronjot. Sementara untuk kesenian tradisional, dusun ini memiliki beberapa kelompok seni seperti jathilan, reog, sholawatan dan karawitan. Ketiga keunggulan dusun Lopati ini telah menjadi andalan dalam promosi wisata Bantul, seperti yang dilaksanakan pada 23 Maret 2018 dengan menggelar Festival Mie Letheke yang menyajikan varian masakan mie letheke yang dapat dinikmati para pengunjung sekaligus menyaksikan tampilan seni dan kerajinan. Festival ini direncanakan akan dilaksanakan secara rutin untuk meningkatkan minat dan kunjungan wisatawan untuk berkunjung ke Lopati. Sebagai keseriusan masyarakat dusun Lopati untuk menjadikan Lopati sebagai desa wisata yang menarik, telah dibentuk Kelompok Sadar Wisata (Pokdawis) yang bertugas mempersiapkan sarana dan prasarana desa wisata, seperti inventarisasi kelompok-kelompok seni, sentra kerajinan dan kuliner yang ada, pembuatan materi promosi seperti profile, brosur wisata, pendataan rumah rumah penduduk sebagai *homestay* bagi para pengunjung. Sampai saat ini telah terdata beberapa rumah yang dapat dijadikan sebagai *homestay*, dengan jumlah 17 rumah dengan jumlah kamar sebanyak 21 kamar sehingga mampu menampung tamu sebanyak 60 hingga 80 orang ("Desa Wisata Lopati, Menuju Desa Wisata Pendidikan," n.d.). Dusun Lopati sebelumnya dikenal sebagai desa wisata yang memiliki beberapa keunggulan seperti produksi kuliner seperti bakpia, mie Letheke, atau wingko khas Lopati, seni kerajinan, dan kesenian

rakyat. Bahkan di desa ini juga sudah tersedia beberapa home stay untuk program edukasi dan live in bagi mereka yang ingin merasakan hidup di desa sambil belajar membuat bakpia dan kerajinan. Namun, data kunjungan wisata belum mengalami peningkatan seperti yang diinginkan. Pengunjung yang tercatat hingga saat ini masih didominasi oleh anak-anak sekolah dengan intensitas yang rendah. Ada dugaan bahwa persoalan tersebut disebabkan kurangnya kreativitas dan intensitas masyarakat Lopati dalam mengemas dan mempromosikan desa wisata, terutama pengenalan desa wisata melalui media baru. Website yang diharapkan menjadi media informasi strategis kurang menarik dan informatif sehingga belum mampu menarik kunjungan wisatawan. Sehingga diperlukan suatu program yang dapat lebih mengenalkan Desa Wisata Lopati dengan kemasan menarik dan intensitas tinggi untuk menarik wisatawan berkunjung ke Lopati sebagai desa wisata edukasi dan industri di Yogyakarta.

Digital marketing menjadi tema sentral program KKN-PPM ini dengan pertimbangan bahwa internet berkembang dengan cepat dan memiliki peran utama dalam komunikasi pemasaran di era digital, dimana masyarakat dapat mengakses berbagai informasi dari belahan dunia secara terus menerus. Era baru menjadikan komunikasi pemasaran mengalami perubahan pesat. Pemanfaatan Internet sebagai alat pemasaran *digital* saat ini adalah hal yang wajib dilakukan untuk mendapatkan target yang sesuai dengan segmen pasarnya, dalam hal ini respon positif wisatawan dalam menyikapi informasi tentang destinasi liburan yang ingin dituju merupakan sebuah keharusan yang harus diupayakan oleh masyarakat dan pemerintah daerah wisata. *Digital marketing* merupakan suatu keadaan dimana pemasar harus menguasai tiga hal dari konsumen yaitu pikiran, hati dan semangat mengacu kepada pemasaran yang bersifat elektronik berbasis internet (Joseph, 2011). Memacu pemasaran untuk menciptakan produk yang selain memberikan kualitas dan pelayanan juga memberikan pengalaman yang lebih kepada konsumen. *Digital marketing* didefinisikan sebagai interaksi dan komunikasi antara pengelola destinasi wisata dengan konsumen atau calon wisatawan, melalui media digital seperti internet, *email*, dan *mobile phone*. Komunikasi Pemasaran menjadi bagian tak terpisahkan dari digital marketing karena menurut Kotler dan Keller "*Marketing communications are means by which firms attempt to inform, persuade, and remind consumers – directly or indirectly – about the products and brands they sell*" (Kotler & Kevinlane, 2006), artinya komunikasi pemasaran adalah sarana yang digunakan perusahaan dalam upaya untuk menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung tentang produk dan merek yang mereka jual. Sedangkan untuk melakukan komunikasi pemasaran yang efektif adalah dengan menggunakan bauran komunikasi pemasaran (*Marketing communication mix*), yang terdiri dari delapan model komunikasi utama menurut Kurnianti, antara lain iklan, promosi penjualan, acara dan pengalaman, hubungan masyarakat dan publisitas, pemasaran langsung, pemasaran interaktif, pemasaran dari mulut ke mulut (Kurnianti, 2017).

Komunikasi pemasaran digital memiliki tahapan proses AISAS (*Attention, Interest, Service, Action dan Share*) yaitu konsumen melihat produk, *service*, iklan sebagai perhatian (*Attention*), dan mendapatkan (*interest*) ketertarikan untuk mencari informasi tentang produk, *service*, iklan. (*search*). Pencarian informasi bisa dilakukan dengan cara melakukan akses internet dan mengakses *blog* atau media sosial yang dikelola masyarakat atau pengelola desa wisata atau dengan melihat situs- situs rujukan wisata seperti Tripadvisor, Traveloka di internet maka diharapkan agar dapat memperoleh perbandingan produk dalam hal ini destinasi wisata yang diinginkan, apakah memiliki layanan kemudahan dalam bidang akomodasi, transportasi, informasi wisata dan lain sebagainya. Apabila *Attention, Interest, Search* sukses maka konsumen akan melakukan pembelian (*action*) atau dalam bidang pariwisata, wisatawan akan berkunjung, setelah melakukan kunjungan, wisatawan tersebut akan menjadi pengantar *word of mouth Online* dengan cara menceritakan kepada orang lain atau menulis *coment* di internet (*share*) (Kurnianti & Tidar, 2018). Logika inilah yang akan digunakan untuk menyelesaikan persoalan mitra di desa wisata Lopati.

Metode Pelaksanaan

Secara umum, pelaksanaan kegiatan yang dilaksanakan meliputi *pertama, Forum Group Discussion (FGD)* dengan warga yang menjadi *stakeholder* desa wisata yaitu anggota kelompok sadar wisata, Karang Taruna, Kelompok UMKM dan perangkat dusun yang ada. Kegiatan ini dimaksudkan untuk melakukan evaluasi dan menetapkan rencana aksi dan pelaksanaan kegiatan, diantaranya tertib administrasi, organisasi dan rencana kerja. Evaluasi ini diperlukan untuk mengetahui persoalan internal pengelola desa wisata yang dihadapi dan kesulitan-kesulitan apa yang menjadikan desa wisata ini belum mencapai target kunjungan yang diharapkan. Pelaksanaan kegiatan dilakukan mulai dari melakukan koordinasi dengan masyarakat setempat untuk rencana pelaksanaan, menyiapkan undangan, tempat, logistik dan administrasi serta menyiapkan sarana dokumentasi kegiatan.

Kedua, pelaksanaan mini seminar. Acara ini mengundang para pemangku kepentingan dalam pengelolaan desa wisata sebagai peserta dan mengundang narasumber ahli maupun pelaku bisnis desa wisata yang telah memiliki pengalaman dalam menginisiasi, membangun, mengelola dan mengembangkan desa wisata. Dari mini seminar ini diharapkan peserta memperoleh gambaran tentang pengelolaan desa wisata yang baik dan menarik serta mampu mengundang kedatangan wisatawan. Selain itu, dalam sesi mini seminar ini peserta akan mendapatkan gambaran tentang bagaimana pemanfaatan internet sebagai media promosi yang efektif, menarik dan jangkauan penyebarannya yang tidak terbatas.

Ketiga, penyelenggaraan workshop digital marketing. Kegiatan ini dimaksudkan untuk memberikan ketrampilan para pemangku kepentingan di desa wisata Lopati dalam pembuatan dan updating website dan konten media sosial serta bagaimana membuat foto, video menarik dan narasi yang menarik untuk konten website dan medsos.

Hasil dan Pembahasan

Forum Group Discussion (FGD)

Kegiatan FGD ini dihadiri oleh perwakilan pemuda, UMKM, remaja masjid, perangkat dukuh serta ketua dan anggota Pokdawis. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk melakukan evaluasi dan menetapkan rencana aksi lanjutan untuk merevitalisasi desa wisata, diantaranya dengan melakukan tertib administrasi, organisasi dan rencana kerja. Dari kegiatan ini diperoleh beberapa gambaran tentang kondisi desa wisata Lopati berikut berbagai persoalan dan hambatan yang dimiliki sehingga sulit berkembang. Beberapa hal positif yang diperoleh dari FGD diantaranya yaitu, *pertama*, gagasan tentang desa wisata disadari merupakan inisiasi dari pokdawis yang telah dibentuk sejak 2009. Kesadaran ini menjadi modal dasar dalam pengembangan desa wisata, karena masyarakatlah yang menginginkan desa wisata ini dibentuk dan dikembangkan. *Kedua*, Dusun Lopati diuntungkan dengan banyaknya perguruan tinggi di Yogyakarta yang mengulurkan tangan membantu pengembangannya. Desa wisata Lopati telah banyak dibina dan didampingi oleh banyak Perguruan tinggi, meskipun dampaknya belum signifikan terhadap perkembangan desa wisata. Pengalaman di Banten, ada beberapa desa wisata yang mempunyai banyak potensi, tapi tidak bisa berkembang seperti di Yogyakarta. Problemnnya, masyarakat Banten cenderung ingin cepet berhasil, tanpa proses panjang, dan meskipun pemerintah daerah sangat mendukung, namun sedikit universitas di Banten yg membantu pengembangan desa wisatanya. *Ketiga*, masyarakat Lopati menyadari bahwa konsep desa wisata di Lopati ini berbeda dengan kebanyakan desa wisata yang berkembang di Indonesia yaitu desa wisata yang tidak mengunggulkan keindahan alam, tetapi wisata buatan yang menampilkan kelebihan dan keunikan desa berupa seni tradisional dan tradisi kuliner. Hal ini dipahami memerlukan strategi dan perencanaan yang berbeda termasuk bagaimana menetapkan konsep dan operasionalisasinya. *Keempat*, di Dusun Lopati terdapat beberapa anak muda yang mulai menjadi youtuber dan akrab dengan penggunaan media sosial. Hal ini memiliki potensi sebagai penggerak promosi dan pengembangan pemanfaatan konten media sosial yang menarik wisatawan. *Kelima*, upaya menata desa wisata sudah mulai dilakukan, seperti penataan di pintu depan dan mengembangkan kesenian yang ada di Lopati dengan swadaya masyarakat. Hal ini menunjukkan komitmen masyarakat untuk terus mengembangkan desa wisata.

Selain hal-hal positif tersebut, ada beberapa identifikasi persoalan yang dihadapi oleh dusun Lopati dari hasil FGD tersebut yaitu *pertama*, masih kurangnya keterlibatan masyarakat serta pandangan dan pengetahuan tentang potensi desa wisata masih relatif rendah. Hal ini dibuktikan dengan antusiasme mengembangkan desa wisata terbatas ditunjukkan oleh kelompok masyarakat tertentu seperti pokdawis, perangkat dusun dan beberapa pelaku UMKM yang berkepentingan dengan pengembangan desa wisata. Sementara masyarakat yang lain masih terkesan acuh terhadap pengembangan desa wisata. *Kedua*, selama ini promosi,

transaksi dan aktivitas terkait desa wisata masih dilakukan secara *off line*. Penawaran dan promosi wisata masih dilakukan dengan promosi dengan proposal ke instansi atau lembaga yang memiliki potensi, flyer dan promosi dari mulut ke mulut. *Ketiga*, masyarakat mengakui mereka belum menemukan simpulnya desa wisata harus dimulai dari mana. Keempat, ada terindikasi adanya perbedaan kepentingan diantara para stakeholder desa wisata sehingga berdampak pada kekompakan dalam mengembangkan desa wisata Lopati. Padahal jika menginginkan desa wisata dapat berkembang dengan baik, diperlukan relasi antara promosi dan modal masyarakat yang harus saling mendukung (Sidiq & Resnawaty, 2017). Lewat FGD, masyarakat menyampaikan potensi, persoalan, harapan dan gagasan untuk dapat merevitalisasi desa wisata dengan memperkuat aspek penciptaan kultur dan kesadaran warga. Di samping itu juga digali bagaimana cara memperkuat aspek promosi dengan mengoptimalkan media sosial. Masyarakat juga merasa perlu untuk belajar pada pengelolaan desa wisata di daerah lain

Mini Seminar

Mini seminar ini mengundang narasumber Kresna Andika Susanto yang memiliki pengalaman dalam bisnis wisata dan pengembangan desa wisata Baredo di Boro Jawa Tengah dan Bapak Kamdi yang merupakan warga dari desa Boro. Kegiatan ini dilaksanakan dengan tujuan untuk mendapatkan penjelasan tentang proses pembangunan dan pengembangan desa wisata dari perspektif warga dan bisnis serta bagaimana memanfaatkan promosi melalui internet untuk membuka wawasan mengemas dan membuat program wisata yang menarik bagi wisatawan. Maraknya pengembangan desa wisata akhir-akhir ini di satu sisi memberi peluang bagi masyarakat untuk mengembangkan potensi wisata desa untuk pemberdayaan ekonomi. Namun jika tidak hati-hati, “demam desa wisata” juga bisa melahirkan eksploitasi desa. Seminar tersebut setidaknya menghasilkan beberapa poin penting untuk revitalisasi desa wisata di Lopati. Kresna mengemukakan bahwa pengembangan desa wisata tidak harus berbiaya mahal. Yang diperlukan adalah masyarakat memiliki visi bersama bahwa desa mereka memiliki hal unik yang bisa dikelola dengan gotong royong dan berkelanjutan. Berdasarkan pengalaman Kresna mengembangkan desa wisata, hal yang paling utama adalah kebersamaan warga, memiliki komitmen kuat untuk menjadikan desa mereka bukan saja ditujukan untuk mendatangkan tamu, tetapi juga untuk memakmurkan masyarakat itu sendiri. Bagi Kresna, pengembangan desa wisata harus melibatkan sebanyak mungkin *stakeholder* di desa, harus memberi manfaat bagi masyarakat desa dan harus dikelola oleh masyarakat desa sendiri agar terhindar dari pemodal luar yang seringkali justru hanya berpikir profit namun merusak hubungan antar warga.

Workshop Digital Marketing

Pasca dilaksanakannya mini seminar, kegiatan selanjutnya adalah workshop digital marketing yang diawali dengan melakukan evaluasi dan penyiapan untuk materi dan website baru desa wisata lopati. Proses pembuatan website diawali dengan mengumpulkan berbagai

materi seperti foto dan video, termasuk membuat foto dan video baru yang layak untuk diupload di website untuk memberi nuansa baru bagi website lopati. Selain itu, dalam website tersebut juga diupload paket-paket wisata yang ditawarkan yang berhasil disusun dari hasil FGD yang dilaksanakan pada tanggal 5 Februari 2019. Website Desa Wisata Lopati dibuat yang baru karena website yang lama (desawisatalopati.blogspot.com) tidak lagi bisa diakses dan diupdate karena pengelolanya kehilangan akun dan password. Website yang baru bisa diakses melalui www.desawisatalopati.com. Selain website, instagram desa wisata juga direvitalisasi dengan menambahkan beberapa foto dan konten video. Melalui media tersebut, diharapkan desa wisata Lopati makin dikenal dan dapat mengundang wisatawan untuk berkunjung dan menikmati keindahan, pengalaman dan keramahan desa wisata Lopati. Setelah website baru telah tersedia, workshop digital marketing dimulai dengan mengundang stake holder desa wisata yaitu pokdawis, karang taruna dan aparat dusun. Dalam kegiatan ini, masyarakat dilatih untuk membuat foto dan video yang menarik untuk digunakan sebagai materi konten website. Selain itu, masyarakat dilatih untuk updating website dan media sosial serta membuat caption yang menarik dalam media sosial desa wisata Lopati.

Gambar 1 Website baru Desa Wisata Lopati



Sumber: dokumen penulis

Untuk memaksimalkan website dan IG yang telah tersedia, tim telah memberikan sesi khusus untuk memberikan pengarahan bagaimana proses updating dan uploading materi untuk membuat website menjadi lebih menarik dan selalu menampilkan info terbaru dari Lopati.

Simpulan

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat dalam skema KKN PPM ini dapat dilaksanakan sesuai dengan rencana. Kegiatan yang disusun sebagai upaya untuk

meningkatkan ketrampilan dan kemampuan mempromosikan desa wisata melalui digital marketing dengan memanfaatkan website yang menarik, informatif dan “provokatif” diharapkan dapat mengundang wisatawan untuk membaca dan kemudian merencanakan berwisata ke desa wisata Lopati. Keberhasilan program ini masih perlu diukur melalui pengamatan peningkatan jumlah wisatawan yang datang berkunjung ke desa wisata Lopati

Ucapan Terima Kasih

Program pengabdian masyarakat ini merupakan program hibah pengabdian dengan skema KKN PPM. Tim pengabdian mengucapkan terima kasih kepada LP3M UMY yang telah memberikan dana bagi pelaksanaan program ini, tim Kuliah Kerja Nyata (KKN) UMY Kelompok 024 di Dusun Lopati, Trimurti, Srandakan, Bantul yang telah membantu koordinasi dan pelaksanaan program, serta Dusun Lopati yang meliputi perangkat dusun, Pokdawis, Karang Taruna, UMKM, Remaja Masjid dan seluruh pihak di dusun Lopati sebagai mitra bagi pelaksanaan kegiatan ini atas partisipasi aktif dan kerjasamanya.

Daftar Pustaka

- 262, K. (2018). *Revitalisasi Desa Wisata dan Peningkatan Kualitas SDM di Lopati Agustus-September 2018*. Laporan KKN Kelompok 262 Universitas Muhammadiyah Yogyakarta Desa Wisata Lopati, Menuju Desa Wisata Pendidikan. (n.d.). Retrieved from <http://yogyakarta.panduanwisata.id/daerah-istimewa-yogyakarta/bantul/desa-wisata-lopati-menuju-desa-wisata-pendidikan/>
- Jamalina, I. A., & Wardani, D. T. K. (2017). Strategi Pengembangan Ekowisata Melalui Konsep Community Based Tourism (Cbt) Dan Manfaat Sosial Dan Ekonomi Bagi Masyarakat Di Desa Wisata Nglanggeran, Patuk, Gunung Kidul. *Jurnal Ekonomi & Studi Pembangunan*, 18(1), 71-85. <https://doi.org/10.18196/jesp.18.1.4008>
- Joseph, T. (2011). *APPS The Spirit of Digital Marketing 3.0*. Jakarta: Penerbit PT Elex Media Komputindo.
- Kotler, P., & Kevinlane, K. (2006). *Marketing Management*. International edition: Pearson Publised.
- Kurnianti, A. W. (2017). Komunikasi Pemasaran Transportasi Online NGuberJEK. *Jurnal Komunikasi Dan Kajian Media*, 1(39), 69-85.
- Kurnianti, A. W., & Tidar, U. (2018). Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Sebagai. *Jurnal Riset Komunikasi*, 1(1), 180-190.
- Sidiq, A. J., & Resnawaty, R. (2017). Pengembangan Desa Wisata Berbasis Partisipasi Masyarakat Lokal Di Desa Wisata Linggarjati Kuningan, Jawa Barat. *Prosiding Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 38. <https://doi.org/10.24198/jppm.v4i1.14208>

Pengembangan Unit Usaha Budidaya Kentang Melalui Program Kemitraan Masyarakat Di Kabupaten Garut

Rama Adi Pratama^{1*}, Tintin Febrianti²

^{*)1.} Program Studi Agroteknologi Fakultas Pertanian Universitas Garut, Jalan Samarang No.52 A Garut 44151, No.Telp: 081320997505

² Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Garut, Jalan Samarang No.52 A Garut 44151
Email: ramatarigan@uniga.ac.id

Abstrak

Kegiatan ini merupakan bagian dari pengabdian kepada masyarakat mengenai pengembangan unit usaha budidaya kentang melalui Program Kemitraan Masyarakat (PkM). Kegiatan dilaksanakan pada bulan Juni 2019 pada mitra petani di Kampung Pabrik Tonggoh Desa Cintanagara Kecamatan Cigedug Kabupaten Garut. Metode yang digunakan dalam pelaksanaan yaitu Focus Group Discussion (FGD), penyuluhan dan pendampingan tentang pengembangan unit usaha budidaya kentang. Hasil yang didapat bahwa belum dilakukan pengembangan unit usaha budidaya kentang di daerah tersebut. Penyuluhan dan pendampingan yang dilakukan berupa penambahan wawasan mengenai unit usaha budidaya kentang. Unit usaha budidaya kentang tidak hanya mengandalkan kegiatan usaha budidaya saja namun dapat dikembangkan menjadi usaha penangkaran benih kentang dan pengolahan pascapanen produk berbasis kentang. Usaha penangkaran benih kentang dalam rangka menghasilkan benih kentang yang bermutu dengan beberapa generasi produk seperti planlet, g0, g1, g2, g3 dan g4 dengan varietas tanaman yang berbeda-beda. Usaha pengolahan pascapanen produk berbasis kentang dengan menghasilkan produk pengolahan kentang dengan meningkatkan nilai ekonominya usaha seperti menghasilkan produk kentang goreng (french fries) dan keripik kentang (potato chips)

Kata Kunci: usaha, kentang, penangkaran benih, pengolahan

Pendahuluan

Indonesia salah satu negara agraris yang menghasilkan beberapa jenis tanaman hortikultura. Indonesia memiliki kelebihan tersendiri dalam menghasilkan produk-produk hortikultura yang lebih beragam seperti tanaman sayuran, buah-buahan, tanaman hias serta tanaman obat-obatan. Komoditas hortikultura juga memiliki peran penting dalam penyediaan pangan di Indonesia. Penyediaan pangan akan bersinergi dengan ketahanan pangan suatu negara. Ketahanan pangan tidak hanya berhubungan erat dengan stabilitas ekonomi, sosial politik maupun biaya yang harus dikeluarkan dalam suatu produksi tapi juga berkaitan dengan kuantitas dan kualitas serta keanekaragaman bahan pangan yang tegak lurus dengan pertumbuhan penduduk dan perubahan preferensi konsumen. Kentang merupakan salah satu komoditas utama sayuran di Indonesia. Dalam pembentukan PDB, komoditas kentang

berperan sebesar 7,6 persen dari total PDB Sayuran atau 2,6 persen terhadap PDB Hortikultura (Rachmat dan Rahmaniar, 2006). Saat ini kentang umumnya dikonsumsi sebagai sayuran dan makanan ringan /camilan dan permintaannya cenderung terus meningkat. Kedepan, sejalan dengan upaya diversifikasi pangan melalui pengurangan konsumsi beras dan meningkatnya kesadaran masyarakat akan kesehatan kentang berpotensi dijadikan sebagai salah satu sumber karbohidrat substitusi beras.

Tanaman kentang menjadi salah satu komoditas utama dalam siklus perekonomian bidang pertanian khususnya di Desa Cintanagara Kecamatan Cigedug Kabupaten Garut. Desa tersebut memiliki luasan 634,80 Ha yang menjadi wilayah dengan luasan terbesar kedua setelah desa cigedug yaitu mencapai 22,07 % luas desa terhadap kecamatan (BPS, 2018). Wilayah tersebut memiliki mayoritas penduduk yang bercocok tanam tanaman kentang selain karena tersebut. Kecamatan cigedug memiliki ketinggian 1200-1300 meter di atas permukaan laut yang masuk kategori dataran tinggi dengan luas wilayah 2877,30 Ha (BPS, 2018). Tanaman kentang menjadi komoditas sayuran yang memiliki luas lahan tertinggi di kecamatan cigedug dengan luas 744 Ha dengan produktifitas mencapai 17, 104 ton. Ketinggian yang menjadi syarat tumbuh untuk pertumbuhan dan perkembangan tanaman kentang. Kentang biasanya ditanam pada dataran tinggi dan dianggap sebagai komoditas sayur yang mendapat prioritas serta memberikan keuntungan bagi petani karena memiliki pengaruh baik pada pemasaran dan ekspor, tidak mudah rusak seperti sayuran lain dan menjadi sumber kalori, vitamin dan protein yang tinggi (Gunarto, 2003).

Usaha budidaya kentang atau usaha tani kentang memiliki prospek dan potensi usaha yang tinggi. Unit usaha ini dapat diarahkan sebagai unit bisnis yang mampu meningkatkan nilai tambah produk kentang dan pendapatan masyarakat. Potensi yang besar tersebut tidak diiringi dengan pengetahuan tentang pemberdayaan ekonomi yang memadai terhadap masyarakat di wilayah tersebut. Salah satunya adalah mitra kami yang perlu mendapatkan pengembangan manajemen usaha budidaya kentang yang sudah lama digelutinya. Hal tersebut membuat usahanya tidak mengalami perkembangan yang signifikan. Keuntungan yang diperoleh pun tidak mengalami perubahan. Kadang disaat harga kentang murah mitra tersebut mengalami kerugian. Maka dari itu salah program pemerintah dari kementerian riset dan pendidikan tinggi terdapat program kemitraan masyarakat (PKM) dimana perguruan tinggi memberikan pengetahuan dalam rangka meningkatkan perekonomian terutama pada mitra yang telah dituju.

Metode Pelaksanaan

Metode pelaksanaan yang dilakukan yaitu *Focus Group Discussion (FGD)* serta penyuluhan dan pendampingan terhadap mitra yang dituju. Mitra yang menjadi sasaran yaitu bapak Alit Suganda yang beralamat di Desa Cintanagara, Kecamatan Cigedug Kabupaten Garut. Penyuluhan dan pendampingan dengan memberikan wawasan mengenai pengembangan unit usaha budidaya kentang. yaitu Memuat secara rinci langkah-langkah

pelaksanaan kegiatan, bagaimana cara pemilihan responden / khalayak sasaran, bahan dan alat-alat spesifik yang digunakan, desain alat, kinerja, dan produktifitas, cara pengumpulan dan analisis data

Hasil dan Pembahasan

Penyuluhan dan pendampingan yang diberikan terkait pengembangan unit usaha budidaya kentang kepada mitra. Mitra selama ini belum mengetahui banyak mengenai pengembangan dari unit usaha budidaya kentang. Pengetahuan mitra hanya sebatas mengelola proses budidaya sampai panen tanpa melakukan pengembangan usaha dari budidaya kentang tersebut. Selama ini mitra hanya menjual kentang tersebut ke pengepul sesuai dengan harga yang sudah ditentukan. Fluktuasi harga pasar pun tidak bisa dihindari akhirnya mitra hanya bergantung berdasarkan ketentuan pasar.

Pengetahuan pengembangan usaha yang diberikan kepada mitra yaitu tentang usaha penangkaran benih kentang dan pengolahan pascapanen produk berbasis kentang. Pengembangan unit usaha ini diberikan sesuai kondisi dan potensi masyarakat di Desa Cintanagara Kecamatan Cigedug Kabupaten Garut. Kondisi yang terjadi bahwa ketersediaan benih di mitra maupun tempat lainnya masih sedikit. Jumlah penangkar benih yang masih sedikit sedang kebutuhan benih kentang yang semakin meningkat. Tidak jarang mitra harus berhenti produksi karena tidak tersediannya benih kentang di penangkar benih kentang. Akhirnya mitra harus mencari benih kentang di daerah lain seperti pangalengan kabupaten bandung yang jaraknya cukup jauh dari lokasi mitra. Hal ini menambah beban produksi mitra pada biaya transportasi dan pengangkutan benih.

Gambar 1. FGD dengan mitra petani kentang di Desa Cigedung



Sumber: dokumen penulis

Tingginya harga kentang di Indonesia disebabkan oleh tingginya biaya produksi, akibat harga benih yang begitu mahal. 60% biaya produksi untuk pembelian benih. Harga kentang yang menggiurkan menyebabkan masuknya kentang import hingga kepedesaan dengan harga murah Rp. 2500/kg. Harga benih yang mahal akibat ketersediaan yang rendah dan distribusi

benih yang tidak merata. Kebutuhan benih setiap tahun berkisar 138.000 ton untuk penanaman 80.000 ha, sedang ketersediaan baru mencapai 8 %, termasuk import. Benih bermutu dominan dipasok dari Jawa Barat untuk diantarpulaukan keseluruh Indonesia. Biaya transport yang tinggi dengan tingkat kerusakan yang besar menyebabkan harga benih begitu mahal, mencapai Rp.20.000/kg benih G4 sehingga sulit dijangkau oleh petani. Dampaknya rata-rata produksi kentang nasional hanya mencapai 12 ton/ha jauh dari harapan produksi yang dapat mencapai 40 ton/ha (Deptan 2010).

Permasalahan yang terjadi sering kali adanya penipuan kepada mitra akibat ketidaktahuan akan benih berdasarkan kategorinya tersebut. Semakin tinggi kategori benih kentang maka akan semakin turun kualitasnya dan lebih mudah terserang hama penyakit akibatnya produksi akan menurun. Benih yang baik digunakan adalah g3 atau g4. Namun kadang ketika mitra ingin membeli benih kategori g3 atau g4 ada beberapa pihak penangkar benih yang menurunkan gradenya. Penjual benih tersebut menyebutkan benih yang ia jual itu kategori g4 namun sebenarnya termasuk g6 atau g7. Akibatnya mitra mendapatkan hasil produksi yang tidak maksimal dari benih yang ia beli. Hal ini terjadi akibat rendahnya edukasi kepada mitra tentang karakteristik kentang mengakibatkan yang didapatkan mitra adalah grade yang lebih.

Hal ini menjadi potensi peluang usaha bagi mitra untuk mengembangkan usaha budidaya kentangnya. Minimal mitra bisa memenuhi pasokan benih untuk kebutuhan produksi dari mitra sendiri. Apabila sudah terpenuhi kebutuhan benih untuk produksi dari mitra, setidaknya mitra mampu memasok kebutuhan benih disekitar tempat tinggal mitra. Jika nanti berkemabng, setidaknya mitra mampu menjadi salah satu pemasok kebutuhan benih di tingkat kecamatan atau bahkan ditingkat kabupaten. Bahkan mitra pun bisa mengembangkan penangkaran benih kentang sesuai dengan varietas yang dibutuhkan masyarakat. Varietas yang banyak diminati diantaranya Granola, Median ataupun Atlantik. Menurut Suryana (2013), benih kentang bermutu diproduksi melalui beberapa generasi, diantaranya plantlet, G0, G1, G2, G3 sampai dengan G4. Plantlet atau Pre-nuclear didapat dari pemurnian varietas kentang dengan teknik kultur jaringan yang dilakukan di laboratorium. Plantlet yang ada distek dan ditanam dalam *screen house* A untuk menghasilkan benih kentang G0 atau Nuclear, hasil panen yang berupa benih G0 disimpan di dalam gudang untuk kemudian ditanam lagi di *screen house* B untuk menghasilkan *Elite Seed* atau benih G1. Benih G1 kemudian ditanam lagi di lapangan untuk menghasilkan benih dasar G2 dan hasil panen disimpan dalam gudang. Selanjutnya diperbanyak kembali di lapangan untuk menghasilkan benih pokok G3 dan ditanam lagi agar menghasilkan benih sebar G4. Benih G4 inilah yang digunakan petani sebagai benih dalam budidaya kentang. Perbedaan benih kentang berdasarkan generasi ini pun memiliki pangsa pasarnya tersendiri. Setiap generasi memiliki harga yang berbeda sebagai contoh kentang G0 biasanya dijual dalam bentuk knol. Harga satu kno kentang G0 dijual dengan harga Rp.2000-2500 per knol.

Pengembangan unit usaha lainnya dari usaha budidaya kentang yaitu pengolahan pascapanenan produk berbasis kentang. Unit usaha ini mampu meningkatkan nilai ekonomi dari tanaman kentang itu sendiri. Harga kentang yang selalu berfluktuasi mengakibatkan ketidakstabilan pendapatan mitra. Pengembangan unit ini pun dapat menjadi suatu antisipasi dalam berubahnya harga kentang di pasar. Selama ini mitra pernah melakukan pengolahan terhadap komoditas kentang namun hanya sebatas konsumsi dikalangan sendiri saja. Padahal pengolahan produk berbasis kentang mampu meningkatkan pendapatan petani. Kurangnya wawasan terhadap pengolahan kentang di wilayah tersebut membuat ketidakpercayaan akan suatu produk kentang yang telah diolah memiliki nilai ekonomi tersendiri.

Kentang selain dikonsumsi dalam keadaan segar, dewasa ini kentang dimanfaatkan juga menjadi berbagai hasil industri makanan olahan. Hasil olahan kentang di pasaran dunia umumnya berupa tepung, kentang kering, kentang beku, dan keripik kentang. Kentang memiliki kadar air cukup tinggi yaitu sekitar 80%. Hal itu yang menyebabkan kentang segar mudah rusak sehingga harus dilakukan upaya untuk memperpanjang daya guna kentang tersebut. Salah satu upaya yang dapat dilakukan adalah mengolahnya menjadi keripik kentang dan french fries. Keripik kentang dan french fries merupakan produk olahan yang menunjukkan kecenderungan semakin populer dalam pola konsumsi masyarakat Indonesia. Kentang dapat diolah menjadi berbagai macam produk makanan diantaranya adalah keripik kentang. Pengolahan kentang menjadi keripik merupakan tahapan pasca panen yang ditempuh untuk pengembangan diversifikasi produk dan peningkatan nilai tambah. Di Indonesia, dua jenis produk olahan kentang yang menunjukkan kecenderungan semakin populer dalam pola konsumsi masyarakat adalah kentang goreng (*french fries*) dan keripik kentang (*potato chips*) (Adiyoga et al., 1999).

Atlantik merupakan varietas kentang yang umum digunakan dalam pembuatan *potato chips* dan *french fries*. Kentang varietas ini memiliki umbi berwarna putih dan berbentuk bulat dengan diameter 6-7 cm sehingga sangat menarik apabila digunakan sebagai bahan baku pembuatan keripik kenyang *french fries*. Persyaratan kentang yang dapat dipakai untuk industri olahan kentang adalah umbi berwarna putih, berat jenis lebih dari 1,07, kandungan bahan padat lebih dari 20 persen dan memiliki kadar gula yang rendah (Hartus, 2001). Varietas Atlantik mempunyai kadar air dan gula rendah serta kadar pati tinggi sehingga bila digunakan untuk membuat keripik dapat menghasilkan keripik yang baik. Varietas ini memiliki beberapa kelemahan antara lain: produksinya rendah, tidak tahan layu, tidak tahan busuk daun dan tidak tahan nematoda akar (Prahardini dan Pratomo, 2004).

Keripik kentang yang baik berasal dari umbi kentang yang mempunyai kadar air dan gula rendah serta kadar pati tinggi (Asandhi dan Kusdiby, 2004). Kadar air yang terlalu tinggi akan menghasilkan keripik kentang dengan tekstur kurang renyah. Kadar gula yang tinggi pada kentang akan menurunkan kualitas keripik kentang terutama warnanya karena akan mempercepat terjadinya reaksi pencoklatan Maillard antara gula pereduksi dengan gugus

amina primer menghasilkan senyawa melanoidin yang menghasilkan produk berwarna coklat dan tidak dikehendaki dalam pembuatan keripik kentang. Kadar pati yang rendah akan menghasilkan keripik kentang dengan tekstur kurang renyah.

Pengolahan pascapanen berbasis komoditas kentang menjadi salah satu antisipasi menghadapi perubahan harga kentang di pasar. Strategi yang dapat dilakukan yaitu ketika harga kentang di pasar sedang turun, mitra dapat mengolah kentang hasil panennya menjadi produk olahan kentang seperti keripik atau *french fries*. Dengan begitu resiko mitra mengalami kerugian atas biaya produksi yang besar dapat diantisipasi. Strategi lain yang dapat dilakukan yaitu mitra melakukan sortasi ataupun grading terhadap hasil budidaya kentangnya.

Kegiatan sortasi mulai dilakukan sejak masih di lapangan. Umbi kentang yang telah dipanen dan kering, dipilih berdasarkan ukuran. Umbi dipisahkan antara umbi yang baik, afkir, dan busuk. Umbi yang baik tersebut dikelaskan menjadi AL (besar), AB (sedang), dan Ares (kecil) kemudian dimasukkan kedalam karung jala dengan kapasitas 38-40 kg. Umbi AL dan AB biasanya masuk ke pasar ritel untuk pemasaran ke supermarket.

Umbi ukuran ares disortasi kembali di gudang berdasarkan penampakan fisik seperti umbi baik, umbi jelek atau afkir (umbi terkena cangkul saat panen, belah, tergores, berlubang, dan umbi yang terserang hama dan penyakit seperti busuk kering, busuk lunak, nematoda, dan kudis), dan busuk. Umbi baik dikelaskan sesuai ukurannya. Kelas I: umbi ukuran besar, kelas II: umbi ukuran sedang, dan kelas III: umbi ukuran kecil. Umbi kelas I disimpan di krat, dan umbi kelas II dan III disimpan di tolak. Umbi jelek yang rusak atau terinfeksi penyakit harus disimpan terpisah sesuai dengan jenis kerusakannya agar mudah dievaluasi untuk penanaman selanjutnya. Kegiatan ini dilakukan disaat mitra sudah memiliki pasar tersendiri terhadap grading kentang yang berdasarkan kelasnya masing-masing. Sortasi dan grading kelas yang baik dapat dipasarkan sedangkan kualitas yang lebih rendah dapat diolah menjadi produk lain untuk mengantisipasi murahnya harga kentang tersebut ketika dijual.

Simpulan

Kesimpulan yang dapat adalah melalui FGD bahwa kurangnya wawasan mitra tentang pengembangan unit usaha budidaya kentang. Potensi lokasi mitra yang besar untuk dilakukan pengembang unit usaha maka dilakukan penyuluhan dan pendampingan di masyarakat. Pengembangan unit usaha yang diarahkan selain budidaya kentang yaitu penangkaran benih kentang dan pengolahan pascapanen produk berbasis kentang seperti kentang goreng (*french fries*) dan keripik kentang (*potato chips*).

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terimakasih kepada Kementerian Riset Teknologi dan Pendidikan Tinggi Republik Indonesia (Ristekdikti) yang telah mendanai pengabdian masyarakat melalui Hibah Program Kemitraan Masyarakat (PKM) dengan nomor kontrak 172/LPM/UNIGA/III/2019, Tanggal 19 Maret 2019. Ucapan terima kasih juga kepada mitra

Bapak Alit Suganda, Ejang, Ade Suhendar dan keluarga sebagai mitra. Terima kasih kepada Universitas Garut sebagai institusi penulis. Terima kasih pula kepada tim yang sudah membantu dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini.

Daftar Pustaka

- Adiyoga, W., A. Asgar., dan R. Suherman. 1999. Perilaku Konsumen Dalam Membeli Produk Keripik Kentang. *Jurnal Hortikultura* 9(3): 266-274
- Asandhi, A. A. & Kusdibyo (2004). Waktu Panen dan Penyimpanan Pasca Panen untuk Mempertahankan Mutu Umbi Kentang. *Jurnal Ilmu Pertanian*, 11(2), 51 - 62.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Garut. 2016. Kecamatan Cigedug Dalam Angka 2016. BPS Kabupaten Garut.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Garut. 2016. Statistik Daerah Kecamatan Cigedug 2016. BPS Kabupaten Garut
- Hartus, T. 2001. Usaha pembibitan kentang bebas virus. Penerbit Penebar Swadaya, Jakarta.
- Prahardini, P.E.R. dan Pratomo Al. G. 2004. Uji Adaptasi Varietas dan Klon Kentang Olahan Pada Musim Kemarau di Dataran Tinggi Beriklim Kering Hal: 1. Balai Pengkajian Teknologi Pertanian, Jawa Timur.
- Rachmat, M. dan D. Rahmaniari. 2006. Peranan Sayuran dalam Perekonomian Nasional. Dalam. *Buku Tahunan Hortikultura: Seri Tanaman Sayuran*. Direktorat Jenderal Hortikultura. Jakarta.
- Suryana, Dadan. 2013. Budidaya Kentang: Cara menanam kentang. *Paper Back*

Pengembangan Usaha Olahan Ikan Di Desa Suradadi, Kabupaten Tegal

Sri Mulyani¹, Ike Desi Florina², Hendrayana³

¹ Program Studi Pemanfaatan Sumberdaya Perikanan, Universitas Pancasakti Tegal

² Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pancasakti Tegal

² Program Studi Ilmu Kelautan, Universitas Jenderal Soedirman

Email: mdsrimulyani@gmail.com

Abstrak

Kegiatan usaha olahan di Desa Suradadi memiliki potensi sebagai pusat industri olahan ikan di Kab. Tegal. Tujuan dari kegiatan ini untuk usaha peningkatan daya saing produk perikanan Desa Suradadi melalui Good Manufacturing Product. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah transfer knowledge. Materi yang disampaikan wirausaha dan perizinan usaha, olahan ikan, serta perizinan Pangan Industri Rumah Tangga (PIRT). Terdapat pula pelatihan secara langsung mengenai olahan ikan yang sehat dan non MSG, sebagai upaya pengembangan dan peningkatan daya saing produk perikanan Desa Suradadi. Dalam kegiatan tersebut peserta diberikan pemahaman dan praktik langsung bagaimana menerapkan salah satu syarat GMP dan upaya mendapatkan PIRT yang dimaksud. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pada awalnya masyarakat pengolah kurang memahami tentang perizinan usaha, teknologi pangan dan olahan ikan yang sehat. Namun dengan adanya kegiatan ini, peserta menjadi lebih paham penerapan dan upaya-upaya dan dalam mendapatkan perizinan Industri Rumah Tangga, namun masih diperlukannya fasilitasi dan pendampingan perizinan usaha dan peningkatan teknologi pengolahan pangan dari desa dan dinas terkait lebih lanjut lagi.

Kata Kunci: Pengolahan, Ikan, PIRT, Pengabdian, Suradadi

Pendahuluan

Desa Suradadi merupakan salah satu desa yang masuk dalam daerah administrasi Kecamatan Suradadi, Kabupaten Tegal. Wilayah Desa Suradadi terletak tepat di bagian utara Kab. Tegal. Penduduk Desa sebagian besar mengandalkan sektor perikanan sebagai mata pecaharian utama. Keberadaan TPI Suradadi sebagai salah satu TPI utama pendaratan ikan laut di Kab Tegal menunjang kegiatan masyarakat pada sektor perikanan, seperti kegiatan usaha olahan ikan.

Kegiatan usaha olahan ikan di Suradadi pada dasarnya sudah berkembang dengan baik. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya usaha olahan ikan yang berkembang di daerah tersebut, seperti pengolahan terasi, krupuk, ikan asin dan ikan asap hingga terdapat perusahaan pengolah rajungan dan ikan teri. Kegiatan olahan ini secara umum terletak disepanjang jalan Pantura di Desa Suradadi yang dilakukan dalam skala *home industry*.

Home industry bidang pengolahan produk perikanan banyak terdapat di Desa Suradadi. Berdasarkan sudut pandang produksi, usaha ini telah berjalan secara rutin. Rata - rata industri ini mampu menyerap 5-10 tenaga pekerja/industri. Perkembangan industri ini menghadapi beberapa kendala terutama menyangkut daya saing produk di pasar dan perizinan usaha. Kendala ini menyebabkan industri olahan perikanan di Desa Suradadi berkembang secara lambat dan perkembangan pemasaran hanya sampai pada pasar lokal.

Berdasarkan uraian permasalahan tersebut perlu dilakukan perbaikan mutu produk yang dimulai dari aspek teknologi, keamanan produk dan perluasan izin usaha. Peningkatan kualitas ini merupakan bagian dari *branding image* produk guna meningkatkan daya saing produk pada pasar. Tujuan dari kegiatan ini adalah usaha peningkatan daya saing produk perikanan Surodadi melalui *Good Manufacturing Product*.

Metode Pelaksanaan

Metode dalam kegiatan ini menggunakan metode *transfer knowledge* dan *skill* yaitu proses transfer ilmu pengetahuan melalui optimalisasi komunikasi sehingga tercipta nilai unggul ataupun keahlian yang berkesinambungan (Sangkala, 2007). Bentuk kegiatan adalah penyuluhan oleh dinas UMKM dan Dinas Kesehatan Kab. Tegal dan kegiatan diskusi terarah mengenai kesehatan produk. Kegiatan dilakukan melalui 3 tahap yaitu:

1. Persiapan

Kegiatan dilakukan melalui koordinasi antara pelaksana dengan Pemerintah Desa Suradadi serta mitra pendukung seperti Dinas Perdagangan, Koperasi dan UMKM Kab Tegal dan Pemerintah Kecamatan Suradadi. Pemerintah desa berperan sebagai komunikator dengan masyarakat sebagai penggerak masyarakat dan menyiapkan tempat pelaksanaan. Pelaksana berlaku sebagai fasilitator kegiatan dan menyiapkan modul pelatihan sedangkan dan Dinas Perdagangan, Koperasi dan UMKM menyiapkan materi kegiatan.

2. Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan di Desa Surodadi, Kec. Surodadi, Kab. Tegal pada Bulan Juli 2019. Kegiatan dilaksanakan dengan kelompok mitra sebanyak 40 orang. Mitra berasal dari kelompok usaha olahan perikanan binaan oleh Pemerintah Desa Surodadi, Kecamatan Suradadi, Kabupaten Tegal. Materi yang disampaikan dalam pelatihan meliputi: 1) Wirausaha, aturan dan perizinannya 2) P-IRT dan 3) Pengolahan Ikan yang disampaikan dengan power point dan 4) berupa pelatihan olahan ikan yang sehat dan tanpa MSG.

3. Evaluasi Kegiatan

Evaluasi kegiatan dilakukan untuk mengetahui tingkat pemahaman peserta. Kegiatan ini dilakukan dengan kuesioner yang dibagikan kepada peserta pelatihan.

Hasil dan Pembahasan

Kegiatan 1

Kegiatan ini dilakukan dalam 3 sesi ini. Kegiatan sosialisasi ini dilakukan dengan 3 materi utama melalui presentasi power point. Materi yang disampaikan yakni tentang (a) wirausaha dan perizinan usaha, (b) perizinan Pangan Industri Rumah Tangga (PIRT) dan (c) pengolahan ikan.

Materi wirausaha dan perizinan usaha disampaikan bahwa kegiatan wirausaha ataupun industri rumah tangga memiliki prospek yang sangat baik di pasaran serta proses perizinan yang mudah. Sedangkan untuk materi perizinan pangan industri rumah tangga disampaikan materi bahwa hasil olahan pangan hendaknya memenuhi persyaratan dan standar keamanan tertentu, sehingga produk dapat diproduksi dan diedarkan di pasar. Sesi terakhir yang merupakan materi terakhir adalah mengenai olahan ikan, peserta diberikan pengetahuan bagaimana mengolah ikan dengan cara higienis, sehat dan tanpa MSG. Hal ini dapat dilakukan untuk meningkatkan daya saing produk dipasaran.

Kegiatan awal ini dimaksudkan memberikan pengetahuan dan pemahaman awal kepada peserta terkait dengan pengembangan produk olahan yang dimiliki. Dari info yang didapat pada survei awal, kebanyakan usaha diolah dalam skala rumahan, produksi dibuat hanya sesuai kebutuhan atau pemesanan. Hanya beberapa saja yang bersedia menyediakan stock produk, karena belum yakin atas daya saing produknya.

Atas penyampaian materi-materi diatas, peserta mendapatkan pengetahuan dan pemahaman baru. Terlihat dari kegiatan berlangsung interaktif dan antusias masyarakat tinggi, dari keaktifan masyarakat dalam bertanya kepada pemateri.

Gambar 1. Penyampaian Materi Kegiatan pengabdian Masyarakat di Desa Suradadi Tahun





Sumber: dokumen pribadi

Gambar 3. Pelatihan olahan ikan, sesuai GMP



Sumber: dokumen penulis

Kegiatan ini, selain juga memberikan pengetahuan, pemahaman para peserta juga dilakukan pelatihan mengenai olahan ikan yang higienis, sehat dan tanpa MSG. Pelatihan yang berlangsung satu hari ini melatih bagaimana ikan diolah menjadi produk *nugget*, *ekkado*, *keong mas* dan *kaki naga*. Kesemua produk dalam pelatihan tersebut nantinya dapat pula dimaksimalkan oleh peserta untuk menjadi produk andalan yang memiliki keunggulan dalam hal olahan sehat dan non MSG. Hal ini sebagai salah satu langkah meningkatkan daya saing produk olahan ikan Desa Suradadi terhadap produk olahan ikan lainnya.

Pada kegiatan pelatihan, para peserta juga secara langsung dipraktikkan bagaimana mengolah produk mulai dari bahan baku hingga pada sajian dengan menggunakan perlengkapan yang higienis (menggunakan sarung tangan, masker dan celemek), alat-alat yang bersih dan sesuai penggunaan serta kebersihan lingkungan hingga pada pembersihan akhir barang yang telah digunakan.

Pada kesempatan ini pula bagi peserta yang telah memiliki produk lain, dapat mengkonsultasikan kepada pelaksana kegiatan, yang memang cukup ahli dalam bidang olahan ikan. Dalam mengikuti kegiatan ini, para peserta tidak segan untuk langsung bertanya dan mempraktikkan langsung materi yang telah disosialisasikan sebelumnya. Para peserta antusias mulai dari awal kegiatan hingga akhir kegiatan yang diikuti langsung dengan mencicipi produk langsung, sehingga lebih paham mengenai apa yang diperlukan guna pengolahan selanjutnya.

Kegiatan 2

Kegiatan ini dilakukan dengan memberikan materi penyuluhan kepada kelompok pengolah. Kegiatan ini dilakukan melalui pertemuan informal maupun diskusi dengan kelompok pengolah. Pelaksana kegiatan bertugas sebagai fasilitator penyuluh. Materi penyuluhan meliputi materi kesehatan pangan. Penyampaian materi dilakukan secara langsung dengan kelompok pengolah melalui kegiatan diskusi. Kegiatan ini juga bersifat pendampingan, dengan maksud memberikan kepercayaan dan kedekatan lebih pada peserta agar dapat secara nyaman untuk berkonsultasi mengenai kendala terkait produk olahannya.

Gambar 4. Penyuluhan dan pendampingan lapangan



Sumber: dokumen pribadi

Kesehatan pangan dari tingkat pra produksi hingga pasca produksi perlu ditingkatkan oleh pengolah. Saat ini pengolahan di Suradadi dihadapkan pada *image* bahwa hasil olahan ikan tidak *higienis* yang disebabkan karena rendahnya pengetahuan pengolah mengenai kesehatan pangan. Melalui kegiatan ini pengolah mendapatkan pengetahuan mengenai cara meningkatkan kesehatan dan ketahanan produk olahan.

Evaluasi

Evaluasi kegiatan dilakukan untuk mengetahui tingkat pemahaman peserta mengenai materi yang telah disampaikan oleh pelaksana. Hasil menunjukkan bahwa masyarakat lebih memahami mengenai ketahanan dan kesehatan produk pangan yang juga dipraktikkan secara langsung bagaimana mengolah ikan dengan sehat dan tanpa MSG. Melalui pemahaman ini, peserta juga dapat menerapkannya untuk produk olahan mereka sendiri kedepannya sesuai syarat GMP dan sebagai upaya mendapatkan perizinan usaha, seperti yang telah dijabarkan syaratnya pada saat sosialisasi.

Meskipun demikian, masih terdapat masalah dalam ketahanan dan kesehatan produk terutama menyangkut masalah teknologi. Dengan demikian perlu adanya usaha peningkatan pemahaman teknologi kepada masyarakat.

Gambar 5. Peserta mengisi angket evaluasi



Sumber: dokumen pribadi

Simpulan

Usaha peningkatan produk olahan ikan di Desa Surodadi ditingkatkan melalui fasilitasi perizinan usaha dan pengolahan produk perikanan yang sehat dan non MSG. Pelatihan olahan ikan yang dilakukan bertujuan memberikan pengetahuan dan pemahaman secara langsung dalam pengolahan produk dan salah satu penerapan GMP. Untuk kegiatan lanjutan, hendaknya diperlukan pendampingan, oleh pemerintah desa dan dinas terkait sehingga kekurangan yang ada dalam perizinan dapat diperbaiki. Selain itu perlu adanya transfer teknologi pengolahan pangan guna meningkatkan kualitas produk perikanan.

Ucapan Terima Kasih

Tulisan ini merupakan kontribusi dari Pengabdian Masyarakat skim KKN PPM yang didanai oleh Kemenristekdikti Tahun 2019. Penulis mengucapkan terima kasih kepada Pemerintah Desa Surodadi serta seluruh pihak yang membantu terlaksananya kegiatan ini.

Daftar Pustaka

- Hendrayana, Millyaningrum' I.H, Hartanti, N.U. 2018. Ikan Petek (*Leiognathus* sp.) dalam Perekonomian Nelayan Suradadi Kabupaten Tegal. *EDUSAINSTEK*. 978-602
- Nisa, A.K dan Wardani, A.K. 2016. Pengaruh Lama Pengasapan dan Lama Fermentasi Terhadap Sosis Fermentasi Ikan Lele (*Clarias gariepinus*). *Jurnal Pangan dan Agroindustri*. Vol. 4:No 1. Hal 367-376
- Purwanto, B., Suyoso., Rosana, D. 2013. Pemberdayaan Masyarakat Pemulung Dalam Produksi Kit Praktikum Sains Realistik Hasil *Re-Use* Limbah Anorganik Sebagai Media *Joyfull Learning* Untuk Implementasi Kurikulum 2013 Aspek Penelitian Ilmiah. *Laporan*. UNY. Yogyakarta
- Sangkala. 2007. *Knowledge Management: Suatu Pengantar Memahami Bagaimana Organisasi Mengelola Pengetahuan Sehingga Menjadi Organisasi yang Unggul*. Jakarta, PT. Rajagrafindo Persada
- Widyasanti, Putri, dan Dwiratna. 2016. Upaya Pemberdayaan Masyarakat melalui Pelatihan Pembuatan Produk Sabun Berbasis Komoditas Lokal di Kecamatan Sukamantri Ciamis. *Dharmakarya: Jurnal Aplikasi Ipteks untuk Masyarakat* Vol. 5, No. 1, Mei 2016: 29-33.

Peningkatan Manajemen Usaha Dan Model Desain Kerajinan Bubut Kayu Di Blora

Kesi Widjanti¹, Dea Aulia Widyaevan², Eviatiwi Kusumaningtyas Sugiyanto³

¹Universitas Semarang, Jl. Soekarno Hatta, Tlogosari Kulon, Kec. Pedurungan, Kota Semarang, Jawa Tengah 59160, kesi_widjanti@yahoo.com

²Universiti Telkom Bandung, Jl. Telekomunikasi Jl. Terusan Buah Batu No.01, Sukapura, Kec. Dayeuhkolot, Kota Bandung, Jawa Barat 40257, widyaevan@gmail.com

³Universitas Semarang, Jl. Soekarno Hatta, Tlogosari Kulon, Kec. Pedurungan, Kota Semarang, Jawa Tengah 59160, eviatiwi.sugiyanto@gmail.com

Abstrak

Fokus dari pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini adalah upaya pengembangan usaha kerajinan kayu “Barokah Craft” dan “UD Jati Wijaya” melalui manajemen usaha dan produksi. Kedua usaha ini saling mendukung dalam hal “kolaborasi pemasaran” untuk memenuhi pesanan dan keperluan event pameran, dengan cara tukar menukar produk dalam upaya kelengkapan variasi produk yang bersinergi untuk bisa meningkatkan daya saing. Target capaian luaran program PKM adalah peningkatan kemampuan manajemen usaha, pengetahuan estetika seni yang berdampak pada peningkatan kualitas produk, kapasitas produksi, peningkatan keragaman model desain produk serta jangkauan pasarnya lebih luas, yang pada akhirnya dapat meningkatkan volume penjualan. Metode pendekatan yang digunakan dengan pelatihan partisipatif. Hasil kegiatan PKM adalah perbaikan model desain produk kerajinan bubut kayu, dan peningkatan manajemen usaha dari aspek produksi, pengelolaan keuangan, dan strategi pemasaran.

Kata Kunci: manajemen, desain, kerajinan Kayu, PKM

Abstract

The focus of the implementation of Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) are the development of "Barokah Craft" and "UD Jati Wijaya" woodcraft business through business management and production. Both of these businesses support each other in terms of "marketing collaboration" to fulfill orders and exhibition event needs, by exchanging products in an effort to complete a variety of synergized products to be able to increase competitiveness. The achievement target of the PKM program is to improve business management capabilities, knowledge of aesthetic arts that have an impact on improving product quality, production capacity, increasing diversity in product design models and broader market reach, which in turn can increase sales volume. The method of approach used with participatory training. The results of PKM activities are improving the design model for woodcraft products, and improving business management from aspects of production, financial management, and marketing strategies.

Key Words: Management, Design, Woodcraft, PKM

Pendahuluan

Wilayah Kabupaten Blora disebelah barat berbatasan dengan Kabupaten Grobogan, sebelah utara berbatasan dengan Kabupaten Pati dan kabupaten Rembang, sebelah selatan dan timur berbatasan dengan Kabupaten Ngawi. Perdagangan merupakan salah satu penopang perekonomian masyarakat Blora, nampak dalam kegiatan ekspor dimana komoditas utama ekspor terkait dengan hasil kayu jati. Produk-produk kayu yang banyak tersedia yaitu berupa kayu olahan, mebel, serta kerajinan kayu. Untuk itu sebagai upaya meningkatkan perekonomian Kabupaten Blora, perlu ditingkatkan daya saing industri kerajinan kayu jati sebagai salah satu isu strategis penguatan pengelolaan potensi ekonomi lokal dengan focus pada penguatan daya saing, akses pasar, modal, produk, dan sarana produksi. Seiring dengan isu strategis tersebut, kegiatan Program Kemitraan Masyarakat (PKM) ini ditujukan untuk meningkatkan daya saing melalui peningkatan manajemen usaha dan estetika seni Kerajinan Bubut Kayu Jati di Kecamatan Tunjungan dan Blora.

Kecamatan Tunjungan dan Kecamatan Blora banyak terdapat usaha kecil mikro dan menengah kerajinan bubutan kayu. Kegiatan home industri kerajinan bubutan kayu merupakan home industri potensial untuk dikembangkan, hal ini karena potensi sumberdaya yang ada di Kabupaten Blora, belum dioptimalkan dalam pemanfaatannya. Kerajinan bubutan kayu jati sebagai produk unggulan yang mempunyai ciri khas masyarakat Blora, dimana pada era tahun 1980-1990, industri ini mengalami zaman keemasan, dan dapat meningkatkan kehidupan kesejahteraan masyarakat.

Pengusaha mikro industri kerajinan kayu jati, yang menjadi pada pengabdian masyarakat yaitu 1) Usaha Barokah Craft yang dimiliki oleh Bp Taovik di Dk Maguan Rt.03 Rw 01 Desa Tamnrejo, Kecamatan Tunjungan yang dijadikan Mitra 1 dan, 2) Usaha UD. Jati Wijaya yang dimiliki oleh Bp Sujono di Jl Pringgading No.66 Blora sebagai (Mitra 2). Kedua usaha ini melakukan “kolaborasi pemasaran”, dengan cara tukar menukar produk untuk penjualannya melalui pesanan atau secara langsung di event-event pameran. Permasalahan yang dihadapi mitra UMKM meliputi Aspek Manajemen Usaha dan Desain Produk. Manajemen usaha yang dilaksanakan kedua mitra masih sangat sederhana, baik pada manajemen produksi, keuangan maupun pemasaran. Kemampuan yang masih kurang dalam hal manajemen usaha ini salah satunya kemungkinan disebabkan tingkat pengetahuan para pengrajin dan pemiliknya. Usaha Mitra 1 dimulai sejak tahun 2011, dengan omset Rp 45.5 juta/bulan dengan tenaga kerja 4 orang dan menghasilkan produk kerajinan kayu berupa karpet anyaman kayu jati. Sedangkan Usaha Mitra 2 didirikan sejak tahun 2007 dengan omset Rp 9-10 juta/bulan dengan tenaga kerja 4 orang, menghasilkan produk kerajinan kayu jati berupa meja, kursi, vas bunga, telenan dan sebagainya.

Pengelolaan keuangan kedua mitra ini masih sederhana dimana belum ada ada pembukuan laporan rugi laba, perhitungan harga pokok produksi (HPP) dan cash flow sehingga penentuan harga produknya tidak bisa bersaing. Pada aspek produksi dan desain, produk yang dihasilkan mengalami kejenuhan pasar, kedua mitra kesulitan untuk menghasilkan variasi produk yang

berdaya saing tinggi dan diminati pasar. Selain persoalan tersebut, permasalahan lainnya adalah aspek pasar yang berhubungan dengan pengetahuan penggunaan internet untuk akses pemasaran. Kedua mitra kurang mampu dalam penggunaan Teknologi Informasi untuk pemasaran. Secara garis besar permasalahan mitra dapat dijelaskan dalam tabel 1.1

Tabel 1 Permasalahan Mitra

No.	Permasalahan	Mitra 1	Mitra 2
1	Manajemen Pemasaran	Jangkauan pemasaran kurang, dan kurang bisa memanfaatkan media sosial sebagai fungsi pemasaran	Kurang Pengetahuan pemasaran menggunakan internet, belum jelas segmentasi pasarnya
2	Manajemen Keuangan	Perhitungan Harga Pokok Produksi Tidak ada dan terbatas akses ke lembaga keuangan	Pencatatan keuangan keluarga dan usaha tidak dipisahkan. Manajemen Keuangan usaha dan keluarga jadi satu. Perhitungan Cashflow tidak ada
3	Manajemen Produksi	Kurangnya pengetahuan manajemen persediaan bahan baku dan teknologi produksi	Pengetahuan persediaan dan Teknologi penunjang proses kurang memadai, penjualan tidak optimal,
4	Aspek Desain Produk	Rendahnya kreasi desain produk	Desain produk kurang bervariasi, kurang modern

Metode Pelaksanaan

Metode Pendekatan

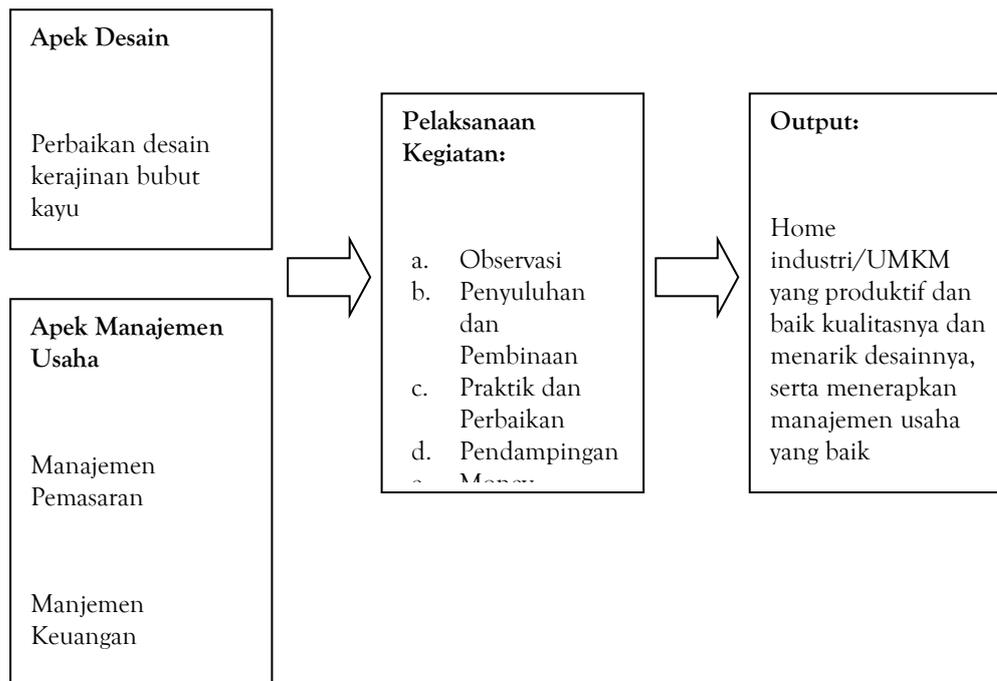
Pelaksanaan program PKM ini dilaksanakan dengan metode pendekatan partisipatif, artinya mitra binaan secara aktif dilibatkan dalam setiap tahapan dan kegiatan pembinaan yang akan dilakukan melalui penyuluhan, diskusi dan praktik bersama.

Prosedur Kerja

Sesuai dengan metode pendekatan yang dilaksanakan maka langkah langkah yang dilakukan yaitu:

1. Observasi
2. Demonstrasi model desain sesuai trend pasar
3. Pelatihan tentang manajemen keuangan, perhitungan HPP
4. Pelatihan penggunaan internet untuk strategi pemasaran online

Gambar 1 Metode Pelaksanaan Kegiatan



Sumber: dokumen penulis

Hasil Dan Pembahasan Manajemen Pemasaran

Kegiatan pada aspek pemasaran yaitu pelatihan pemasaran online dan pemanfaatan media sosial untuk pemasaran. Pelatihan ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan dan keterampilan bagaimana memasarkan produk secara *online* sehingga dapat menjangkau pasar yang lebih luas. Dalam kegiatan ini mitra juga dilatih untuk mengelola blog sebagai media pemasaran *online*. Blog ini dapat digunakan untuk pemasaran bersama kedua mitra. Sehingga mitra tetap dapat melakukan kolaborasi pemasaran secara online. Alamat blog yang digunakan untuk pemasaran online kedua mitra yaitu *keraijatiblora.blogspot.com*. Selain itu kedua mitra juga diberikan media pemasaran lain yaitu berupa brosur dan MMT atau spanduk penunjuk jalan lokasi kerajinan, sebagai upaya memperkenalkan keberadaan usaha mitra untuk masyarakat Bloro dan sekitarnya.

Manajemen Keuangan

Pelatihan dalam aspek keuangan dalam hal ini adalah pelatihan pembukuan sederhana dan penentuan harga pokok produksi. Adapun materi yang disampaikan antara lain transaksi keuangan, pencatatan keuangan, buku kas, buku piutang, buku utang, identifikasi biaya produksi, dan metode perhitungan harga pokok. Berdasarkan observasi dan wawancara diperoleh hasil bahwa sebelum ada pelatihan, mitra tidak memiliki pembukuan keuangan, keuntungan usaha tidak dapat terdeteksi secara benar dan penentuan harga pokok produksi

hanya berdasarkan perkiraan. Setelah pelaksanaan pelatihan kedua mitra mampu membuat pembukuan sederhana dan mampu menghitung harga pokok produksi. Dengan hasil tersebut mitra dapat menghitung keuntungan usaha yang sebenarnya dan mampu menentukan harga jual yang bersaing di pasar. Dalam praktek implementasi program ini, kedua mitra masih memerlukan pendampingan untuk membiasakan diri dalam melakukan pencatatan keuangan usaha.

Gambar 2. Tampilan Perhitungan Harga Jual dengan Exceel

Bahan-bahan		Biaya Bahan			bahan per unit			Bi
		Harga	Ongkir	Jumlah Biaya	Ukuran beli bahan			Ukur
2D Bahan		Harga	Ongkir	jumlah	Panjang (cm)	Lebar (cm)	cm2	Panjang (cm)
1		40.000	5.000	= 45.000	1	1	= 1	1
2				= 0			= 0	
3				= 0			= 0	
4				= 0			= 0	
5				= 0			= 0	
6				= 0			= 0	
1D Bahan		Harga	Ongkir	jumlah	Panjang(cm) atau Pieces			Panjang
1		5.000	1.000	= 6.000	1			
2		10.000	1.000	= 11.000	1			

Gambar 2. Tampilan Perhitungan Harga Jual dengan Exceel

Manajemen Produksi

Kegiatan aspek produksi dilaksanakan melalui fasilitasi mesin dan peralatan produksi untuk kedua mitra. Fasilitasi mesin dan peralatan tersebut bertujuan untuk menunjang proses produksi mitra dalam menghasilkan variasi produk baru yang diminati pasar. Adapun fasilitas mesin yang diberikan yaitu berupa mesin jointer, gendra, mesin bor dan kompresor. Evaluasi program dilakukan selama 2 (dua) kali, pertama untuk melihat apakah pelatihan sudah dipraktekkan dan kedua untuk melihat perkembangan produksi. Berdasarkan observasi dan wawancara, kedua mitra mengatakan bahwa dengan peralatan yang lengkap dan memadai, proses produksi menjadi lebih cepat dan mudah, serta mitra mampu menghasilkan variasi produk yang diminati oleh pasar.

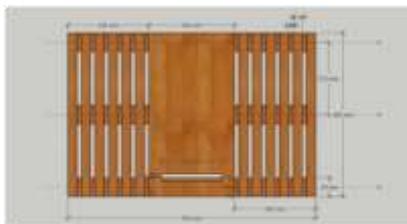
Gambar 3. Produk yang Proses Produksi Mitra



Sumber: dokumen penulis

Desain Produk

Iptek yang ditranfer kepada mitra dalam aspek desain produk meliputi peningkatan model desain sesuai trend pasar, penggunaan alat-alat yang digunakan untuk membuat desain, dan kemampuan pemilihan bahan baku dan bahan pelengkap yang menarik. Kegiatan dilaksanakan dengan metode *workshop*, yaitu mitra membuat variasi produk sesuai desain yang dirancang oleh Tim PKM. Manfaat dari kegiatan ini adalah mitra mampu membuat produk yang diminati oleh pasar serta mampu mengurangi kejenuhan pasar akan produk kerajinan kayu yang umum dijual belikan. Berdasarkan observasi dan wawancara, mitra tidak mengalami kesulitan dalam membuat variasi produk, karena pada dasarnya mitra adalah para pengrajin yang telah memiliki bakat dan jiwa seni. Workshop ini juga mampu meningkatkan pengetahuan estetika seni kerajinan kayu untuk kedua mitra.



Gambar 4. Desain Produk Kerajinan Kayu Jati

Simpulan

Kegiatan PKM ini dilaksanakan untuk memberikan solusi atas permasalahan mitra dalam aspek manajemen usaha dan desain produk. Aspek-aspek yang menjadi fokus dalam kegiatan ini adalah manajemen pemasaran, manajemen keuangan, manajemen produksi dan desain produk. Kesimpulan dari pelaksanaan kegiatan PKM kerajinan bubut kayu jati Blora adalah:

1. Aspek Manajemen Usaha

Pelaksanaan pelatihan dan workshop untuk peningkatan manajemen usaha dari aspek produksi, pengelolaan keuangan dan pemasaran. Iptek yang ditranfer kepada mitra yaitu metode pemasaran online dan pengelolaan website/blog, metode pembukuan sederhana dan penentuan harga pokok produksi, serta fasilitasi mesin produksi

2. Aspek Desain Produk

Iptek yang ditransfer pada kegiatan desain produk yaitu peningkatan skill rancang model produk kayu jati dan pengenalan model trend pasar untuk kerajinan kayu.

Adapun kendala yang dihadapi adalah menumbuhkan kesadaran dan kebiasaan mitra untuk tertib melaksanakan administrasi keuangan. Selanjutnya saran yang diberikan mitra harus selalu update perkembangan selera pasar dan selalu mengakses pengetahuan dimana saja khususnya media online untuk melihat desain-desain produk yang sedang trend dan melakukan pemasaran online untuk menjangkau pasar yang lebih luas.

Ucapan Terimakasih

Kami berterima kasih kepada Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat Direktorat Jendral Penguatan Riset dan Pengembangan Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi yang telah membiayai hibah pengabdian masyarakat (PKM) ini sesuai Kontrak Pelaksanaan Program Pengabdian Masyarakat Nomor: 013/L6/AK/SP2H/PPM/2019, tanggal 8 April 2019.

Daftar Pustaka

Buku

Djudju Sudjana, 2001, *Metode dan Teknik Pembelajaran Partisipatif*, Bandung, Nusantara Press

Jurnal

Bharadwaj, S. G., Varadarajan, P. R., & Fahy, J. 1993. "Sustainable Competitive Advantage in Service Industries: A Conceptual Model and Research Propositions". *Journal of Marketing*

Grant, R. M. 1991. The Resource Based Theory of Competitive Advantage: Implications for Strategy Formulation. *California Management Review*.(Spring). 114-133.

Hunt, S. D. 1997. Resource advantage theory: An evolutionary theory of competitive firm behavior. *Journal of Economic Issues*, Vol. 31(1), 59-75.

- Kuratko, D. F., Montagno, R. V., & Honrnsby, J. S. 1990. Development an entrepreneurial assessment instrument for an effective corporate entrepreneurial environment. *Strategic Management Journal* 11: 49-58
- Naver, J.C. and Slater, S.F. (1990) The effect of market orientation on business profitability. *Journal of Marketing* 54, 20-35.
- Rahab & Sudjono, 2012 Pengembangan Kapabilitas Keinovasian IKM Berbasis Pada Orientasi Kewirausahaan Dan Pembelajaran Organisasional, *Jurnal Inovasi dan Kewirausahaan*, Volume 1 No 1 januari 2012 halamam 29-37
- Widjajanti, Kesi (2015). Marketing Collaboration and SME Strategy Implementation in Blora, Indonesia. *Asean Marketing Journal*, VII, No 1. 28-39. June. Management Research Center (MRC) Department of Management, Faculty of Economis and Business, Universitas Indonesia
- Widjajanti, Kesi (2011) Model pemberdayaan masyarakat *Journal Ekonomi Pembangunan* Volume 12, No.1. Juni. Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta
- Zahra, Shaker, A., Ireland, R. D., and Hitt, M. A. 2000. International expansion by new firms: International diversity, mode of market entry, technological learning and performance. *Academy of Management Journal*, 43: 925-950.
- Widjajanti, Kesi and Widodo (2016) "Improving Organizational Innovation by Human Capital, Knowledge Sharing and Organizational Learning Base, *International Business Management*, Vol 10 (9), pp. 1599-1609

Kutipan

- Porter, Michael E. 1980. "Competitive Strategy "Techniques for Analyzing Industries and Competitors" *New York The free Press*
- Suliyanto dan Rahab, 2010. Peran orientasi pasar, kewirausahaan, pembelajaran organisasi pada kinerja UKM di Wilayah Kabupaten Banyumas (Laporan Penelitian). Purwokerto. Fakultas Ekonomi Universitas jendral Soedirman
- Sulastri. 2006. *Pilihan Strategi Diversifikasi Dan Implikasinya: Sebuah Pengembangan Model Teoritik*, Disertasi Program Studi Doktor (S3) Ilmu Ekonomi Universitas Diponegoro
- Widjajanti, Kesi.(2011) An Empirical Examination of Relation between Corporate Entrepreneurship and Performance *Proceeding The 6th International Conference on Business and Management Research*, Ateneo de Manila University Graduate School of Business, Philippines
- Widjajanti, Kesi.(2014). SMEs AND LEs Marketing Collaboration To Develop Creative Industry Market *Proceeding The 9th International Conference on Business and Management Research*, Kyoto University, Japan

Pengembangan Keterampilan Pengolahan Ikan Lele Di Pondok Pesantren Asy-Syifa' Kecamatan Bambanglipuro Kabupaten Bantul

Pujastuti S. Dyah^{1*}, Widodo¹, dan Zuhud Rozaki¹

¹Program Studi Agribisnis, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Jl. Brawijaya, Tamantirto, Kasihan, Bantul, Yogyakarta 55183

Email: pujastuti@umy.ac.id

Abstrak

Tuntutan dunia kerja yang semakin tinggi membuat keterampilan dari lulusan pendidikan pondok pesantren harus lebih terlatih. Selain bisa menjadi bekal untuk masuk di dunia kerja, keterampilan juga bisa untuk menunjang hidup santri pasca lulus. Di Pondok Pesantren Asy Syifa' ini sebelumnya sudah dibina oleh salah satu program PKM tentang budidaya ikan lele. Sebagai tindak lanjutnya, agar keterampilan santri tidak hanya sebatas beternak, santri perlu diberikan keterampilan tentang pengolahan ikan lele. Untuk menyelesaikan permasalahan ini, maka melalui program PKM ini dilakukan adalah (i) pengembangan pengetahuan pengolahan ikan lele menjadi berbagai olahan frozen food berupa bakso, nugget dan lainnya, dan (ii) pengembangan keterampilan packaging dan pemasaran produk olahan ikan lele. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk memberdayakan santri dan pengajar untuk bisa mengolah ikan lele menjadi produk olahan bernilai tinggi untuk meningkatkan nilai tambah dari ikan lele tersebut. Santri dan pengajar bertambah ketrampilannya dalam memanfaatkan ikan lele yang sedang dibudidayakan di pondok pesantren. Santri dan pengajar juga mampu

Kata kunci: lele, pondok pesantren, bakso, keterampilan, santri

Pendahuluan

A. Latar belakang

Tabel 1. Profil Pondok Pesantren Asy Syifa'

Profil	Asy Syifa'
Mulai beroperasi	1989
Yayasan	Muhammadiyah
Legalitas	SK Pendirian B. 9095
Alamat	Jogodayoh, Sumbermulyo, Bambanglipuro, Bantul
Sasaran	Laki-laki dan perempuan setingkat SMP dan SMA
Jumlah Santri	62 orang

Sumber: dokumen penulis

Menjadi lembaga pendidikan yang memadukan sistem pendidikan formal, non formal dan informal yang mengembangkan aspek intelektual, emosional dan spiritual peserta

didik, pondok pesantren tidak kalah dengan lembaga pendidikan formal lainnya. Meskipun pada umumnya berbiaya mahal, tidak sedikit pondok pesantren yang berbiaya miring atau bahkan gratis bagi santri-santrinya. Salah satu pondok pesantren yang berbiaya miring dengan kualitas yang tidak kalah dengan yang lainnya adalah Pondok pesantren Asy Syifa', lembaga menerapkan pola "kepesantrenan" dengan fokus hafalan Al-Qur'an (tahfidul Qur'an). Pendidikan formal bagi santri Pondok pesantren Asy Syifa' diberikan dalam sekolah Madrasah Tsanawiyah (setingkat SMP) dan Madrasah Aliyah (setingkat SMA) yang dikelola oleh lembaga yang sama dengan pengelola Pondok Pesantren Asy Syifa'.

Tabel 2. Jumlah santri berdasarkan wilayah asal (orang)

No	Wilayah Asal	Asy Syifa'
1	Kabupaten Bantul	10
2	Kota Yogyakarta	2
3	Kabupaten Kulon Progo	0
4	Kabupaten Sleman	3
5	Kabupaten Gunung Kidul	1
6	Jawa Tengah	4
7	Lainnya	42
	Jumlah	62

Sumber: dokumen penulis

Sebanyak 5 orang santri dari sejumlah 62 orang santri Pondok Pesantren Asy Syifa' berasal dari keluarga sejahtera. Santri Pondok Pesantren Asy Syifa' kebanyakan berasal dari keluarga yang lemah secara sosial dan ekonomi. Lebih dari separoh santri Pondok Pesantren Asyifa' berasal dari keluarga dhuafa (kurang mampu), hampir 40% berasal dari keluarga terlantar atau merupakan anak yatim piatu. Biaya pendidikan di pondok pesantren santri tersebut ditanggung oleh donatur. Keadaan latar belakang keluarga santri ini berakibat rendahnya tanggung jawab keluarga terhadap masa depan anggota keluarga yang menempuh pendidikan di pondok pesantren. Dengan demikian, maka permasalahan yang muncul setelah selesai menempuh pendidikan di pondok pesantren adalah lulusan harus mampu untuk menghidupi dirinya sendiri dengan bekal ilmu dan ketrampilan yang diperoleh selama masa pendidikan di pondok pesantren.

Tabel 3. Jumlah santri berdasarkan latar belakang keluarga (orang)

No	Latar Belakang Keluarga	Asy Syifa'
1	Yatim dan atau piatu	12
2	<i>Broken home</i> /terlantar	11
3	Dhuafa	34

4	Keluarga sejahtera	5
	Jumlah	62

Sumber: dokumen penulis

Kegiatan ekstra kurikuler yang diselenggarakan oleh pondok pesantren adalah olahraga beladiri tapak suci. Pengembangan olahraga tersebut lebih bersifat untuk melestarikan olahraga tradisi dan untuk menjaga kesehatan, dan bukan bertujuan untuk memperoleh prestasi yang dapat dijadikan profesi. Beberapa kursus ketrampilan baik dibidang pertanian maupun industri kerajinan pernah diikuti oleh santri. Dengan kursus tersebut diharapkan akan muncul kegiatan bisnis yang dikelola oleh santri yang dapat digunakan sebagai sarana belajar berwirausaha.

Kursus yang pernah diikuti oleh santri diantaranya adalah kursus berternak lele, kursus berternak kelinci, kursus ketrampilan pembuatan cinderamata dari kain perca, dll. Kursus yang pernah diikuti dari kegiatan pelatihan tersebut belum mampu merangsang santri dan juga pondok pesantren agar mempunyai kegiatan wirausaha. Beberapa kegiatan di bidang pertanian pernah dilakukan oleh pondok pesantren untuk memenuhi kebutuhan keseharian santri, namun kegiatan tersebut hanya berlangsung beberapa saat. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa santri pondok pesantren *Asy Syifa'* belum mendapat pengetahuan dan ketrampilan kehidupan yang mencukupi.

Pengasuh pondok pesantren (ustadz dan ustadzah) terdiri dari pengasuh tetap dan pengasuh tidak tetap. Pengasuh tidak tetap merupakan alumni pesantren yang sedang melaksanakan pengabdian selama masa waktu tertentu. Pengasuh pondok pesantren mendapatkan fasilitas tempat tinggal di pondok, sehingga mempunyai interaksi yang intens dengan santri.

Tabel 4. Profil pekerjaan lulusan pondok pesantren (%)

No	Macam pekerjaan	<i>Asy Syifa'</i>
1	Melanjutkan studi	40
2	Mengasuh pesantren	15
3	Bekerja di non pesantren	30
4	Usaha mandiri	15
	Jumlah	100

Sumber: dokumen penulis

Pendidikan di Pondok Pesantren *Asy Syifa'* dirancang untuk masa pendidikan selama 6 tahun, dimulai dengan pendidikan setingkat SLTP sampai dengan setingkat SLTA. Setelah menamatkan pendidikan setingkat SLTP, beberapa santri (dalam jumlah yang sedikit) tidak melanjutkan ke jenjang pendidikan setingkat SLTA. Sebagian santri Pondok

Pesantren Asy Syifa' (60%) yang telah menamatkan pendidikan setingkat SLTA tidak melanjutkan pendidikan yang lebih tinggi. Selepas pendidikan pondok pesantren, sebagian mengasuh di pondok pesantren (15%), bekerja sebagai karyawan non pesantren (30%) dan berusaha mandiri (15%).

Sebelumnya sudah ada pemberian ketrampilan budidaya ikan lele oleh tim PKM UMY. Ikan lele (*Clarias gariepinus*) merupakan salah satu komoditas perikanan yang cukup populer di masyarakat. Ikan ini berasal dari benua Afrika dan pertama kali didatangkan ke Indonesia pada tahun 1984 (Ubadillah dan Hersoelistyorini, 2010). Komposisi gizi ikan lele meliputi kandungan protein (17,7 %), lemak (4,8 %), mineral (1,2 %), dan air (76 %) (Astawan, 2008).

Keunggulan ikan lele dibandingkan dengan produk hewani lainnya adalah kaya akan leusin dan lisin. Leusin (C₆H₁₃NO₂) merupakan asam amino esensial yang sangat diperlukan untuk pertumbuhan anak-anak dan menjaga keseimbangan nitrogen. Leusin juga berguna untuk perombakan dan pembentukan protein otot. Sedangkan lisin merupakan salah satu dari 9 asam amino esensial yang dibutuhkan untuk pertumbuhan dan perbaikan jaringan. Lisin termasuk asam amino yang sangat penting dan dibutuhkan sekali dalam pertumbuhan dan perkembangan anak (Ubadillah dan Hersoelistyorini, 2010).

B. Permasalahan Mitra

Berdasarkan hasil analisis yang sudah disampaikan sebelumnya, permasalahan tersebut adalah belum terdapatnya pendidikan kewirausahaan yang memberi bekal kehidupan kepada santri. Permasalahan ini ditunjukkan dari keadaan:

1. Pondok belum mampu memberikan pendidikan ketrampilan bekal kehidupan yang terstruktur.
2. Pengasuh pondok pesantren belum mendapatkan pendidikan non formal (pelatihan) yang terkait dengan pengembangan ketrampilan kehidupan santri.
3. Pondok pesantren tidak memiliki fasilitas pengembangan ketrampilan bekal kehidupan santri.
4. Pelatihan yang pernah diikuti masih belum optimal sebagai bekal kehidupan bagi santri.

Permasalahan tersebut menjadi penting untuk mendapatkan penyelesaian karena beberapa keadaan terkait dengan lulusan pondok pesantren, yaitu:

1. Sebagian lulusan pondok pesantren (60%) harus menghidupi dirinya sendiri setelah menyelesaikan pendidikan pondok pesantren.
2. Sebagian besar santri (90%) berasal dari keluarga ekonomi lemah.

Kegiatan kewirausahaan diharapkan dapat memberikan dampak munculnya sumber dana yang berasal dari internal pondok, mengingat pada saat ini biaya pendidikan santri ditanggung oleh donatur

Metode Pelaksanaan

A. Penyuluhan dan Diskusi

Kegiatan ini dilakukan dengan meminta pihak pengelola pondok pesantren untuk menunjuk sekurangnya 15 santri dan seorang pengasuh untuk diberikan pelatihan tentang pengolahan ikan lele. Materi yang diberikan pada pelatihan yaitu:

1. Manfaat ikan lele dan potensi pengembangan produk olahan dari ikan lele
2. Pengolahan ikan lele menjadi berbagai makanan olahan seperti bakso, nugget dan makanan olahan lainnya.

B. Demonstrasi dan Praktek Teknologi Pembuatan Bakso dari Lele

Kegiatan ini dilakukan dengan santri dan pengasuh terpilih. Demonstrasi dan praktek pengolahan ikan lele menjadi berbagai makanan olahan seperti bakso dan nugget. Setelah demonstrasi, santri dan pengasuh akan didampingi dan dimina secara intensif untuk bisa mengembangkan produk olahan ikan lele.

C. Transfer/ Alih Teknologi Tepat Guna

Transfer atau alih teknoogi tepat guna melalui teknologi pengolahan ikan lele menjadi bakso, nugget dan olahan lainnnya dengan fasilitasi mesin penggiling daging, yang bertujuan untuk meningkatkan nilai tambah dari hasil budidaya ikan lele yang sudah pondok pesantren jalankan. Selain itu juga bisa membantu perekonomian pondok pesantren. Program ini juga akan memfasilitasi *freezer* untuk menyimpan produk hasil olahan ikan lele. Diharapkan produk olahan ikan lili ini berupa *frozen food* yang mampu bertahan lama, sehingga proses pemasarannya bisa lebih mudah.

D. Konsultasi dan Pendampingan / Pembinaan

Kegiatan ini dilakukan secara periodik untuk membina dan mendampingi masyarakat sasaran strategis sampai berhasil memproduksi dan memanfaatkan Transfer Teknologi Tepat Guna dalam menghasilkan bakso lele yang berkualitas dengan tidak membatasi jenis konsultasi yang diinginkan oleh masyarakat sasaran.

E. Monitoring dan Evaluasi Kegiatan

1. Evaluasi Sebelum Pelaksanaan Kegiatan

Parameter yang digunakan meliputi kesanggupan, antusiasme dan kemampuan santri dan pengasuh pondok pesantren dalam mengikuti kegiatan yang dilakukan, kemampuan inisiatif dan pengembangan produk, dan tingkat kerjasama dengan aparat desa dan lapisan masyarakat terkait dalam pelaksanaan pembinaan teknologi pembuatan bakso lele yang memenuhi standar kualitas.

2. Evaluasi Selama Kegiatan Berlangsung

Indikator yang digunakan meliputi pemahaman santri dan pengasuh pondok pesantren terhadap materi kegiatan, kemauan dan motivasi untuk mengimplementasikan dalam kehidupan sehari-hari serta sustainability-nya pengasuh pondok pesantren untuk melanjutkan dan membina santri agar mencapai hasil yang maksimal.

3. Evaluasi Setelah Kegiatan Selesai

Indikator yang digunakan meliputi minat dan kemampuannya untuk bisa melanjutkan hasil transfer / alih Teknologi Tepat Guna, pelatihan serta pembinaan dalam peningkatan daya saing kualitas produk olahan ikan lele serta menindaklanjuti agar bisa dimanfaatkan sebagai produk yang potensial sebagai sumber devisa negara.

Hasil dan Pembahasan

A. Rangkaian Kegiatan

Rangkaian kegiatan pengabdian ini berhasil dilakukan dengan detail sebagai berikut:

1. Koordinasi

Koordinasi dilakukan dengan komunikasi menggunakan aplikasi WhatsUp, koordinasi ini dilakukan sebagai bentuk upaya mendapatkan waktu yang tepat untuk pelaksanaan penyuluhan. Dengan kesibukan masing-masing pihak, akhirnya disepakati penyuluhan dan pelatihan dilakukan pada Minggu 24 Maret 2019 bertempat di Pondok Pesantren Asy-Syifa Bambanglipuro.

2. Penyuluhan

Penyuluhan ini dilakukan pada Minggu 24 Maret 2019 dari jam 9 pagi sampai jam 11 siang bertempat di Pondok Pesantren Asy-Syifa Bambanglipuro dengan 20 peserta. Kegiatan ini diisi oleh Ir. Pujastuti, MM, materi yang disampaikan adalah potensi lele untuk bisa diolah menjadi berbagai makanan olahan mulai dari keripik sampai bakso. Kandungan ikan lele yang memiliki protein yang cukup tinggi membuat makan ini mampu diolah menjadi berbagai makan olahan dengan kandungan gizi yang cukup tinggi. Peserta yang hadir tidak hanya satri perempuan, tetapi santri putra juga turut hadir.

Gambar 1 Penyampaian materi



Sumber: dokumen penulis

Gambar 2 Suasana penyuluhan



Sumber: dokumen penulis

Pada kesempatan penyuluhan ini, banyak santri yang hadir, dan antusiasme mereka lebih meningkat ketika sesi pelatihan dimulai.

Gambar 3 Suasana pelatihan 1



Sumber: dokumen penulis

3. Pelatihan

Pelatihan ini dilakukan pada Minggu 24 Maret 2019 dari jam 11 sampai 15 WIB, bertempat di Pondok Pesantren Asy-Syifa Bambanglipuro dengan 20 peserta. Kegiatan ini dilakukan sebagai tindak lanjut dari penyuluhan yang sudah dilakukan sebelumnya. Pematerinya yaitu Ir. Pujastuti, MM. dibantu Dr. Widodo, Zuhud Rozaki, PhD. dan Marbudi, SP. Kompor, panci dan alat-alat masak lainnya dihibahkan pada kesempatan kali ini. Dengan harapan setelah ini selesai, santri bisa mandiri dan mencoba berwirausaha memanfaatkan sumberdaya yang ada.

Gambar 4 Suasana pelatihan 2



Sumber: dokumen penulis
Gambar 5 Foto Bersama peserta



Sumber: dokumen penulis
Gambar 6 Publikasi di Radar Jogja Online



Sumber: dokumen penulis

B. Proses Pemberdayaan

Dengan dilakukannya penyuluhan terkait potensi pengolahan ikan lele menjadi berbagai macam produk olahan, membuat santri dan pengajar menjadi bertambah pengetahuan. Hal ini mampu membuka wawasan akan potensi usaha dalam pengembangan pesantren ataupun pengembangan pribadi santri atau pengajar.

Setelah dilakukannya pelatihan pengolahan ikan lele menjadi bakso, ketrampilan santri dan pengajar menjadi bertambah. Penggunaan ikan lele yang merupakan bagian dari upaya pemberdayaan, sumberdaya yang ada bisa dimanfaatkan dengan baik. Pelatihan yang tidak hanya fokus pada pelatih, tetapi melibatkan santri dan pengajar, agar ketrampilan benar-benar terserap oleh peserta. Perubahan yang terjadi pada mitra bersifat pengetahuan dan ketrampilan. Ini menjadi satu set dalam upaya pemberdayaan. Dengan begitu mitra akan memiliki nilai lebih dalam pengembangan diri.

Kesimpulan

Kegiatan pendampingan ini secara umum berjalan dengan lancar dan sesuai dengan harapan. Harapan selanjutnya adalah santri sasaran memiliki kemampuan lebih agar mampu mandiri dan besaing dengan lulusan sekolah lain. Kedepannya lulusan pondok pesantren harus mampu menunjukkan tajinya dalam hal mampu bersaing dengan sekolah lainnya. Upaya pembedayaan dengan mengolah ikan lele menjadi frozen food menjadi upaya peningkatan pengetahuan dan ketrampilan baik bagi santri ataupun pengajar.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terimakasih kami sampaikan kepada LP3M Universitas Muhammadiyah Yogyakarta selaku pihak yang mendanai pengabdian ini. Kami juga menyampaikan terimakasih kepada Pondok Pesantren Asy-Syifa' Kecamatan Bambanglipuro Kabupaten Bantul karena mau menjadi mitra dalam kegiatan pengabdian ini.

Daftar Pustaka

- Astawan. (2007). *Lele Bantu Pertumbuhan Janin*. Jakarta: Penebar Swadaya
- Kasali, Rhenald. (2011). *Modul Kewirausahaan untuk Program Strata 1*. Jakarta: Hikmah.
- Ubadillah, A. dan Hersoelistyorini, W. (2010). Kadar Protein Dan Sifat Organoleptik Nugget Rajungan Dengan Substitusi Ikan Lele (*Clarias Gariepinus*). *Jurnal Pangan dan Gizi*, Vol. 01 No. 02: 45-54.
- Widodo, AS. (2012). *Kewirausahaan untuk Agribisnis*. Yogyakarta: Freeline.

Pengolahan Sabut Kelapa Sebagai Bahan Dasar Pupuk Organik Cair

Rinasa Agistya Anugrah

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Jalan Brawijaya, Tamantirto, Kasihan, Bantul, D.I. Yogyakarta
Email: rinasaanugrah@umy.ac.id

Abstrak

Kuliah Kerja Nyata Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (KKN PPM) merupakan program pemberdayaan yang akan dilaksanakan di Dusun Kadigunung, Desa Hargomulyo, Kecamatan Kokap, Kabupaten Kulon Progo, D.I. Yogyakarta ini bertujuan memberikan solusi kepada Warga Dusun Kadigunung khususnya kelompok tani dalam inovasi pengolahan limbah sabut kelapa yang tidak terpakai menjadi produk yang bernilai guna lebih yaitu pupuk pertanian organik yang siap digunakan. KKN PPM mengembangkan kawasan Dusun Kadigunung menjadi kawasan yang bisa peduli akan lingkungan dan mampu untuk melakukan pengolahan sampah (limbah) dengan mandiri dan sangat baik sehingga mampu memberdayakan masyarakat. KKN PPM Universitas Muhammadiyah Yogyakarta ini akan melakukan dengan metode pengolahan limbah menjadi produk bernilai guna tinggi, melalui inovasi teknologi ramah lingkungan. Dengan inovasi mesin pencacah sabut kelapa yang ramah lingkungan memudahkan kelompok tani dalam pengolahan limbah sabut kelapa menjadi pupuk pertanian organik yang siap pakai. Metode pengolahan limbah sabut kelapa yang pertama adalah mencacah sabut kelapa menjadi ukuran yang lebih kecil. Hasil cacahan tersebut kemudian akan difermentasi untuk dijadikan Pupuk Organik Cair (POC) yang siap pakai.

Kata Kunci: *Limbah Sabut Kelapa, Pengolahan, Pupuk Organik Cair*

Pendahuluan

Dusun Kadigunung, Desa Hargomulyo, Kecamatan Kokap, Kabupaten Kulon Progo masyarakatnya terdiri dari sekitar Jumlah penduduk (jiwa) 1.172 jiwa dan jumlah kepala keluarga (KK) 257 Kepala Keluarga. Pada umumnya kehidupan masyarakat mayoritas sebagai petani gula kelapa yang sebagian besar hanya sebagai penderes (buruh panjat kelapa) yang tidak memiliki lahan sendiri. Dalam sisi perekonomian secara keseluruhan masyarakat mengharapkan dari hasil pertaniannya yakni gula kelapa dari nira, dimana faktor utama penentu banyaknya jumlah nira yang dihasilkan bergantung pada cuaca dan musim pada daerah tersebut. Dusun ini memiliki luas wilayah ±147 ha, jarak dusun dari pusat kabupaten ± 15 km, luas wilayah berdasar peruntukan/penggunaan lahan yaitu 90% pertanian dan 10% pemukiman.

Kondisi lahan pertanian di Dusun Kadigunung sangat bagus karena telah dilakukan irigasi teknis 100%. Topografi lahan pegunungan dengan RT berjumlah 10, RW berjumlah 3. Kelompok Tani bernama Poktan Tani Makmur yang akan menjadi sasaran program ini. Jumlah Penduduk berdasarkan jenis kelamin laki - laki berjumlah 603 orang, perempuan berjumlah 569 orang, penduduk berdasarkan kelompok agama 100% islam, jenis pekerjaan 85% petani, 10% pedagang dan pengusaha, 5% PNS (TNI + POLRI).

Potensi yang ada di Dusun Kadigunung yaitu banyaknya pohon kelapa yang dimiliki oleh warga sekitar. Dari pohon kelapa tersebut menghasilkan nira dan kelapa yang setiap harinya menjadi pendapatan masyarakat Kadigunung. Selain itu masih terdapat potensi lain berupa sabut kelapa. Namun hal ini menjadi potensial karena masyarakat belum pernah memanfaatkan sabut kelapa tersebut. Sabut kelapa tersebut hanya ditumpuk-tumpuk dan dijadikan bahan bakar pembuatan produk gula kelapa saja. Menurut Sabri (2017) limbah sabut kelapa dapat dimanfaatkan sebagai bahan utama pembuatan pupuk organik pertanian khususnya yang jenis cair, karena mengandung unsur hara makro dan mikro yang meliputi air 53,83%, N 0,28% ppm, P 0,1 ppm, K 6,726 ppm, Ca 140 ppm, dan Mg 170 ppm. Unsur hara ini dibutuhkan untuk pertumbuhan dan perkembangan tanaman. Wijaya dkk (2017) juga mengatakan bahwa pupuk cair dengan sabut kelapa dapat meningkatkan secara nyata ketersediaan unsur Kalium (K) dalam tanah, karena unsur tersebut sangat dibutuhkan oleh tanaman sehingga bahan pupuk organik cair dari sabut kelapa ini sangat dianjurkan untuk dilakukan proses pembuatan pupuknya.

Oleh karena itu, dengan adanya KKN di Dusun Kadigunung, masyarakat dapat mengolah limbah serabut kelapa yang hanya tersimpan di rumah warga untuk dimanfaatkan menjadi produk yang memiliki nilai ekonomis. Hal ini dapat menjadi tambahan penghasilan bagi warga Kadigunung. Pemanfaatan potensi limbah sabut kelapa tersebut akan menghasilkan Pupuk Organik Cair (POC) yang merupakan program utama. Hal ini telah dikenalkan kepada masyarakat Kadigunung oleh KKN Tematik UMY yang dilaksanakan pada periode lalu, dengan mengadakan sosialisasi mengenai manfaat dari Pupuk Organik Cair (POC) serta manfaat lain apabila diaplikasikan pada tanaman.

Permasalahan yang dikeluhkan oleh masyarakat adalah belum adanya alat untuk membantu mempermudah dalam pencacahan serabut kelapa, yang kemudian hasil cacahan dapat difermentasi menjadi POC. Djiwo dan Setyawan (2016) telah melakukan penerapan teknologi tepat guna untuk memperbaiki sistem dalam pencacahan sabut kelapa melalui mesin pencacah sabut kelapa pada UKM Sumber Rejeki Kabupaten Kediri. Penelitian senada sebelumnya juga dilakukan Khan (2007) yang mana ia membuat mesin ekstraksi sabut kelapa untuk memisahkan coco fiber dan cocopeat untuk kemudian dimanfaatkan sebagai media tanam dan aplikasi pada sistem pertanian serta dapat dimanfaatkan untuk bahan dasar perabot rumah tangga seperti matras, keset, dan sebagainya. Untuk itu rencana lanjutan yang kemudian dilaksanakan pada program ini adalah memberikan solusi dengan inovasi teknologi tepat guna berupa mesin pencacah sabut kelapa yang ramah lingkungan, yang mudah dan efisien sehingga

tidak mengganggu lingkungan disekitar, sehingga dapat meningkatkan produktivitas pengolahan POC tersebut.

Metode Pelaksanaan

Selama Kurang lebih sebulan KKN-PPM UMY di Dusun Kadigunung akan melaksanakan kegiatan utama yaitu pengolahan limbah serabut kelapa menjadi pupuk pertanian organik dengan bantuan inovasi mesin pencacah serabut kelapa yang ramah lingkungan. Berikut adalah langkah - langkah yang akan dilaksanakan dalam KKN-PPM. Program kegiatan utama terdiri dari:

- 1. Perancangan Mesin Pencacah Sabut Kelapa**

Perancangan dilakukan oleh Ketua Pelaksana Program Pengabdian ini yang juga sebagai Dosen Pembimbing Lapangan (DPL), karena sesuai bidang DPL yaitu Teknik Mesin. Proses perancangan dilakukan sebelum Mahasiswa KKN diterjunkan.

- 2. Pembuatan Mesin Pencacah Sabut Kelapa**

Pembuatan Mesin Pencacah Sabut Kelapa dilakukan oleh Bengkel Mitra Ketua Pengabdian/Pelaksana dengan mengacu rancangan yang telah dibuat. Proses pembuatan dilakukan pada minggu pertama pelaksanaan KKN.

- 3. Pengumpulan Limbah Sabut Kelapa**

Pengumpulan limbah sabut kelapa dilaksanakan bersama-sama dengan warga dusun Kadigunung.

- 4. Penyuluhan Pengoperasian Inovasi Mesin Pencacah Sabut Kelapa**

Sabut kelapa yang telah dikumpulkan dicacah menggunakan bantuan alat inovasi berupa Mesin Pencacah Serabut Kelapa yang bebas polusi, dan mudah dioperasikan, serta ramah lingkungan.

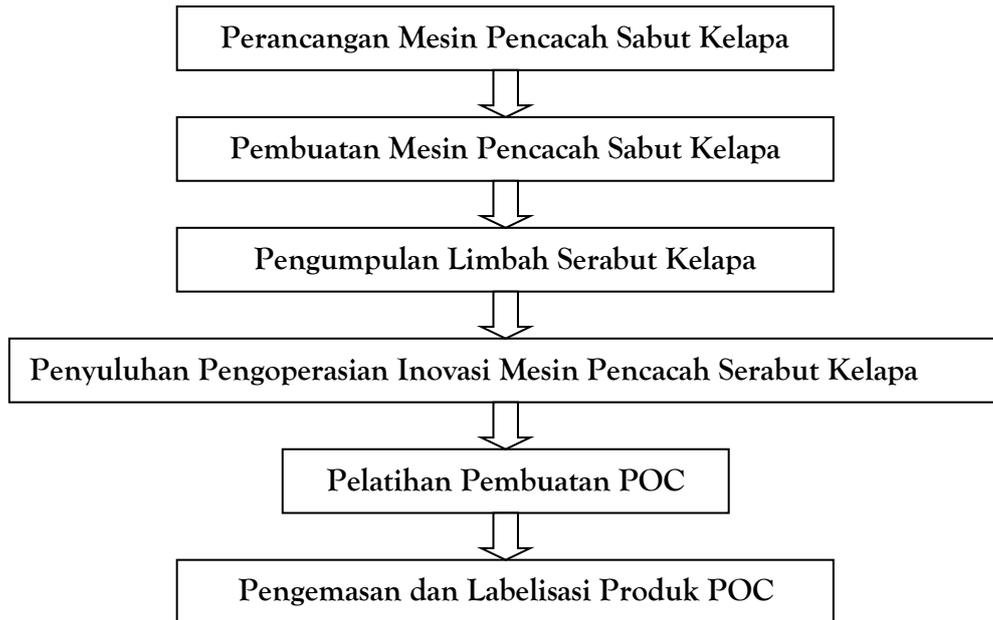
- 5. Pelatihan Pembuatan POC dengan Fermentasi hasil cacahan sabut kelapa**

Hasil cacahan sabut kelapa yang telah dicacah oleh mesin pencacah akan dilakukan ke tahap berikutnya yaitu fermentasi agar didapatkan POC yang siap pakai.

- 6. Pengemasan dan Labelisasi Produk POC**

Setelah hasil fermentasi selesai maka POC telah jadi dan siap digunakan, tetapi agar dapat dijual maka dibuatlah kemasan (botol) untuk diisi POC ke dalamnya disertai label pada luar kemasan (botol).

Ringkasan dari urutan langkah - langkah atau tahapan yang dilakukan pada Pengabdian ini ditunjukkan pada Gambar 1 di bawah ini.



Gambar 1. Tahapan Aktivitas Kegiatan Pengabdian KKN-PPM

Hasil dan Pembahasan

Program Pengabdian KKN-PPM ini dilaksanakan mulai 14 Januari 2019 sampai 14 Februari 2019. Kegiatan penyuluhan dilakukan secara teori dan praktik langsung yang terdiri dari:

1. Penyuluhan cara pengoperasian alat Mesin Pencacah Sabut Kelapa baik secara teori maupun praktik
2. Penyuluhan Pembuatan Pupuk Organik Cair (POC) dengan bahan baku sabut kelapa yang telah dicacah alat Mesin Pencacah Sabut Kelapa
3. Penyuluhan Pengemasan dan Labelisasi Produk POC

Tahapan pertama yang dilaksanakan adalah memberikan pengetahuan kepada warga khususnya kelompok tani yang ada di pedukuhan Kadigunung melalui penyuluhan secara teoritis cara pengoperasian mesin pencacah sabut kelapa agar warga memahami terlebih dahulu sebelum mempraktikkan pengoperasian alat tersebut secara langsung. Kegiatan ini terlihat pada Gambar 2 di bawah ini.



Gambar 2. Penyuluhan secara teori cara pengoperasian alat Mesin Pencacah Sabut Kelapa

Tahapan yang kedua adalah pengarahan praktik cara pengoperasian mesin pencacah sabut kelapa dan dilanjutkan praktik langsung yang dilakukan oleh warga masing-masing secara sendiri – sendiri. Kegiatan ini terlihat pada Gambar 3 berikut ini. Warga sangat antusias mempraktikkan pengoperasian alat tersebut.



Gambar 3. Praktik cara pengoperasian alat Mesin Pencacah Sabut Kelapa

Tahapan yang ketiga adalah penyuluhan proses pembuatan Pupuk Organik Cair (POC) dari bahan Sabut Kelapa yang terlihat pada Gambar 4 di bawah ini.



Gambar 4. Penyuluhan praktik pembuatan Pupuk Organik Cair (POC) dari sabut kelapa

Tahapan yang terakhir adalah penyuluhan praktik pengemasan POC dan labelisasi produk kemasan yang ditunjukkan pada Gambar 5 di bawah ini.



Gambar 5. Penyuluhan praktik pengemasan POC dan labelisasi produk kemasan

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pelaksanaan program dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Program Pengabdian skema KKN-PPM yang memberikan hibah teknologi tepat guna berupa Mesin Pencacah Sabut Kelapa sangat berguna bagi masyarakat Dusun Kadigunung karena dapat memudahkan dan meningkatkan efisiensi dalam proses pencacahan dan pemisahan sabut kelapa menjadi *cocofiber* dan *cocopeat* yang mana sangat baik dijadikan bahan baku pembuatan Pupuk Organik Cair (POC). Ketersediaan sabut kelapa yang melimpah dan mayoritas profesi warga sebagai petani serta luasnya lahan pertanian yang ada menjadi sasaran yang tepat untuk diselenggarakan program pengabdian ini.
2. Penyuluhan teori dan praktik pembuatan POC dilaksanakan agar warga bisa membuat POC sendiri.
3. Penyuluhan Pengemasan Produk dan Labelisasi dimaksudkan agar warga dapat menjual produk POC yang dibuatnya ke pasar secara umum, namun perlu adanya legalisasi label terlebih dahulu.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, yang telah memberikan pendanaan dan kepercayaan kepada Tim untuk melaksanakan program pengabdian. Serta ucapan terima kasih kepada Lembaga Penelitian, Publikasi, dan Pengabdian Masyarakat (LP3M) Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dengan Nomor: 2816/SK-LP3M/I/2019, yang telah memberikan kesempatan untuk menyelenggarakan pengabdian masyarakat, Dukuh Kadigunung dan warganya yang selalu mendukung dan menerima kegiatan pengabdian ini dengan baik, pihak lain yang tidak disebutkan satu-persatu selalu mendampingi dan memberikan arahan kepada Tim Pelaksana untuk penyelenggaraan pengabdian kepada masyarakat.

Daftar Pustaka

- Djiwo, Soeparno, dan Eko Yohanes Setyawan. "MESIN TEKNOLOGI TEPAT GUNA SABUT KELAPA DI UKM SUMBER REJEKI KABUPATEN KEDIRI," 2016, 7.
- Khan, Belas Ahmed. "USES OF COIR FIBRE, ITS PRODUCTS & IMPLEMENTATION OF GEO-COIR IN BANGLADESH." *DAFFODIL INTERNATIONAL UNIVERSITY JOURNAL OF SCIENCE AND TECHNOLOGY* 2, no. 2 (2007): 6.
- Sabri, Yunita. "PENGARUH PEMBERIAN PUPUK ORGANIK CAIR DARI SABUT KELAPA DAN BOKASHI CAIR DARI KOTORAN AYAM TERHADAP PERTUMBUHAN TANAMAN SAWI CAISIM (Brassica juncea L.)," 2017, 8.
- Wijaya R., Damanik M.M.B., Fauzi. "APLIKASI PUPUK ORGANIK CAIR DARI SABUT KELAPA DAN PUPUK KANDANG AYAM TERHADAP KETERSEDIAAN DAN SERAPAN KALIUM SERTA PERTUMBUHAN TANAMAN JAGUNG PADA TANAH INCEPTISOL KWALA BEKALA," 2017, 249.

Manajemen Usaha Berbasis Media Sosial Pada UMKM “Bakpia Ivan” Di Desa Janten, Bantul

Rosalia Prismarini Nurdiarti¹, Astri Wulandari², dan Mutaqin Akbar³

¹Fakultas Ilmu Komunikasi & Multimedia Universitas Mercu Buana Yogyakarta

² Fakultas Ilmu Komunikasi & Multimedia Universitas Mercu Buana Yogyakarta

³Fakultas Teknik Informatika, Universitas Mercu Buana Yogyakarta

Jl. Ring Road Utara, Condong Catur, Yogyakarta. 55281. Tlp. (0274) 2801918

Email: rosa@mercubuana-yogya.ac.id

Abstrak

UMKM “Bakpia Ivan” merupakan kelompok masyarakat yang produktif secara ekonomi, yang tergabung dalam unit usaha keluarga sejak 20 tahun. Mitra menghasilkan produk Bakpia dengan beberapa varian rasa, yaitu bakpia basah rasa original, bakpia coklat (kering-dari gula jawa) dan bakpia keju (kering-bakpia potong). Permasalahan yang dihadapi mitra adalah manajemen yang masih dalam taraf sederhana dan bersifat kekeluargaan. Dalam mengelola usahanya, mitra belum memanfaatkan media sosial yang ada karena masih mengandalkan direct selling dan reseller. Segmentasi konsumen pada kelas menengah ke bawah yang melatarbelakangi dipilihnya metode pemasaran yang masih sederhana, selain itu juga SDM yang terbatas hanya di bagian produksi. Melihat permasalahan tersebut, maka diperlukan manajemen usaha dengan berbasis media sosial melalui kerangka pemasaran online sehingga mampu memperluas segmentasi pasar. Metode yang digunakan dalam pengabdian ini adalah sosialisasi dan penguatan pengetahuan tentang pentingnya pemasaran berbasis media sosial. Metode berikutnya adalah sosialisasi dan pelatihan website untuk meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan dalam penggunaan teknologi ketika memasarkan produk. Kesimpulan dari yang sudah dilakukan, manajemen usaha berbasis media sosial masih perlu ditingkatkan pada UMKM Bakpia Ivan. Kendala SDM dan padatnya waktu produksi menjadi tantangan bagi pengelolaan media sosial. Di sisi lain perlu lebih intensif dalam penggunaan media sosial.

Kata Kunci: media sosial, pemasaran online, segmentasi konsumen

Pendahuluan

Kawasan sentra industri Bakpia Pathuk dikenal oleh masyarakat Yogyakarta sebagai Pasar Pathuk. Mitra PKM merintis usaha produksi Bakpia Pathuk rumahan sekitar 14 tahun yang lalu. Bermodalkan pengetahuan dan semangat dari Bapak Rikwanto dan Ibu Dwi Suprpti, mitra telah mengalami pasang surut dalam menjalankan usaha Bakpia Pathuk. Posisi produk dari mitra adalah mengambil segmentasi atau ceruk Bakpia Pathuk untuk kelas menengah ke

bawah. Hal tersebut dikarenakan mitra belum sanggup bersaing dengan produk Bakpia Pathuk lainnya yang bermain dengan bahan baku kelas premium. Bakpia Pathuk sendiri merupakan kuliner khas Yogyakarta yang dalam perkembangannya telah mengikuti perkembangan jaman dengan menghadirkan varian rasa yang makin kekinian. Bakpia sudah merambah berbagai varian rasa untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan diversifikasi produk. Awalnya hanya kacang hijau atau kumbu hitam, lama kelamaan mulai ada rasa keju, coklat, strawberry, durian, melon dan banyak lagi. Produk Bakpia Pathuk yang sudah menjadi *brand* diantaranya bakpia 25 dan bakpia 75. Di tahun 2017, hadir produk bakpia dengan diferensiasi yang berbeda bukan dipanggang, tetapi dikukus, produk bakpia kukus tugu Yogya dengan tekstur lebih lembut mampu mendobrak pasaran bakpia di Yogya dan segmentasi milenial juga memiliki minat akan bakpia ini¹⁰. Hal inilah yang semakin menambah daya kompetitif industri Bakpia, tak dapat dipungkiri jika pemain lama atau pemain baru dengan modal yang besar bisa konsisten pada industri ini.

Mitra PKM setidaknya memiliki 8 anggota pekerja dalam produksi Bakpia Pathuk setiap hari. Jumlah anggota pekerja sangat berpengaruh terhadap jumlah Bakpia Pathuk yang bisa diproduksi setiap harinya. Jika anggota pekerjanya kurang dari 8 atau makin sedikit maka produksi Bakpia Pathuk tidak akan semaksimal dan sebanyak tenaga 8 anggota pekerja dalam memproduksi Bakpia Pathuk. Setiap harinya mitra membutuhkan 50kg tepung untuk memproduksi Bakpia Pathuk atau setara dengan 3000 buah Bakpia Pathuk, dan tentu saja ada hari-hari tertentu dimana permintaan pasar akan produk mitra menjadi meningkat. Segmentasi pasar untuk produk Bakpia Pathuk kelas menengah ke bawah seperti produk mitra memang langsung menghantarkan produk mereka kepada konsumen atau kepada pasar. Mengapa demikian? Hal tersebut disebabkan salah satunya adalah terbatasnya produksi produk Bakpia Pathuk itu sendiri dikarenakan tenaga pekerja yang tidak menentu serta pendapatan dari penjualan Bakpia Pathuk yang sangat bergantung pada permintaan pasar atau konsumen. Dalam hal ini, mitra mengandalkan penjualannya sebagian besar dengan sistem jemput bola, atau mitra langsung mengantarkannya kepada konsumen atau kepada sasaran penjualan produk. Mitra mendistribusikan produk mereka ke sebuah pasar malam tradisional yang juga berada di Desa Janten. Selain itu mitra juga mengandalkan para *reseller* Bakpia Pathuk yang setiap harinya memesan Bakpia Pathuk untuk mereka jual kembali dengan *packaging* dan *label brand* sendiri milik *reseller* tersebut¹¹.

Permasalahan atau kendala lain yang dihadapi adalah retur penjualan. Bakpia Pathuk yang tidak laku terjual di kios-kios makanan akan diretur atau dikembalikan lagi kepada pihak pemasok karena sudah melewati batas *expired* dari produk. Bakpia Pathuk tanpa bahan pengawet memiliki daya tahan produk yaitu 4 hari sejak masa produksi. Bakpia Pathuk yang

¹⁰ <https://www.koranbernas.id/ini-uniknya-bakpia-kukus-tugu-jogja> akses 10 Agustus 2019

¹¹ Wawancara dengan Mitra, Dwi Suprpti, 30 Juli 2019 di rumah produksi Desan Janten, Bantul

diretur kepada mitra akan diberikan kepada masyarakat sekitar rumah produksi sebagai pakan ternak. Sebagai unit usaha yang berdiri sendiri tanpa bernaung dibawah paguyuban tertentu dan tetap mempertahankan posisi produk mereka dengan selalu eksis dalam segmentasi pasar produknya, mitra mengemukakan bahwa ciri khas mereka selama ini terletak pada rasa Bakpia Pathuk yang tepat dikelasnya. Dalam pemasarannya, mitra tidak mengandalkan atau memanfaatkan teknologi informasi (TI) dikarenakan tidak adanya SDM yang mumpuni dalam pengetahuan dan keterampilan didalam teknologi informasi dan selain itu target konsumen mitra juga bukan pengguna teknologi informasi yang secara khusus berbasis media sosial. Sebaiknya UMKM pada saat ini sudah berupaya mengadopsi TI melihat dari banyaknya pesaing dengan sisi kreatif untuk menarik minat konsumen, untuk menjangrik lebih banyak lagi mitra bisnis, mendapatkan perhatian penuh dari media, menggencarkan lagi eksistensi ditengah masyarkaata, memperluas skala usaha, menambah tingkat inovasi varian produk, menaikkan level pengetahuan SDM agar dapat memperluas pasar, dan masih ada peluang dan kesempatan untuk melebarkan sayap usaha dengan bantuan TI, sembari tetap mempertahankan segmentasi pasar di kelas menengah ke bawah.

Media sosial telah menyebabkan perubahan yang signifikan dalam penggunaan alat dan strategi perusahaan atau dunia industry yang berkenaan dengan pelanggan. Mangold dan Faulds menyatakan bahwa media sosial menggabungkan karakteristik alat IMC tradisional dengan (perusahaan berbicara dengan pelanggan) dengan bentuk yang lebih luas dari *word -of mouth* (pelanggan berbicara satu sama lain). Oleh karenanya dunia industri harus mampu menyampaikan dan mempengaruhi diskusi dengan cara yang konsisten dengan misi organisasi. Pemasaran berbasis media sosial akan memungkinkan dunia industri untuk mencapai pemahaman yang lebih baik tentang kebutuhan pelanggan untuk membangun hubungan yang lebih efektif dan efisien. Setiap media sosial memiliki karakter yang berbeda meski fungsi dan kegunaannya sama. Karakter media sosial *online* memiliki karakter yang terdiri atas portal media sosial yang dimiliki oleh penyedia antara lain *facebook*, *Google+* dan sejenisnya. Media sosial berbasis lokasi yang memiliki *member* terbatas seperti Path dan Forsquare, pemilik akun hanya untuk kesenangan atau eksistensi. Portal diskusi dan milis, seperti Kaskus, forum otomotif, *googlegroups*. Blog, media sosial seperti *blogdetik*, *wordpress* dan bentuk komunitas lain. Microblog lebih dibatasi dengan teks misal *twitter* (Priansa, 2017: 358 – 361).

Berbagai lini media sosial dan *marketplace* sudah digunakan oleh para pelaku usaha sebagai bagian dari strategi penjualan dan memperluas pasar. Di sisi lain bisa menjadi bagian dari promosi usaha dan eksistensi produk mereka. Dalam UMKM Mitra Bakpia Ivan, masih mengandalkan *direct selling* melalui para pedagang di pasar grosir lalu didistribusikan pada para konsumen. Penjualan juga dilakukan di beberapa tempat wisata di Yogyakarta dan di Klaten. Ketika didistribusikan oleh penjual lain, mereka mengemasnya dengan kemasan kotak atau box kardus dan menuliskan nomor kontak jika ada yang hendak memesan. Sehingga kadang pemesanan dilakukan melalui pedagang tersebut, baru kemudian akan disampaikan atau

dipesankan ke Bakpia Ivan. Dari beberapa data dan fakta di atas, pengabdian pada masyarakat ini secara khusus ditujukan pada UMKM Bakpia Ivan untuk memperluas pemasaran mereka melalui media sosial. Hal ini mengingat segmentasi yang selama ini dituju baru sebatas kelas menengah ke bawah. Sehingga manajemen usaha berbasis media online ini perlu untuk diinisiasi sebagai bagian dari eksistensi produk dan menguatkan jejaring bakpia yang memiliki bahan baku dengan kualitas orisinal (kacang hijau bukan kupas).

Metode Pelaksanaan

Tahapan untuk melaksanakan solusi yang diajukan oleh tim pengusul PKM, diawali dengan kegiatan diskusi dengan mitra untuk merumuskan solusi yang dinilai tepat diimplementasikan dalam kurun waktu program PKM. Dari hasil diskusi tersebut kemudian dituangkan dalam langkah-langkah konkrit untuk pelaksanaan program sebagai berikut: Penentuan khalayak sasaran atau mitra dilakukan dengan purposive sampling, artinya mitra memang memiliki permasalahan dari sisi manajemen usaha berbasis media sosial. Dalam menanggapi permasalahan tersebut, metode yang dilakukan adalah transfer pengetahuan dengan melakukan penyuluhan akan kesadaran marketing online secara khusus berbasis media sosial. Dalam menghadapi varian produk yang belum terdokumentasi, metode yang dilakukan melalui transfer pengetahuan melalui pelatihan penyusunan katalog produk sehingga dapat mendukung kegiatan promosi. TI yang dimiliki mitra berupa media sosial, belum dimanfaatkan optimal untuk mendisplay varian produk, maka metode yang dilakukan adalah transfer Iptek melalui pelatihan ketrampilan dalam mengelola display katalog produk dan komunikasi pemasaran online. Belum dimanfaatkannya TI untuk mempermudah distribusi bakpia, metode yang dilakukan adalah transfer pengetahuan dan ketrampilan dalam manajemen dan marketing komunikasi yang terintegrasi, sehingga mampu merambah pada segmen kelas menengah.

Dalam pengabdian ini juga mengundang narasumber untuk lebih memperkuat pengetahuan dan ketrampilan mitra dalam menggunakan media sosial sebagai bagian dari manajemen pemasaran mereka. Berikutnya adalah pembuatan *website* agar lebih bisa dipasarkan secara luas dan memperkuat segmentasi pasar, selain dipasarkan secara langsung. Minimnya penguasaan pengetahuan dan ketrampilan mitra dalam pengelolaan manajemen dan komunikasi pemasaran melalui media sosial. Metodenya dengan transfer Iptek untuk pengelolaan manajemen dan komunikasi pemasaran berbasis TI.

Hasil dan Pembahasan

Bakpia Ivan merupakan usaha keluarga yang diwariskan turun-temurun dan sudah belasan tahun. Karyawan yang dimiliki dalam pembuatan Bakpia kurang lebih 7 orang, tetapi salah satu kendalanya adalah beberapa kali mereka *resign*. Sehingga pemilik berusaha mencari pengganti walaupun tidak mudah dan memerlukan waktu. Pekerja rata-rata berasal dari wonosari, mereka berproduksi dari pagi sampai sore. Lalu memasarkan produk mereka ke

penjual di pasar Janten. Pasar Janten merupakan salah satu pasar sebagai tempat distribusi aneka jajanan tradisional, termasuk bakpia. UMKM Bakpia Ivan sudah memiliki penjual tetap, untuk menjual lagi dagangan mereka. Selain itu mereka juga memiliki *reseller* yang langsung menjual pada konsumen di terminal atau pasar-pasar tradisional lain. Hanya saja implementasi pada strategi *integrated marketing komunikasi* yang mampu meningkatkan daya Tarik produk masih belum mumpuni. Sistem pengelolaannya masih sangat sederhana, dengan *direct selling*. Penggunaan *marketing online* masih belum optimal, dikarenakan segmentasi pasar di kalangan menengah ke bawah.

Ada beberapa contoh produk lain dari bakpia Ivan, produk bakpia kering rasa keju. Produk ini jarang untuk dimunculkan mengingat bahan baku produksi yang tidak mudah dan pada umumnya diproduksi hanya sesuai pesanan saja. Seperti contoh produk varian bakpia Ivan berikut ini:



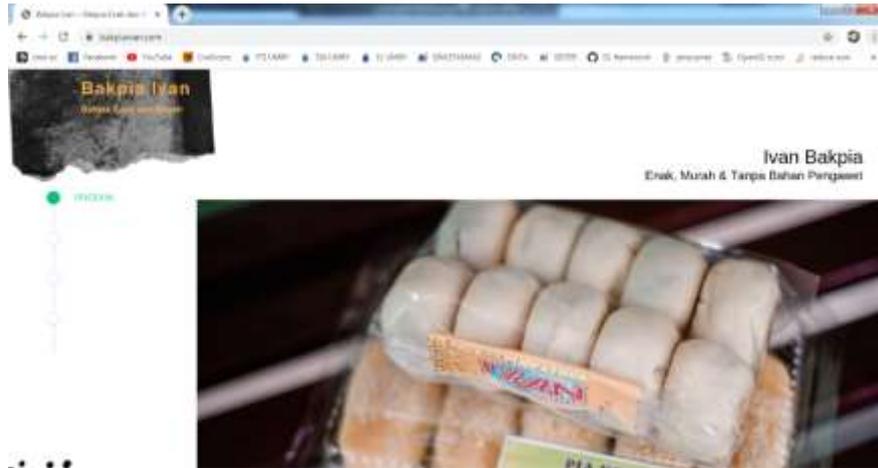
Gambar 1. Bakpia Kering rasa keju dan cokelat

Produk ini menjadi varian produk dari bakpia Ivan. Hanya menurut pemilik bakpia Ivan, penjualannya kurang optimal karena proses produksi yang memakan waktu cukup lama. Keunggulannya, produk ini bisa tahan lama dan didistribusikan ke luar Yogyakarta. Meskipun hingga saat ini, 80% produk bakpia Ivan masih dipasarkan di wilayah Yogya.

Dalam rangka mencapai peningkatan kinerja mitra melalui tata kelola usaha yang lebih baik didukung dengan pemanfaatan TI-media sosial, maka dikembangkan sebuah situs sebagai sarana pemasaran dan juga pemesanan produk bakpia. Situs bakpia IVAN sendiri dibuat ringkas-ringkasnya agar mudah dipahami oleh penggunaannya yaitu pemilik bakpia IVAN.

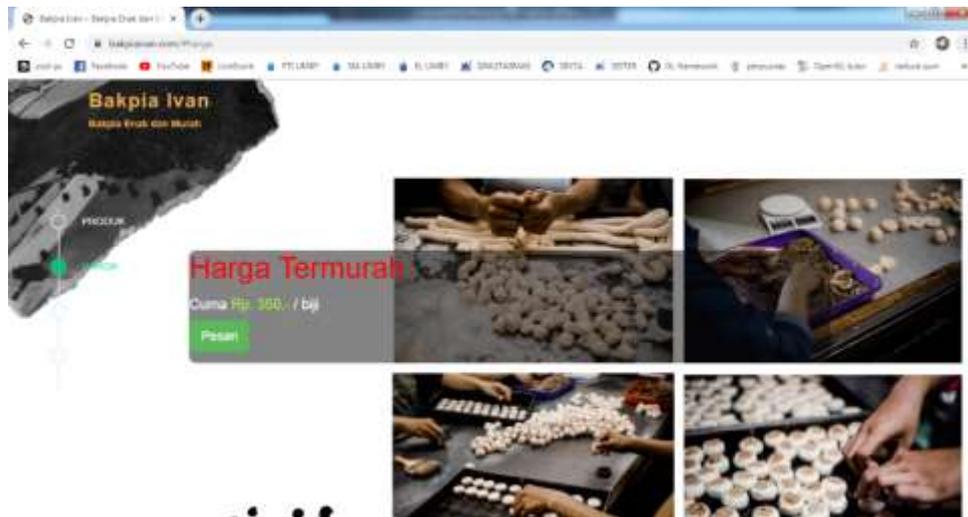
1. Situs Bakpia IVAN

Untuk mengakses situs bakpia IVAN, masukkan alamat situs pada browser yaitu melalui alamat <https://www.bakpiaivan.com/>. Maka akan muncul halaman pertama yaitu halaman tentang Pengenalan **PRODUK** seperti pada gambar berikut:



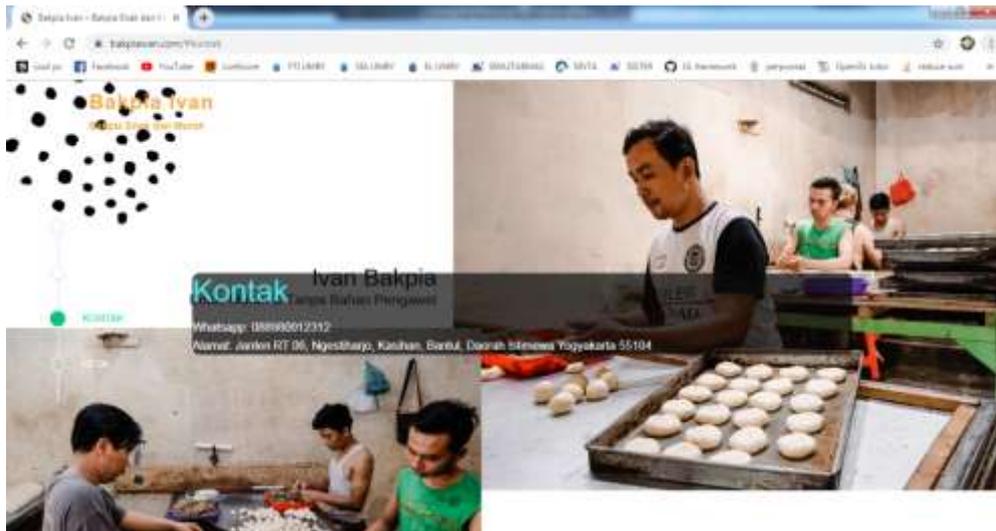
Gambar 2. Page Pengenalan Produk

Pada halaman produk, dapat dilihat terdapat gambar produk bakpia IVAN dan juga poin keterangan tentang keunggulan bakpia IVAN. Selanjutnya, untuk melihat halaman selanjutnya, dapat menekan tombol **pgdn** pada keyboard atau menekan tulisan **HARGA** di sebelah kiri halaman awal. Sehingga, ketika diarahkan akan menuju halaman **HARGA** seperti tampilan berikut:



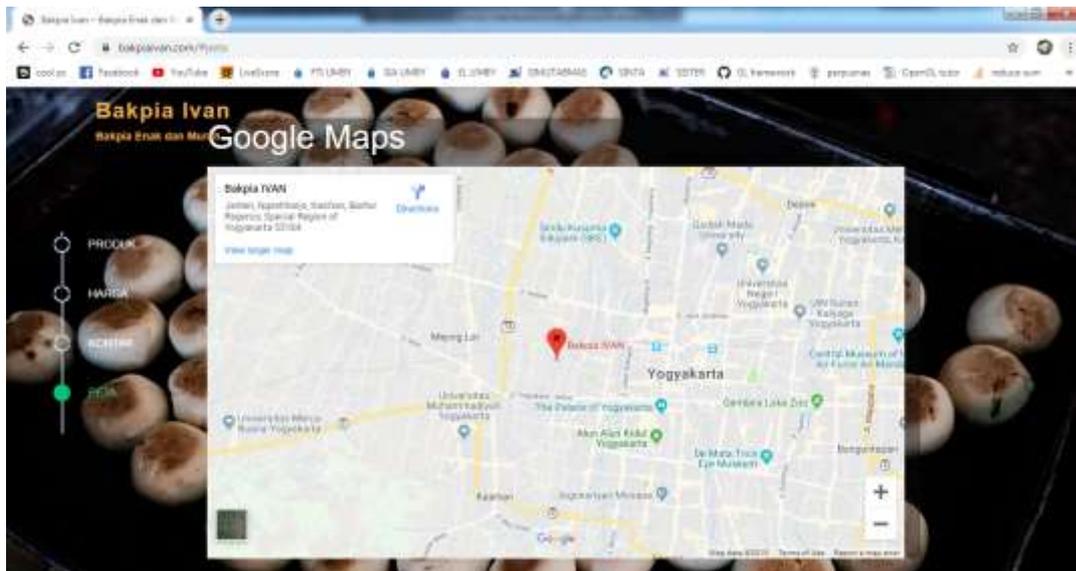
Gambar 3. Page harga Produk

Pada laman harga ini, kita dapat melihat harga dari produk bakpia IVAN, dan pada laman tersebut juga terdapat tombol **Pesan** yang ketika ditekan akan mengarahkan pengunjung situs langsung kepada kontak pesan singkat Whatsapp pemilik bakpia IVAN untuk selanjutnya dapat melakukan pemesanan melalui pesan singkat Whatsapp. Selanjutnya adalah halaman Kontak dan alamat, disini tertera nomor HP pemilik bakpia IVAN dan juga alamat dari rumah produksi bakpia IVAN. Penampakkannya dapat dilihat sebagai berikut:



Gambar 4. Pengenalan Lokasi Rumah Produksi

Yang terakhir adalah halaman **LOKASI**, dimana diselipkan peta yang akan terintegrasi dengan Google Maps sehingga pengunjung dapat langsung melihat arah jika ingin menuju ke rumah produksi bakpia IVAN. Selengkapnya dapat dilihat pada gambar dibawah ini:

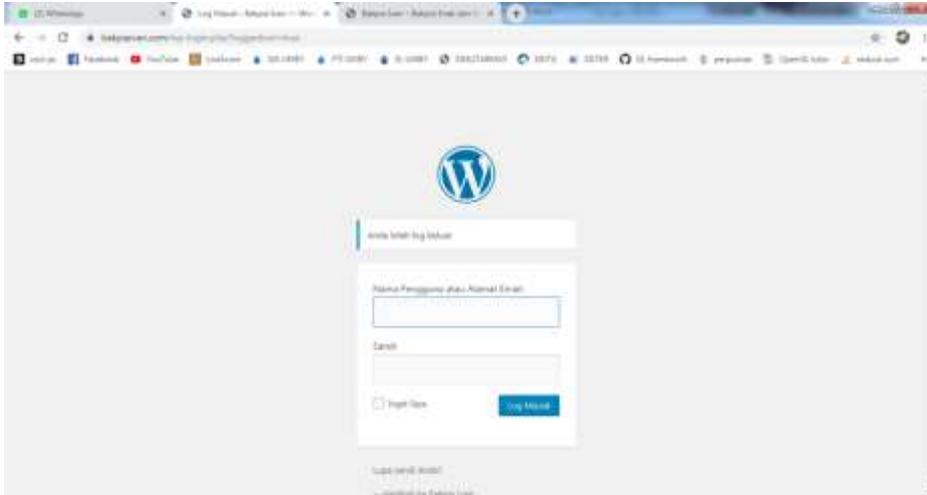


Gambar 5. Peta Lokasi Bakpia Ivan

2. Halaman Admin

2.1. Login

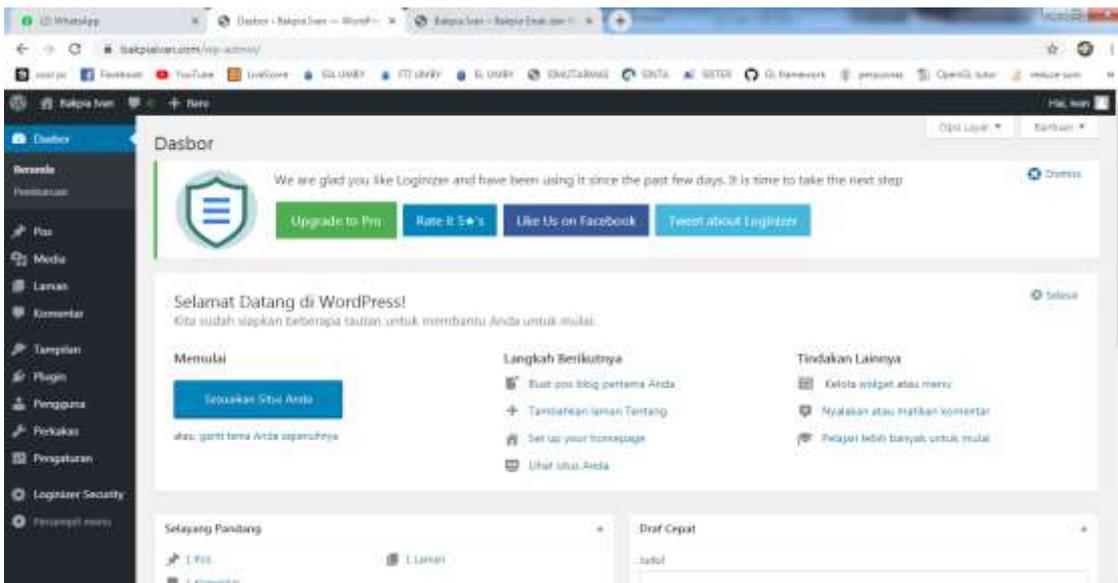
Untuk mengakses halaman admin dapat melalui alamat <https://www.bakpiaivan.com/wp-admin>, kemudian memasukkan username dan password admin. Halaman admin dapat dilihat seperti pada gambar berikut:



Gambar 6. Tampilan Login ke Web Bakpia Ivan

2.2. Beranda

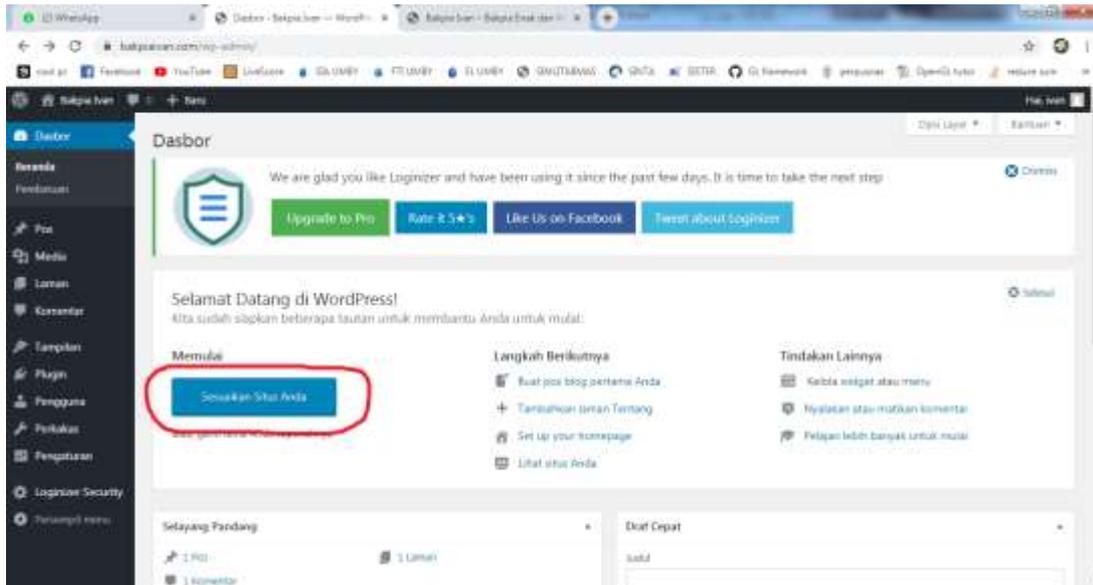
Setelah login menggunakan username dan password pada poin 3.1, pengguna akan masuk ke Beranda dengan tampilan seperti berikut:



Gambar 7. Beranda Website

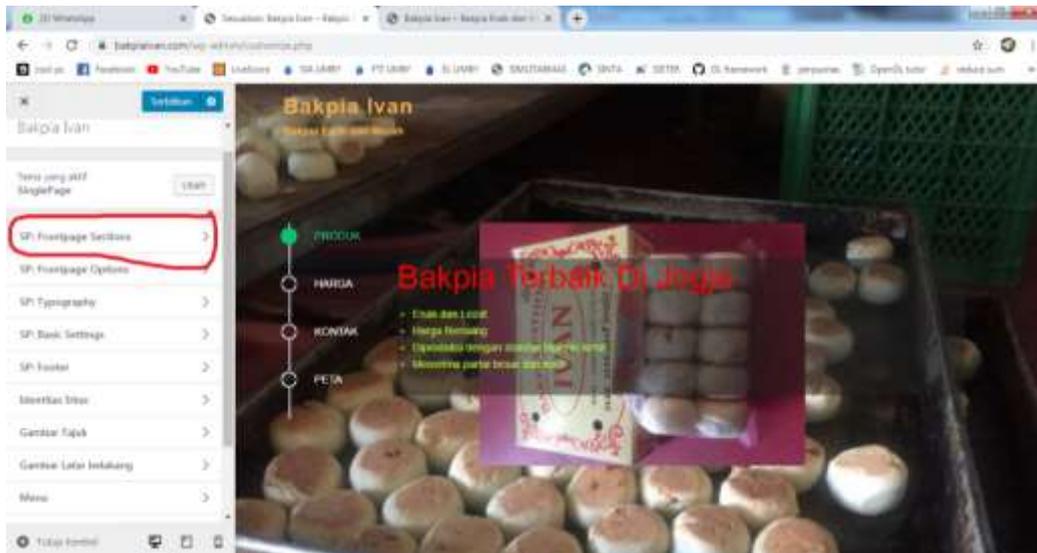
2.3. Kustomisasi

Untuk melakukan kustomisasi pada halaman web bakpia IVAN dapat menekan tombol Sesuaikan Situs Anda seperti pada gambar dibawah:



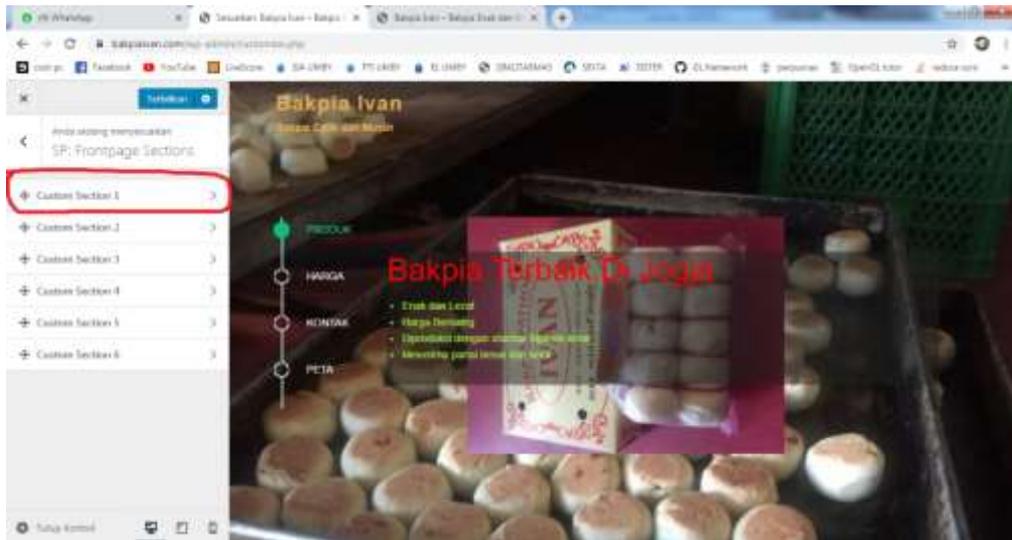
Gambar 8. Kustomisasi

Setelah itu akan muncul gambar berikut:



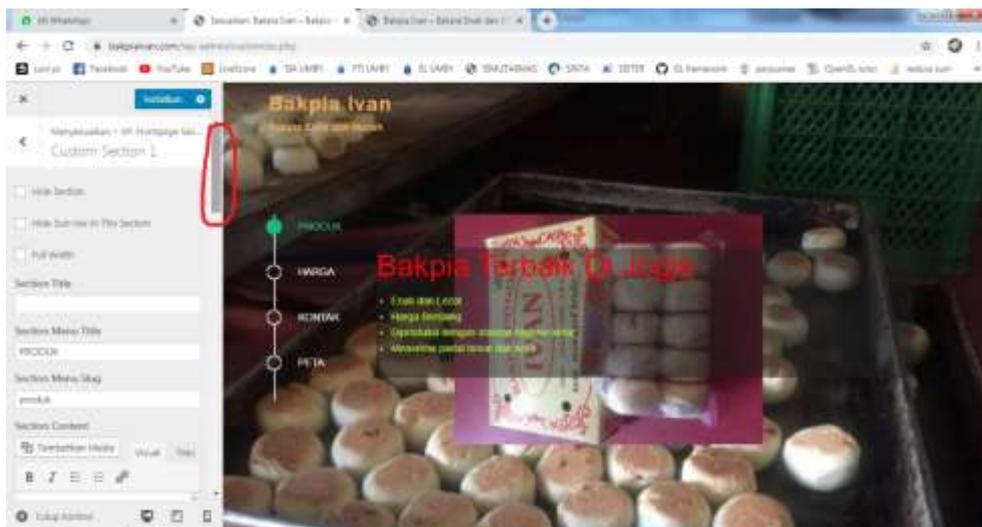
Gambar 9. Frontpage Section

Tekan pada SP: Frontpage Sections, maka akan tampil halaman seperti pada gambar berikut ini:

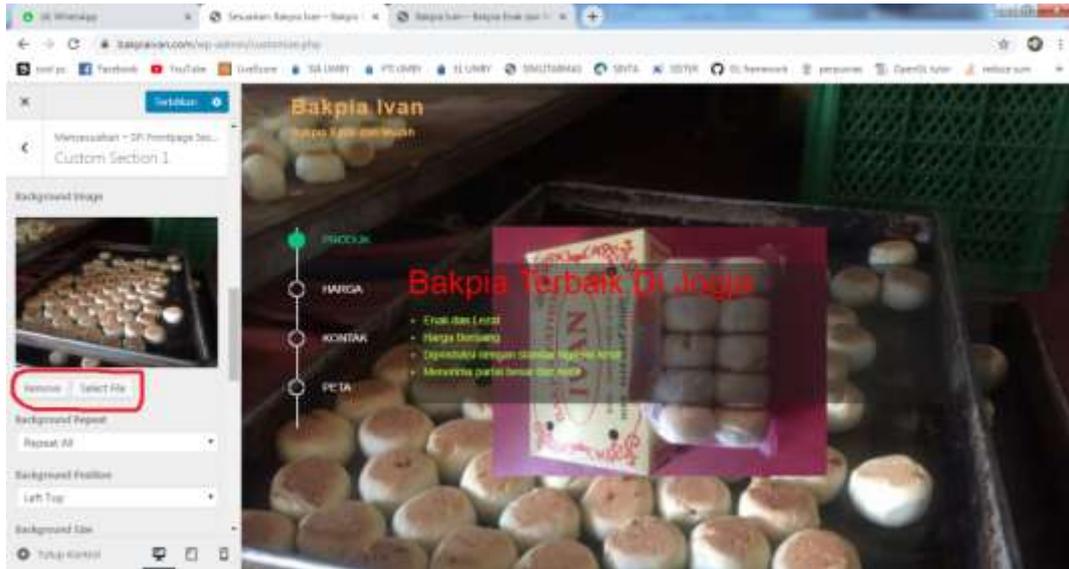


Gambar 10. Custom Section 1

Setelah itu tekan pilihan Custom Section 1 yang pada situs bakpia IVAN merupakan sections **PRODUK**. Dan jika ditekan akan menuju pada laman seperti dibawah ini:



Gambar 11. Section Produk



Gambar 12. Select Files

Pada halaman di gambar diatas, kita bisa melakukan perubahan pada judul section, background dan lain sebagainya. Pengguna bisa scroll kebawah untuk melakukan perubahan pada konten di situs halaman. Pembuatan website ini sekaligus sebagai langkah awal untuk mengenalkan bakpia ivan, website termasuk dalam situs jejaring sosial yang menampilkan halaman pengguna serta bisa mengundang audiens untuk bergabung atau melakukan interaksi. Jika dalam hal ini adalah pemesanan bakpia ivan. Di sisi lain foto produk masih menjadi kekurangan mengingat setting atau layout harus dipersiapkan dengan baik agar dapat menarik minat konsumen.

Dalam proses pemasaran, juga perlu didukung dengan bentuk pemasaran luar ruang. Maka ketika melihat kondisi di lapangan, kami berinisiatif untuk membuat dan memasang neon box karena selama ini hanya dipasang banner sederhana. Tempat produksi yang masuk ke dalam gang, membutuhkan semacam petunjuk atau informasi yang bisa diakses ketika calon konsumen melalui jalan tersebut. Beberapa langkah dalam *website* tersebut sebagai bentuk pengenalan produk, lokasi produksi dan juga untuk pemesanan secara *online*. Pelatihan berkaitan dengan penggunaan *website* dilakukan secara bertahap sembari mengembangkan dan mengupdate produk bakpia ivan di Instagram.

Kesimpulan

Manajemen usaha berbasis media sosial menjadi bagian yang penting di tengah persaingan yang begitu kompetitif terutama pada industri bakpia sebagai bagian dari industri khas Kota Yogyakarta. Yogyakarta yang dikenal dengan oleh- oleh Bakpianya didiami oleh ratusan pengusaha Bakpia dengan modal besar dan modal yang cukup. Belum lagi maraknya oleh- oleh yang dibackup oleh artis- artis ibu kota membuat bakpia dengan industri rumahan perlu

berjuang keras agar tetap bisa konsisten dan mampu merambah pasar yang lebih luas. Bakpia Ivan menasar segmentasi kelas menengah ke bawah tapi tidak menutup kemungkinan dengan menggunakan marketing online maka bisa memperluas segmentasi pasar, tanpa mengubah bahan baku. Kekuatan lain yang dimiliki oleh bakpia Ivan adalah dari kederhanaan merk dan packaging yang dibuat untuk menyesuaikan dengan segmentasi pasar mereka, nama Ivan diambil dari nama keluarga sehingga kekuatan lain berkaitan dengan stakeholder juga perlu dijaga. Pasar Janten sebagai salah satu tempat distribusi produk tersebut bisa dioptimalkan misal dengan menambah relasi dengan pedagang. Di sisi lain, relasi dengan reseller yang melakukan direct selling juga mampu memperluas pasar dengan segmentasi kelas menengah ke bawah. Bentuk kesederhanaan design bisa terus dipertahankan supaya branding yang sudah ada di benak konsumen tidak berangsur hilang. Tetapi rebranding juga perlu dilakukan salah satunya dengan memperbaharui kemasan dari yang sebelumnya telah dimiliki.

Ucapan Terima Kasih

Pengabdian Kemitraan Masyarakat ini mendapat dukungan penuh dari Kemenristekdikti, LPPM Universitas Mercu Buana Yogyakarta, Fakultas Ilmu Komunikasi & Multimedia, Fakultas Teknik Informatika serta UMKM Mitra “Bakpia Ivan”. Oleh karena dorongan motivasi dari pihak-pihak tersebut kami mengucapkan terimakasih sedalam – dalamnya atas kesempatan dan waktu yang diberikan untuk berpartisipasi dan terlibat bersama. Semoga dukungan yang diberikan dalam bentuk materiil dan moril mampu memberikan manfaat bagi mitra dalam meningkatkan manajemen usaha berbasis media sosial dan juga marketing online.

Daftar Pustaka

- Almoawi, A and Mahmood, R (2010), Applying The Role Model In Determining The E-Commerce Adoption On SME In Saudi Arabia, *Asian Journal Of Business And Management Service*, Vol. 1. No. 7, pp: 12-24
- Botswana, *International Journal of Emerging Technologies and Society*, Vol. 8, No. 1 FEB-UKSW, 14 Desember 2012
- Kotler, Kertajaya & Setiawan (2017). *Marketing 4.0 Moving from Traditional to Digital*. John Willey & Son.Inc. New Jersey.
- Krisdartiwi, M (2008), *Pembukuan Sederhana Untuk UKM*, Media Presindo, Yogyakarta
- Olatokun, W and Kebonye, M (2010), e-Commerce Technology Adoption by SMEs in Priansa, Donni. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*. Pustaka Setia. Bandung
- Putra, HA, Kurniawati, PE, (2012), dalam Proceeding For Call Paper Pekan Ilmiah Dosen Tjiptono & Chandr. (2012). *Pemasaran Global Konteks Offline dan Online*. UPP STIM YKPN. Yogyakarta
- Widjaja, Bernand. (2009). *Lifestyle Marketing*. Gramedia. Jakarta

www.bakpiaivan.com akses 8 Agustus 2019

<https://www.koranbernas.id/ini-uniknya-bakpia-kukus-tugu-jogja> akses 10 Agustus 2019

Hasil Wawancara dengan Mitra, Dwi Suprpti, 30 Juli 2019 di rumah produksi Desan Janten, Bantul

Metode Komposting Dalam Pemanfaatan Limbah Daun Bawang Merah Di Desa Pasir

Shofia Nur Awami^{*1}, Renan Subantoro¹, dan Sri Mulyo Bondan Respati²

¹ Fakultas Pertanian Universitas Wahid Hasyim

² Fakultas Teknik Universitas Wahid Hasyim

Jl. Menoreh Tengah X No. 22 Sampangan Semarang (024) 8505680

Email: shofifaperta@unwahas.ac.id

Abstrak

Daerah penghasil bawang merah terbanyak di Kabupaten Demak adalah di Kecamatan Mijen, serta salah satu desa sentra di Kecamatan Mijen adalah Desa Pasir. Permasalahan yang dihadapi sebagian masyarakat Desa Pasir yakni limbah daun bawang merah belum dimanfaatkan secara optimal. Limbah bawang merah semakin melimpah pada saat panen raya. Metode kegiatan pengabdian ini adalah (i) survey dengan melakukan pengamatan dan analisis, (ii) kegiatan pelatihan dan penyuluhan pemanfaatan limbah daun bawang merah yang berlimpah menjadi kompos, (iii) memberikan pengetahuan serta pelatihan mengenai cara berbudidaya tanaman sayur dengan media kompos dari limbah daun bawang merah. Hasil program kegiatan adalah 1) petani dapat memilah sampah, 2) pelatihan pengolahan limbah daun bawang merah menjadi kompos, menggunakan dua (2) sistem/cara, dan 3) penggunaan kompos daun bawang merah sebagai media tanam serta budidaya tanaman secara vertikultur.

Kata Kunci: Limbah; bawang merah; kompos.

Pendahuluan

Kabupaten Demak merupakan salah satu daerah produsen bawang merah di Propinsi Jawa Tengah, serta menempati posisi kedua setelah Kabupaten Brebes. Salah satu daerah penghasil bawang merah terbanyak di Kabupaten Demak selama tiga tahun terakhir pada tahun 2014-2016 adalah di Kecamatan Mijen, yang memiliki luas lahan 6.218 Ha, produksi sebesar 599.053 kuintal, serta produktivitas sebesar 96,34 ku/Ha pada tahun 2016 (Dinas Pertanian Kabupaten Demak, 2016). Sementara Desa Pasir yang termasuk dalam wilayah administrasi Kecamatan Mijen, merupakan salah satu desa di Kecamatan Mijen yang rutin mengusahakan bawang merah di tiap musim tanam. Luas lahan yang diusahakan untuk menanam bawang merah seluas 505,65 Ha dengan hasil panen sebesar 5.966,4 ton. Desa Pasir terletak paling barat di wilayah Kecamatan Mijen, berbatasan dengan wilayah Kecamatan Wedung, memiliki luas wilayah sebesar 929 Ha, serta berada pada ketinggian 3 meter diatas permukaan laut. Pada tahun 2017, jumlah penduduk Desa Pasir sebanyak 8.727 jiwa, sehingga menjadikan Desa Pasir sebagai desa terpadat di wilayah Kecamatan Mijen (Pemerintah Desa Pasir, 2017).

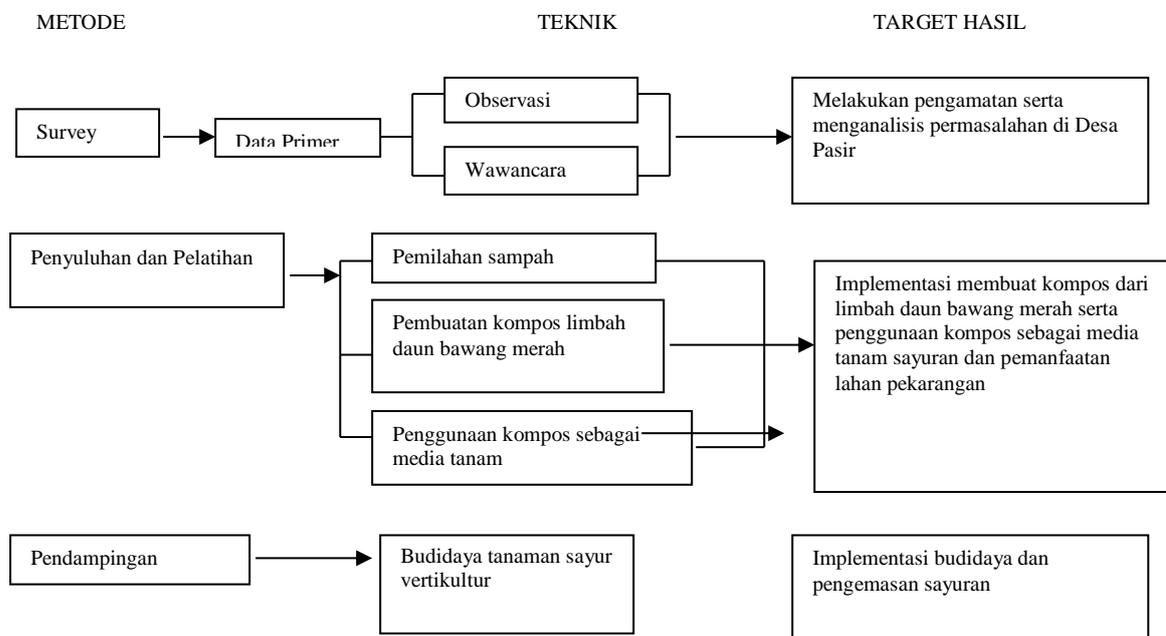
Menurut Setyorini (2018), dalam penelitiannya menyampaikan bahwa rata-rata total biaya yang dikeluarkan untuk berusahatani bawang merah di Desa Pasir sebesar Rp. 49.663.000,-/Ha/MT, sementara rata-rata pendapatan dari berusahatani bawang merah dapat mencapai

Rp. 44.690.000,-/Ha/MT, dengan status kepemilikan lahan milik sendiri. Bawang merah sebagai komoditas utama yang diusahakan petani di Desa Pasir, dibudidayakan tiga kali musim tanam dalam setahun. Tingginya tingkat produksi bawang merah di Desa Pasir menimbulkan masalah lain, diantaranya limbah daun bawang merah pada saat panen raya. Sebagian petani setempat membuang limbah daun bawang merah ke TPS (Tempat Pembuangan Sampah) yang terletak di sebelah barat desa. Banyaknya limbah daun bawang merah yang dibuang serta setiap periode 3 bulanan terjadi penimbunan limbah, maka timbunan limbah semakin banyak dan timbunan limbah daun bawang masih tercampur dengan sampah rumah tangga baik organik maupun anorganik. Masyarakat yang membuang sampah tidak melakukan pemilahan terlebih dahulu, serta jarang memanfaatkan limbah daun bawang merah atau mengolahnya dalam bentuk lain. Limbah daun bawang merah termasuk dalam sampah organik yang menimbulkan bau busuk yang menyebabkan polusi udara, dapat pula mengontaminasi air dan tanah apabila tidak bisa dikelola dengan baik serta mengurangi nilai estetika lingkungan. Limbah daun bawang merah yang tercampur dengan limbah rumah tangga ataupun plastik, akan mengganggu kehidupan dan aktivitas masyarakat di Desa Pasir.

Guna penanganan limbah daun bawang serta mengoptimalkan penggunaan lahan pekarangan di sekitar rumah, menambah nilai estetika dan kenyamanan udara di sekitarnya, maka dapat disimpulkan beberapa hal yang dibutuhkan mitra, antara lain: 1. Perlu adanya penanganan limbah daun bawang merah yang melimpah pada saat panen raya. 2. Anggota kelompok tani membutuhkan pengetahuan mengenai sistem/metode pengolahan limbah daun bawang untuk diolah menjadi kompos, 3. Tahapan selanjutnya, perlu adanya pelatihan dalam pengolahan limbah daun bawang menjadi kompos dan penggunaan kompos tersebut sebagai media tanam ataupun sebagai pupuk tanaman.

Metode Pelaksanaan

Gambar 1. Metode Pelaksanaan Program



Kelompok tani yang dilibatkan dalam kegiatan pengabdian ada 2 kelompok yaitu Tani Makmur dan Tani Jaya. Cara pengomposan limbah daun bawang yang diterapkan ada dua macam, yaitu: dengan sistem pembuatan lubang pada tanah dan sistem pengomposan di drum/ember. Adapun alat mesin serta bahan yang diperlukan dalam rangkaian kegiatan ini, terperinci dalam Tabel 1.

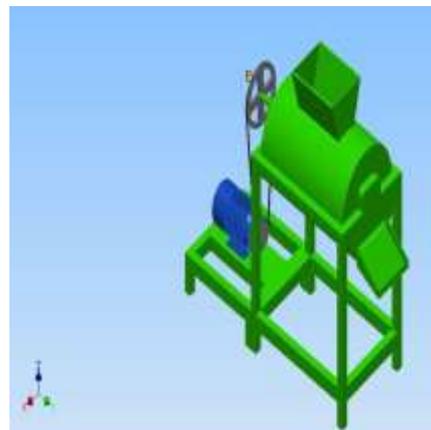
Tabel 1. Daftar Kegiatan beserta Alat dan Bahan yang digunakan

No	Jenis Kegiatan	Alat dan Bahan
1	Kompos Limbah Daun bawang merah	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mesin Pencacah/Perajang Rumput 2. Drum/ember besar (sudah dimodifikasi) 3. EM4 4. Limbah daun bawang merah (Kering atau basah) 5. Sprayer 6. Plastik UV 7. Bekatul/Dedak
2	Budidaya Tanaman sayur secara vertikal	<ol style="list-style-type: none"> 1. Botol air mineral ukuran 1 liter/ botol lainnya 2. Vertilon (Pralon yang dimodifikasi) 3. Kawat/Tali benang
3	Pengemasan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sealer 2. Plastik kemas

Sumber: dokumen penulis

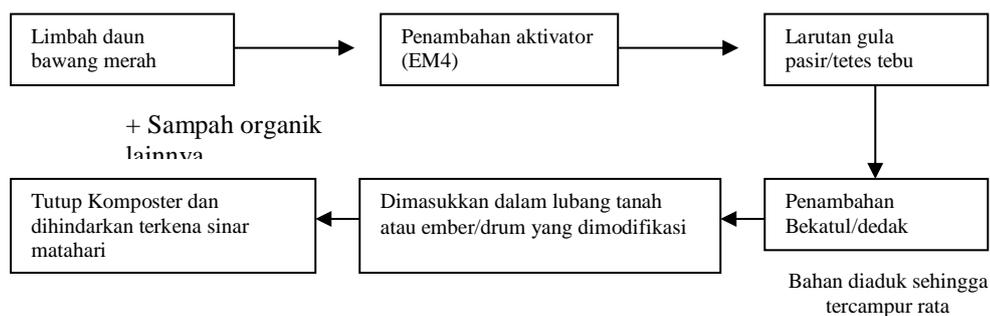
Gambaran alat pencacah daun bawang merah sebagai berikut:

Gambar 1. Alat Pencacah Limbah Daun Bawang Merah



Sumber: dokumen penulis

Cara pembuatan kompos dari limbah daun bawang merah, sesuai bagan alir berikut ini:



Sumber: dokumen penulis

Hasil dan Pembahasan

A. Penyuluhan dan Pelatihan Kompos Bagi kelompok Tani Di Desa Pasir Kecamatan Mijen Kabupaten Demak

Kegiatan diawali dengan survey dan koordinasi awal, dengan perwakilan Kelompok tani Tani Jaya dan Tani makmur. Rangkaian kegiatan yang dilaksanakan Tim Pelaksana, diantaranya penyuluhan dan pelatihan kompos limbah daun bawang merah, dilanjutkan dengan membuat media tanam di lahan pekarangan. Penyuluhan diantaranya menyampaikan materi pemilahan sampah dan pengkomposan limbah daun bawang merah kepada anggota kelompok tani. Terdapat 2 metode/sistem dalam membuat kompos limbah daun bawang merah, yaitu 1. Sistem lubang di tanah, dan 2. Sistem komposter aerob (menggunakan ember/drum yang dimodifikasi). Pada sistem proses pengkomposan yang ke-2, yaitu sistem komposter aerob, akan diperoleh dua produk yang bermanfaat, yaitu pupuk organik cair susulan (POCS) dan pupuk padat (kompos). Pupuk cair dikeluarkan melalui kran bagian bawah komposter dan dapat langsung dimanfaatkan sebagai pupuk tanaman dengan menyiramkan pada tanah di sekitar tanaman. Sementara pupuk padat (kompos) yang diperoleh perlu dikering anginkan dahulu sebelum digunakan. Gambaran pelaksanaan kegiatan dapat dilihat pada Gambar 2 hingga Gambar 7.

Gambar 2. Survey dan Koordinasi awal dengan Anggota Kelompok Tani



Gambar 3. Penyampaian Materi Pemilahan Sampah dan Kompos Limbah Daun Bawang Merah



Sumber: dokumen penulis

Gambar 4. Persiapan Membuat Lubang Pengkomposan pada Tanah



Sumber: dokumen penulis

Gambar 5. Praktik Membuat Kompos Limbah Daun Bawang Merah



Gambar 6. Proses Pemberian Aktivator/EM4 serta bahan tambahan lainnya



Gambar 7. Praktik Membuat Kompos Menggunakan Media Ember/ Drum



Sumber: dokumen penulis

B. Pelatihan Budidaya Tanaman Sayur di Lahan Pekarangan

Rangkaian kegiatan selanjutnya adalah pelatihan budidaya tanaman sayur guna memanfaatkan lahan pekarangan. Kondisi wilayah yang merupakan desa terpadat, berdampak pada pemilikan lahan pekarangan. Rata-rata lahan pekarangan masyarakat Desa Pasir merupakan lahan pekarangan yang sempit, serta sering difungsikan sebagai tempat menjemur bawang merah pada saat musim panen. Sehingga konsep sistem budidaya tanaman yang diterapkan adalah budidaya tanaman secara vertikultur, dengan memanfaatkan botol bekas air mineral serta menggunakan pralon yang dimodifikasi (vertilon).

Budidaya tanaman sayur menggunakan media kompos, hasil dari pengomposan limbah daun bawang merah. Botol bekas air mineral dilubangi dalam 2 bentuk, secara vertikal dan horizontal. Tanaman yang dibudidayakan dalam kegiatan adalah sawi dan seledri. Hasil dari pemanfaatan lahan pekarangan yang sempit dengan budidaya secara vertikultur diantaranya

dapat dikonsumsi rumah tangga petani ataupun dapat dijual. Agar tampilan produk sayuran yang dijual tampak bagus, maka petani dapat melakukan pengemasan terlebih dahulu. Gambaran kegiatan selanjutnya dapat dilihat pada Gambar 8 sampai Gambar 11.

Gambar 8. Penyampaian Materi Budidaya Tanaman Sayur di Lahan Pekarangan



Gambar 9. Proses Mengisi Media Tanam pada Botol Bekas Air Mineral



Sumber: dokumen penulis

Gambar 10. Praktik Menanam Sayur di Media Vertilon



Gambar 11. Foto bersama Anggota Kelompok tani se usai Praktik



Sumber: dokumen penulis

Berdasarkan pengamatan dan interaksi/diskusi dengan Kelompok Tani “Tani Jaya” dan “Tani Makmur”, menunjukkan bahwa anggota kelompok sangat senang, serta terbantu dengan adanya kegiatan pendampingan yang dilakukan oleh Tim Pelaksana Kegiatan. Masalah yang dihadapi adalah limbah daun bawang merah yang berlimpah, belum dimanfaatkan serta mengganggu lingkungan sekitar. Dengan adanya kegiatan pendampingan, diharapkan anggota kelompok menemukan solusi terhadap masalah tersebut. Hal tersebut dapat dilihat dari semangat dan antusias kelompok tani dalam melaksanakan setiap tahap kegiatan yang dilaksanakan.

Simpulan

Target atau hasil kegiatan ini adalah pemberdayaan kelompok tani Desa Pasir Kecamatan Mijen melalui kegiatan sosialisasi dan pelatihan pengolahan limbah daun bawang merah menjadi kompos, guna mengurangi limbah daun bawang merah pada saat panen raya. Berdasarkan hasil kegiatan, anggota kelompok tani dapat membuat kompos dari daun bawang merah dengan dua metode, yaitu menggunakan lubang di tanah atau dengan metode komposter aerob. Selanjutnya menggunakan hasil pengomposan sebagai media tanam budidaya sayuran.

Adapun saran yang diajukan yakni diharapkan petani dapat memilah sampah atau limbah terlebih dahulu, baik organik ataupun anorganik. Sehingga dalam aplikasi kedepannya, setiap anggota kelompok dapat mempraktekkan di lingkungan sekitar rumah.

Ucapan Terima Kasih

Terimakasih untuk Kemenristekdikti yang telah mendanai kegiatan pengabdian di tahun 2019. Terimakasih kepada anggota kelompok tani “Tani Jaya” dan “Tani Makmur”, LSM Desa Pasir, yang sudah berkenan bekerjasama. Terimakasih kepada Tim pelaksana dan tim mahasiswa (Inti Qoun Naja, Inayah Rahmawati Putri U, Muh. Masdar Isbulloh). Serta kepada semua pihak yang telah membantu terlaksananya kegiatan pengabdian ini.

Daftar Pustaka

- Demak. Dinas Pertanian Kabupaten Demak. (2016). *Data Produksi Bawang Merah di Kabupaten Demak*. Demak: Author.
- Glio, M. Tosin. (2017). *Vertikultur Bertanam Sayuran Di Lahan Terbatas*. Jakarta. PT. AgroMedia Pustaka.
- Iksan, Sentot Burhanudin. (2010). *Teknologi Praktis untuk Petani Mandiri*. Al- Ajd’a Press. Yogyakarta.
- asir. Pemerintah Desa Pasir. (2017). *Profil Desa Pasir*. Pasir Kabupaten Demak.
- Setyorini, Dewi Tri. (2018). *Analisis Pendapatan Usahatani Bawang Merah (Allium ascalonicum L.) (Studi Kasus Pada Kelompok Tani Jaya Desa Pasir Kecamatan Mijen Kabupaten Demak)*. Unpublished thesis, Fakultas Pertanian Universitas Wahid Hasyim, Semarang.
- Suryati, Teti. (2014). *Bebas Sampah dari Rumah; Cara Bijak Mengolah Sampah Menjadi Kompos dan Pupuk Cair*. Jakarta. PT. AgroMedia Pustaka.
- Suwahyono, Untung. (2014). *Cara Cepat Buat Kompos dari Limbah*. Jakarta. Penebar Swadaya.

PKM Kelompok Industri Rumah Tangga Kacang Mete Di Dusun Mojolegi Desa Karang Tengah Kecamatan Imogiri Kabupaten Bantul DIY

Sriyadi⁽¹⁾, Eni Istiyanti^{2*}

⁽¹⁾ Staf Pengajar Prodi Agribisnis Fak. Pertanian UMY

⁽²⁾ Staf Pengajar Prodi Agribisnis Fak. Pertanian UMY

Email: sriyadi_s@yahoo.co.id

Abstrak

Dusun Mojolegi Desa Karangtengah Kecamatan Imogiri mempunyai potensi yang cukup menonjol pada komoditas Jambu Mete dengan Luas tanam sekitar 100 ha. Hasil olahan jambu mete yang sudah berkembang yaitu kacang mete. Permasalahan yang dihadapi mitra yaitu (i) tingkat kerusakan kacang mete cukup tinggi (30%) dan waktu yang dibutuhkan untuk pemapasan karena menggunakan alat pengupas biji mete manual; (ii) pemasaran kacang mete yang masih sangat tradisional menjual kalau ada pesanan. Solusi dan target luaran yang dicapai yaitu (i) fasilitasi alat pengupas biji mete yang mudah serta praktis; (ii) fasilitasi web pemasaran kacang mete. Metode yang dipakai untuk mencapai tujuan yaitu (i) transfer teknologi tepat guna berupa alat pengupas kacang mete; (ii) transfer teknologi web pemasaran kacang mete, dan (iii) monitoring dan evaluasi kegiatan. Hasil pengabdian menunjukkan bahwa fasilitasi atau pelatihan penggunaan alat pengupas biji mete dan pemasaran kacang mete beserta pakcinging diikuti dengan antusias oleh para pengrajin. Kepada para pengrajin diserahkan bantuan berupa 2 alat mesin pengupas biji mete, 10 pisau pengupas biji mete dan 15 paket plastik stiker. Perlu pendampingan oleh pemerintah dan perguruan tinggi yang berkesinambungan demi berhasilnya penggunaan mesin pengupas biji mete beserta pemasarannya.

Kata Kunci: Kacang Mete, Web Pemasaran, Transfer Teknologi

PENDAHULUAN

Tanaman jambu mete atau sering disebut jambu monyet (*Anacardium Occidentale*) merupakan tanaman buah yang umumnya dimanfaatkan buah dan bijinya. Buah jambu mete merupakan tangkai buah yang mengalami penggelembungan dan menjadi buah semu yang lunak. Teksturnya seperti buah peer dengan warna kuning dan sedikit noda kemerahan. Rasanya manis sepat, berair dan berserat. Biji bulat panjang, melengkung pipih dan berwarna coklat tua, yang sering disebut kacang mete (Karmawati, 2008)

Tanaman jambu mete merupakan tanaman yang berkembang di Indonesia dan cukup menarik perhatian karena 1) tanaman jambu mete dapat ditanam di lahan kritis sehingga berfungsi sebagai tanaman konservasi 2) merupakan komoditas ekspor sehingga pasarnya luas 3) kontribusi mete Indonesia di tingkat dunia masih rendah yaitu 6,3% (Indrawanto, 2008)

Jambu mete merupakan komoditas yang tak kalah pentingnya dibanding dengan tanaman tahunan lainnya dan merupakan bagian dari kehidupan masyarakat Indonesia, karena hasil

tanaman tersebut dapat dimanfaatkan baik untuk pemenuhan kebutuhan dalam negeri juga sumber devisa negara. Disamping itu juga dapat menyerap tenaga kerja untuk mendorong pertumbuhan pada sentra-sentra ekonomi baru di wilayah pengembangan (Direktorat Jendral Perkebunan, 2015). Jambu mete dalam bentuk gelondongan mete merupakan jenis komoditi yang banyak diekspor ke negara Vietnam dan India dengan pangsa pasar terbesar adalah India sebesar 61,7 %, Vietnam 26,7 %, Belanda 3,1 %, Turki 1,4 %, Amerika Serikat 12,4 % (Nurdiyah et al. 2014).

Kacang mete merupakan hasil pengolahan pasca panen dari biji jambu mete. Tahapan untuk memperoleh kacang mete diawali dengan pemecahan cangkang, pemisahan dari kulit cangkang, pelepasan kulit ari dan pengeringan. Rendemen kacang mete berkualitas A rata-rata 25% atau 1 kg biji jambu mete (mete gelondong) bisa menjadi 0,25 kg kacang mete (Listiyati, 2011).

Sebagian besar petani mete menjual biji mete kepada pengrajin kacang mete. Pengrajin kacang mete di Dusun Mojolegi tergabung dalam Kelompok Industri Rumah Tangga Taman Mojo. Salah satu Kelompok Industri Rumah Tangga Kacang Mete Taman Mojo terletak di RT 01 Dusun Mojolegi. Anggota kelompok berjumlah 10 orang dengan ketua Bapak Sugiyo. Kapasitas produksi tiap anggota berkisar 8 - 10 kg kacang mete/hari. Fasilitas produksi yang dimiliki tiap anggota yaitu kecil (alat pengupas manual) satu unit, ember, tampah dan sarung tangan.

Pengupasan biji mete yang dilakukan oleh pengrajin selama ini menggunakan alat pengupas yang masih manual dengan pisau, sehingga mengakibatkan kualitas dan kuantitas belum bisa maksimal. Dilihat dari waktu yang dibutuhkan, membutuhkan waktu yang cukup lama yaitu untuk mengupas 1 kg biji mete dibutuhkan waktu 30 menit dan hasil kupasanya sekitar 30 % tidak memenuhi standar sehingga tidak dapat dijual. Selama ini kacang mete yang dihasilkan hanya untuk memenuhi pesanan para konsumen saat punya hajatan atau hari raya idul fitri. Keadaan ini terjadi karena terbatasnya pengetahuan para pengrajin tentang pemasaran. Sehingga perlu mesin pengupas biji mete untuk meningkatkan produktivitas dan sistem pemasaran yang bagus untuk bisa meningkatkan nilai tambah.

METODE PELAKSANAAN

A. Transfer/alih Teknologi Tepat Guna

Transfer teknologi tepat guna berupa alat pengupas biji mete dan pemasaran Kacang Mete merupakan solusi dari permasalahan yang dihadapi mitra dalam meningkatkan kualitas dan kuantitas kacang mete serta meningkatkan omzet penjualan sehingga dapat meningkatkan pendapatan petani dan pengrajin, dilakukan dengan cara:

1. Penyuluhan dan Diskusi

Kegiatan ini dilakukan dengan mengumpulkan pengrajin anggota kelompok pengrajin mitra di rumah salah satu anggota untuk mengikuti penyuluhan, ceramah dan diskusi tentang pengupasan biji mete serta pemasaran kacang mete melalui web. Materi pelatihan

meliputi penanganan pasca panen (pengupasan) biji mete, dan pemasaran melalui web. Setelah penyuluhan dilanjutkan dengan praktek

2. Demonstrasi dan Praktek

Kegiatan dilakukan di rumah salah satu anggota pengrajin mitra yaitu rumah Bapak Sugiyo yang beralamat di RT 01 Dusun Mojolegi Desa Karang Tengah. Demonstrasi dan praktek pengupasan biji mete menggunakan alat pengupas yang dapat mengurangi kerusakan produk dan mempercepat waktu pengupasan sehingga dapat meningkatkan kualitas dan kuantitas kacang mete. Demonstrasi juga dilakukan pada penggunaan web pemasaran.

B. Monitoring dan Evaluasi Kegiatan

1. Evaluasi Sebelum Pelaksanaan Kegiatan

Indikator yang digunakan meliputi kesanggupan dan kemampuan mitra (pengrajin kacang mete) untuk mengikuti kegiatan yang akan dilakukan, dan kerjasama terkait pelaksanaan transfer teknologi alat pengupas biji mete dan pemasaran menggunakan web.

2. Evaluasi Selama Kegiatan Berlangsung

Indikator yang digunakan meliputi pemahaman mitra terhadap materi kegiatan, kemauan dan motivasi untuk mengimplementasikannya agar mencapai hasil yang maksimal.

3. Evaluasi Setelah Kegiatan Selesai

Indikator yang digunakan meliputi minat dan kemampuannya untuk dapat melanjutkan hasil transfer/alih Teknologi Tepat Guna, pelatihan serta pembinaan sehingga dapat meningkatkan daya saing produk.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Pelatihan Pengoperasian Mesin Pengupas Biji Mete

Kegiatan pelatihan pengoperasian mesin pengupas biji mete ini sesuai dengan perencanaan awal dari hasil survei ke tempat lokasi dengan melihat dan memperhatikan serta meminta masukan saran dan berbagai pertimbangan dari masyarakat, kelompok pengrajin kacang mete Taman Mojo di Dusun Mojolegi Desa Karangtengah Kecamatan Imogiri Kabupaten Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta.

Salah satu potensi yang ada di Dusun Mojolegi Desa Karangtengah Kecamatan Imogiri Kabupaten Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta adalah tanaman buah mete, berkaitan dengan potensi tanaman buah mete masyarakat telah memanfaatkan biji buah mete untuk dijadikan makanan kecil berupa kacang mete. Selama ini para pengrajin dalam memproduksi biji mete atau mengupas biji mete menjadi kacang mete masih menggunakan alat yang sangat sederhana. Bermula dari keadaan yang seperti itu peneliti menawarkan alat atau mesin pengupas biji mete kepada para pengrajin mete Taman Mojo di Dusun Mojolegi Desa Karangtengah Kecamatan Imogiri Kabupaten Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta. Ternyata tawaran tersebut disambut baik oleh pengrajin kacang mete Taman Mojo. Berkenaan dengan hal tersebut supaya para pengrajin bisa menggunakan dan memanfaatkan mesin pengupas biji mete perlu diadakan pelatihan pengoperasian mesin pengupas biji mete.

Pelatihan pengoperasian mesin pengupas biji mete dilaksanakan pada hari Jum'at tanggal 3 Mei 2019 di rumah Ibu Suratinem di Dusun Mojolegi Desa Karangtengah Kecamatan Imogiri Kabupaten Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta mulai pukul 15.30 wib sampai dengan pukul 17.30 wib. Dalam pelaksanaan kegiatan pelatihan pengoperasian mesin pengupas biji mete, kegiatan pelatihan pengoperasian mesin pengupas biji mete diisi dan disampaikan oleh tim yang terdiri dari Dr. Ir. Sriyadi, MP, Ir. Eni Istiyanti, MP dan Marbudi. Pelatihan pengoperasian mesin pengupas biji mete diikuti 10 pengrajin dari 15 pengrajin yang diundang.

Pelatihan pengoperasian mesin pengupas biji mete antusias diikuti oleh para pengrajin. Pada pelaksanaan pelatihan pengoperasian mesin pengupas biji mete ini ternyata tidak semudah yang kita bayangkan, pada awalnya mesin tidak begitu saja bisa digunakan. Tetapi dengan diskusi dengan para pengrajin sedikit-demi sedikit mesin mulai bisa digunakan walaupun dengan berbagai kelemahan salah satunya masih ditemukan satu dua pecah. Peneliti punya keyakinan lama kelamaan para pengrajin bisa menggunakan mesin dengan baik.



Gambar 1. "Kecip" Alat pengupas biji mete secara manual



Gambar 2. Mesin Pengupas Biji Mete

B. Pelatihan Pemasaran Lewat Web dan Pakciging

Program ini disusun berdasarkan observasi yang telah dilakukan oleh pengusul pengabdian yang dilakukan pada para pengrajin kacang mete Taman Mojo di Dusun Mojolegi Desa Karangtengah Kecamatan Imogiri Kabupaten Bantul DIY. Dalam tahap observasi ditemukan bahwa memasarkan kacang mete belum dikemas sedemikian rupa dan masih memiliki harga pasaran yang rendah. Berkaitan dengan hal tersebut pengusul pengabdian berinisiatif untuk membuat suatu program untuk memfasilitasi pengrajin kacang mete Taman Mojo di Dusun Mojolegi Desa Karangtengah Kecamatan Imogiri Kabupaten Bantul DIY, sehingga nantinya diharapkan dapat memperluas pasaran dan mampu meningkatkan pendapatan pengrajin. Kegiatan yang ditawarkan kepada para pengrajin adalah pemasaran lewat web dan pakciging, dan tawaran tersebut disambut baik oleh para pengrajin.

Pelatihan pemasaran lewat web dan pakciging dilaksanakan pada hari Jum'at tanggal 17 Mei 2019 di rumah Ibu Suratinem di Dusun Mojolegi Desa Karangtengah Kecamatan Imogiri Kabupaten Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta mulai pukul 15.30 wib sampai dengan pukul 17.30 wib sekaligus dengan buka bersama. Dalam pelaksanaan kegiatan pelatihan pemasaran lewat web dan pakciging, kegiatan pelatihan pemasaran lewat web dan pakciging diisi dan disampaikan oleh tim yang terdiri dari Dr. Ir. Sriyadi, MP, Ir. Eni Istiyanti, MP dan Marbudi. Pelatihan pemasaran lewat web dan pakciging diikuti 10 pengrajin dari 15 pengrajin yang diundang.

Pelatihan pemasaran lewat web dan pakciging antusias diikuti oleh para pengrajin. Pada pelaksanaan pelatihan pemasaran lewat web dan pakciging ini terdapat beberapa kendala yang dialami, mulai dari kebingungan ibu-ibu saat dijelaskan mengenai pembuatan aplikasi pemasaran karena kurangnya intensitas ibu-ibu dalam menggunakan *smartphone* dan keterbatasan signal sehingga pada saat itu tidak bisa langsung mempraktekkan. Sedangkan untuk pakciging para pengrajin awalnya ditawari berbagai bentuk kemasan dan akhirnya dipilih satu kemasan dalam bentuk stiker yang ditempel pada bungkus atau kemasan kacang mete. Dalam kesempatan ini juga diserahkan 2 mesin pengupas biji mete, 10 pisau pengupas biji mete dan 15 paket stiker kemasan.





Gambar 3. Penyerahan Mesin Pengupas Biji Mete Dan Contoh Kemasan Kacang Mete

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Pengabdian kepada masyarakat dengan judul PKM Kelompok Industri Rumah Tangga Kacang Mete Di Dusun Mojolegi Desa Karangtengah Kecamatan Imogiri Kabupaten Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta telah selesai dilaksanakan dengan baik. Ada beberapa hal yang dapat disimpulkan sebagai berikut.

1. Terciptanya mesin pengupas biji mete yang lebih praktis dari alat sebelumnya.
2. Pelatihan pengoperasian mesin pengupas biji mete dan pelatihan pemasaran dengan web serta pakciging terlaksana dengan baik.

B. Saran

Perlu pendampingan oleh pemerintah dan perguruan tinggi yang berkesinambungan demi berhasilnya penggunaan mesin pengupas biji mete dan selanjutnya ditemukan mesin yang betul-betul praktis digunakan pengrajin kacang mete di Dusun Mojolegi Desa Karangtengah Kecamatan Imogiri Kabupaten Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta.

UCAPAN TERIMA KASIH

1. Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan kesempatan untuk melakukan pengabdian pada masyarakat.
2. LP3M Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah mendanai pengabdian pada masyarakat.

3. Ibu Suratinem selaku ketua pengrajin kacang mete Taman Mojo yang telah membantu mengkomunikasikan kepada para pengrajin dalam menjalankan berbagai kegiatan pengabdian pada masyarakat.
4. Para pengrajin kacang mete Taman Mojo yang antusias mengikuti kegiatan dan banyak membantu dalam pelaksanaan pengabdian pada masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Direktorat Jendral Perkebunan. 2015. Statistik Perkebunan Indonesia Komoditas Jambu Mete 2014-2016. Jakarta
- Nurdiyah, Fariyanti, A. dan Jahroh, S. 2014. Analisis pemasaran jambu mete di Kabupaten Muna Provinsi Sulawesi Tenggara. *Informatika Pertanian*. Vol 23 No.1
- Indrawanto, C. 2008. Penentuan Pola Pengembangan Jambu Mete. *Jurnal Littri* Vol 14 No.2 Juni 2008
- Karmawati, E. 2008. Perkembangan Jambu Mete dan Strategi Pengendalian Hama Utamanya. *Jurnal Perspektif* Vol 7 No.2 Desember 2008
- Listyati, D dan Bedy Sudjarmoko. 2011. Nilai Tambah Ekonomi Pengolahan Jambu Mete. *Jurnal Tanaman Industri dan Penyegar*. Vol 2 No.2 Juni 2011

Peningkatan Ketrampilan Produk Olahan Jahe Pada Kelompok Tunas Mandiri Di Desa Nglanggeran, Gunung Kidul

Sukuriyati Susilo Dewi^{1*}, Titiek Widyastuti², dan Nafi Ananda Utama³

¹ Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Jl. Brawijaya, Kasihan, Bantul, Yogyakarta

² Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Jl. Brawijaya, Kasihan, Bantul, Yogyakarta

³ Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Jl. Brawijaya, Kasihan, Bantul, Yogyakarta

Jl. Brig. Katamso 135 Yogyakarta. 55152 - 0818263926

Email: dewisusilo@umy.ac.id

Abstrak

Pemberdayaan kelompok Tunas Mandiri "Pelangi Purba" di Desa Nglanggeran, Kecamatan Patuk, Kabupaten Gunungkidul, D.I. Yogyakarta. bertujuan meningkatkan ketrampilan dalam pengolahan jahe. Metode yang akan dipakai melalui penyuluhan, pelatihan dan pendampingan tentang pengolahan pascapanen. Penerapan ipteks dalam pengelolaan, pemanfaatan hasil pekarangan dalam bentuk penyuluhan, pelatihan sampai pemasaran. Permasalahan yang dialami yaitu, (a) pengolahan jahe (b) Rendahnya SDM dan (c) Rendahnya pemanfaatan internet. Solusi yang diharapkan bisa menyelesaikan permasalahan tersebut yaitu, (a) Pelatihan Pengolahan Jahe (b) Peningkatan SDM dalam bidang manajemen, (c) Pelatihan Penggunaan Teknologi Informasi Pemasaran. Target program ini adalah meningkatkan kemampuan kelompok sasaran Pengetahuan, bidang manajemen, pemasaran menggunakan internet. Hasil dan luaran yang dicapai dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat pengolahan jahe, berjalan dengan baik dengan beberapa kegiatan yang telah dilakukan adalah sosialisasi, penyuluhan dan diskusi, praktek berbagai pembuatan olahan jahe, serta pendampingan, produk olahan jahe yang dihasilkan adalah jahe instan, manisan, permen dan sirup. Masyarakat sasaran memberikan tanggapan yang sangat baik dengan berpartisipasi mengikuti kegiatan dengan sebaik-baiknya, dan menyampaikan apresiasi kepada Tim Pelaksana karena telah memberikan wawasan, manajemen SDM, pemasaran secara on line dan ketrampilan kepada kelompok Tunas Mandiri "Pelangi Purba" sehingga dapat menjadi bekal untuk pemberdayaan masyarakat dan berwirausaha agar lebih mandiri.

Kata Kunci: produk olahan, jahe, kelompok tani

Pendahuluan

Desa Nglanggeran secara administratif berada di Kecamatan Patuk, Kabupaten Gunungkidul, Provinsi D.I. Yogyakarta, mempunyai luas wilayah 762,7909 ha, dengan tata guna lahan sebagian besar digunakan untuk lahan pertanian, perkebunan, ladang dan pekarangan. Pola pemilikan tanah tersebut didominasi oleh tanah kas desa. Jarak Desa Nglanggeran dari ibukota kecamatan adalah 4 km, 20 km dari ibukota kabupaten dan berjarak 25 km dari ibukota

propinsi. Selain potensi gunung api purbanya, di Kawasan Gunung Api Purba Nglanggeran juga dijumpai fauna dan flora langka, seperti tanaman tremas (tanaman obat yang hanya hidup dikawasan ekowisata Gunung Api Purba), kera ekor panjang serta disekitar Gunung Api Purba berkembang kegiatan seni dan budaya lokal seperti bersih desa dll. Dengan adanya potensi tersebut di Desa Nglanggeran juga pengembangan desa wisata. Jadi ada 2 potensi pengembangan yaitu Kawasan Ekowisata Gunung Api Purba dan Desa Wisata Pesona Purba Nglanggeran. Untuk desa wisata dikembangkan menuju desa budaya dan desa pendidikan, yang dimana bisa melakukan aktivitas belajar tentang flora fauna, cocok tanam, seni budaya dan juga belajar hidup bermasyarakat dengan tatakrama (unggah-ungguh). (Data Monografi Desa. (2007))

Walaupun memiliki potensi wisata yang cukup baik, penduduk sekitar objek wisata mayoritas bertumpu pada sektor pertanian dan perkebunan. Dengan dukungan pemerintah dan kejelian petani, mulai dikembangkan wisata berbasis agribisnis bekerja sama dengan pengelola wisata Nglanggeran. Salah satunya adalah produk Jahe Instan yang diminati oleh konsumen dari sekitar Desa Nglanggeran ataupun luar Nglanggeran. Pengembangan produk ini hingga saat ini masih belum ada perkembangan baru memproduksi jahe instan. Produk jahe instan sudah mulai dikenal oleh para pelancong yang mengunjungi obyek wisata sekitar Desa Nglanggeran namun produk ini kurang begitu diminati karena kemasan yang kurang menarik dan produk yang belum memiliki jaminan produksi apapun. Hal ini memungkinkan untuk pengembangan produk olahan jahe dengan variasi yang lebih beragam untuk menangkap konsumen yang lebih luas.

a. Aspek Sumber Daya Manusia (SDM)

Dalam rangka pengembangan produk yang lebih beragam tersebut maka salah satu solusi yang ingin dilakukan adalah dengan meningkatkan Skill SDM yang dimiliki, terkait dengan UMKM kelompok mitra, para anggota kelompok petani jahe yang tergabung mempunyai keinginan mengembangkan produk olahan jahe yang didukung dengan Skill yang memadai. Dengan adanya program ini diharapkan akan dapat meningkatkan Skill sehingga petani akan dapat semakin memperkuat usaha olahan jahe yang selama ini telah menjadi bidang usahanya. Setelah dilakukan survei, di wilayah Desa Nglanggeran terdapat banyak petani jahe yang tergabung dalam beberapa kelompok. Salah satu kelompok yang jadi mitra dalam PKM ini adalah kelompok Tunas Mandiri “Pelangi Purba” yang beranggotakan sekitar 15 orang dan diketuai oleh ibu Lastri Wahyuni dan beralamat di Gunung Butak RT20/RW 05 Nglanggeran, Patuk, Gunung Kidul.

b. Aspek Produksi

Produk Jahe Instan diminati oleh konsumen dari sekitar Desa Nglanggeran ataupun luar Nglanggeran. Pengembangan produk ini hingga saat ini masih belum ada

perkembangan baru produk olahan jahe instan. Produk jahe instan sudah mulai dikenal oleh para pelancong yang mengunjungi obyek wisata sekitar Desa Nglanggeran namun produk ini kurang begitu diminati karena kemasan yang kurang menarik dan produk yang belum memiliki jaminan produksi apapun. Hal ini memungkinkan untuk pengembangan produk olahan jahe dengan variasi yang lebih beragam untuk menangkap konsumen yang lebih luas.

c. Aspek Manajemen Usaha

Kelompok petani yang tergabung karena kesamaan keinginan untuk mengembangkan produksi olahan jahe. Sebagai kelompok wanita tani mereka memiliki ikatan yang kuat dan solid dalam menjalankan usahanya serta berkeinginan untuk terus maju dan berkembang sehingga dapat membantu perekonomian mereka. Profesi sebagai petani jahe sebagian besar merupakan profesi sampingan bagi para anggota kelompok. Dalam sehari-hari mereka bekerja sebagai petani, guru, pengurus desa, penjaga tempat wisata, dll. Hal ini yang mungkin menyebabkan pengelolaan usaha pengolahan jahe masih dikelola dengan seadanya dan belum menerapkan prinsip manajemen usaha yang modern. Oleh karena itu sangat perlu diberikan bantuan di bidang pengembangan manajemen bisnis sehingga pengelolaan usaha olahan jahe dapat dilakukan secara lebih profesional.

d. Aspek Peluang Usaha Jahe

Peluang usaha jahe masih terbuka lebar, karena jahe memiliki banyak manfaat bagi kesehatan, seperti membantu merangsang fungsi pankreas, sistem pencernaan, juga berguna untuk mengobati penyakit pernapasan, seperti batuk atau flu, dan sebagai obat penenang untuk mengurangi rasa sakit tubuh. Selain digunakan untuk pengobatan manfaat jahe untuk kecantikan kulit, berguna dalam mempercantik kulit dan mencegah penuaan dini. Sebabnya jahe sudah sejak lama dikenal dalam pengobatan Ayurveda kandungan zat antioksidan di dalam jahe akan meningkatkan produksi kolagen, meminimalkan terjadinya kerusakan kulit, dan mencegah peradangan

Metode Pelaksanaan

Dalam rangka memberikan solusi terhadap permasalahan-permasalahan yang dihadapi mitra, dilakukan beberapa metode yaitu penyuluhan, pelatihan dan praktek pengolahan jahe serta pendampingan dan monitoring.

Penyuluhan

Kegiatan penyuluhan dilakukan dengan melibatkan ibu-ibu kelompok Tunas Mandiri “Pelangi Purba” untuk mengikuti penyuluhan tentang pengolahan jahe dimulai dari bahan dasarnya/pentingnya jahe, pemilihan jahe yang berkualitas dan cara pengolahannya yang benar

Pelatihan dan Praktek pengolahan jahe

Pelatihan dan praktek pengolahan jahe diawali dengan pengenalan produk yang sudah jadi dan penjelasan resep pembuatannya kemudian dilanjutkan dengan praktek menggunakan peralatan dan bahan yang sudah disiapkan oleh Tim Pelaksana program. Pelatihan dilakukan oleh Tim Pelaksana program dengan ibu-ibu anggota kelompok.

Pendampingan

Kegiatan ini dilakukan secara periodik untuk membina dan membimbing dan mendampingi mitra sambil berhasil melakukan praktek pengolahan jahe. Pada saat pendampingan ibu-ibu anggota kelompok dapat berkonsultasi tentang pelaksanaan program sampai mencapai hasil yang optimal.

Hasil dan Pembahasan

Secara umum kegiatan Program Kemitraan Masyarakat tentang “Pengolahan Jahe di Desa Nglanggeran, Kecamatan Patuk, Kabupaten Gunung Kidul DIY” telah berlangsung dengan baik dan lancar.

A. Peserta Program

Peserta Program Kemitraan Pengolahan Jahe ini tidak semua dilibatkan tetapi hanya peserta aktif saja yang mewakili kelompok petani jahe dari berbagai dusun, peserta yang dilibatkan dalam program ini kurang lebih 30 peserta. Peserta yang aktif saja yang kita latih bertujuan nantinya bisa menularkan ke anggota lain untuk berproduksi, selain itu juga untuk menjaga keberlanjutan program pemberdayaan masyarakat. Sebagian besar peserta pelatihan merupakan ibu-ibu rumah tangga dan sebagian kecil peserta adalah remaja (Gambar 1).



Gambar 1: Peserta pelatihan pengolahan Jahe di Nglanggeran, Patuk, Gunung Kidul

B. Koordinasi

Koordinasi dilakukan untuk menyamakan persepsi antar pihak yang terkait serta menyusun langkah strategis pelaksanaan Program Kemitraan. Koordinasi dilakukan secara internal dan eksternal. Koordinasi internal dilakukan antara Tim Pelaksana dengan Tim Pendukung Pelaksana yaitu laboran dan mahasiswa, untuk membahas tata kegiatan dan waktu pelaksana, serta tanggung jawab setiap anggota Tim Pelaksana. Koordinasi internal sudah dimulai sejak bulan Januari 2019 dan dilakukan secara rutin. Kegiatan ini juga digunakan untuk menyiapkan materi kegiatan yang akan dilakukan dan menyusun rencana kegiatan berikutnya.

Koordinasi eksternal dilakukan antara Tim Pelaksana dengan mitra yaitu kelompok Tunas Mandiri “Pelangi Purba”. Kegiatan ini dilakukan dengan mengadakan kunjungan ke ketua kelompok pada bulan Januari 2019 dan komunikasi telephon/handphone. Pada kegiatan ini disampaikan tentang gambaran umum kegiatan dan didiskusikan pengaturan jadwal kegiatan dengan Ketua Kelompok.



Gambar 2: Kunjungan ke Ketua Kelompok untuk koordinasi kegiatan

Praktek Pengolahan Jahe

Setelah kegiatan penyuluhan selesai dilanjutkan praktek berbagai pengolahan jahe, seperti Jahe instan, permen, manisan dan sirup jahe. Kegiatan awal yang dilakukan adalah penyiapan bahan dan alat, bahan-bahan yang digunakan dalam kegiatan ini antara lain jahe emprit/gajah sebagai bahan utama, gula pasir, agar dan beberapa essence. Semua bahan yang diperlukan disediakan oleh Tim Pelaksana, Jahe yang digunakan dipilih yang muda, segar dan besar biar mudah ntuk pengolahannya. Kegiatan pengolahan jahe dimulai dengan pembersihan dan pengupasan pengupasan jahe dari kulitnya dan dilanjutkan dengan pengirisan jahe menjadi kecil-kecil memudahkan ketika dihaluskan. Kegiatan ini dilakukan oleh semua peserta dengan dibimbing oleh Trainer dan Tim Pelaksana (Gambar 3). Pekerjaan

ini relatif mudah sehingga baik ibu-ibu maupun remaja dapat mengerjakan kegiatan ini dengan baik.



Gambar 3: Praktek berbagai olahan jahe

Di upload di Web Agrotek
 Home (<http://agroteknologi.umy.ac.id/>) / BHPAagroteknologi@id
 (<http://agroteknologi.umy.ac.id/category/bhpagroteknologiid/>) / Pemberdayaan Kelompok
 Tunas Mandiri “Pelangi Purba” Untuk Meningkatkan Pendapatan Ibu RumahTangga di
 Nglanggeran

Di upload juga d Youtube
[https://www.youtube.com/watch?v= PfrLs85L s](https://www.youtube.com/watch?v=PfrLs85L_s)

Kesimpulan

1. Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat pengolahan Jahe di Desa Nglanggeran. Patuk. Gunung Kidul telah berjalan dengan baik dan lancar.
2. Kegiatan yang telah dilakukan adalah sosialisasi, penyuluhan dan diskusi, praktek pembuatan berbagai olahan Jahe

3. Produk olahan jahe yang dihasilkan berupa permen, manisan, jahe instan dan sirop.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih kepada:

1. LP3M Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
2. Kelompok Tunas Mandiri “ Pelangi Purba” Desa Nglanggeran, Patuk, Gunung Kidul, Yogyakarta

Daftar Pustaka

Data Monografi Desa. (2007)

Darmanto. (2011). Ramuan Tradisional (Cina, Bali, Jawa, Madura). Penerbit “Bintang Cemerlang”. Yogyakarta. 363 hal

Raina. (2011). Ensiklopedi Tanaman Obat untuk Kesehatan. Penerbit Absolut. Yogyakarta

Pemanfaatan Sekam Padi Sebagai Sumber Energi Alternatif Terbaru Di Desa Krasak, Kecamatan Teras, Kabupaten Boyolali

Berli Paripurna Kamiel¹, Endah Saptutyningsih²

¹Fakultas Teknik, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

²Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Jalan Brawijaya, Tamantirto, Kasihan, Bantul, Yogyakarta 55183, Indonesia
Corresponding email: endahsaptuty@umy.ac.id

Abstrak

Tujuan Program kemitraan Masyarakat ini bertujuan untuk memberikan manfaat langsung terhadap kehidupan masyarakat di bidang sosial dan ekonomi serta meningkatkan kualitas sumberdaya melalui pemberdayaan kelompok Karang Taruna di Desa Krasak, Kabupaten Boyolali dengan memanfaatkan bahan alami berupa limbah sekam padi yang ada di sekitar tempat tinggalnya. Kegiatan ini dilakukan karena adanya permasalahan di desa mitra yaitu sumber penghasilan masyarakat hanya didominasi dari sektor pertanian, potensi alami desa yang belum dimanfaatkan dengan baik, kurangnya ketrampilan dalam mengelola potensi desa, mayoritas penduduk Desa Krasak, Kabupaten Boyolali minim penghasilan. Program pemberdayaan masyarakat ini terdiri dari dua kegiatan yaitu pelatihan pembuatan briket arang dengan memanfaatkan bahan alami yang berupa limbah sekam padi yang ada di lingkungan sekitar tempat tinggal di Desa Krasak, pelatihan pemasaran online dan pembuatan video audio visual tentang cara pembuatan briket arang dari sekam padi. Kegiatan tersebut dapat meningkatkan kapasitas masyarakat dalam menghasilkan produk briket arang dan mewujudkan sistem pembelajaran online dalam membuat produk briket arang

Kata kunci: briket arang; energy alternative; pendapatan; sekam padi; pertanian

Pendahuluan

Selama ini kegiatan sehari-hari masyarakat tidak lepas dari penggunaan bahan bakar fosil yang terus mengalami peningkatan. Hal ini menyebabkan semakin menipisnya ketersediaan bahan bakar fosil. Oleh karena itu, perlu adanya energi alternatif yang terbarukan dan ramah lingkungan. Salah satunya adalah dengan memanfaatkan limbah sekam padi sebagai briket untuk bahan bakar alternatif rumah tangga.

Masih luasnya lahan pertanian dengan limbah sekam padi yang cukup melimpah merupakan salah satu potensi Desa Krasak yang perlu dikembangkan. Perlu adanya pengetahuan yang cukup untuk mengolah limbah sekam padi menjadi produk yang bermanfaat bahkan memberikan kontribusi bagi peningkatan pendapatan masyarakat. Salah satu kelompok masyarakat yaitu Karang Taruna Desa Krasak memiliki potensi untuk

mengembangkan produk-produk yang bisa dijadikan sebagai alternatif penghasilan bagi masyarakat. Program pemberdayaan masyarakat yang sudah ada di desa Krasak secara umum masih perlu adanya usaha pengembangan jenis produk yang lebih baik lagi. Misalnya Karang Taruna masih membutuhkan keahlian/ketrampilan dalam mengelola potensi desa yang belum dimanfaatkan dengan baik. Mayoritas anggota Karang Taruna tidak memiliki ketrampilan untuk meningkatkan penghasilan keluarga, sehingga dibutuhkan pelatihan tertentu agar keluarga tidak tergantung sepenuhnya dari kepala rumah tangga yang didominasi sebagai petani.

Wilayah Desa Krasak masih didominasi oleh lahan pertanian yang cukup luas. Oleh karena itu, sebagian besar masyarakat Desa Krasak memiliki mata pencaharian sebagai petani. Pada proses penggilingan beras, sekam akan terpisah dari butir beras dan menjadi bahan sisa atau limbah penggilingan. Sekam padi dikategorikan sebagai biomassa yang dapat digunakan untuk berbagai kebutuhan seperti bahan baku industri, pakan ternak dan energi atau bahan bakar. Dari proses penggilingan padi biasanya diperoleh sekam sekitar 20-30%, dedak antara 8-12% dan beras giling antara 50-63,5% data bobot awal gabah. Sekam dengan persentase yang tinggi tersebut dapat menimbulkan problem lingkungan. Sebagian besar masyarakat Desa Krasak belum mengetahui potensi limbah sekam padi yang dapat dijadikan sebagai bahan bakar alternatif, mereka menganggap bahwa limbah sekam padi tidak dapat lagi dimanfaatkan.

Dengan banyaknya potensi limbah sekam padi dan masih rendahnya pengetahuan masyarakat untuk memanfaatkan potensi tersebut, maka perlu adanya pelatihan dalam membuat briket akan sangat bermanfaat bagi masyarakat Desa Krasak. Pembuatan briket dari sekam padi sebagai energi alternatif untuk meningkatkan nilai tambah dari sekam padi serta menciptakan lingkungan bersih dari limbah sekam padi. Usaha briket ini akan mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat disamping bisa juga dipakai oleh masyarakat sebagai bahan bakar rumah tangga karena murah dan ramah lingkungan.

Beberapa permasalahan yang dialami oleh masyarakat berdasarkan observasi yang kami lakukan diantaranya: 1) Potensi desa Krasak yang melimpah dan tidak diolah. Desa Krasak merupakan salah satu desa dengan potensi limbah sekam padi yang ketersediaannya sangat melimpah. Dengan demikian diperlukan adanya inovasi baru untuk memanfaatkan limbah sekam padi tersebut sehingga memberi manfaat bagi masyarakat dengan mengolahnya menjadi briket yang bisa dimanfaatkan sendiri sebagai bahan bakar alternatif yang ramah lingkungan dan relatif murah; 2) Kurangnya pemberdayaan kelompok Karang Taruna yang dapat menghasilkan suatu produk yang memanfaatkan potensi desa Krasak. Perlu adanya inovasi produk memiliki daya jual tinggi dan manajemen pemasaran yang baik oleh Karang Taruna Desa Krasak, Teras, Boyolali sehingga menjadi alternatif sumber pendapatan bagi masyarakat setempat.

Oleh karena itu, program kemitraan masyarakat ini bertujuan untuk menyelenggarakan pelatihan pembuatan briket dengan memanfaatkan limbah sekam padi yang banyak tersedia

di Desa Krasak, Teras, Kabupaten Boyolali, sehingga dapat meningkatkan kapasitas kelompok masyarakat khususnya Karang Taruna Konsorsia Pemuda Taruna Karya Gemilang Desa Krasak dan memberikan manfaat langsung terhadap kehidupan masyarakat. Disamping itu, pelatihan manajemen pemasaran briket dapat meningkatkan kapasitas masyarakat untuk mengembangkan produk briket dengan memasarkannya ke masyarakat luas, sehingga dapat membantu menambah penghasilan masyarakat yang mata pencahariannya mayoritas adalah petani.

Metode Pelaksanaan

Melihat permasalahan di atas, masyarakat Desa Krasak perlu mendapatkan pembekalan agar dapat memanfaatkan potensi limbah sekam padi yang ada di desanya untuk digunakan sebagai bahan pembuatan briket yang merupakan bahan bakar alternative ramah lingkungan. Kegiatan pelatihan dimulai dengan sosialisasi kepada masyarakat tentang pentingnya menjaga dan mengelola lingkungan, khususnya limbah sekam padi yang bisa dimanfaatkan menjadi briket sebagai salah satu energi alternative yang murah dan ramah lingkungan. Selanjutnya dilakukan pelatihan pembuatan briket, penggunaan briket sebagai bahan bakar memasak, serta pelatihan manajemen pemasaran briket ke masyarakat luas.

Kegiatan PKM ini berusaha untuk memecahkan permasalahan tersebut dengan beberapa pendekatan yang dilakukan bersama-sama sebagai berikut: 1) Berbasis kelompok, seluruh tahap dan jenis kegiatan yang akan dilakukan masyarakat lokal menggunakan kelompok. Kelompok masyarakat Karang Taruna Konsorsia Pemuda Taruna Karya Gemilang Desa Krasak akan digunakan sebagai media belajar dan pendampingan, perencanaan, pelaksanaan, dan monitoring kegiatan; 2) Komprehensif, program PKM ini mengintervensi seluruh aspek untuk melakukan pelatihan bagi kelompok Karang Taruna Konsorsia Pemuda Taruna Karya Gemilang Desa Krasak dalam meningkatkan keahlian, ketrampilan, dan pengetahuan (teknik membuat briket) melalui pelatihan, serta memperkuat kelompok Karang Taruna tersebut sebagai wadah kegiatan melalui pendampingan; 3) Berbasis potensi lokal, peningkatan ketrampilan teknik pembuatan briket akan berbasis pada potensi lokal yang berupa limbah sekam padi. Tabel 1 adalah rangkuman kegiatan, partisipasi masyarakat, luaran kegiatan, dan solusi masalah.

Tabel 1. Jenis kegiatan, partisipasi masyarakat, luaran kegiatan, dan solusi masalah

No.	Jenis Kegiatan	Partisipasi Masyarakat	Luaran Kegiatan	Solusi Masalah
1.	Pelatihan penggunaan mesin briket	▪ Masyarakat berhak menentukan	Anggota kelompok Karang Taruna Konsorsia Pemuda Taruna Karya	Menggunakan berbagai metode untuk

No.	Jenis Kegiatan	Partisipasi Masyarakat	Luaran Kegiatan	Solusi Masalah
		<ul style="list-style-type: none"> ▪ siapa yang ikut pelatihan ▪ Masyarakat sebagai peserta aktif pelatihan ▪ Masyarakat menyediakan tempat 	Gemilang Desa Krasak trampil dan menguasai teknik pembuatan briket	mengoptimalkan hasil pelatihan
2	Pelatihan Manajemen Pemasaran Briket	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Masyarakat sebagai peserta pelatihan pemasaran briket 	Teknik pemasaran online	Teknik pemasaran dibuat agar menarik untuk dikonsumsi oleh masyarakat luas
3	Pembuatan video	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Masyarakat memberikan masukan untuk materi video teknik pembuatan briket arang sekam padi ▪ Masyarakat sebagai subjek dalam video teknik pembuatan briket arang sekam padi 	Video teknik pembuatan briket arang untuk mensosialisasikan teknik pembuatan briket arang sekam padi di masyarakat luas	Video teknik pembuatan briket arang sekam padi dibuat oleh tenaga profesional agar menarik untuk dipelajari oleh masyarakat luas

Sumber: dokumen penulis

Briket merupakan suatu bahan berupa serbuk potongan-potongan kecil yang dipadatkan dengan menggunakan mesin press dengan dicampur bahan perekat sehingga menjadi bentuk solid. Untuk menghasilkan briket dilakukan dengan cara membakar biomassa kering tanpa udara (*pirolisis*) (Johannes, 1991). Menurut Himawanto (2005) ada tiga mekanisme

pembakaran biomassa yaitu pengeringan (*drying*), devolatilisasi (*devolatilization*), dan pembakaran arang (*charcombustion*).

Bahan baku briket sekam padi adalah sebagai berikut:

- a. Sekam padi
- b. Bahan Perikat tepung tapioca
- c. Air panas

Mesin dan peralatan meliputi:

- a. Drum karbonasi
- b. Mesin penghancur arang dan pencampur bahan baku briket
- c. Mesin cetak briket
- d. Timbangan digital
- e. Stop watch
- f. Panci air

Kegiatan PKM ini diawali dengan mengadakan pelatihan kepada kepada kelompok masyarakat untuk membuat briket dengan menggunakan proses pyrolisis. Pelatihan diberikan kepada anggota kelompok Karang Taruna Konsorsia Pemuda Taruna Karya Gemilang sebanyak 30 orang. Pelatihan mulai dengan presentasi mengenai pentingnya mengelola lingkungan, khususnya limbah sekam padi, serta pentingnya menggunakan bahan bakar alternatif terbarukan berupa briket yang pembuatannya mudah dengan biaya murah, dan ramah lingkungan. Hal ini diharapkan agar masyarakat paham akan pentingnya memanfaatkan potensi limbah sekam padi yang melimpah sehingga memiliki nilai tambah dan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Presentasi dilanjutkan dengan demonstrasi teknologi oleh tim pelaksana PKM dengan melibatkan kelompok Karang Taruna Konsorsia Pemuda Taruna Karya Gemilang secara aktif.

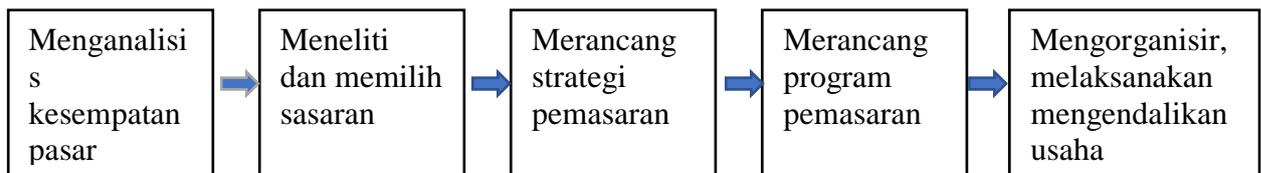
Adapun langkah-langkah pembuatan briket adalah sebagai berikut (Patabang, 2012):

1. Membersihkan sekam padi dari kotoran
2. Sekam padi yang sudah bersih dan kering dimasukkan dalam alat pyrolisis
3. Arang halus tersebut dicampur dengan air panas 70 C dan dicampur dengan bahan perekat tepung tapioka 10%
4. Setelah adonan campuran antara arang sekam padi, air panas dan bahan perekat tercampur dengan baik, selanjutnya dilakukan pencetakan briket pada mesin cetak briket dengan tekanan 2,5 MPa.
5. Hasil cetakan briket kemudian dikeringkan di bawah sinar matahari selama 8 jam

Pemasaran (*marketing*) merupakan proses perencanaan (*planning*) dan pelaksanaan (*executing*) konsep harga (*pricing*), promosi (*promotion*), dan distribusi (*distribution*) gagasan, barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memuaskan individu atau organisasi (Kotler, 2002).

Stanton (1978) mendefinisikan manajemen pemasaran sebagai suatu sistem keseluruhan dari kegiatan bisnis yang ditujukan untuk menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan pembeli, termasuk pembeli yang ada maupun pembeli potensial. Berdasarkan dua definisi tersebut dapat disimpulkan inti kegiatan pemasaran adalah bauran pemasaran (*marketing mix*) yang sering disebut 4 P adalah kombinasi empat kegiatan yang merupakan inti kegiatan pemasaran yakni produk (*product*), harga (*price*), distribusi (*distribution / place*) dan promosi (*promotion*). Skema proses manajemen pemasaran tersebut ditunjukkan pada Gambar 1.

Salah satu kegiatan dalam PKM ini adalah memberikan pelatihan manajemen pemasaran, yang bertujuan agar kelompok masyarakat yang telah mendapat bekal cara membuat briket dapat memasarkannya dengan baik, disamping untu memenuhi kebutuhan bahan bakar rumah tangga.



Gambar 10 Skema Proses Manajemen Pemasaran

Sumber: dokumen penulis

Hasil dan Pembahasan

Pembuatan briket arang sekam padi sangat tergantung pada ketersediaan bahan alami yang digunakan sebagai bahan baku utama briket arang sekam padi. Bahan baku utama pembuatan briket arang sekam padi adalah limbah sekam padi yang tidak dimanfaatkan oleh petani maupun masyarakat di sekitarnya. Oleh karena itu, sebelum melaksanakan pelatihan, tim pelaksana Pengabdian Kemitraan Masyarakat (PKM) melakukan observasi terlebih dahulu ke lokasi yaitu di Karang Taruna Konsorsia Pemuda Taruna Karya Gemilang Desa Krasak, Teras, Kabupaten Boyolali untuk mengidentifikasi potensi limbah sekam padi untuk dijadikan bahan utama briket arang.

Pelatihan briket arang sekam padi diikuti oleh sebanyak 30 peserta yang berasal dari kelompok Karang Taruna Konsorsia Pemuda Taruna Karya Gemilang Desa Krasak, Teras, Kabupaten Boyolali.

Pelatihan dilakukan dengan beranggapan bahwa semua peserta belum memiliki pengetahuan sedikitpun tentang cara pembuatan briket arang sekam padi. Hal ini dimaksudkan agar peserta yang memang belum mengetahui cara pembuatan briket arang sekam padi, bahkan peserta yang tidak pernah mengetahui tentang briket arang sekam padi dapat mengikuti proses pembuatan briket arang sekam padi selama pelatihan dan diharapkan dapat mempraktekkannya sendiri nantinya. Maksud utama dari adanya pelatihan ini adalah

masyarakat dapat memproduksi briket arang sekam padi dan dijual untuk meningkatkan perekonomian masyarakat setempat.

Adapun pelaksanaan pelatihan pembuatan briket arang sekam padi oleh Karang Taruna Konsorsia Pemuda Taruna Karya Gemilang Desa Krasak, Teras, Kabupaten Boyolali adalah sebagai berikut:

Peserta dari kelompok masyarakat tersebut satu bulan sebelumnya diminta untuk mempersiapkan bahan baku pembuatan briket arang yaitu berupa sekam padi. Mereka diminta untuk menjemur limbah sekam padi di bawah terik sinar matahari sampai kering. Berbagai alat disiapkan untuk melakukan pelatihan pembuatan briket arang sekam padi diantaranya a) Sekam padi yang sudah dikeringkan; b) Bahan Perekat tepung tapioca; c) Air panas. Mesin dan peralatan meliputi: a) Drum karbonasi; b. Mesin penghancur arang dan pencampur bahan baku briket; c) Mesin cetak briket; e) Timbangan digital; f) Stop watch; g) Panci air.

Di awal pelatihan, peserta diberi penjelasan mengenai briket arang dan pemanfaatan sekam padi sebagai bahan baku briket. Dengan potensi sampah organik berupa sekam padi yang cukup berlimpah di Desa Krasak, Kecamatan Teras, Kabupaten Boyolali, diharapkan pelatihan ini bermanfaat bagi masyarakat setempat, disamping memanfaatkan sampah organik sehingga tidak mengotori lingkungan juga memberi penghasilan tambahan bagi masyarakat.

Gambar 2. Tim pelaksana PKM memberikan pengantar pembuatan briket arang sekam padi



Sumber: dokumen penulis

Sebelum melakukan praktek pembuatan briket arang sekam padi, terlebih dulu peserta menyaksikan video cara membuat briket arang sekam padi yang telah diupload di youtube dan dikunjungi oleh lebih dari 28 *viewers* dan 3 *likes* di youtube. Dengan menyaksikan cara pembuatan briket arang sekam padi terlebih dahulu, diharapkan dapat mempermudah peserta untuk mempraktekkannya sendiri dengan didampingi tim pelaksana. Pada saat menyaksikan video tersebut tim pelaksana memberikan pengantar untuk menjelaskan secara detail cara pembuatan briket arang sekam padi.

Gambar 3. Peserta menyaksikan video pembuatan briket arang sekam padi



Sumber: dokumen penulis

Dengan berakhirnya penyajian video cara pembuatan briket sekam padi, maka peserta diminta untuk menyaksikan dan mempraktekkan secara langsung cara pembuatannya dengan pyrolysis yang sudah tersedia.

Praktek pembuatan diawali dengan penyerahan hibah alat pyrolysis dan alat press hidrolis secara resmi dari tim pelaksana PKM UMY kepada ketua kelompok masyarakat Karang Taruna Konsorsia Pemuda Taruna Karya Gemilang, Desa Krasak, Kecamatan Teras, Kabupaten Boyolali. Penyerahan alat pyrolysis beserta alat press hidrolis diharapkan dapat dimanfaatkan oleh kelompok masyarakat khususnya dan masyarakat desa Krasak, Boyolali pada umumnya untuk membuat briket arang yang dapat dimanfaatkan oleh rumah tangga di wilayah tersebut sebagai bahan bakar, atau bahkan diproduksi masal untuk diperjual belikan sehingga dapat meningkatkan penghasilan masyarakat.

Tahap awal pembuatan briket adalah menyiapkan bahan baku limbah organik yang sudah di jemur di bawah sinar matahari sehingga bahan baku tersebut memiliki kadar air yang sedikit (lama pengeringan 7 hari). Daun yang sudah kering kemudian dimasukan ke dalam tabung alat pyrolysis dan tutup tabung dengan rapat.

Alat pyrolysis dinyalakan dengan menaikkan tuas mcb pada posisi on. Setting suhu alat pyrolysis pada suhu 300°C pada termocontroler dan tekan saklar pemanas pada posisi on.

Langkah selanjutnya adalah menghidupkan pompa air dengan menekan saklar pompa pada posisi on untuk menghidupkan sirkulasi air pendingin uap panas. Proses pengarangan ditunggu sampai selesai dengan ditandai tidak keluarnya asap dari dalam alat pyrolysis.

Apabila proses pembuatan arang telah selesai, maka saklar pemanas dan saklar pompa dimatikan. Hasil arang tidak bisa langsung diambil dari tabung dikarenakan masih panas. Oleh karena itu, perlu menunggu suhu pyrolysis sampai dengan suhu ruangan, kemudian tutup alat pyrolysis dibuka dan arang limbah sekam padi diambil dari tabung.

Gambar 4. Peserta mengikuti penjelasan dan praktek pembuatan briket arang sekam padi



Sumber: dokumen penulis

Proses selanjutnya adalah pembuatan bioarang. Langkah mula-mula adalah menyiapkan bahan-bahan bioarang seperti arang sekam padi, tepung kanji sebagai bahan perekat, dan air. Apabila bahan-bahan sudah disiapkan, maka hasil arang dari tabung pyrolysis dipindahkan ke ember dan dihaluskan serta diayak. Panaskan air dengan kompor kemudian masukan tepung kanji 10% dari berat arang secara perlahan sambil diaduk hingga rata/tidak mengumpal. Tuang larutan tepung kanji ke dalam arang yang telah diayak halus dan dicampur hingga merata. Masukan campuran arang limbah organic dan tepung kanji ke dalam cetakan. Tekan/press cetakan alat press hidrolik dan keluarkan briket arang yang sudah di press.

Setelah mengikuti pelatihan dan praktek secara langsung, peserta diminta untuk mengisi kuesioner yang berisi tentang data social ekonomi dan motivasi serta pengetahuan mereka tentang briket arang sekam padi, manfaat, dan harapan dari adanya pelatihan ini. Setelah mereka selesai mengisi, mereka dipersilahkan untuk istirahat menikmati hidangan yang telah disediakan sambil mereka berkonsultasi dengan tim pelaksana terkait dengan cara, alat, dan bahan pembuatan briket arang sekam padi. Para peserta juga diberi motivasi tentang perlunya belajar membuat briket arang sekam padi yang nantinya bisa menambah penghasilan keluarga. Dilihat dari respon mereka, ternyata banyak yang tertarik untuk menjadikan produk briket arang sekam padi sebagai tambahan penghasilan bagi mereka. Mereka antusias bertanya dan ingin mencobanya kembali sebelum nantinya bisa dijadikan sebagai usaha mereka.

Salah satu kegiatan dalam PKM ini adalah memberikan pelatihan manajemen pemasaran, yang bertujuan agar kelompok masyarakat yang telah mendapat bekal cara membuat briket dapat memasarkannya dengan baik, disamping untu memenuhi kebutuhan bahan bakar rumah tangga.

Adapun materi Pelatihan Manajemen Pemasaran meliputi: 1) Fungsi konsep dasar pemasaran; 2) Analisis kesempatan pasar; 3) Meneliti dan memilih sasaran; 4) Merancang strategi pemasaran; 5) Merancang program pemasaran; 6) Mengorganisir, melaksanakan dan mengendalikan usaha pemasaran.

Dalam pelaksanaannya peserta diberikan penyuluhan tentang berbagai materi, diberi kesempatan untuk tanya jawab dan berdiskusi serta dibekali dengan contoh serta simulasi saat pelatihan. Dengan berbagai metode dan materi yang mencukupi tentang manajemen pemasaran.

Gambar 5. Pelatihan pemasaran online briket arang dari sekam padi



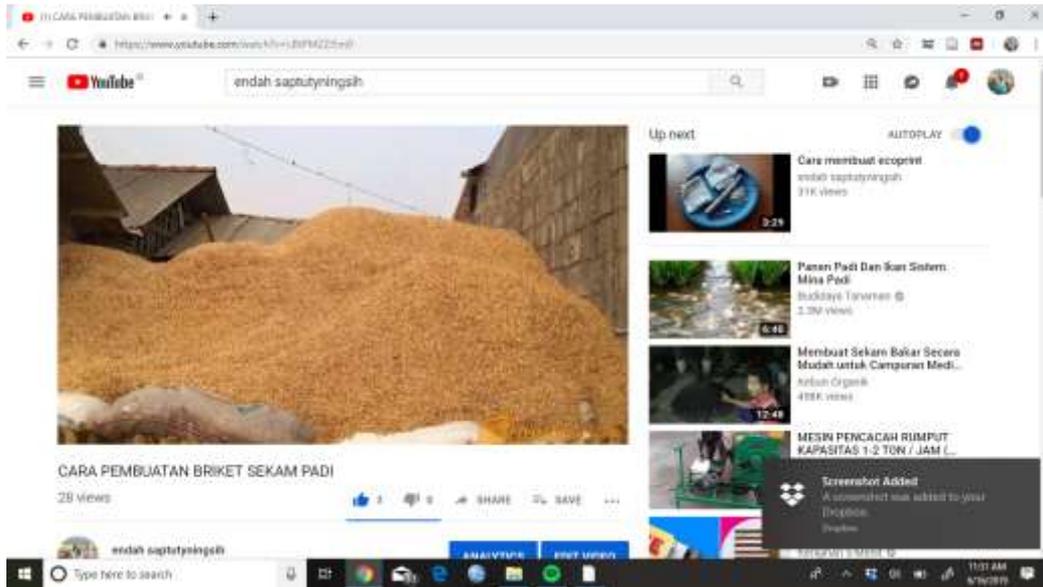
Sumber: dokumen penulis

Output tambahan dari Program Kemitraan Masyarakat ini salah satunya juga membuka video tentang tata cara pembuatan briket arang dari sampah organik dengan memanfaatkan limbah sekam padi di sekitar Desa Krasak, Kecamatan Teras, Kabupaten Boyolali. Video ini ditujukan agar masyarakat dapat membuat briket arang dengan mudah dengan bahan sederhana, sehingga mereka dapat memproduksi sendiri setelah menyaksikan video dan mempraktekannya melalui pelatihan. Video ini tidak hanya diperuntukkan bagi warga masyarakat Desa Krasak, Kecamatan Teras, Kabupaten Boyolali, tetapi juga bisa dimanfaatkan oleh masyarakat luas pengguna media sosial. Video cara pembuatan briket arang dari sekam padi ini bisa dibuka di website berikut:

<https://www.youtube.com/watch?v=LBtPMZZI5m0>

Sampai saat ini sudah sebanyak 28 *viewers* dan 3 *likes* yang menyaksikan video cara pembuatan briket arang sekam padi tersebut.

Gambar 6. Tampilan video cara membuat briket arang dari sekam padi yang diupload di youtube



Sumber: dokumen penulis

Ucapan Terima Kasih

Terima kasih kami sampaikan kepada Lembaga Penelitian, Publikasi, Dan Pengabdian (LP3M) Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan pendanaan dengan nomor kontrak 195/SK-LP3M/I/2019. Kami juga mengucapkan terima kasih kepada Aditya Kurniawan, S.T., yang telah banyak membantu dalam persiapan alat dan bahan selama pelatihan.

Daftar Pustaka

- Desa Krasak. 2018. *Profil Desa Krasak Kecamatan Teras, Kabupaten Boyolali*. <https://krasak-teras.desa.id/>. diakses 7 Januari 2019
- Johannes, H. 1991. *Menghemat Kayu Bakar dan Arang untuk Memasak di Pedesaan Dengan Briket Bioarang*. Karya Ilmiah Fakultas Teknik Universitas Gajah Mada, Yogyakarta
- Himawanto, D.A. 2005. Pengaruh Temperatur Karbonasi terhadap Karakteristik Pembakaran Briket. *Jurnal Media Teknik Mesin* 6(2).
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Millenium. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Patabang, D. 2012. Karakteristik Termal Briket Arang Sekam Padi dengan Variasi Bahan Perekat. *Jurnal Mekanikal* 3(2): 286-292.
- Stanton, William J. 1978. *Fundamentals of Marketing*. Edisi Kelima. Tokyo: Kogokusha, Mc Graw-Hill Book Company.

Pengembangan Model Pemasaran Wedang Ereng-Ereng Sebagai Ikon Kuliner Khas Desa Wisata Seloharjo

Triwara Buddhi Satyarini¹ dan Sutrisno²

Program Studi Agribisnis, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Jl. Brawijaya, Tamantirto, Kasihan, Bantul. Yogyakarta
triwara@umy.ac.id

Abstrak

Tujuan dari kegiatan ini adalah memberdayakan potensi kuliner khas lokal Desa Seloharjo berupa minuman atau wedang yang diberi nama Wedang Ereng-ereng. Wedang ini pada awalnya diformulasikan oleh seorang warga, namun akhirnya diserahkan kepada masyarakat dan pemerintah Desa Seloharjo untuk dikembangkan dalam rangka mendukung Seloharjo sebagai desa wisata. Masalah yang ditangani adalah belum seragamnya formula yang dikuasai masyarakat sehingga perlu standarisasi. Masalah yang kedua adalah pengembangan pemasaran meliputi promosi, penetapan harga dan sistem penjualan. Kegiatan yang dilakukan untuk menjawab permasalahan tersebut adalah standarisasi produk dan harga, gebyar wedang-ereng-ereng dengan festival serta pengembangan pemasaran dengan membentuk outlet-outlet penjualan berupa warung wedang ereng-ereng

Kata kunci: pengembangan, pemasaran, kuliner, desa wisata, wedang

Pendahuluan

Mitra dalam program pengabdian ini Masyarakat dan Pemerintah Desa Seloharjo dengan sasaran strategisnya adalah Pengelola Desa Wisata (Pokdarwis) dan kelompok pengembang wedang ereng-ereng di Desa Seloharjo Kecamatan Pundong Kabupaten Bantul. Desa Seloharjo telah mendapatkan mandat sebagai Desa Wisata & Budaya dari Dinas Pariwisata Kabupaten Bantul sejak tahun 2014, mengingat beberapa potensi baik potensi alam maupun potensi sosial budaya yang lain. Beberapa potensi alam yang layak dikembangkan menjadi wisata di Desa Seloharjo adalah: Mata Air Tuk Srocolo, Goa Sunan Mas, Goa Jepang dan Puncak Mranggi. Pemda Bantul melalui Dinas Pariwisata mendorong agar diwujudkan Desa Seloharjo menjadi Desa Wisata. Hal tersebut mengingat saat ini tempat-tempat tersebut sudah mulai ramai dikunjungi orang secara informal karena penasaran dengan tempat tersebut yang mulai ramai dibicarakan orang di media sosial. Pertimbangan lain adalah perlunya upaya perlindungan situs-situs sejarah yang dapat memperkaya khasanah budaya masyarakat dan bangsa Indonesia.

Pengembangan Desa Seloharjo menjadi Desa Wisata dan Budaya memiliki prospek cerah dimasa yang akan datang mengingat beberapa faktor pendukungnya: 1) Letak geografis Desa Seloharjo yang sangat strategis karena dilalui oleh Jalur Wisata dari Jogja menuju obyek

wisata Parangtritis, Parangkusumo dan Depok. Wisata Desa Seloharjo diyakini akan menjadi sajian utama maupun pelengkap wisata Pantai Parangtritis, Parangkusumo maupun Depok. 2) Wisata pemandangan (view) di sekitar Goa Jepang atau Puncak Meranggi memiliki daya tarik tersendiri yang sampai saat ini terus ramai dikunjungi orang akibat promosi person-by person dan efek media social, 3) Sebagian besar masyarakat terutama di 3 dusun penyangga yaitu Ngreco, Poyahan dan Jelapan, warga siap berpartisipasi terutama dalam kegiatan yang dikembangkan dalam desa wisata, 4) Telah terbentuk kelompok sadar wisata (pokdarwis) yang siap mengelola Desa Wisata.

Masalah utama yang muncul dan urgen untuk ditangani adalah belum adanya kuliner khas yang menjadi sajian Desa Wisata. Selama ini orang berkunjung ke Desa Wisata Seloharjo, terutama di Puncak Mranggi Goa Jepang, hanya menjumpai kuliner pada umumnya seperti di tempat lain. Maka timbulah keinginan untuk menjadikan Wedang Ereng-ereng menjadi kuliner khas Desa Wisata Seloharjo, terinspirasi oleh minuman khas Wedang Uwuh yang telah populer sebelumnya di daerah Imogiri. Pengembangan wedang ereng-ereng ini menghadapi kendala dan masalah belum adanya standar formula dan harga jual, belum begitu populer sehingga perlu promosi dan belum adanya kelompok pengembang yang bersedia memasarkan wedang ereng-ereng tersebut.

Bertolak dari masalah tersebut, maka kegiatan dalam pemberdayaan wedang ereng-ereng adalah 1) promosi dengan kegiatan gebyar atau festival, 2) standarisasi formula dan harga, 3) pengembangan pemasaran dengan pembentukan kelompok pengembang dan outlet penjualan.

Metode Pelaksanaan

Metode dasar dalam kegiatan ini adalah pembentukan kelompok pengembang dengan peningkatan pengetahuan dan ketrampilan serta fasilitasi dalam pengembangan pemasaran. Sedangkan upaya promosi awal dilakukan dengan mengundang masyarakat Desa Seloharjo dan wisatawan dalam kegiatan festival wedang ereng-ereng. Metode FGD banyak dilakukan untuk rebug perencanaan kegiatan dengan melibatkan seluruh stakeholder baik panitia festival, pengurus pokdarwis, pengelola desa wisata, perwakilan pemerintah Desa seloharjo dan seluruh pedukuhan serta kelompok pengembang yang akan dilatih dan difasilitasi dalam rangka pemasaran wedang ereng-ereng. Fasilitasi outlet penjualan dilakukan terhadap 5 orang yang diyakini siap secara teknis dan memiliki motivasi kuat untuk mengembangkan wedang ereng-ereng.

Hasil dan Pembahasan

1. Festival Wedang Ereng-ereng

Program pengabdian masyarakat yang telah dilakukan sebelumnya adalah perintisan kuliner khas berupa wedang ereng-ereng dengan kegiatan utama berupa festival. Pelaksanaan festival dikelola dan dikendalikan oleh Pengurus Wisata Goa Jepang dan Puncak Surocolo. Bertempat di rest area (tempat parkir dan warung-warung makanan minuman), berjarak kurang

lebih 200 m dari puncak Surocolo (Mranggi dan Goa Jepang). Pelaksanaan festival dimulai dengan penjelasan tentang aturan festival, dilanjutkan penilaian oleh Juri dan minum gratis bagi pengunjung. Pengunjung yang minum dimohon untuk memberikan masukan kepada masing-masing peserta festival menyangkut penyajian dan cita rasa. Penilaian oleh Dewan Juri meliputi: formula, penyajian dan cita rasa. Dewan Juri terdiri dari 3 orang yang seluruhnya berasal dari luar Desa Seloharjo sehingga lebih netral. Sebelum menilai, dewan Juri mendapatkan pengarahan dan penjelasan tentang sejarah dan filosofi wedang ereng-ereng sehingga makin lengkap bahan pertimbangan untuk melakukan penilaian. Perwakilan dari masing-masing dusun yang hadir menjadi peserta festival tercantum dalam tabel 1 sebagai berikut:

Tabel 1. Daftar Peserta Festival Wedang Ereng-ereng dan hasil penilaian festival

No.	Tim Peserta Dusun	Total Nilai	Juara	Hadiah (Rp)
1.	Kalinampu	68.5		
2.	Kalipakem	72.5	III	250.000
3.	Poyahan	68.5		
4.	Ngreco	66.5		
5.	Darmojurang	59.5		
6.	Nambangan	74	I	1.000.000
7.	Soka	73.5	II	500.000
8.	Geger	72		
9.	Jelapan	68		

Gambar 1. Suasana penjurian



Sumber: dokumen penulis

Gambar 2. Antusiasme Pengunjung Festival



Sumber: dokumen penulis

2. Pelatihan Standarisasi Wedang Ereng-ereng

Pelatihan standarisasi wedang ereng-ereng bertujuan untuk menetapkan formula, cara pembuatan dan penyajian wedang ereng-ereng. Standarisasi formula juga bertujuan untuk menjaga kualitas dan cita rasa termasuk standar biaya produksi dan pemasarannya. Pelatihan ini diikuti oleh peserta yang terdiri atas kelompok pengembang yang merupakan juara pada saat festival dan peserta pelaku utama yang saat ini telah melakukan bisnis warung makan dan minuman (termasuk angkringan) yang berlokasi di seluruh wilayah Desa Wisata Seloharjo. Hasil dari pelatihan ini adalah penetapan harga dasar penjualan (HPP) wedang ereng-ereng sebesar Rp 4000 sd 5000 per gelas ukuran 250 sd 300 cc (gelas es). Ditetapkan juga sebanyak 5 orang yang akan menjadi pioner sekaligus warung atau outlet penjualan wedang-ereng.

Gambar 3. Suasana Pelatihan Standarisasi Wedang Ereng-ereng



Sumber: dokumen penulis

Gambar 4. Suasana Pelatihan Standarisasi Wedang Ereng-ereng



Sumber: dokumen penulis

3. Pengembangan Pemasaran dengan Outlet atau Warung Wedang Ereng-ereng

Kegiatan ini merupakan tindak lanjut dari pelatihan standarisasi serta FGD pengembangan pemasaran wedang ereng-ereng. Dari FDG dan pelatihan terdapat 10 orang yang bersedia menjadi pengembang wedang ereng-ereng, namun pada tahap awal akan dikembangkan 5 warung yang akan difasilitasi, didampingi dan diarahkan dalam pemasaran wedang ereng-ereng. Ke lima outlet ini bertanggungjawab penuh terhadap tugas promosi dan penjualan wedang ereng-ereng. Outlet yang dikembangkan sebanyak 5 unit yang tersebar di jalan raya yang menghubungkan Imogiri – Seloharjo Pundong – Parangtritis atau Jogja – Seloharjo Pundong – Parangtritis sebanyak 2 unit. Sedangkan yang 3 unit dikembangkan di area wisata puncak Mranggi atau area Goa Jepang.

Gambar 4. Warung-warung wedang ereng-ereng



Sumber: dokumen penulis

Secara umum pengembangan kuliner khas di Desa Wisata sejalan dengan konsep 4A yang dikembangkan oleh Echtner (2002), yaitu: sajian wisata (*attractions*), pelaku atau pengelola wisata (*actors*), pelaksanaan (*actions*) dan daya dukung masyarakat (*atmospheres*). Pengembangan

Wedang Ereng-ereng diharapkan bisa menciptakan *brand* menjadi salah satu daya tarik dan penciri wisata seperti yang dilakukan oleh Pike (2005). Korelasi pemasaran, daya tarik wisata dan kunjungan wisata telah diteliti oleh Widagdyo (2017) yang menyebutkan bahwa kuliner merupakan salah satu bagian dari factor daya tarik petualangan dan budaya.

Pengembangan pemasaran *wedang ereng-ereng* dalam kegiatan ini sesungguhnya mengikuti konsep bauran pemasaran wisata yang pernah diteliti oleh Yulita (2016) karena diyakini akan meningkatkan keputusan wisatawan untuk berkunjung ke Desa Wisata. Kegiatan ini masih memerlukan tindak lanjut yaitu:

1. Pendaftaran Merek Dagang *Wedang-ereng* bertujuan untuk menjaga agar tidak terjadi konflik kepentingan bisnis dan menjaga agar masyarakat yang menjadi pelaku utama yang akan memperoleh manfaat yang sebesar-besarnya
2. Diperlukan upaya promosi yang lebih masiv yang bertumpu pada kepentingan masyarakat atau kelompok pengembang sehingga *Wedang Ereng-ereng* makin diminati dan disukai
3. Diperlukan tindak lanjut pengembangan formula *Wedang-Ereng-ereng* agar bisa menjadi buah tangan atau oleh-oleh yang bisa dibawa pulang oleh para wisatawan yang datang ke *Seloharjo*, misalnya kemasan siap seduh yang praktis dan *lebih marketable*

Simpulan

1. Pelaksanaan festival *wedang ereng-ereng* telah berhasil menjadi sarana sosialisasi dan promosi baik ke dalam masyarakat sebagai upaya menggugah kesadaran dukungan terhadap desa wisata maupun promosi ke luar sebagai upaya meningkatkan daya tarik untuk berkunjung ke desa wisata *Seloharjo*
2. Standarisasi Formula dan Penjualan dilakukan untuk menjada standar kualitas dan standar harga yang ideal untuk para pengembang dan terjangkau oleh konsumen
3. Sudah ada 5 warung yang bersedia memasarkan *wedang ereng-ereng*, 2 terdapat di jalur utama yaitu jalan *Pundong-Parangtritis* dan 3 warung di lokasi wisata *Puncak Mranggi* atau *Goa Jepang*

Ucapan Terimakasih

1. Kepada Kepala LP3M UMY atas dukungan dana kegiatan abdimas ini
2. Kepala Desa *Seloharjo*, Seluruh Kepala Pedukuhan di Desa *Seloharjo* dan Pengurus Desa Wisata *Seloharjo*

Daftar Pustaka

- Echtner, Charlotte M. 2002. The content of the third world tourism marketing: a 4A Approach. *International Journal of Tourism Research*, 4: 413-434
- Pike, Steven. 2005. Tourism destination branding complexity. *The Journal of Product and Brand Management*, 14/4: 258 – 259

- Widagdyo, Kurniawan G. 2017. Pemasaran, Daya Tarik Ekowisata dan Minat Berkunjung Wisatawan. *Esensi: Jurnal Bisnis dan Manajemen*. Volume 7 (2) Oktober 2017 Hal: 261-276. <http://journal.uinjkt.ac.id/index.php/esensi>
- Yulita, Helenia. 2016. Pengaruh Bauran Pemasaran Pariwisata Terhadap Keputusan Berkunjung. *Jurnal Hospitality dan Pariwisata*, Volume 2 No 2, November 2016

Pengembangan Usaha Gitar Sebagai Wisata Industri Kreatif Unggulan Daerah

Wahyu Tri Hastiningsih^{1*}, Junaedi², A.Anditha Sari³ dan Ichwan Prastowo⁴

¹ Politeknik Indonusa Surakarta, Jl.KH.Samanhudi No.31 Mangkuyudan, Laweyan

² Politeknik Indonusa Surakarta, Jl.KH.Samanhudi No.31 Mangkuyudan, Laweyan

³ Politeknik Indonusa Surakarta, Jl.KH.Samanhudi No.31 Mangkuyudan, Laweyan

⁴ Politeknik Indonusa Surakarta, Jl.KH.Samanhudi No.31 Mangkuyudan, Laweyan

Jl.Kemasan 1 No 8 Kepatihan Kulon 57129, 087835154343

Email: wahyutri@poltekindonusa.ac.id

Abstrak

Tujuan dari pelaksanaan PPPUD 2019 ini adalah untuk memecahkan permasalahan dari mitra yaitu masih kurangnya kapasitas produksi, belum adanya pengelolaan manajemen keuangan, belum adanya merek, serta belum adanya pemasaran yang maksimal terutama pada segmen pasar ekspor dan pemasaran melalui media internet. Berdasarkan permasalahan diatas, maka tim PPPUD ini pada tahun pertama memberikan bahan dan alat untuk meningkatkan produksi gitar, pelatihan pembukuan online, pembuatan merek dagang yaitu Javaguitar, pembuatan alat promosi berupa kartu nama dan nota penjualan serta masuk pada market place yaitu Tokopedia dan Bukalapak. Pembuatan Facebook, Instagram serta adanya website. Hal ini semua diharapkan akan berdampak pada terciptanya kualitas produk yang baik, pengelolaan keuangan/akutansi terkomputerisasi, branding yang kuat dan pemasaran secara global. Luaran wajib yang telah dihasilkan adalah publikasi media cetak, peningkatan produksi, peningkatan pemasaran, dan peningkatan nilai asset mitra.

Kata kunci: Industri gitar, manajemen usaha, media online

Pendahuluan

Desa Mancasan merupakan salah satu desa dengan akses listrik dan jalan raya yang cukup baik dimana sebelum memasuki desa Mancasan, melewati sebuah pabrik tekstil yang cukup besar, yang terletak pada 12 Km arah Selatan pusat Kota Solo atau bisa ditempuh kurang lebih 30 menit dengan lalu lintas normal. Dengan jumlah penduduk lebih dari 6000 orang dengan mata pencaharian yang terbanyak sebagai petani, hal ini tetap menjadikan masyarakat sebagai pengrajin industri rumah tangga berupa gitar menduduki urutan nomor 3 (profil desa 2013). Industri kerajinan gitar ini mulai berkembang sejak tahun 1975 dimana musik keroncong masih berjaya. Hingga sekarang jumlah pengrajin masih bertahan. Alat musik yang diproduksi yaitu bass, cello, gitar dan alat gitar dengan bahan kayu yang lainnya. Kemampuan ini dimiliki warga secara turun temurun baik dari peralatan ataupun teknik yang digunakan. Bahan-bahan gitar dapat diperoleh dengan mudah disekitar desa Mancasan baik dari bahan utama, bahan pendukung hingga *packaging*.

Keahlian pengrajin dan bahan baku telah dimiliki oleh para pengrajin namun dalam pengembangan industri dalam taraf UMKM perlu adanya modal dan motivasi yang kuat. Pada penelitian yang telah dilakukan oleh ketua peneliti Wahyu dalam jurnal *Hotelier* (2015) di Sentra Industri gitar Sukoharjo bahwa dalam hal kedisiplinan dan motivasi pengrajin gitar masih perlu adanya dukungan yang kuat dari diri sendiri serta adanya system yang baik dalam guna menunjang produktifitas. Dengan adanya disiplin serta motivasi yang baik akan menselaraskan hasil produksi. Hal ini perlu adanya kesinambungan yang selaras yang berujung pada peningkatan nilai produktivitas pengrajin gitar.. Hal inilah yang menjadi latar belakang dilaksanakannya kegiatan ini oleh ketua pengusul melalui Program Pengembangan Produk Unggulan Daerah (PPPUD).

Dalam penelitian sebelumnya, Wahyu Tri H (2015:50-51) menjelaskan ada faktor-faktor yang mempengaruhi produk gitar. Pertama, proses produksi gitar membutuhkan ketelitian mulai dari pemilihan bahan sampai proses akhir. Setiap alat musik mempunyai cara pembuatan yang berbeda-beda, mulai dari bahan baku yang digunakan sampai proses pengerjaannya. Produksi merupakan segala kegiatan dalam menciptakan dan menambah kegunaan (*utility*) sesuatu barang atau jasa. Kelompok usaha gitar ini terus berupaya melakukan proses produksi namun keterbatasan peralatan dan stock bahan menjadikan adanya kapasitas produksi tidak maksimal.

Faktor kedua adalah tenaga kerja. Tenaga kerja banyak yang tidak memiliki ketrampilan yang lebih spesifik pada industri gitar. Tenaga kerja mendapatkan ketrampilan dari dasar yang diperoleh dari turun temurun. Tenaga kerja juga hanya memiliki pendidikan formal minimal SD hingga SMA. Faktor ketiga adalah pemasaran dan manajemen. Di bidang pemasaran, mitra dalam memasarkan produknya belum memiliki merek (*brand*) Seringkali dari pihak pengepul/distributor yang akan memberikan *brand* sebelum di packing atau dari konsumen pribadi pula yang akan memberikan *brand* tersendiri. Keberadaan merek menurut Rangkuti (2012) bukan sekedar simbol namun memiliki 5 fungsi yaitu atribut, nilai, manfaat, kepribadian dan pemakai. Dalam cara pemasaran mitra masih menerima pesanan melalui telepon belum melalui media online.

Mitra belum memahami pembukuan dan pengelolaan manajemen. Tidak ada penyimpanan untuk nota-nota pembelian. Mitra masih mengandalkan daya ingat dikarenakan hal ini telah menjadi kebiasaan harian. Modal usaha dan kebutuhan pribadi sering kali menjadi satu sehingga sehingga pengelolaan keuangan tidak terkontrol dengan baik. Oleh karenanya perlu diadakannya pelatihan bagi mitra agar seluruh proses tersebut dapat menentukan pendapatan usaha dan meminimalkan biaya serta dalam penggunaan dan pengalokasian dana menjadi efisien untuk memaksimalkan nilai perusahaan.

Berdasarkan pada permasalahan yang dihadapi oleh mitra tersebut, tim PPPUD sepakat untuk menyelesaikan permasalahan tersebut dengan prioritas pada aspek produksi dengan memberikan penambahan peralatan dan bahan, memberikan pelatihan pembukuan dan

memberikan pelatihan pemasaran meliputi produk, promosi, distribusi dan harga (4P) guna meningkatkan omset mitra.

Metode Pelaksanaan

Berdasarkan analisis dari pembuatan gitar dari mitra Ari Kustanto yang merupakan mitra PPPUD anggaran 2019 Desa Mancasan Sukoharjo maka peluang yang didapat akan memberikan keuntungan yang ekonomis, maka permasalahan baik dari sisi produksi hingga pemasaran, perlu adanya pemecahan masalah yang terjadi dilokasi mitra. Di bidang produksi, keterbatasan peralatan dan stock bahan menjadikan adanya kapasitas produksi tidak maksimal. Keterbatasan peralatan dikarenakan terbatasnya permodalan untuk membeli peralatan dikarenakan harganya relative cukup tinggi dan jenis peralatan yang cukup banyak sehingga hanya beberapa peralatan yang dianggap penting yang terbeli dan sisanya menggunakan manual. Solusi permasalahan di bidang produksi adalah perlu adanya penambahan alat dan bahan. Dalam bidang produksi peneliti juga melaksanakan pelatihan Keselamatan Kesehatan Kerja (K3). Pelatihan ini berguna lebih mensupport teknik dan system produksi yang lebih baik sehingga dari sisi waktu produksi dapat terselesaikan lebih cepat dan hasilnya lebih baik.

Dalam bidang manajemen, mitra tidak memahami pembukuan dan pengelolaan manajemen. Setiap kali transaksi dan produksi, mitra hanya mencatat pada buku tulis seadanya. Jauh dari kata pengelolaan keuangan yang baik, hal ini juga dikarenakan latar belakang pendidikan yang rendah bahkan tidak ada kemampuan ketrampilan dalam bidang pembukuan. Modal usaha dan kebutuhan pribadi sering kali menjadi satu sehingga sehingga pengelolaan keuangan tidak terkontrol dengan baik. Melihat permasalahan ini, peneliti melaksanakan pelatihan akuntansi online.

Dalam bidang pemasaran yaitu penjualan lebih banyak diambil oleh pihak pengepul, belum adanya penataan gitar yang baik di *showroom*, dalam hal branding, mitra masih belum memiliki brand untuk ditempel sebagai identitas gitar hasil produksi, Maka solusi dari permasalahan tersebut peneliti melaksanakan pelatihan pemasaran secara online di Tokopedia dan Bukalapak serta membuatkan Instagram, Facebook serta web dan mengadakan merek dagang bagi mitra.

Hasil dan Pembahasan

Industri gitar yang terletak di Mancasan, Baki Sukoharjo telah masuk sebagai usaha unggulan daerah. Hal ini nampak dari pekerjaan di setiap rumah tangga yang ada di daerah ini adalah sebagai pembuat gitar. Sayangnya, sebagai Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) pengembangan usaha terhambat oleh faktor produksi, pembukuan dan pemasaran. Salah satunya dialami oleh mitra yaitu Ari Kusnanto. Peneliti melalui Program Pengembangan Produk Unggulan Daerah (PPPUD) yang didanai Kemenristekdikti tahun anggaran 2019 mengadakan pelatihan, pengadaan barang, perbaikan tempat produksi dan peningkatan produksi pada tahun pertama bagi mitra. Sebagai UMKM tentu membutuhkan produksi

barang atau jasa bagi kelangsungan usahanya. Dalam pengelolaan produksi, mitra harus mampu melakukan pengadaan barang untuk bisa memprediksi berapa jumlah produksi yang bisa dihasilkan. Hal ini menurut Hendro yang dikutip oleh Layaman (2016:114) dalam artikelnya bahwa kekurangan dan kelebihan bahan baku produksi akan mempengaruhi proses produksi. Mitra dalam hal produksi memiliki keterbatasan bahan baku serta komponen pendukung. Hal ini bukan karena ketidakaadanya penjual namun lebih karena adanya keterbatasan dana. Mitra Ari membeli bahan sesuai untuk 1x produksi. Bilamana adanya pesanan dalam jumlah besar, dapat dilakukan namun sering kali tidak sesuai dengan waktu yang telah disepakati. Hal ini karena pembeli hanya memberikan *down payment* dan akan dibayar lunas setelah pesanan gitar diselesaikan oleh mitra Ari.

Pelaksanaan program PPPUD yang berjalan dari bulan April 2019 ini telah menghasilkan beberapa capaian. Capaian dalam proses produksi, peneliti melakukan pengadaan bahan baku produksi. Bahan bakunya seperti kayu mahoni, kayu maple, kayu sonokeling dan triplek. Alat produksi juga disediakan agar proses produksi berjalan lebih cepat dan efisien. Alat-alat tersebut seperti mesin pasah, grenda tangan, bor tangan, compressor dan gergaji listrik. Peneliti juga menyediakan Assesories pendukung puteran gitar, fred gitar, senar gitar, nut atas, nut bawah, dan lubang resonansi.



Gambar 1. Penyerahan bahan dan alat produksi

Dalam proses produksi keselamatan dan kesehatan kerja (K3) yang ada di mitra tidak mendapatkan perhatian dengan layak. Setiap pekerja produksi dalam melaksanakan produk tidak menggunakan alat keselamatan kerja. Mulai dari pembuatan body, stang, pendempulan body, amplas, cat warna dan finishing. Melihat pentingnya keselamatan dan kesehatan bagi pekerja, maka diadakan pemahaman melalui pelatihan K3 yang dilaksanakan oleh Ichwan Prastowo sebagai anggota peneliti. Dalam pemaparannya Ichwan menjelaskan tujuan K3 dan alat-alat pengaman apa saja yang digunakan oleh pekerja bagian produksi gitar.

Mitra yang merupakan UMKM dalam pencatatan administrasi keuangan ternyata tidak berjalan. Ari Kusnanto selaku pelaku usaha setiap bertransaksi atau mendapatkan dana (*down payment*) segera dibelanjakan bahan disekitar tempat tinggal. Nota pembelian bahan oleh mitra

berupa body gitar, amplas, cat, dan komponen lainnya tidaklah disimpan dan dicatat. Tidak ada penyimpanan untuk nota-nota pembelian. Hal ini karena tidak ada personil yang khusus untuk melakukan pencatatan pembelian. Mitra masih mengandalkan daya ingat dikarenakan hal ini telah menjadi kebiasaan harian. Bila produksi telah selesai, mitra hanya menerima sisa uang pelunasan dan mitra pun tidak melakukan pencatatan di buku khusus. Kondisi ini ternyata tidak hanya dialami oleh mitra. Seperti yang disampaikan suharni dikutip oleh Yuli Setyawati (2018:162) bahwa kelemahan UMKM dalam penyusunan laporan keuangan disebabkan rendahnya pendidikan, kurangnya pemahaman terhadap Standar Akuntansi Keuangan (SAK), dan pelatihan penyusunan laporan keuangan. Sadar akan hal ini, peneliti mengadakan pelatihan pembukuan sederhana dan bisa dilakukan setiap saat dengan memanfaatkan android. Capaian dalam pembukuan diberikannya pelatihan akuntansi oleh Junaedi selaku anggota melalui aplikasi akuntansi UKM dan cara pembukuan diberikan kepada mitra agar segala transaksi dapat dapat tercatat dengan baik dan rapi dan memudahkan mitra untuk mengelola keuangan secara online melalui aplikasi akuntansi UKM.

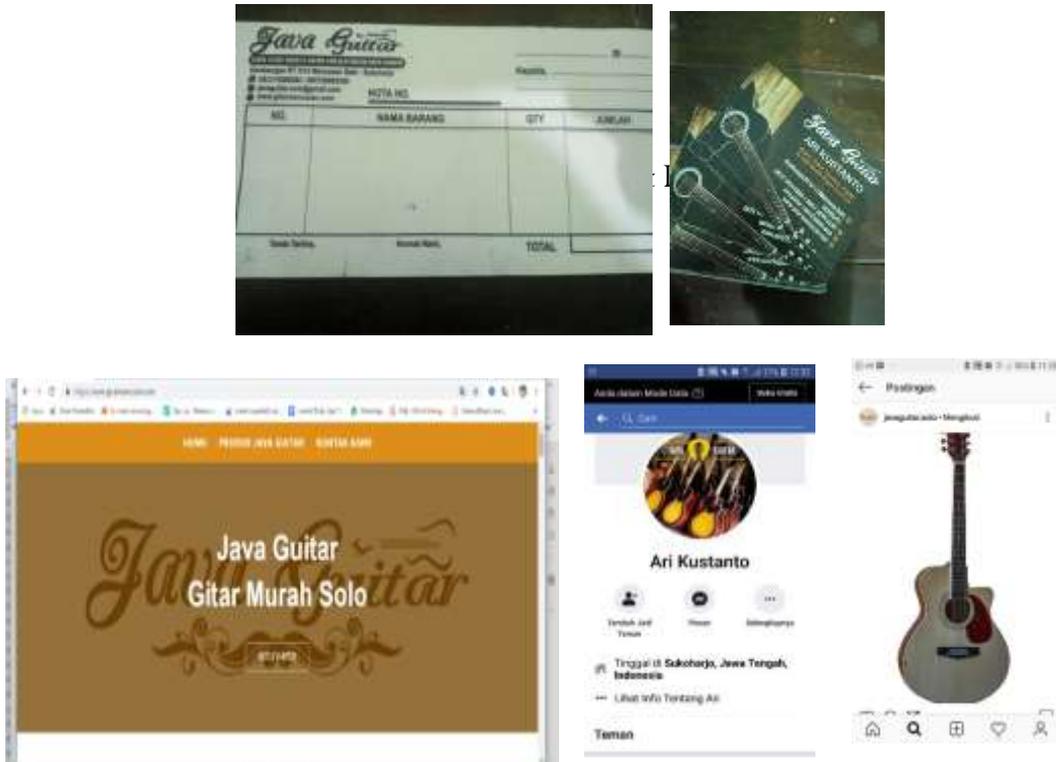
Sebagai Mitra, Ari Kusnanto dalam memasarkan produk gitarnya tidak menggunakan merek dagang. Ari memproduksi sesuai dengan pesanan merek dari pengepul atau distributor. Hal ini tentu merugikan Ari sebagai pelaku industri karena produk yang dihasilkan tidak memiliki *value* dan tidak dapat diidentifikasi. Merek menurut Muhammad Amirulloh (2017:29) berfungsi sebagai alat promosi produk sehingga masyarakat dapat dengan cepat mengidentifikasi produk kesukaannya berdasarkan merek. Melihat hal ini, dengan memperhatikan hal ini adanya perlindungan merek barang-barang yang akan diproduksi oleh suatu UMKM yang berdasarkan Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis berfungsi sebagai alat promosi produk sehingga masyarakat dapat dengan cepat mengidentifikasi produk kesukaannya berdasarkan merek. Capaian dalam hal pemasaran, peneliti bersama dengan mitra menghasilkan merek dagang dengan nama “Java Guitar”.



Gambar 2. Merek dagang mitra

Sebagai merek baru tentu membutuhkan media untuk menyebarkanluarkannya. Media yang telah dicapai oleh peneliti yaitu alat promosi melalui pembuatan kartu nama, pembuatan label dan nota pembelian. Media secara online, peneliti bersama mitra telah menghasilkan website di alamat www.gitarmancasan.com, facebook dan instagram dengan nama Java Guitar dan

mendaftarkan di *marketplace* yaitu Tokopedia. Pencapaian yang dilakukan dalam hal pemasaran dilaksanakan melalui proses pelatihan dan pendampingan secara berkelanjutan oleh Anditha Sari.



Gambar 4. Media Promosi Melalui Online



Gambar 6. Marketplace Java Guitar

Capaian lain di tahun pertama adalah publikasi di media cetak yang telah terbit di Harian umum Solopos 20 Juli 2019 kolom Sukoharjo Pengabdian masyarakat dengan judul “Politeknik Indonusa Beri Pelatihan Pengrajin Gitar.

Kesimpulan

Pada tahun pertama pelaksanaan Program Pengembangan Produk Unggulan Daerah (PPPUD) yang dilaksanakan mulai bulan April 2019 telah mencapai beberapa target di bidang produksi, manajemen dan pemasaran. Harapannya ditahun ke dua, peneliti bisa ikut serta dalam pameran baik dalam kota maupun luar kota sehingga pemasaran semakin meningkat. Hal ini tidak berhenti begitu saja, namun pada tahun ketiga adanya pemberian dana untuk pengembangan desa sebagai tujuan wisata industry. Hal ini dengan pembuatan showroom bagi pengrajin gitar yang tidak mempunyai tempat. Tidak hanya sebagai showroom saja namun menjadi tempat bagi kelompok pecinta music sebagai tempat berkumpul untuk menyatukan rasa sehingga dapat ditonton oleh warga sekitar dan harapannya sebagai tontonan bagi wisatawan yang berkunjung. Hal ini sepadan sehingga yang datang tidak hanya membeli gitar namun dapat menonton sebuah pertunjukan music secara langsung. Perbaikan sarana dan prasana bagi wisatawan yang akan berkunjung dalam hal kebersihan lingkungan sekitar patut menjadi dasar yang penting sehingga dapat menjadi sebuah daya tarik.

Ucapan Terima Kasih

1. Kementerian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi yang telah mendanai kegiatan Program Pengembangan Produk Unggulan Daerah (PPPUD) dengan No: 01/UPPM-INDO/IV/ABDIMAS/2019
2. Ir. Suci Purwandari, MM sebagai Direktur Politeknik Indonusa Surakarta
3. Ari Kusnanto sebagai mitra yang telah kegiatan Program Pengembangan Produk Unggulan Daerah (PPPUD)

Daftar Pustaka

- Freddy Rangkuti.2012. Studi Kelayakan Bisnis & Investasi. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Layanan & Nurlatifah.(2016).Strategi Meningkatkan Produksi UMKM di Kabupaten Cirebon Melalui Efektifitas Persediaan Bahan Baku dan Modal Usaha.*Jurnal Al-Mustashfa*,4(2),112-123.
- Muhammad Amirulloh & Helitha Novianty Muchtar.(2017).Strategi Peningkatan Usaha Melalui Perlindungan Merek Bagi UMKM Sale Pisang.Dharmakarya,*Jurnal Aplikasi Iptek untuk Masyarakat*,6(1).29-32

- Yuli Setyawati & Sigit Hermawan.(2013).Persepsi Pemilik dan Pengetahuan Akuntansi Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Atas Penyusunan Laporan Keuangan.*Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan Indonesia*,3(2),161-2014.
- Wahyu Tri Hastiningish.(2015).Peningkatan Sumber Daya Manusia Pengrajin Gitar Sebagai Industri Kreatif Dukuh Kembangan Sukoharjo Jawa Tengah.*Jurnal Hotelier*,1(2),47-59.

Pemanfaatan Sampah Organik Untuk Pembuatan Briket Arang Dalam Meningkatkan Kapasitas Ekonomi Masyarakat

Endah Saptutyingsih¹, Berli Paripurna Kamiel²

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

²Fakultas Teknik, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Jalan Brawijaya (Lingkar Selatan) Tamantirto Kasihan Bantul Yogyakarta 55183, Indonesia

Email: endahsaptuty@umy.ac.id

Abstrak

Program Kemitraan Masyarakat ini akan bertujuan untuk memanfaatkan potensi alam yang ada di desa Sendangtirto sebagai alternatif solusi bahan bakar fosil yang merupakan sumber daya yang tidak dapat diperbaharui. Mitra Program Kemitraan Masyarakat ini adalah Sekolah Jum'at Putri Mandiri, Desa Sendangtirto, Kecamatan Berbah, Kabupaten Sleman. Di desa Sendangtirto banyak terdapat sampah dedaunan yang selama ini tidak dimanfaatkan. Program ini berupa pelatihan bagi kelompok masyarakat untuk menciptakan energi alternatif yang dapat diperbaharui dan bersih dengan memanfaatkan sampah organik berupa daun kering. Metode pelaksanaan dilakukan dengan cara mengolah sampah organik tersebut melalui pembakaran yang ramah lingkungan. Pembuatan briket arang dari sampah organik dapat menjadi alternatif sumber penghasilan yang sangat menjanjikan bagi masyarakat dan mampu mengurangi timbunan sampah yang berbahaya bagi kesehatan lingkungan dan dapat dipakai masyarakat sebagai bahan bakar rumah tangga karena murah dan memenuhi standar kesehatan. Selain pelatihan, program ini juga menghasilkan sebuah video cara membuat briket arang yang dapat dimanfaatkan bagi masyarakat luas agar masyarakat bisa membuat sendiri sehingga dapat memanfaatkan sampah organik di sekitarnya dan bahkan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Kata Kunci: briket arang; sampah organik; energi alternatif; pelatihan; kesejahteraan masyarakat

Pendahuluan

Masyarakat Desa Sendangtirto masih banyak memiliki lahan luas berupa area persawahan dan perkebunan. Area perkebunan disamping menghasilkan produk yang bermanfaat tetapi juga banyak menghasilkan sampah, terutama sampah organik dari dedaunan kering. Selama ini masyarakat membersihkan lahan mereka dengan membakar sampah-sampah tersebut. Sebagian besar masyarakat Desa Sendangtirto belum mengetahui potensi sampah organik yang dapat dijadikan sebagai bahan bakar alternatif, mereka menganggap bahwa sampah organik tidak dapat lagi dimanfaatkan sehingga perlu dimusnahkan. Masyarakat sampai saat ini hanya mengetahui daur ulang sampah anorganik saja. Sedangkan sampah organik hanya dapat dimanfaatkan untuk membuat pupuk kompos.

Dengan banyaknya potensi sampah organik dan masih rendahnya pengetahuan masyarakat untuk memanfaatkan potensi tersebut, maka perlu adanya pelatihan dalam membuat briket arang akan sangat bermanfaat bagi masyarakat Desa Sendangtirto. Pembuatan briket arang dari sampah organik dapat menjadi alternatif penghasilan tambahan bagi masyarakat dan mampu mengurangi timbunan sampah yang berbahaya bagi kesehatan lingkungan. Usaha briket arang ini akan mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat disamping bisa juga dipakai oleh masyarakat sebagai bahan bakar rumah tangga karena murah dan ramah lingkungan.

Beberapa permasalahan yang dialami oleh masyarakat berdasarkan observasi yang kami lakukan diantaranya: 1) Melimpahnya potensi desa Sendangtirto merupakan salah satu desa dengan potensi sampah organik yang ketersediaannya sangat melimpah, akan tetapi tidak diolah, sehingga perlu adanya inovasi baru untuk memanfaatkan sampah organik tersebut sehingga memberi manfaat bagi masyarakat dengan mengolahnya menjadi briket arang yang bisa dimanfaatkan sendiri sebagai bahan bakar alternatif yang ramah lingkungan dan relatif murah; 2) Kurangnya pemberdayaan kelompok ibu-ibu PKK (yang sebagian besar adalah ibu rumah tangga) yang dapat menghasilkan suatu produk yang memanfaatkan potensi desa. Perlu adanya inovasi produk memiliki daya jual tinggi yang dihasilkan oleh Sekolah Jum'at Putri Desa Sendangtirto, Berbah, Sleman sehingga menjadi alternatif sumber pendapatan bagi masyarakat setempat.

Meningkatnya harga bahan bakar minyak mendorong adanya pengalihan jenis bahan bakar gas di Indonesia. Akan tetapi, harga gas juga mengalami kenaikan secara bertahap, sehingga perlu adanya bahan bakar alternatif yang terjangkau harganya serta ramah lingkungan. Salah satu bahan bakar alternatif yang bisa digunakan adalah briket arang yang dapat dibuat dari daun kering, tempurung kelapa, kayu, residu tebu, dan lain sebagainya. Bahan bakar ini relatif murah karena bisa dimanfaatkan dari sampah organik di sekitar masyarakat.

Dalam rangka mendorong penggunaan bahan bakar alternatif yang ramah lingkungan, perlu adanya pemberdayaan kelompok-kelompok masyarakat khususnya kelompok PKK agar dapat memanfaatkan potensi desa yang ada untuk membuat bahan bakar alternatif berupa briket arang. Disamping itu, dengan peningkatan kapasitas masyarakat dalam membuat briket arang, maka bisa dikembangkan usaha briket arang agar masyarakat memiliki penghasilan tambahan sehingga tidak hanya tergantung dari pekerjaan kepala keluarga sebagai buruh lepas, karyawan swasta, petani, ataupun yang lain.

Kegiatan PKM ini bertujuan untuk mengembangkan ketrampilan kelompok Sekolah Jum'at Putri yang terdiri dari ibu-ibu rumah tangga di Desa Sendangtirto yang memberikan manfaat ekonomi dan sosial bagi masyarakat dengan memanfaatkan potensi alami desanya. Dengan meningkatnya ketrampilan Sekolah Jum'at Putri dapat meningkatkan kegiatan ekonomi lokal yang secara tidak langsung dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat Desa Sendangtirto, yaitu: 1) Masyarakat Desa Sendangtirto secara berkesinambungan mampu memanfaatkan sampah yang menjadi permasalahan lingkungan sebagai bahan bakar alternatif; 2) Terbentuknya kemandirian masyarakat sasaran dalam mengelola sampah organik menjadi

bahan bakar alternatif briket arang; 3) Masyarakat bisa memproduksi briket arang secara berkelanjutan, sehingga meningkatkan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat.

Metode Pelaksanaan

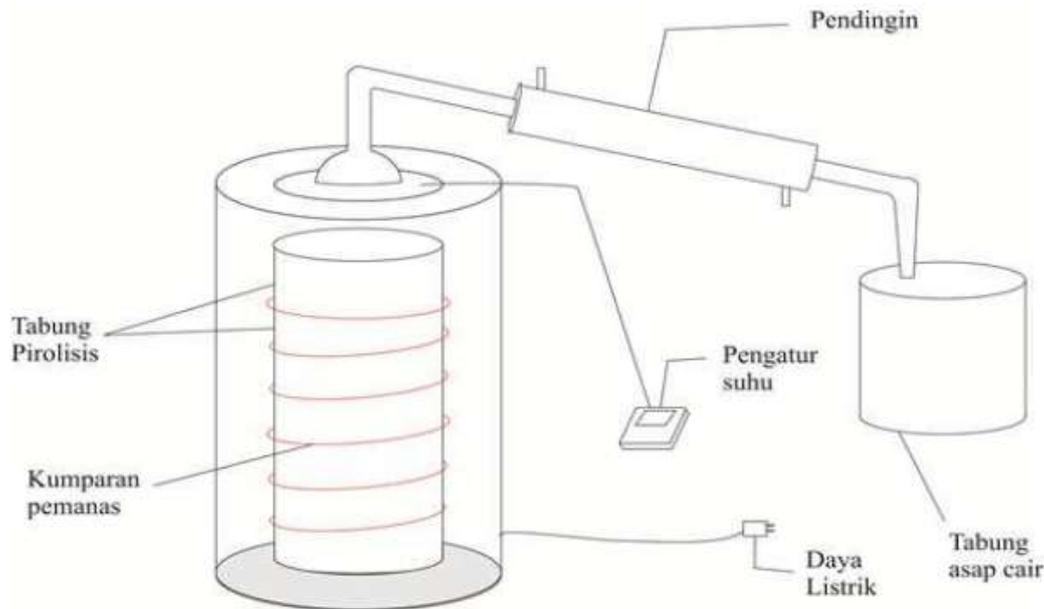
Berdasarkan permasalahan yang sudah diutarakan sebelumnya, masyarakat Desa Sendangtirto perlu mendapatkan pembekalan agar dapat memanfaatkan potensi sampah organik yang ada di desanya untuk digunakan sebagai bahan pembuatan briket arang yang merupakan bahan bakar alternatif ramah lingkungan. Kegiatan pelatihan dimulai dengan sosialisasi kepada masyarakat tentang pentingnya menjaga dan mengelola lingkungan, khususnya sampah organik yang bisa dimanfaatkan menjadi briket arang sebagai salah satu energi alternatif yang murah dan ramah lingkungan. Selanjutnya dilakukan pelatihan proses pemilihan sampah organik dan sampah non-organik, lalu pelatihan pembuatan briket arang, penggunaan briket arang sebagai bahan bakar memasak, serta pengembangan produk untuk dipasarkan ke masyarakat sekitar.

Kegiatan PKM ini berusaha untuk memecahkan permasalahan tersebut dengan beberapa pendekatan yang dilakukan bersama-sama sebagai berikut: 1) Berbasis kelompok, seluruh tahap dan jenis kegiatan yang akan dilakukan masyarakat lokal menggunakan kelompok. Kelompok masyarakat Sekolah Jumat Putri, Desa Sendangtirto akan digunakan sebagai media belajar dan pendampingan, perencanaan, pelaksanaan, dan monitoring kegiatan; 2) Komprehensif, program PKM ini mengintervensi seluruh aspek untuk melakukan pelatihan bagi kelompok Sekolah Jumat Putri Desa Sendangtirto dalam meningkatkan keahlian, ketrampilan, dan pengetahuan (teknik membuat briket arang dari sampah daun kering) melalui pelatihan, serta memperkuat kelompok Sekolah Jumat Putri sebagai wadah kegiatan melalui pendampingan; 3) Berbasis potensi lokal, peningkatan ketrampilan teknik pembuatan briket arang akan berbasis pada potensi lokal yang berupa sampah organik daun kering.

Briket arang diperoleh dengan cara pengempaan arang halus dicampur dengan bahan perekat. Untuk menghasilkan briket arang dilakukan dengan cara membakar biomassa kering tanpa udara (*pyrolysis*) (Johannes, 1991). Terdapat tiga mekanisme pembakaran biomassa yaitu pengeringan (*drying*), devolatilisasi (*devolatilization*), dan pembakaran arang (*charcombustion*) (Himawanto, 2005).

1. Persiapan Alat dan Bahan Pelatihan

Alat yang digunakan adalah sebagai berikut: Timbangan digital, pengaduk, mesin cetak/press hidrolis, tabung /reaktor pyrolysis, ember, dan ayakan. Bahan baku yang diperlukan sebagai berikut: a) Sampah organik daun kering; b) Tepung kanji; c) Air.



Gambar 1. Konstruksi alat Pyrolisis

2. Pelatihan Pembuatan Briket Arang

Pada tahap ini, pelatihan kepada kepada kelompok masyarakat untuk membuat briket arang dengan menggunakan proses karbonasi. Pelatihan diberikan kepada anggota kelompok Sekolah Jumat Putri. Pelatihan diawali dengan presentasi mengenai pentingnya mengelola lingkungan, khususnya sampah organik, serta pentingnya bahan bakar alternatif berupa briket arang yang mudah dibuat, murah, dan ramah lingkungan. Metode ini dimaksudkan untuk menyadarkan masyarakat akan pentingnya memanfaatkan potensi sampah organik yang ada di sekitar tempat tinggalnya agar menjadi barang yang memiliki nilai kegunaan maupun nilai ekonomis yang lebih tinggi dengan dijadikan sebagai briket arang. Presentasi dilanjutkan dengan demonstrasi teknologi oleh anggota pelaksana PKM dengan melibatkan peserta/masyarakat secara aktif.

Persiapan bahan baku: Tahapan ini diawali dengan memotong bahan baku berupa sampah organik menjadi ukuran yang lebih kecil kemudian mengeringkannya agar kadar airnya hilang. Pengeringan dilakukan dengan menjemur di bawah sinar matahari selama kurun waktu lebih kurang 7 hari.

Pembutan bioarang: sampah organik dimasukkan ke dalam tabung pyrolysis, kemudian tabung ditutup dengan rapat. Tabung kemudian dihubungkan dengan sumber panas berupa arus listrik melalui pengatur suhu dan waktu yang akan divariasikan. Setelah pyrolysis selesai akan ditandai dengan tidak keluarnya asap, peralatan dimatikan dan didiamkan selama satu hari. Hasil arang pyrolysis dihaluskan dan diayak.

Pembuatan biobriket: hasil ayakan arang dicampur dengan tepung kanji 10% berat. Kemudian bioarang dan perekat dicampur sampai rata kemudian dimasukkan mesin pencetak.

3. Pelatihan Cara Penggunaan Briket Arang

Pada tahap ini tim melakukan sosialisasi bagaimana cara menggunakan briket bio arang sebagai bahan bakar. Masing-masing kegiatan dilaksanakan menjadi dua tahap, yaitu:

a. Tahap Pelaksanaan Kegiatan Masyarakat secara Terbimbing

Kegiatan ini dilakukan pada saat tim PKM melakukan pembimbingan secara intensif kepada masyarakat mengenai teknologi yang diterapkan dalam mengelola sampah organik. Kegiatan ini dilakukan sampai semua peserta/masyarakat bisa menerapkan dan mempraktekkan apa yang dilatihkan oleh tim.

b. Tahap Pelaksanaan Kegiatan Masyarakat secara Mandiri

Kegiatan ini dilakukan untuk memberikan kesempatan yang lebih luas kepada masyarakat untuk mempraktekkan apa yang sudah dilatihkan, mulai dari memisahkan antara sampah organik dengan sampah non organik, membuat briket dengan cara dan alat yang ada, menggunakan briket sebagai bahan bakar. Dalam hal ini masyarakat mencobanya atau melakukannya pada saat tidak bersama dengan pendamping.

4. Pembuatan Video Cara Pembuatan Briket Arang

Video ini memuat semua tahapan pembuatan briket arang secara detail dengan tujuan agar masyarakat luas dapat membuat briket sendiri dengan biaya yang tidak mahal. Video ini nantinya melalui proses editing dan selanjutnya diupload ke *youtube* sehingga dapat memberikan manfaat bagi khalayak umum.

Hasil dan Pembahasan

1. Karakteristik Peserta Pelatihan Pembuatan Briket arang daun kering

Pembuatan briket arang daun kering sangat tergantung pada ketersediaan bahan alami yang digunakan sebagai bahan baku utama briket arang daun kering. Bahan baku utama pembuatan briket arang daun kering adalah berbagai jenis daun-daunan yang tersedia di sekitarnya. Oleh karena itu, sebelum melaksanakan pelatihan, tim pelaksana Pengabdian Kemitraan Masyarakat (PKM) melakukan observasi terlebih dahulu ke lokasi yaitu di Desa Sendangtirto, Berbah, Kabupaten Sleman untuk mengidentifikasi jenis daun yang dapat dijadikan bahan utama briket arang daun kering.

Pelatihan briket arang daun kering diikuti oleh yang berasal dari kelompok Sekolah Jum'at Putri Mandiri, Desa Sendangtirto, Berbah, Kabupaten Sleman.

Tabel 2. Komposisi peserta berdasarkan jenis kelamin

Jenis Kelamin	Presentase
Laki-laki	0
Perempuan	100

Berdasarkan jenis kelamin, hampir seluruh peserta pelatihan briket arang daun kering berjenis kelamin perempuan.

Tabel 3. Komposisi peserta berdasarkan status perkawinan

Status	Presentase
Menikah	94,1
Janda/Duda	5,9

Terdapat sebanyak 94,1,75 persen dari seluruh peserta pelatihan briket arang daun kering sudah menikah, sedangkan 5,9 persen sisanya janda/duda.

Tabel 4. Komposisi peserta berdasarkan tingkat pendidikan

Tingkat pendidikan	Presentase
Tamatan SD	5,9
Tamatan SMP	0,0
Tamatan SMU atau sederajat	52,9
Tamatan D3 atau sederajat	17,7
Tamatan S1 atau sederajat	23,5
Tamatan S2 atau sederajat	0
Lainnya	0

Berdasarkan tingkat pendidikan, sebanyak 52,9 persen dari seluruh peserta berpendidikan SMU. Terdapat 23,5 persen peserta berpendidikan S1. Sebanyak 17,7 persen yang berpendidikan D3 dan 5,9 berpendidikan SD.

Tabel 5. Komposisi peserta berdasarkan ketrampilan tertentu

Jenis ketrampilan/keahlian tertentu	Presentase
Membuat asesoris perhiasan	41,2
Menjahit	
Membuat kue	
Membatik	
Tidak memiliki	58,8

Terdapat sebanyak 58,8 persen dari seluruh peserta pelatihan briket arang daun kering tidak memiliki bekal ketrampilan tertentu. Sedangkan 41,1 persen peserta memiliki ketrampilan tertentu, diantaranya ketrampilan membuat asesoris perhiasan, menjahit, membuat kue, dan membatik.

Tabel 6. Komposisi peserta berdasarkan keterlibatan dengan pelatihan tertentu

Keterlibatan dengan pelatihan tertentu	Persentase
Pernah mengikuti pelatihan tertentu	82,3
Tidak Pernah	17,7

Berdasarkan keterlibatan dengan pelatihan tertentu, terdapat 82,3 persen dari seluruh peserta pernah mengikuti pelatihan tertentu, sedangkan 17,7 persen sisanya tidak pernah mengikuti pelatihan tertentu.

Tabel 7. Komposisi peserta berdasarkan keterlibatan dengan usaha

Keterlibatan dengan Usaha (memiliki usaha/tidak)	Presentase
Usaha formal	0
Usaha informal	11,8
Tidak terlibat	88,2

Seluruh peserta pelatihan briket arang daun kering belum terlibat dalam usaha formal sampai saat ini. Terdapat 11,8 persen dari seluruh peserta juga tidak terlibat dalam usaha informal, dan sisanya sebanyak 88,2 persen tidak terlibat dalam usaha formal maupun informal.

Tabel 8. Komposisi peserta berdasarkan pengetahuan tentang pemanfaatan lingkungan

Pengetahuan tentang pemanfaatan lingkungan	Presentase
Belum tahu	18,75
Hanya mendengar tetapi belum tahu apa yang bisa dimanfaatkan	47,1
Sudah tahu tapi tidak memanfaatkannya	35,3
Sudah mengetahui dan sudah memanfaatkannya dalam kegiatan ekonomi	17,6

Berdasarkan pengetahuan tentang pemanfaatan lingkungan, terdapat 47,1 persen dari seluruh peserta pelatihan briket arang daun kering hanya mendengar tetapi belum mengetahui apa yang bisa dimanfaatkan dari lingkungan di sekitar tempat tinggal mereka. Sebanyak 18,75

persen belum tahu tentang pemanfaatan lingkungan dan 17,6 persen sudah mengetahui dan memanfaatkan apa yang ada di sekitar tempat tinggal mereka dalam kegiatan ekonomi. Sisanya sebesar 35,3 persen dari seluruh peserta sudah mengetahui tetapi tidak memanfaatkan lingkungan sekitar tempat tinggal mereka.

Tabel 9. Komposisi peserta berdasarkan pengetahuan tentang briket arang daun kering

Pengetahuan tentang briket arang daun kering	Presentase
Belum tahu	5,9
Hanya mendengar tetapi belum tahu seperti apa	17,7
Sudah tahu tapi tidak mengetahui cara pembuatannya	35,3
Sudah mengetahui cara pembuatan briket arang daun kering	41,1

Berdasarkan pengetahuan tentang briket arang daun kering terdapat 5,9 persen menyatakan bahwa mereka belum mengetahui tentang briket arang daun kering. Sebanyak 17,7 persen dari seluruh peserta hanya mendengar tetapi belum mengetahui apa yang dimaksud dengan briket arang daun kering. Terdapat 35,3 persen yang sudah tahu tapi tidak mengetahui cara pembuatannya. Sedangkan sisanya sebanyak 41,1 persen peserta sudah mengetahui cara pembuatan briket arang daun kering.

Tabel 10. Komposisi peserta berdasarkan motivasi mengikuti pelatihan

Motivasi	Presentase
Ingin mempraktekkan agar bisa memproduksi untuk diri sendiri atau keluarga	11,7
Ingin mempraktekkan dan nantinya bisa dijual	58,8
Ingin mempraktekkan dan nantinya bisa memproduksi masal	11,8
Ingin mempraktekkan dan nantinya mempekerjakan orang untuk memproduksinya	17,7

Dilihat dari komposisi peserta berdasarkan motivasi mereka mengikuti pelatihan briket arang daun kering, terdapat 58,8 persen dari seluruh peserta termotivasi karena mereka ingin mempraktekkan dan nantinya mereka akan menjual produk briket arang daun kering mereka jika hasil mereka sudah cukup bagus dan layak jual. Sebanyak 11,7 persen peserta ingin mempraktekkan sendiri dalam membuat briket arang daun kering agar bisa memproduksi untuk diri sendiri ataupun untuk keluarga mereka. Terdapat 17,7 persen peserta ingin mempraktekkan dan nantinya akan mempekerjakan orang untuk memproduksinya. Sedangkan 11,8 persen dari seluruh responden ingin mempraktekkan dan nantinya bisa memproduksi massal.

Tabel 11. Persepsi peserta tentang manfaat pelatihan briket arang daun kering

Persepsi Peserta	Presentase
Bermanfaat	100
Tidak Bermanfaat	0

Berdasarkan persepsi peserta tentang manfaat pelatihan briket arang daun kering, seluruh peserta pelatihan berpendapat bahwa pelatihan tersebut bermanfaat bagi mereka. Mereka beranggapan bahwa pelatihan tersebut dapat menambah pengetahuan serta ketrampilan bagi mereka dikarenakan mereka belum pernah mendapatkan pelatihan briket arang daun kering sebelumnya.

3.2. Pelaksanaan Pelatihan

Berdasarkan karakteristik peserta pelatihan pembuatan briket arang daun kering di atas, maka diasumsikan bahwa semua peserta belum memiliki pengetahuan sedikitpun tentang cara pembuatan briket arang daun kering. Hal ini ditujukan agar peserta yang belum mengetahui cara pembuatan briket arang daun kering, demikian juga peserta yang tidak pernah mengetahui tentang briket arang daun kering dapat memahami proses pembuatan briket arang daun kering selama pelatihan dan nantinya mereka dapat mempraktekkannya sendiri. Tujuan utama adanya pelatihan ini adalah agar masyarakat dapat memproduksi briket arang dari sampah daun kering dan dapat dijual untuk memperbaiki tingkat perekonomian masyarakat setempat.



Gambar 1. Tim pelaksana PKM memberikan pengantar pembuatan briket arang daun kering

Adapun pelaksanaan pelatihan pembuatan briket arang daun kering di kelompok masyarakat Sekolah Jum'at Putri, desa Sendangtirto, Berbah Sleman adalah sebagai berikut:

Pelatihan ini diawali dengan penjelasan bagi peserta tentang briket arang yang menggunakan bahan baku daun kering. Dengan berlimpahnya sampah organik berupa daun kering di desa Sendangtirto, diharapkan pelatihan ini bermanfaat bagi masyarakat setempat, disamping memanfaatkan sampah organik sehingga tidak menyebabkan lingkungan kotor dan memberi penghasilan tambahan bagi masyarakat.

Peserta menyaksikan video cara pembuatan briket arang dari sampah daun kering sebelum melakukan praktek pembuatan briket arang yang telah diupload di *youtube*. Maksud dari penayangan video tersebut adalah agar peserta lebih mudah untuk mempraktekannya sendiri dengan didampingi tim pelaksana. Tim pelaksana memberikan penjelasan secara detail cara pembuatan briket arang dari sampah daun kering pada saat peserta menyaksikan video tersebut.



Gambar 2. Peserta menyaksikan video pembuatan briket arang daun kering

Setelah menyaksikan tayangan video cara pembuatan briket arang dari sampah daun kering, peserta diminta untuk menyaksikan tim pelaksana dan mempraktekkan secara langsung cara pembuatannya dengan alat pyrolysis yang sudah tersedia.

Akan tetapi sebelum peserta menyaksikan dan mempraktekkan cara pembuatan briket arang, terlebih dahulu tim pelaksana dari UMY menyerahkan/menghibahkan alat pyrolysis dan alat press hidrolik secara resmi kepada ketua kelompok masyarakat Sekolah Jum'at Putri, desa Sendangtirto, Berbah Sleman.



Gambar 3. Tim pelaksana PKM menghibahkan pyrolysis kepada Kelompok masyarakat Sekolah Jumat Putri desa Sendangtirto, Berbah Sleman.

Adapun maksud penyerahan alat pyrolysis beserta alat press hidrolik agar dapat dimanfaatkan oleh Kelompok masyarakat Sekolah Jumat Putri, desa Sendangtirto khususnya dan masyarakat desa Sendangtiro Berbah Sleman pada umumnya untuk memproduksi briket arang dari sampah daun kering yang cukup berlimpah di desanya dan briket arang tersebut dapat dimanfaatkan oleh rumah tangga di wilayah tersebut sebagai bahan bakar alternatif, atau bahkan diproduksi massal untuk diperjualbelikan sehingga dapat memperbaiki tingkat penghasilan masyarakat.

Pada mulanya, tim pelaksana PKM menjelaskan fungsi mesin pyrolysis yang sudah tersedia beserta alat press hidrolik. Hal ini diharapkan agar sebelum mempraktekkan sendiri cara pembuatan briket arang dari daun kering, peserta mengetahui bagaimana arang terbentuk dari hasil pyrolysis.

Kurang lebih satu bulan sebelum pelaksanaan pelatihan cara pembuatan briket arang dari daun kering, peserta diminta untuk mempersiapkan bahan baku pembuatan briket arang yaitu berupa sampah daun. Peserta diminta untuk menjemur sampah daun kering di bawah terik sinar matahari sampai kering.

Tahap awal pembuatan briket adalah menyiapkan bahan baku sampah organik yang sudah di jemur di bawah sinar matahari sehingga bahan baku tersebut memiliki kadar air yang sedikit (lama pengeringan 7 hari). Daun yang sudah kering kemudian dimasukan ke dalam tabung alat pyrolysis dan tutup tabung dengan rapat.

Alat pyrolysis dinyalakan dengan menaikkan tuas mcb pada posisi on. Setting suhu alat pyrolysis pada suhu 300⁰ C pada termocontroler dan tekan saklar pemanas pada posisi on.

Langkah selanjutnya adalah menghidupkan pompa air dengan menekan saklar pompa pada posisi on untuk menghidupkan sirkulasi air pendingin uap panas. Proses pengurangan ditunggu sampai selesai dengan ditandai tidak keluarnya asap dari dalam alat pyrolisis.



Gambar 4. Peserta mengikuti penjelasan dan praktek pembuatan briket arang daun kering

Jika proses pembuatan arang di tabung pyrolysis telah selesai, maka langkah berikutnya adalah mematikan saklar pemanas dan saklar pompa. Hasil arang tersebut tidak dapat langsung diambil dari tabung dikarenakan suhu yang masih panas, sehingga perlu menunggu sampai suhu pyrolysis sama dengan suhu ruangan, lalu tutup tabung pyrolysis dibuka dan hasil arang sampah daun kering diambil dari tabung tersebut.

Proses berikutnya adalah **pembuatan bio arang**. Pada awalnya yang perlu dilakukan adalah menyiapkan bahan-bahan bio arang seperti sampah daun yang sudah dikeringkan, tepung kanji sebagai bahan perekat, dan air. Jika bahan-bahan tersebut sudah disiapkan, maka hasil arang dari tabung pyrolysis dimasukkan ke ember dan dihaluskan serta diayak. Langkah berikutnya adalah memanaskan air dengan kompor kemudian memasukkan tepung kanji sebanyak 10% dari berat arang secara perlahan sambil diaduk hingga merata dan tidak menggumpal. Larutan tepung kanji dituangkan ke dalam arang organik yang telah diayak halus dan dicampur hingga merata. Campuran arang sampah organik dan tepung kanji tersebut kemudian dimasukkan ke dalam cetakan. Langkah berikutnya adalah menekan cetakan alat press hidrolik dan mengeluarkan briket arang yang sudah dipress/tekan tersebut sehingga briket arang siap untuk dijemur sampai kering di bawah terik matahari. Jika briket arang sudah cukup kering maka siap untuk digunakan sebagai bahan bakar alternatif.



Gambar 5. Peserta mengisi kuesioner untuk evaluasi pelatihan pembuatan briket daun kering

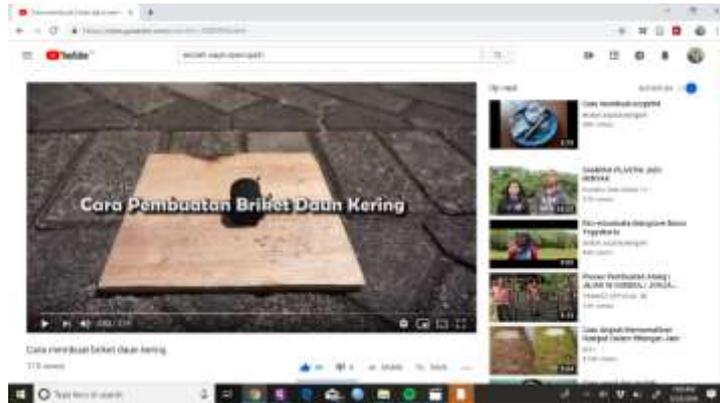
Setelah mengikuti pelatihan dan praktek secara langsung, peserta diminta untuk mengisi kuesioner yang berisi tentang data sosial ekonomi dan motivasi serta pengetahuan mereka tentang briket arang daun kering, manfaat, dan harapan dari adanya pelatihan ini. Setelah mereka selesai mengisi, mereka dipersilahkan untuk istirahat menikmati hidangan yang telah disediakan sambil mereka berkonsultasi dengan tim pelaksana terkait dengan cara, alat, dan bahan pembuatan briket arang daun kering. Para peserta juga diberi motivasi tentang perlunya belajar membuat briket arang daun kering yang nantinya bisa menambah penghasilan keluarga. Dilihat dari respon mereka, ternyata banyak yang tertarik untuk menjadikan produk briket arang daun kering sebagai tambahan penghasilan bagi mereka. Mereka antusias bertanya dan ingin mencobanya kembali sebelum nantinya bisa dijadikan sebagai usaha mereka.

3.3. Pembuatan video teknik pembuatan briket arang daun kering

Output dari Program Kemitraan Masyarakat ini salah satu nya juga membuka video tentang tata cara pembuatan briket arang dari sampah organik dengan memanfaatkan sampah daun kering di sekitar desa Sendangtirto. Video ini ditujukan agar masyarakat dapat membuat briket arang dengan mudah dengan bahan sederhana, sehingga mereka dapat memproduksi sendiri setelah menyaksikan video dan mempraktekkannya melalui pelatihan. Video ini tidak hanya diperuntukkan bagi warga masyarakat desa Sendangtirto, tetapi juga bisa dimanfaatkan oleh masyarakat luas pengguna media sosial. Video cara pembuatan briket arang dari daun kering ini bisa dibuka di website berikut:

<https://www.youtube.com/watch?v=RWB3PsKxfx4>

Sampai saat ini sudah sebanyak 899 *viewers* dan 59 *likes* yang menyaksikan video cara pembuatan briket arang daun kering tersebut.



Gambar 6. Tampilan video cara membuat briket arang dari daun kering di youtube

Kesimpulan

Tujuan kegiatan PKM ini adalah untuk mengembangkan ketrampilan kelompok Sekolah Jum'at Putri yang terdiri dari ibu-ibu rumah tangga di Desa Sendangtirto yang dapat memberikan manfaat ekonomi dan sosial bagi masyarakat dengan memanfaatkan potensi alami desanya. Dengan banyaknya potensi sampah organik dan masih rendahnya pengetahuan masyarakat untuk memanfaatkan potensi tersebut, maka dilakukan pelatihan pembuatan briket arang dari sampah organik berupa daun. Melalui pembuatan briket arang dari sampah organik diharapkan dapat menjadi alternatif penghasilan tambahan bagi masyarakat dan mampu mengurangi timbunan sampah yang berbahaya bagi kesehatan lingkungan. Selain itu, briket arang dapat dipakai masyarakat sebagai bahan bakar rumah tangga karena murah dan memenuhi standar kesehatan. Program PKM ini juga menghasilkan sebuah video cara pembuatan briket arang yang dapat dimanfaatkan bagi masyarakat luas agar masyarakat bisa membuat sendiri sehingga dapat memanfaatkan sampah organik di sekitarnya dan bahkan meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui produksi briket arang secara massal.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih diberikan kepada Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY) yang telah memberikan dana Hibah Program Kemitraan Masyarakat (PKM) tahun anggaran 2018/2019 melalui LP3M UMY sehingga kegiatan PKM bisa berjalan dan menghasilkan luaran publikasi ini.

Daftar Pustaka

- Desa Sendangtirto. 2018. *Profil Desa Sendangtirto Kecamatan Berbah, Kabupaten Sleman*.
- Johannes, H. 1991. *Menghemat Kayu Bakar dan Arang untuk Memasak di Pedesaan Dengan Briket Bioarang*. Karya Ilmiah Fakultas Teknik Universitas Gajah Mada, Yogyakarta

- M. Syahri¹⁾, Tjukup Marnoto²⁾, Cahyo Dwi. N, dan Arifin Dwi Prasetyo. 2015. Pembuatan Biobriket dari Limbah Organik. Prosiding Seminar Nasional Teknik Kimia “Kejuangan” ISSN 1693-4393. *Pengembangan Teknologi Kimia untuk Pengolahan Sumber Daya Alam Indonesia*
Yogyakarta, 18 Maret 2015
- Himawanto, D.A. 2005. Pengaruh Temperatur Karbonasi terhadap Karakteristik Pembakaran Briket. *Jurnal Media Teknik Mesin* 6(2).

Inspirasi Desain Kreatif Furniture Sederhana Untuk Peningkatan Nilai Jual Produk Di Bantul, DIY

Fauziyah

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Jl. Brawijaya, Tamantirto, Kasihan, Bantul, DIY
Email: Fauziyah@umy.ac.id

Abstrak

Program kemitraan masyarakat ini bertujuan untuk membantu masyarakat ekonomi produktif untuk dapat mengembangkan usahanya agar lebih inovatif, berdaya saing, dan mengalami peningkatan pendapatan. Mitra yang terlibat adalah produsen dan retail rak kayu dan furniture sederhana di Pandak, Bantul. Kondisi mitra saat ini terkesan monoton dari sisi ragam produknya, tidak ada inovasi dan tidak ada media pemasaran yang efektif. Akibatnya tidak ada peningkatan pendapatan. Disamping itu mitra belum tersentuh oleh program-program pemerintah yang biasanya fokus pada produk-produk unggulan daerah. Berdasarkan analisis kondisi dan masalah yang dihadapi mitra, maka solusi yang dipilih adalah aspek produksi dan pemasaran. Pelaksanaan kegiatan pada aspek produksi berupa pengumpulan contoh-contoh desain kreatif sederhana yang dibuat dalam bentuk katalog desain produk yang menarik, pengadaan peralatan dan bahan untuk mendukung variasi desain diantaranya dengan teknik decoupage dan pelatihan teknik decoupage. Kegiatan dalam bidang pemasaran yaitu mendesain dan mencetak kartu nama, brosur dan papan nama, promosi berbasis web dan pendampingan cara operasionalisasi web. Hasil program ini adalah produk furniture yang mengalami peningkatan nilai jual karena menjadi lebih menarik dan bervariasi. Keterampilan mitra untuk menghasilkan produk yang lebih berkualitas juga meningkat. Luaran dari program ini berupa publikasi dalam jurnal atau prosiding.

Kata Kunci: UKM, furniture, desain, kreatif, decoupage

Pendahuluan

Usaha kecil menengah (UKM) memegang peranan penting dalam perekonomian Indonesia (Berisha-Namani, 2009; Prassida & Subriadi, 2015). Pengaruh globalisasi mengakibatkan setiap organisasi bisnis termasuk UKM dihadapkan pada kompetisi dan daya saing dalam dunia bisnis yang semakin kompleks. Oleh sebab itu, pengembangan UKM merupakan hal penting dilakukan. UKM harus menjadi usaha yang kreatif dan lebih inovatif. Salah satu upaya untuk dapat meningkatkan dan mengembangkan UKM, adalah dengan memberikan pelatihan/pendampingan agar UKM tersebut mampu berbenah diri menghadapi persaingan yang semakin tajam. Pelatihan/ pendampingan yang dilakukan dapat berupa pelatihan manajemen ataupun pelatihan teknis lainnya agar menjadi lebih kreatif dan inovatif. Disamping itu juga stimulasi berupa peralatan dan bahan yang lebih berkualitas sehingga meningkatkan nilai dan kualitas barang.

Secara umum, masalah yang dihadapi industri kecil adalah masalah permodalan, sedangkan masalah lainnya adalah menurunnya hasil produksi dan pemasaran hasil produksi (Hamid & Susilo, 2015). Hal ini disebabkan karena kurangnya akses terhadap lembaga keuangan dan kurangnya inovasi dan kreativitas pelaku usaha dalam mendesain dan memproduksi barang dan jasa. Penyebab lainnya adalah kurangnya adopsi terhadap sistem dan teknologi informasi yang dapat menunjang produksi dan pemasaran mereka.

Produksi *furniture* sederhana berupa rak buku ini masih sangat terbatas baik dari sisi kualitas maupun dari kuantitasnya. Jenis produknya tidak banyak dan tidak bervariasi. Mitra merupakan produsen rak buku, meja belajar dan lain-lain yang berdomisili di Mangir, Pandak, Bantul, Yogyakarta. Analisis situasi pada saat ini yang masih perlu mendapat perhatian adalah pada aspek produksi dan pemasaran. Pada aspek produksi yaitu pada desain produk. Mitra menghasilkan produk-produk *furniture* dari kayu yang masih sangat terbatas jenisnya, diantaranya adalah rak buku, meja belajar, meja kecil, lemari kecil minimalis, bingkai kaca, dan kursi tanpa sandaran. Desain-desain yang dibuat masih monoton, tidak ada variasi, model sangat sederhana, kurang adanya sentuhan seni. Namun demikian potensi untuk meningkatkan desain produk masih besar, mengingat kemampuan teknis yang dimiliki sebenarnya masih memungkinkan untuk dikembangkan, namun perlu adanya inspirasi ide desain yang lebih bernilai jual dan inovatif. Bahan-bahan yang digunakan dalam proses produksinya dengan kualitas sedang, karena dijual dengan harga murah. Peralatan yang digunakan masih sederhana dan manual. Produk jadi hanya mengutamakan fungsi dan belum ada sentuhan seni. Sedangkan pada aspek pemasaran produk Mitra sangat terbatas di wilayah Pandak, Bantul dan Yogyakarta. Selain menjual produk jadi, Mitra juga menerima pesanan sesuai desain dari pembeli. Tidak ada brosur, kartu nama atau media publikasi lainnya. Pengelolaan usaha yang masih tradisional dan pendidikan yang tidak memadai menjadikan Mitra tidak melakukan upaya promosi apapun. Pemanfaatan teknologi informasi dalam pemasarannya masih sangat kurang. Informasi diperoleh dari masyarakat sekitar melalui *mouth by mouth*. *Display* produknya hanya dilakukan di rumah tempat tinggalnya.

Program kemitraan masyarakat ini bertujuan untuk membantu masyarakat ekonomi produktif untuk dapat mengembangkan usahanya agar lebih inovatif, berdaya saing, dan mengalami peningkatan pendapatan. Dalam program ini mitra yang terlibat akan mendapatkan tambahan ilmu, pengalaman, stimulan dan inspirasi ide desain produk dan *finishing* pada usaha rak dan *furniture* sederhana lainnya

Metode Pelaksanaan

Program pengabdian dilaksanakan melalui langkah-langkah sebagai berikut:

1. Pemilihan khalayak sasaran

Awalnya observasi dilakukan pada beberapa UKM seperti batik, kue, emping dan rak kayu. Berdasarkan pengamatan maka salah satu yang kurang mendapat perhatian adalah rak kayu.

UKM rak kayu ini jarang tersentuh oleh program-program sejenis. Kemudian survei lanjutan dilakukan untuk memahami masalah, peluang dan prospek secara garis besar terhadap usaha tersebut. Melihat peluang dan prospek yang sangat besar dan di sisi lain terdapat inovasi yang dapat digunakan untuk menjadi solusi dengan cara yang tidak terlalu sulit dan mudah dikembangkan, maka keputusan diambil bahwa UKM rak kayu atau *furniture* ini yang akan dijadikan sebagai objek sasaran dari pengabdian ini. Apalagi dengan didukung bahwa memang usaha ini cenderung monoton untuk inovasi produknya dan memiliki peluang yang menjanjikan. Beberapa survei dan pengamatan yang dilakukan mayoritas usaha rak kayu terlihat tidak ada perkembangan yang berarti.

2. Mengidentifikasi masalah

Langkah selanjutnya yang dilakukan adalah mengidentifikasi masalah yang ada pada mitra. Masalah-masalah yang didapatkan pada mitra tersebut selanjutnya digolongkan ke dalam dua aspek permasalahan, yaitu aspek produksi dan aspek manajemen dan pemasaran.

3. Menyampaikan tawaran solusi kepada mitra

Langkah selanjutnya adalah memberikan tawaran solusi kepada mitra atas persoalan yang mereka alami. Langkah ini diharapkan dapat menjadi jalan keluar bagi mitra dalam menghadapi persoalan mereka selama ini.

Sedangkan langkah-langkah dalam melaksanakan solusi dari permasalahan mitra adalah sebagai berikut:

1. Identifikasi peralatan dan bahan yang diperlukan untuk inovasi produksi. Ini dilakukan baik untuk Mitra.
2. Pengadaan peralatan dan bahan tersebut.
3. Persiapan dan pelaksanaan pelatihan teknik *decoupage*.
4. Pencarian ide desain produk kayu yang inovatif dan bernilai jual.
5. Pencarian ide untuk inspirasi teknik *finishing furniture* khususnya teknik *decoupage*.
6. Identifikasi ide dan inspirasi yang memungkinkan untuk direalisasikan.
7. Pendampingan dalam merealisasikan ide desain dan *finishing*.
8. Pembuatan media promosi *offline* seperti kartu nama, brosur, dan papan nama.
9. Pembuatan web/akun media sosial yang memungkinkan bagi mitra.

Langkah-langkah tersebut telah disepakati oleh Mitra, sehingga Mitra akan mendukung dan berpartisipasi aktif dalam mewujudkan agar rencana program tersebut dapat terlaksana.

Partisipasi mitra terhadap program ini adalah mitra memberikan informasi tentang permasalahan Mitra dan kooperatif. Disamping itu Mitra mencarikan informasi terkait peralatan yang dibutuhkan dan harga per itemnya. Informasi-informasi tersebut penting untuk menentukan besaran pengajuan anggaran. Disamping itu mitra dalam pelaksanaan program nantinya akan mengundang para UKM yang ada di wilayah sekitarnya untuk mengikuti pelatihan dan pendampingan untuk memproduksi barang yang lebih inovatif.

Evaluasi yang dilakukan terkait pelaksanaan program adalah kontrol/pengawasan secara bertahap terhadap pelaksanaan program tersebut, dengan tujuan apabila terdapat kesulitan-kesulitan yang dialami mitra misalnya kegagalan dan hasil yang kurang baik, maka tim akan segera membantu mitra mencari solusinya. Disamping itu, akan diusahakan agar Mitra dapat melakukan teknik ini secara mandiri baik dari mulai pencarian bahan sampai pada pemasaran produknya. Oleh karena itu penting bagi Mitra untuk memahami proses dan pemasaran baik dengan media *online* maupun *offline*.

Keberlanjutan program setelah selesai kegiatan pengabdian dilaksanakan adalah berencana melanjutkan program tersebut ke skim IbPUD (Iptek bagi Produk Unggulan Daerah). Program akan mencari potensi/keunggulan dari produk *furniture* ini sehingga mampu berkembang di masa yang akan datang.

Hasil dan Pembahasan

Hasil dan pembahasan pelaksanaan kegiatan dikelompokkan sesuai dengan aspek yang dipilih. Berikut adalah penjelasan secara detail:

Pelaksanaan Kegiatan pada Aspek Produksi

1. Peningkatan Desain Kreatif *Furniture*

Peningkatan desain kreatif *furniture* ini dilakukan dengan memberikan inspirasi dan ide desain *furniture* yang sederhana, mudah namun memiliki daya jual. Selama ini desain *furniture* yang dibuat sangat sederhana dan tidak variatif. Inspirasi desain dan ide kreatif tersebut didokumentasikan dalam katalog yang juga berfungsi sebagai media bagi pelanggan yang memesan untuk memilih desain yang diinginkan. Output dalam kegiatan ini adalah BUKU KATALOG PRODUK DAN DESAIN.

2. Pelatihan Finishing Furniture dengan Teknik *Decoupage*

Pelatihan ini dilakukan 2 kali, dengan diikuti oleh mitra dan beberapa masyarakat lain yang tertarik dengan ketrampilan ini. Pelatihan dilakukan pada hari Kamis, 2 Mei 2019 dan pada hari Selasa, 7 Mei 2019. Tahapan pelatihan adalah sebagai berikut:

- a. Pengenalan tentang teknik *decoupage*. Untuk meningkatkan pemahaman dan agar terdokumentasi dengan baik, pengenalan teknik *decoupage* diberikan modul lengkap tentang teknik *decoupage* beserta tutorialnya.
- b. Pengenalan peralatan dan bahan pendukung untuk melakukan teknik *decoupage* pada kayu. Mitra diberikan peralatan dan bahan yang diperlukan. Diantaranya berupa cat kayu, kertas, *tissue paper*, lem, *varnish*, kuas, amplas. Disamping itu juga diberikan produk kayu sederhana sebagai media dasarnya, sebelum nantinya diaplikasikan pada produk yang lebih besar seperti, rak, lemari dan lain-lain.
- c. Praktek melakukan teknik *decoupage* pada kayu, sesuai dengan step-step yang ada pada tutorial. Berikut ini adalah tutorial dasar teknik *decoupage* (Annisa, 2017):
 - 1) Menyiapkan peralatan dan bahan-bahan.

- 2) Bersihkan media kayu yang akan digunakan, dalam pelatihan ini digunakan talenan. Jika medianya terlalu kasar maka terlebih dahulu harus diampelas agar nantinya cat dan lem dapat menempel dan menyatu dengan baik pada media.
- 3) Selanjutnya lapisi seluruh permukaan media dengan cat kayu/cat akrilik, dalam pelatihan ini digunakan cat kayu. Gunakan kuas yang agak besar agar cat merata. Setelah itu angin-anginkan media yang sudah dilapisi dengan cat sampai setengah kering.
- 4) Langkah berikutnya beri lem pada media. Sebelumnya ukur dulu tissue/kertas pada media agar lemnya tidak belepotan melebihi ukuran tissue yang akan ditempelkan.
- 5) Selanjutnya ambil tissue berlapis tiga tadi dan buka dua lapisan tissue. Yang digunakan yaitu tissue paling atas yang ada motifnya.
- 6) Setelah itu tempelkan tissue dengan motif yang sudah dipilih di atas media. Tempelkan pelan-pelan saja sambil digosok-gosok dengan tangan. Tekan-tekan atau ditarik-tarik sedikit agar tidak kusut atau terlipat. Tahap ini harus dilakukan dengan hati-hati karena tissue mudah sekali robek.
- 7) Setelah itu sapukan lagi lem *decoupage* ke seluruh permukaan tissue untuk menciptakan lapisan dan agar tissue dapat menyatu dengan media. Biarkan lem mengering. Setelah lem mengering selanjutnya sapukan varnish dengan kuas ke seluruh permukaan tissue untuk menciptakan efek *glossy* dan agar kerajinan *decoupage* awet. Setelah itu tinggal menunggu sampai permukaan media benar-benar kering dan kerajinan *decoupage* siap dijual.

3. Pengadaan Peralatan dan Bahan Pendukung Desain Kreatif

Agar desain kreatif dapat direalisasikan secara mandiri oleh mitra maka mitra diberikan peralatan dan bahan pendukung teknik *decoupage*. Peralatan yang diberikan kepada mitra adalah sebagai berikut:

a. Paint Brush/ Kuas

Kuas ini terdiri dari tiga macam yaitu kuas berukuran sedang (*roller brush*), kuas kecil (*foam brush*) dan kuas lukis. Pemakaian kuas ini tergantung selera. Penggunaan kuas disesuaikan dengan media.

b. Gunting

Gunting digunakan untuk memotong napkin atau tissue. Namun ada juga yang menggunakan air yaitu dengan cara membasahi tissue dan menarik pelan-pelan tissue.

c. Media

Media adalah bahan yang paling utama. Tanpa media maka *decoupage* tidak akan terwujud. Benda yang dapat digunakan sebagai media *decoupage* bisa dari kayu, kaca, plastik, rotan, bambu, dan pandan. Mudah-mudahan gunakan saja talenan kayu yang banyak dijual di pasar tradisional.

Sedangkan bahan-bahan yang diberikan kepada Mitra adalah:

- a. Napkin/Tissue
Napkin atau tissue adalah tissue segi empat berlapis tiga dengan motif di bagian permukaannya. Tissue ini berasal dari luar negeri yaitu Eropa. Motif yang tersedia sangat beragam mulai dari gambar bunga, buah, binatang, pemandangan dan lain-lain. Tissue ini sangat tipis sehingga sangat cocok jika ditempel pada media yang tidak rata karena dapat mengikuti tekstur medianya. Karena tipis juga maka harus lebih hati-hati saat menempelnya karena mudah robek. Bagian yang ditempel adalah lapisan tisu paling atas yang bermotif.
- b. Cat kayu/akrilik
Cat ini sebagai dasar lapisan media decoupage. Warna yang umum digunakan adalah warna natural yaitu krem atau putih. Namun cat ini bisa diganti cat lain, tergantung media *decoupage* yang digunakan
- c. Lem
Lem untuk decoupage yaitu lem putih. Saya tidak tahu apa jenis lem decoupage ini tapi sepertinya lem kayu yang banyak dijual di toko bangunan.
- d. Varnish
Bahan ini digunakan untuk tahap *finishing decoupage* agar tissue yang sudah ditempel bisa menyatu pada media dengan efeknya yang *glossy* dan agar kerajinan lebih awet.
- e. Amplas
Amplas digunakan untuk menghaluskan media agar cat dan lemnya dapat menempel dan menyatu dengan baik.

Gambar 1 Produk Mitra sebelum ada program



Sumber: dokumen penulis

Gambar 2 Pelaksanaan Pelatihan dengan Mitra dan Ibu-Ibu



Sumber: dokumen penulis

Gambar 3 Contoh bahan untuk *decoupage*:



Sumber: dokumen penulis

Gambar 4 Proses melapisi media, pemotongan tissue dan penempelan Tissue



Sumber: dokumen penulis

Gambar 5 Hasil Pelatihan dengan Media Kayu untuk Simulasi



Sumber: dokumen penulis

Pelaksanaan Kegiatan pada Aspek Pemasaran

1. Pembuatan Media Pemasaran *Offline*

Pembuatan media pemasaran *offline* dalam kegiatan ini berupa pembuatan kartu nama, brosur dan papan nama. Desain dibuat dengan persetujuan mitra dan disesuaikan dengan usaha mitra. Desain dibuat menarik dan informatif.

2. Pembuatan Media Pemasaran *Online*.

Media pemasaran online yang dibuat adalah *web*, dan media sosial *facebook*. Media ini memudahkan pelanggan untuk berinteraksi dan memesan desain yang diinginkan kapanpun dan dimanapun.

Gambar 6 Contoh Furniture dengan Teknik Pengecatan yang Bervariasi



Sumber: dokumen penulis

Kesimpulan

Pada bagian ini akan disampaikan kesimpulan dan saran untuk efektivitas peningkatan daya saing Mitra. Kesimpulan dari program ini adalah sebagai berikut:

1. Kegiatan ini memberikan nilai jual produk karena desain lebih kreatif, menarik dan variatif.
2. Ketrampilan Mitra semakin bertambah dengan pelatihan dengan teknik yang mudah namun menghasilkan produk yang berdaya jual tinggi dan banyak diminati
3. Mitra dapat segera mengaplikasikan ketrampilannya dengan teknik *decoupage* karena peralatan dan bahan yang diperlukan telah disediakan dan Mitra tahu dimana mendapatkannya kembali di masa yang akan datang.
4. Mitra memiliki media secara *offline* maupun secara *online* untuk memasarkan produknya.
5. Dengan seluruh kegiatan tersebut di atas diharapkan omzet penjualan akan semakin meningkat.

Sedangkan saran bagi Mitra dan pihak terkait:

1. Mitra diharapkan lebih kreatif memanfaatkan media internet untuk mendapatkan ide kreatif dalam desain furniture-nya.
2. Mitra diharapkan lebih proaktif dalam pemasaran.
3. Mitra aktif mengikuti program-program yang dijalankan oleh pemerintah melalui disperindagkop.
4. Pemerintah melalui disperindagkop hendaknya lebih gencar mensosialisasikan program-programnya untuk pemberdayaan UKM.

Ucapan Terima Kasih

Program Kemitraan Masyarakat ini didanai oleh LP3M UMY. Untuk itu kami mengucapkan terima kasih kepada LP3M yang menyelenggarakan program Pembelajaran Pemberdayaan

Masyarakat (PPM) yang telah memfasilitasi sehingga program ini dapat berjalan sesuai dengan yang direncanakan. Terima kasih juga kepada seluruh pihak yang terlibat dalam pelaksanaan program ini, mitra UKM Furniture, Ibu-Ibu partisipan acara pelatihan, mahasiswa yang ikut serta dalam mendokumentasikan dan membuat desain katalog dan lain-lain yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Daftar Pustaka

Annisa. (2017). Membuat Kerajinan Decoupage pada Media Kayu. Retrieved from Kreasi Ceria website: <http://kreasiceria.com/2017/06/membuat-kerajinan-decoupage-pada-media-kayu.html>

Berisha-Namani, D. M. (2009). The Role of Information Technology in Small and Medium Sized Enterprises in Kosova. 8. Fullbright Academy Confeence

Hamid, E. S., & Susilo, Y. S. (2015). Strategi pengembangan usaha mikro kecil dan menengah di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Ekonomi Pembangunan: Kajian Masalah Ekonomi dan Pembangunan*, 12(1), 45. <https://doi.org/10.23917/jep.v12i1.204>

Prassida, G. F., & Subriadi, A. P. (2015). Kontribusi adopsi teknologi informasi terhadap kinerja Usaha Kecil Menengah di Indonesia, Studi Kasus: Bank Perkreditan Rakyat. *Sisfo*, 05(03). <https://doi.org/10.24089/j.sisfo.2015.03.012>

Pemberdayaan Kelompok Usaha Tani Dalam Rangka Peningkatan Daya Saing Hilirisasi Kopi Menoreh

Fahmi Rafika Perdana¹, Masrukhan², SL. Harjanta³, Kristiana Sri Utami⁴

¹Prodi Sosiologi Universitas Widya Mataram

²Prodi Teknologi Pangan Universitas Widya Mataram

³Prodi Administrasi Negara Universitas Widya Mataram

⁴Prodi Manajemen Universitas Widya Mataram

nDalem Mangkubumen KT III/237 Yogyakarta 55132 Telp. (0274) 382615, 374352

Email: fahmirafikaperdana@gmail.com

Abstrak

Kelompok usaha tani kopi di kawasan Bukit Menoreh Kelurahan Sidoharjo Kulonprogo mengalami beberapa permasalahan dalam pengelolaan hilirisasi pascapanen kopi. Permasalahan yang ada adalah manajemen SDM dan pemasaran yang belum dikelola secara profesional, penanganan pascapanen buah kopi, pengolahan produk primer, kendala lingkungan akibat meningkatnya hasil samping dari kulit buah kopi, dan legalitas hukum dari produk kopi. Melalui Program Kemitraan Masyarakat (PKM), diberikan solusi terhadap permasalahan yang ada melalui beberapa metode pendampingan; 1) pelatihan dan pendampingan pemberdayaan kelompok usaha tani kopi 2) pelatihan dan pendampingan produksi kopi bubuk, 3) pelatihan dan pendampingan produksi teh kulit kopi "cascara", 4) pelatihan dan pendampingan terkait izin usaha perdagangan produk kopi dan pemasaran usaha. Hasil dari kegiatan pendampingan adalah terwujudnya penanganan pascapanen buah kopi dan pengolahan buah kopi dengan baik dan benar serta mengurangi kendala lingkungan dengan mengolah produk turunan kulit buah kopi menjadi teh cascara. Hasil lainnya adalah terwujudnya produk kopi yang tersertifikasi Pangan Industri Rumah Tangga (PIRT) dengan manajemen SDM dan pemasaran yang dikelola dengan lebih baik, serta mendapatkan izin usaha. Dengan adanya program pendampingan ini berdampak pada meningkatnya daya saing dan kesejahteraan petani kopi di kawasan Bukit Menoreh.

Kata kunci: kopi Menoreh, pemberdayaan, manajemen SDM, pemasaran

Pendahuluan

Perbukitan Menoreh terletak di salah satu dari tujuh wilayah desa bernama Sidoharjo di Kecamatan Samigaluh Kulonprogo Daerah Istimewa Yogyakarta dengan luas wilayah 1.374,46 ha (19,84% dari total wilayah Kecamatan Samigaluh) ketinggian di atas 600 mdpl, sehingga sebagian besar penduduknya merupakan petani. Pada tahun 2012 dimulai upaya pemberdayaan masyarakat pertanian perbukitan Menoreh dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Salah satu bentuk pemberdayaan yang ada menasar tanaman lokal berpotensi tinggi seperti kopi untuk dikelola menjadi produk kopi. Kopi menjadi komoditas unggulan di kawasan perbukitan Menoreh. Menurut Bertrand et al., (2012), biji

kopi spesial dapat diperoleh dari kopi yang ditanam pada iklim yang ideal yaitu pada ketinggian tempat yang lebih tinggi dimana kualitas sensorinya menunjukkan hasil yang lebih baik. Hasil kopi Menoreh dapat dikatakan termasuk hasil kopi yang baik karena tumbuh dan dikembangkan pada iklim dan ketinggian yang ideal.

Petani kopi Menoreh mengembangkan varietas kopi jenis robusta yang masih diolah dengan cara tradisional dan organik. Kopi Menoreh tumbuh alami tanpa menggunakan pupuk kimia, mempunyai aroma dan rasa yang khas *mocca* alami dikarenakan di sela-sela tanaman kopi juga ditanami tanaman kakao (coklat). Kopi Menoreh ini dipanen dan diolah secara manual dengan menggunakan tangan.

Hilirisasi kopi di kawasan bukit Menoreh adalah usaha pengolahan buah kopi menjadi produk siap saji (kopi bubuk) yang memiliki prospek ekonomi yang baik. Sebagai gambaran, harga buah ceri kopi merah perkg adalah Rp 8.000-10.000, sedangkan perkg kopi bubuk adalah Rp 50.000-60.000. Perlu adanya manajemen usaha yang profesional dari penanganan pascapanen kopi, pengolahan kopi sampai manajemen pemasarannya. Semua manajemen usaha tersebut membutuhkan ketersediaan dan pengelolaan SDM kelompok usaha yang baik. Usaha hilirisasi kopi Menoreh ini sudah diupayakan dengan membentuk usaha kelompok tani yang bernama “Kelompok Industri Tani Kopi Menoreh (KITKM)”. Harapannya dengan adanya kelompok tani tersebut dapat meningkatkan daya saing petani sehingga terwujud kesejahteraan ekonomi dan sosial.

Permasalahan mendasar terkait kelompok usaha tani yang ada adalah pengelolaan SDM. Persoalan tersebut berupa kurangnya pengetahuan, kesadaran dan motivasi anggota kelompok usaha tani dalam pengelolaan manajemen kelompok usaha tani kopi secara kolektif dan profesional. Kemudian Permasalahan lainnya berkaitan dengan proses hilirisasi produk kopi. Permasalahan yang timbul adalah penanganan pascapanen kopi, penanganan hasil kulit kopi yang bisa menjadi kendala lingkungan berupa bau menyengat dan tidak sedap jika tidak ditangani dengan baik dan benar. Selain itu terdapat masalah legalitas hukum dari produk kopi dan kendala pemasaran untuk mampu bersaing memasarkan produk di berbagai lingkup pasar lokal, nasional dan internasional.

Berdasarkan pengamatan yang ada, maka perlu dilakukan pemberdayaan masyarakat petani kopi Menoreh guna adanya transfer ilmu pengetahuan dan teknologi untuk peningkatan kualitas dan manajemen SDM kelompok usaha tani secara kolektif. Menurut Ife (1995) dalam Anwas (2012), pemberdayaan adalah menyiapkan kepada masyarakat berupa sumber daya, kesempatan, pengetahuan dan keahlian untuk meningkatkan kapasitas diri masyarakat didalam menentukan masa depan mereka, serta berpartisipasi dan mempengaruhi kehidupan dalam komunitas masyarakat itu sendiri. Tujuan yang ingin dicapai dari pemberdayaan masyarakat menurut Jamasy (2004) sebagaimana dikutip Perdana (2018) adalah membentuk individu dan masyarakat menjadi mandiri. Kemandirian tersebut meliputi kemandirian berpikir, bertindak dan mengendalikan apa yang mereka lakukan. Kemandirian masyarakat merupakan suatu kondisi yang dialami oleh

masyarakat yang ditandai dengan kemampuan memikirkan, memutuskan serta melakukan sesuatu yang dipandang tepat demi mencapai pemecahan masalah yang dihadapi dengan mempergunakan daya/kemampuan yang dimiliki.

Selain pemberdayaan kelompok usaha tani diperlukan pula memperbaiki proses penanganan pascapanen buah kopi, pengolahan produk hilir kopi dengan baik dan benar, penanganan hasil samping kulit kopi, pendaftaran legalitas hukum izin terkait produk hilir kopi, dan peningkatan manajemen pemasaran produk hilir kopi dengan sistem dan metode yang lebih efektif. Dengan demikian hilirisasi produk kopi yang terwadahi dalam kelompok usaha tani kopi yang ada dapat meningkatkan daya saing serta akhirnya meningkatkan kesejahteraan ekonomi petani.

Metode Pelaksanaan

Kegiatan PKM ini dilaksanakan dengan melibatkan partisipasi aktif anggota kelompok tani kopi di kawasan bukit Menoreh, sehingga mereka berperan sebagai subyek kegiatan. Al Fitri (2011) berpendapat, partisipasi menjadi bagian penting dalam pencapaian tujuan pengembangan masyarakat, demikian pun termasuk dalam meningkatkan daya saing masyarakat tani kopi dalam program pengabdian ini. Secara umum partisipasi dapat diartikan sebagai keikutsertaan seseorang atau kelompok anggota masyarakat dalam suatu kegiatan (Theresia dkk, 2015). Keikutsertaan yang dimaksud dimulai dari pelibatan dalam identifikasi masalah, pengambilan keputusan, proses perencanaan kegiatan, proses pelaksanaan kegiatan, pemanfaatan hasil kegiatan dan evaluasi (Theresia dkk (2015) dan Alfitri (2011)).

Adapun tahapan atau langkah-langkah pelaksanaan kegiatan yang telah dilakukan untuk mencapai tujuan kegiatan pengabdian ini adalah sebagai berikut:

1. Observasi dan pemetaan masalah kelompok usaha tani Menoreh dalam rangka peningkatan daya saing hilirisasi kopi dan produk turunannya.

Observasi dilakukan untuk meninjau wilayah Padukuhan Sidoharjo keseluruhan. Pelaksanaan selain dengan pengamatan langsung juga dilengkapi dengan melakukan wawancara dengan segenap unsur masyarakat, diantaranya perangkat desa, pengurus kelompok tani, anggota kelompok tani dan warga masyarakat. Pemetaan ini bertujuan mengetahui dengan lebih jelas karakteristik dan keadaan padukuhan lokasi kegiatan terkait tujuan dari pengabdian. Kemudian hasil pemetaan dapat dijadikan acuan untuk penentuan tahapan selanjutnya.

2. Sosialisasi Program Kemitraan Masyarakat.

Tahapan selanjutnya adalah sosialisasi program kepada segenap warga dan *stakeholders* yang ada, yaitu masyarakat, para pemangku wilayah setempat, serta pengurus maupun anggota kelompok usaha tani Kopi. Pada tahapan ini bertujuan untuk menggali lebih jauh mengenai permasalahan yang dihadapi masyarakat dan solusi yang dibutuhkan. dengan demikian diharapkan kegiatan akan berjalan lancar dan mencapai tujuan.

3. Pelatihan dan Pendampingan pemberdayaan kelompok usaha tani kopi.
Pada kegiatan ini diadakan pemberian pengetahuan, pelatihan dan pendampingan dalam rangka memotivasi dan meningkatkan kesadaran kelompok usaha tani kopi dengan tema "Berdaya sebagai Kelompok Usaha Petani Kopi". Kegiatan ini dilaksanakan dengan dengan metode ceramah, diskusi tanya jawab, kuis dan simulasi.
4. Pelatihan dan pendampingan pengolahan kopi bubuk.
Pada tahap ini diberikan materi penyuluhan terkait proses kering serta sesi diskusi. Tujuan penyuluhan ini untuk memberikan pemahaman dan transfer informasi bagaimana cara produksi kopi bubuk dengan cara baik dan benar.
5. Pelatihan dan pendampingan pembuatan teh kulit kopi.
Pada tahapan ini dilakukan penyuluhan dan pendampingan pembuatan teh cascara dari hasil samping kulit kopi.
6. Pelatihan dan pendampingan pembuatan legalitas hukum (PIRT dan merk dagang) dan manajemen pemasaran yang profesional.
Pada kegiatan tahap ini, dilaksanakan pelatihan dan pendampingan pembuatan legalitas hukum (PIRT dan merk dagang) sehingga kelompok usaha tani kopi Menoreh mampu memiliki PIRT dan merk dagang untuk produk pascapanen kopi dan ke depan untuk produk turunannya. Pada pelatihan manajemen pemasaran obyek pengabdian diberikan materi mengenai strategi pemasaran. Kemudian diadakan pembuatan dan pendampingan pada salah satu strategi atau sistem pemasaran olahan kopi Menoreh secara online yaitu melalui website kopilemon.com.
7. Evaluasi dan tindak lanjut.
Pada tahapan akhir dilakukan evaluasi dari keseluruhan kegiatan yang bertujuan untuk mengetahui seberapa efektif dan bermanfaatnya program atau kontribusinya pada pihak yang menjadi sasaran. tindak lanjut kemudian sangat dibutuhkan untuk terjaminnya keberlangsungan pengembangan masyarakat petani kopi yang berdaya saing tinggi dan peningkatan kesejahteraan.

Untuk bahan dan alat-alat yang digunakan dalam pelaksanaan program ini adalah laptop, *screen projector*, *camera recorder*, media komunikasi, untuk program pengolahan produk kopi berupa grinding, roasting, ayakan, huller, sealer mechine.

Hasil dan Pembahasan

1. Tahap Observasi dan Pemetaan Masalah

Berdasarkan observasi dan pemetaan permasalahan yang telah dilakukan terhadap kelompok tani KITKM di Kelurahan Sidoharjo, Samigaluh Kulonprogo, masalah yang teridentifikasi adalah: 1) Penanganan pascapanen kopi yang kurang memadai, akibatnya kopi buah ceri yang disimpan terdapat sebagian jamur yang bersifat toksin, 2) Hasil samping dari kulit kopi yang mempunyai dampak lingkungan apabila tidak dikelola dan dimanfaatkan dengan seksama, 3) Pengolahan produk hilir kopi (kopi bubuk) masih belum dilakukan

secara baik dan benar, terlebih dari aspek sanitasi di proses produksi, 4) Legalitas hukum dari produk hilir kopi terkait izin edar, SPIRT dan merk dagang, 5) Permasalahan terkait pengelolaan manajemen SDM berupa minimnya pengetahuan serta masih kurangnya motivasi dan kesadaran pengelolaan organisasi atau kelompok usaha tani kopi sebagai usaha bersama yang dikelola dengan manajemen yang baik 6) Kendala pemasaran berupa kurangnya strategi efektif dalam pemasaran pascapanen kopi dan produk turunannya.

Secara garis besar dapat ditarik benang merah permasalahan yang ada disebabkan kurangnya pengetahuan dan pemahaman anggota kelompok tani kopi dalam melaksanakan penanganan pascapanen dan pengolahan produk hilir kopi serta melakukan diversifikasi produk kopi dan turunannya untuk menjadi produk hilir kopi yang siap edar dengan mutu terjamin. Disamping itu berkaitan dengan pengelolaan SDM dan pemasaran disebabkan kurangnya pengetahuan, kesadaran dan motivasi anggota kelompok usaha tani dalam memampukan diri untuk dapat mengelola secara bersama-sama kelompok usaha tani serta melakukan strategi pemasaran yang efektif sehingga dapat menjadi kelompok tani berdaya yang mandiri dan sejahtera.

Melihat kompleksnya permasalahan yang dihadapi petani mitra, maka diadakan skala prioritas terhadap permasalahan yang berusaha diatasi melalui kegiatan PKM ini. Setelah berdiskusi dengan berbagai *stakeholders* dan pihak kelompok tani KITKM serta mempertimbangkan kompetensi tim pelaksana PKM, maka permasalahan yang diprioritaskan untuk diatasi melalui kegiatan PKM ini adalah 1) Pelatihan dan pendampingan pemberdayaan kelompok usaha tani kopi yaitu terkait manajemen SDM organisasi atau kelompok tani kopi, 2) Penerapan teknologi tepat guna dalam proses penanganan pascapanen kopi dengan metode *green house*, 3) Pengolahan hasil samping kulit buah kopi menjadi produk teh *cascara* kulit kopi, 4) Peningkatan kemampuan dalam pengolahan kopi bubuk dengan prinsip sanitasi dan cara produksi makanan yang baik (CPMB), 5) Pelatihan dan pendampingan terkait legalitas hukum usaha dalam memperoleh SPIRT dan izin merk dagang serta metode pemasaran dalam manajemen usaha.

2. Sosialisasi Program Kemitraan Masyarakat

Setelah mendapatkan identifikasi permasalahan yang ada dan penentuan prioritas penanganan masalah, kemudian kegiatan berlanjut pada sosialisasi program pada pihak-pihak terkait. Sosialisasi berjalan lancar dan sukses, tim pengabdian mendapatkan dukungan penuh dari pihak-pihak yang disasar, baik dari pemangku kebijakan, para pengurus dan penggiat kelompok usaha tani kopi Menoreh beserta masyarakat sekitarnya dalam melaksanakan program yang dilakukan bersama antara tim pengabdian dan segenap unsur yang menjadi sasaran program. Hal ini ditunjukkan dengan antusiasnya para peserta program untuk datang pada agenda-agenda kegiatan yang telah direncanakan dan sepakati bersama.

3. Pelatihan dan Pendampingan Pemberdayaan Kelompok Usaha Tani Kopi Menoreh

Agenda pertama setelah sosialisasi program adalah pelatihan dan pendampingan pemberdayaan kelompok usaha tani Menoreh. Kegiatan yang bertujuan untuk menumbuhkan serta meningkatkan pengetahuan, motivasi, dan kesadaran akan pengelolaan SDM kelompok yang lebih baik ini dihadiri oleh 40 peserta yang terdiri dari pengurus, penggiat dan anggota kelompok tani Menoreh. Peserta dengan antusias mengikuti rangkaian sesi dari kegiatan tahap ini yang bertema “Berdaya sebagai Kelompok Usaha Tani Kopi”. Kegiatan diawali dengan tanya jawab dan diskusi seputar permasalahan dan pengelolaan kelompok usaha petani kopi. Dari hasil diskusi didapatkan informasi seputar sejarah berdirinya kelompok-kelompok usaha tani kopi beserta kendala yang ada. Kendala yang ada diantaranya pada awalnya sangat sulit mendapatkan anggota petani kopi yang mau bergabung dalam kelompok usaha tani, selanjutnya ada permasalahan teknis seperti faktor cuaca dan kontur tanah Bukit Menoreh yang sangat tergantung dengan curah hujan untuk tanaman kopi dapat tumbuh dengan baik. Kendala lainnya setelah itu adalah dalam hal pemasaran, lalu SDM terkait minat, kesadaran dan pengetahuan para anggota kelompok usaha dalam pengelolaan usaha kopi, serta permasalahan minimnya minat pemuda setempat untuk ikut berperan serta aktif dalam usaha ataupun perkebunan kopi. Peran serta pemuda tersebut tentu akan berdampak pada keberlangsungan kelompok usaha tani kopi ke depan.

Gambar 1. Paparan Materi “Berdaya sebagai Kelompok Usaha Tani Kopi”



Sumber: dokumen penulis

Sesi berikutnya setelah diketahui mengenai sejarah keberadaan kelompok tani kopi Menoreh beserta kendala-kendala yang dihadapi, kemudian pemberian paparan materi tentang masyarakat berdaya oleh pengabdian yang berkompetensi dalam bidang pemberdayaan masyarakat. Di dalam materi terdapat pula materi bagaimana mengenali

potensi diri dan kelompok usaha serta aspek-aspek penting pengembangan manajemen UKM. Kemudian kegiatan diselingi *games* yang bertujuan mensimulasikan manfaat kinerja kolektif, kekompakan, dan kebersamaan dalam kelompok. Selanjutnya diadakan pemutaran video beberapa contoh kesuksesan petani kopi dan kelompok usaha tani kopi mandiri yang bertujuan memberikan motivasi pada peserta kegiatan agar terdorong untuk lebih optimal mengembangkan diri dan kelompok usahanya dalam mengelola sumber daya alam di sekitar mereka terutama komoditas kopi.

Gambar 2. Sesi *Games* Kegiatan Pemberdayaan Kelompok Tani Kopi Menoreh



Sumber: dokumen penulis

Dalam kegiatan pemberdayaan ini juga diadakan pula sesi kuis berupa *polling* yang bertujuan mengetahui apakah harapan pribadi masing masing anggota sudah sejalan dengan harapan kelompok; bagaimana para peserta memandang fungsi organisasi atau kelompok usaha tani yang ada; mengurutkan cara pandang mengenai harapan dan fungsi kelompok tani yang penting sampai terpenting; dan terakhir mengerucut pada penggalan pendapat dari peserta akan apa yang harus dimiliki setiap anggota kelompok untuk dapat memajukan kelompok usaha tani menjadi kelompok yang mandiri dan mensejahterakan semua anggota dan masyarakat sekitarnya.

Dari hasil kuis terlihat bahwa rata-rata peserta menjawab setuju akan harapan pribadi yang sudah sejalan dengan harapan kelompok. Untuk pertanyaan kuis selanjutnya tentang apakah sama cara pandang masing-masing individu terhadap fungsi kelompok, rata-rata peserta menjawab bahwa cara pandang terhadap fungsi kelompok dari masing-masing anggota kelompok tani Kopi Menoreh belum sama. Selanjutnya dari pertanyaan tentang cara pandang harapan atau fungsi akan kelompok usaha, rata-rata terjawab dengan urutan menghasilkan uang dari bertani dan atau usaha kopi, kemudian usaha bersama dalam kelompok, kemudian keberhasilan bersama, dan selanjutnya yang terpenting adalah membangun komunitas atau kelompok petani kopi yang tangguh.

Kuis terakhir yang merupakan pertanyaan terbuka untuk mengeksplorasi pemikiran, ide

dan gagasan peserta dalam rangka memajukan kelompok usaha tani mendapatkan beragam jawaban. Beberapa jawaban terdapat kesamaan antara peserta satu dengan beberapa peserta lainnya, yaitu kebersamaan, kerukunan, kekompakan, saling pengertian, saling mendukung, saling membantu, saling menghargai, saling percaya, dan saling bekerjasama. Kemudian beberapa jawaban yang lainnya adalah satu visi-misi atau tujuan, menyatukan komitmen bersama, transparansi, pertemuan atau rapat rutin diadakan, serta kesemangatan bersama.

Dari hasil kegiatan tahap ini yang telah diuraikan di atas, terdapat beberapa pembahasan untuk dapat menjadi bagian simpulan atas kegiatan pengabdian ini. Pemberdayaan masyarakat pada tahap ini dimaksudkan terutama untuk memberi kesadaran dan motivasi pada para sasaran pengabdian untuk menjadi masyarakat petani kopi yang berdaya. Program PKM pada tahap pemberdayaan masyarakat ini pada akhirnya bermaksud menjadikan masyarakat petani kopi Menoreh yang berdaya yang artinya mandiri dan sejahtera dengan daya atau kemampuannya sendiri. Upaya dari maksud tersebut tercermin dalam setiap sesi kegiatan tahap ini yang sekaligus termasuk tahap awal penyadaran dan penggalian masalah yang melibatkan partisipasi masyarakat. Penyadaran masyarakat penting dilakukan agar memperlancar dan mempermudah segala upaya dari semua rangkaian program PKM yang dilakukan dari awal sampai akhir karena warga masyarakat menjadi paham akan pentingnya program yang akan dilakukan. Penggalian masalah pada tahap ini juga sangat penting dilakukan sebagai upaya untuk lebih mengetahui lebih dalam akan masalah-masalah apa yang sebenarnya ada dan selanjutnya dapat dijadikan pangkal pijak pencarian solusi yang tepat. Dari hasil kegiatan sesi eksplorasi masalah ternyata terdapat salah satu permasalahan mendasar kaitan Sumber Daya Manusia (SDM) dan pengelolaannya dalam Kelompok Usaha. Untuk itulah tim pengabdian memberikan pendekatan solusi dengan pada arah pembangunan SDM dalam kelompok dengan memberikan pemahaman dan pengetahuan tentang masyarakat berdaya, pentingnya bekerjasama, pentingnya mengetahui dan menggali potensi diri dan kelompok usaha tani Kopi.

Kemudian dari kegiatan sesi kuis yang diadakan terdapat hasil bahwa harapan individu sudah sejalan dengan harapan kelompok namun tiap-tiap individu masih belum sama dalam memandang fungsi kelompok usaha. Untuk itu tim pengabdian memberikan saran untuk perlu lagi lebih dijelaskan dan disepahamkan tentang arah organisasi atau kelompok usaha tani kopi Menoreh, apakah sebagai fungsi bersama untuk maju atau hanya kendaraan pribadi masing-masing orang tetapi dengan kelompok. Kemudian dari hasil kuis selanjutnya terjawab oleh para peserta bahwa hal-hal terpenting adalah yang berkaitan dengan kebersamaan dalam kelompok usaha yaitu usaha bersama, keberhasilan yang sama dan terpenting adalah membangun komunitas usaha yang tangguh. Dengan pilihan kebersamaan dalam membangun komunitas usaha tani kopi yang tangguh pada akhirnya dapat menghasilkan peningkatan taraf ekonomi secara bersama-sama. Bagi pengabdian pendapat kolektif kelompok usaha tani Kopi Menoreh dari hasil eksplorasi sesi ini menjadi bahan motivasi untuk memacu para anggota kelompok tersebut didampingi tim pengabdian

untuk dapat menggali ketangguhan-ketangguhan yang diperlukan untuk digarap bersama sehingga kelompok usaha terus berkelanjutan.

Ketangguhan yang dimaksud berkaitan dengan aspek-aspek penting dalam pengembangan manajemen UKM, diantaranya adalah aspek produksi, organisasi/manajemen SDM, keuangan, dan pemasaran. Sebagai pemancing direkomendasikan untuk menggarap bagian organisasi atau manajemen SDM. Kemudian pada aspek produksi perlu adanya devisi pengembangan produk untuk arah peningkatan diversifikasi produk primer buah kopi dan produk turunannya. Kemudian terkait aspek pemasaran, perlu adanya metode promosi yang efektif dengan menggunakan strategi-strategi jitu untuk meningkatkan hasil penjualan produk. Strategi yang dimaksud lebih mendapat bahasan pada tahap pelatihan dan pendampingan manajemen pemasaran. Terakhir aspek kaitan pengelolaan keuangan. Perlu adanya peningkatan kemampuan tata kelola keuangan yang profesional, terkhusus untuk mempersiapkan ketika kelompok usaha telah menjadi kelompok usaha yang berhasil dan berskala besar, mengingat banyak institusi usaha tidak siap untuk menghadapi kesuksesan terutama dalam pengelolaan keuangan.

Hasil sesi akhir dari tahap ini yang berupa eksplorasi ide, gagasan dan pemikiran untuk pengembangan kelompok usaha tani kopi Menoreh terlihat bahwa para anggota memiliki motivasi untuk mengembangkan kelompoknya menjadi kelompok usaha tani kopi yang berhasil dan bersifat kolektif. Hasil eksplorasi sesi akhir ini membutuhkan *follow up* lebih lanjut yang harus dilakukan oleh semua pihak terutama dari pihak kelompok usaha tani kopi Menoreh. Perlu adanya pendampingan lanjutan untuk menindaklanjuti upaya dari hasil kegiatan pelatihan dan pendampingan pemberdayaan masyarakat ini terutama dalam pembangunan organisasi kelompok usaha yang ada

Gambar 3. Sesi kuis atau *polling* kegiatan pemberdayaan Kelompok Tani Kopi Menoreh



Sumber: dokumen penulis

Gambar 4. Pengabdian dalam sesi eksplorasi pengembangan usaha Kelompok Usaha Tani Kopi Menoreh



Sumber: dokumen penulis

4. Pendampingan dan Pelatihan Pengolahan Kopi Bubuk

Kopi bubuk merupakan produk dari hilirisasi pertanian atau perkebunan di wilayah Lereng Menoreh. Pada proses pengolahan kopi digunakan cara kering (*dry process*). Pada umumnya proses kering digunakan untuk kopi robusta, sedangkan proses basah digunakan untuk kopi arabika.

Proses kering ini termasuk teknik paling tua yang ada dalam sejarah proses pengolahan kopi. Setelah dipanen, buah ceri kopi dilakukan sortasi basah yang selanjutnya dikeringkan dengan cara ditebarkan di atas permukaan alas-alas plastik dan dijemur di bawah sinar matahari. Tujuan pengeringan ini untuk mengurangi kadar air dari buah kopi hingga mencapai 12-14%. Selain itu juga untuk menghindari jamur/pembusukan.

Setelah kering, buah ceri kopi dikupas kulitnya (kulit ari dan tanduk) untuk menghasilkan kopi *green*. Pengupasan kulit tersebut menggunakan mesin *huller*. Sortasi kering dilakukan untuk memilih kopi *green* berdasarkan ukuran dan kualitas (tidak cacat dan tidak berjamur). Setelah diperoleh kopi *green* dilakukan penyangraian (*roasting*). Selama proses penyangraian terbentuk senyawa-senyawa aromatik dari proses polimerisasi akibat pemanasan. Roasting merupakan proses penyangraian biji kopi yang tergantung pada waktu dan suhu yang ditandai dengan perubahan kimiawi yang signifikan. Terjadi kehilangan berat kering terutama gas CO_2 dan produk pirolisis volatil lainnya. Kebanyakan produk pirolisis ini sangat menentukan cita rasa kopi. Kehilangan berat kering terkait erat dengan suhu penyangraian. Berdasarkan suhu penyangraian yang digunakan kopi sangrai dibedakan atas 3 golongan yaitu: *light roast* suhu yang digunakan 193 sampai 199°C, *medium roast* suhu yang digunakan 204°C dan *dark roast* suhu yang digunakan 213 sampai 221°C. Menurut Varnam dan Sutherland (1994): *light roast* menghilangkan 3-5% kadar air:

medium roast, 5-8 % dan dark roast 8-14%.

Selanjutnya adalah penggilingan kopi sangrai. Tujuan dari penggilingan ini adalah untuk mendapatkan ukuran bubuk dari kopi, pada umumnya ukuran kopi bubuk berkisar antara 40-80 mesh. Diagram alir produksi kopi bubuk dengan cara kering bisa dilihat dalam Gambar 5.

Gambar 5. Diagram alir produksi kopi bubuk

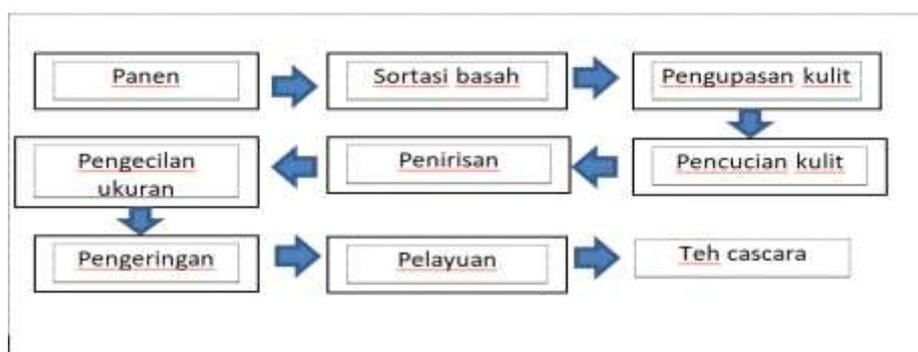


5. Pelatihan dan Pendampingan Pembuatan Teh Kulit Kopi

Pada tahapan ini dilakukan penyuluhan dan pendampingan pembuatan teh cascara dari hasil samping kulit kopi. Tujuan pembuatan teh cascara selain untuk memanfaatkan hasil samping dari kulit kopi juga untuk meningkatkan nilai jual dari kulit kopi. Selama ini kulit kopi hanya digunakan untuk pembuatan kompos dan pakan ternak sehingga kurang memiliki nilai jual yang optimal.

Proses pengolahan teh kulit kopi dilakukan melalui beberapa tahap yaitu mulai dari pemetikan buah kopi, sortasi warna buah kopi yang sudah masak, pengupasan kulit buah kopi, pencucian dengan air mengalir, penirisan, pengecilan ukuran, pengeringan dengan mesin oven, dan penyeduhan. Diagram alir dari proses produksi teh cascara dari kulit kopi bisa dilihat pada Gambar 6.

Gambar 6. Diagram alir produksi teh cascara dari kulit kopi



Sumber: dokumen penulis

Teh cascara merupakan hasil pengolahan bahan pangan yang berasal dari kulit buah kopi yang sudah dikeringkan. *Cascara*, yang berarti "kulit" dalam bahasa Spanyol, adalah kulit dan

pulp dari buah kopi yang dikeringkan dibawah sinar matahari, dan memiliki beberapa manfaat, salah satunya adalah dapat menangkal radikal bebas.

Teh cascara mengandung beberapa senyawa metabolit sekunder yaitu kafein dan golongan polifenol. Dari beberapa penelitian, senyawa polifenol yang ada pada limbah ini adalah flavan-3-ol, asam hidroksinamat, flavonol, antosianidin, katekin, epikatekin, rutin, tanin, asam ferulat (Esquivel dan Jimenez, 2012). Berdasarkan komposisi tersebut maka diperlukan teknologi pengolahan yang tepat agar cascara menjadi lebih bernilai dan bermanfaat. Salah satu caranya yaitu melakukan pengolahan yang benar pada tahap pengeringan.

Gambar 7. Pengolahan kopi:



Sumber: dokumen penulis

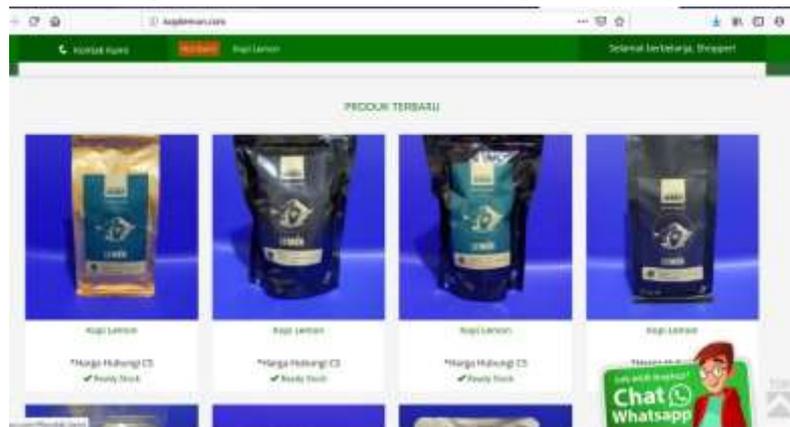
6. Pelatihan dan Pendampingan Pembuatan Legalitas Hukum (PIRT dan Merk Dagang) dan Manajemen Pemasaran yang Profesional.

Kegiatan pada tahap selanjutnya berkaitan dengan aspek pemasaran. Pemasaran merupakan salah satu permasalahan dari hasil eksplorasi masalah yang dihadapi kelompok usaha tani Menoreh. Pada permasalahan ini, tim pengabdian menawarkan beberapa solusi yang sifatnya langsung implementatif. Beberapa solusi tersebut, diantaranya pelatihan dan pendampingan Pembuatan Legalitas hukum (PIRT dan merk dagang). Telah terwujud No. PIRT produk kopi Menoreh dengan P-IRT No. 5103401050286-20. Sedangkan merk dagang yang digunakan untuk kopi Menoreh ini adalah “Kopi Lemon”, yang merupakan akronim dari Kopi Lereng Menoreh.

Selanjutnya juga diberikan pengetahuan sekaligus praktek mengenai strategi pemasaran. Strategi pemasaran adalah serangkaian tindakan terpadu menuju keunggulan kompetitif yang berkelanjutan (Tjiptono, 1995). Konsep dari strategi pemasaran tersebut memiliki tujuan akhir kepuasan dari pelanggan atau konsumen sepenuhnya (*total customer satisfaction*). Terdapat berbagai macam jenis strategi pemasaran. Salah satu strategi dari jenis strategi tersebut dipilih oleh pengabdian untuk meningkatkan pemasaran produk kopi Menoreh dan produk turunannya, yaitu strategi pertumbuhan.

Dalam strategi pertumbuhan terdapat tiga jenis strategi, yaitu internal berupa pengembangan produk/jasa, eksternal berupa integrasi vertikal atau merger, dan terakhir ekspansi berupa pengembangan pasar dan diversifikasi. Dalam hal ini memberikan pendampingan strategi ekspansi dengan menggunakan media website. Website yang sudah terealisasi diwujudkan oleh tim pengabdian bernama kopilemon.com. Melalui website tersebut petani dan anggota kelompok tani kopi Menoreh dapat mempromosikan sekaligus menjual olahan kopi mereka secara online. Dengan strategi ini diharapkan kopi Menoreh makin memiliki daya saing dan bisa menembus pasar internasional.

Gambar 8. Website Kopilemon.com sebagai strategi pemasaran produk Kopi Menoreh



Sumber: dokumen penulis

7. Evaluasi dan tindak lanjut.

Tahap akhir dalam Program Kemitraan Masyarakat ini adalah evaluasi dan tindak lanjut. Rangkaian kegiatan yang ada telah dilaksanakan dengan baik, namun beberapa kegiatan masih memerlukan tindak lanjut. Untuk ke depan masih diperlukan pendampingan dan program-program sebagai *follow up* dari program pemberdayaan masyarakat. Menurut Sumodiningrat yang dikutip oleh Perdana (2019), suatu pemberdayaan dalam masyarakat tidak akan bersifat selamanya, melainkan pemberdayaan tersebut berlangsung sampai masyarakat dirasa mampu untuk hidup mandiri namun tetap dipantau dari kejauhan agar dapat tetap stabil dan tidak terjatuh lagi.

Dalam program pemberdayaan masyarakat yang dikaitkan sebagai solusi untuk permasalahan pengelolaan SDM kelompok tani kopi Menoreh menjadi perhatian untuk terus dipantau terutama dalam sisi pengembangan kelembagaan kelompok usaha. Menjadi evaluasi perlu adanya perumusan kembali akan visi misi organisasi yang melibatkan semua unsur di dalamnya sebagai landasan dasar kelompok usaha dapat menjalankan roda organisasi dan mencapai tujuan-tujuan bersama. Kemudian kelompok masih memerlukan pendampingan lanjutan untuk dapat menemukan ketangguhan-ketangguhan diri dari potensi yang dimiliki untuk kemudian diolah bersama dalam rangka menjadikan kelompok

tani kopi yang berdaya dan tangguh. Diperlukan pula tindak lanjut dalam pemberdayaan pemuda setempat untuk meningkatkan keterlibatan mereka yang memiliki peran fundamental dalam keberlangsungan kelompok usaha tani kopi ke depan. Untuk pemasaran melalui website, perlu adanya pelatihan lanjutan untuk mengelola website menjadi lebih menarik dan aktif dinamis serta *ter-maintenance* dengan baik, sehingga website kopilemon.com dapat eksis bersaing dan optimal fungsinya.

Simpulan

Dari uraian dan analisis pada hasil dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa kegiatan Pemberdayaan pada masyarakat petani Kopi Menoreh di Kelurahan Sidoharjo, Kecamatan Samigaluh, Kabupaten Kulonprogo telah mampu meningkatkan kemampuan para petani dalam penanganan pascapanen buah kopi dan pengolahan buah kopi dengan baik dan benar serta mengurangi kendala lingkungan dengan mengolah produk turunan kulit buah kopi menjadi teh cascara. Simpulan lainnya adalah terwujudnya produk kopi yang tersertifikasi Pangan Industri Rumah Tangga (PIRT) dengan manajemen SDM dan strategi pemasaran yang dikelola dengan lebih baik melalui website kopilemon.com, serta mendapatkan izin usaha. Terdapat hasil evaluasi dan memerlukan penanganan tindak lanjut setelah adanya program PKM ini yaitu dalam pengelolaan SDM kelembagaan atau organisasi kelompok usaha tani kopi Menoreh, lalu perlu ada pelatihan lebih lanjut dalam pengelolaan website sebagai strategi pemasaran, dan upaya pemberdayaan pemuda setempat dalam keberlangsungan usaha tani Kopi Menoreh. Kesimpulan akhir dengan adanya program PKM ini telah berdampak pada meningkatnya daya saing dan kesejahteraan petani kopi di kawasan Bukit Menoreh.

Ucapan Terima Kasih

Tim Pengabdian mengucapkan terima kasih kepada Kemenristekdikti, Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Widya mataram, Kelompok Usaha Tani Kopi Menoreh, Pemerintah Kelurahan Sidoharjo Kecamatan Samigaluh Kulonprogo dan segenap warga masyarakat kawasan perbukitan Menoreh Desa Sidoharjo.

Daftar Pustaka

- Alfitri. (2011). *Community Development Teori dan Aplikasi*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Anwas, O. M. (2012). *Pemberdayaan Masyarakat di Era Global*, Bandung: Alfabeta.
- Bertrand, B., Boulanger, R., Dussert, S., Ribeyre, F., Berthiot, L., Descroix, F., and Joet, T. (2012). *Climatic Factors Directly Impact the Volatile Organic Compound Fingerprint in Green Arabica Coffee Bean as well as Coffee Beverage Quality*. *Food Chemistr.*, 135: 2572-2583.
- Esquivel, P. and Victor M. Jimenez. (2012). *Functional Properties Of Coffee and Coffee by*

- Products. Food Research International*, 46, 488-495
- Ife, J & Tesoriero, F. (2008). *Alternatif Pengembangan Masyarakat di Era Globalisasi: Community development*.
- Jamasy. (2004). *Keadilan, Pemberdayaan, & Penanggulangan Kemiskinan*, Jakarta Selatan: Blantika.
- Perdana, F. R. (2018). *Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Partisipasi dalam Program Kampung Ramah Anak*, Yogyakarta: Laporan Penelitian.
- Perdana, F. R. (2019). Peran Posdaya dalam Pemberdayaan Masyarakat Penunjang Pengembangan Desa Wisata Berbasis CBT (Community Based Tourism). *Jurnal Riset Daerah*, ISSN 1412-9519, Vol. XIX, No 2, 3298-3315.
- Theresia, A, dkk. (2015). *Pembangunan Berbasis Masyarakat*, Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (1995). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Varnam, H.A. and Sutherland, J. P. (1994). *Beverages (Technology, Chemistry and Microbiology)*. London: Chapman and Hall.

PKM Usaha Batik Tulis Di Hunian Tetap (Huntap) Pager Jurang Kali Adem Cangkringan Sleman D.I. Yogyakarta

Novi Caroko¹⁾, Yashinta Farahsani²⁾, Berli Paripurna Kamiel³⁾

^{1, 2)} Program Studi Teknik Mesin, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta,
Jl. Brawijaya, Tamantirto, Kasihan, Bantul, Yogyakarta 55183
novicaroko@yahoo.co.id

Abstrak

Mitra PKM adalah usaha perajin batik tulis Canting Merapi yang berdiri sejak tahun 2013. Tim dan mitra menyepakati dua masalah prioritas, yakni: 1) **Aspek Produksi:** Peningkatan jumlah produksi menjadi 15-20 lembar/bulan, kendala yang ditemukan adalah belum adanya sarana penerangan yang terhubung dengan PLN untuk mengurangi ketergantungan pada alam (cuaca). 2) **Aspek Manajemen:** Manajemen promosi terkait dengan belum adanya media promosi yang dibuat untuk mempromosikan produk batik. Tujuan kegiatan pengabdian ini adalah untuk mengatasi permasalahan pada aspek produksi dan manajemen dengan pembuatan Pembangkit Listrik Tenaga Surya dan leaflet promosi dalam bentuk bi-lingual. Secara umum tujuan dari program ini adalah adanya peningkatan dan perbaikan usaha mitra dalam aspek produksi dan manajemen. Tujuan khusus dari program ini dari sisi produksi adalah meningkatkan kemampuan mitra dalam peningkatan hasil produksi, adanya upaya mengurangi ketergantungan terhadap alam untuk proses pematikan dengan memiliki pembangkit listrik tenaga surya untuk memenuhi penerangan di malam hari. Dari aspek manajemen, secara khusus program ini ditujukan agar tersedianya media promosi yang optimal untuk mempermudah penjelasan tentang produk serta proses produksinya kepada wisatawan yang datang berkunjung. Metode pelaksanaan kegiatan dilakukan dengan pemberdayaan masyarakat (*participatory rural appraisal*). Pendekatan ini menekankan pada alih ipteks dan metode dari pelaksana kepada mitra (kelompok perajin batik tulis) dengan harapan aspek keberlanjutan pasca kegiatan ini dapat terjamin terus berjalan.

Kata kunci: Batik Tulis, Produksi, Pembangkit Listrik Tenaga Surya, dan Manajemen.

Pendahuluan

1. Analisis Situasi

Salah satu seni kerajinan yang banyak mendapat perhatian masyarakat yaitu seni kerajinan batik. Batik merupakan suatu cabang seni rupa terapan (*kriya*) yang ada disebagian besar wilayah nusantara (Rasjoyo, 2008). Pada masa silam, seni batik bukan sekedar untuk melatih keterampilan lukis melainkan sebagai salah satu pendidikan etika dan estetika bagi wanita. Kerajinan batik menjadi sangat penting dalam kehidupan karena kain batik erat dalam lingkaran hidup masyarakat.

Dalam perkembangannya telah terjadi proses akulturasi seni dalam hal susunan corak, ragam hias, dan warna yang terlukis dalam batik. Unsur-unsur Hinduistik, Eropa, dan Cina

tergambar secara jelas pada lembar-lembar batik. Batik merupakan kebudayaan asli bangsa Indonesia yang mempunyai nilai tinggi (Riyanto, 1997). Batik merupakan warisan budaya nenek moyang yang bersifat turun temurun. Di samping keindahan bentuk dan coraknya, batik menyimpan nilai filosofi yang tinggi karena motifnya melambangkan kehidupan dan kondisi alam. Hal ini dapat dikaitkan dengan salah satu penelitian yang menyatakan bahwa batik cukup dikenal sejak zaman nenek moyang kita, khususnya masyarakat Jawa. Di kalangan para leluhur, membatik merupakan kegiatan yang dapat dilakukan sehari-hari bahkan untuk kalangan tertentu, misalnya keraton, kain batik dengan motif tertentu menjadi pakaian kebesaran (Setiati, H. dan Destin, 2007).

Usaha kerajinan batik tulis Canting Merapi berdiri tahun 2013 melalui program *Peningkatan Kecakapan Hidup (PKH) Berorientasi Pemberdayaan Perempuan* yang didanai oleh Direktorat Pembinaan dan Pendidikan Masyarakat, Kemendikbud. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk memberdayakan perempuan di lereng Merapi melalui pelatihan dan pengembangan batik tulis yang berkarakter flora dan fauna Merapi sebagai upaya untuk meningkatkan pendapatan keluarga dan pengentasan kemiskinan (Dewi, M., Amin N, Rahayu, N., S., 2018).

Energi matahari dapat dimanfaatkan sebagai sumber energi alternatif karena merupakan sumber energi terbarukan yang tidak akan habis. Selain itu juga tidak menimbulkan polusi seperti sumber energi fosil. Pemanfaatan energi matahari ini dapat dilakukan dengan menggunakan panel Surya untuk menghasilkan energi listrik (Pratama, A.D. dan Siregar, I.H., 2018). Hunian Tetap Pager Jurang terletak pada daerah dengan topografi daerah yang selalu mendapat limpahan sinar matahari sepanjang tahun.

Meski pada tahun 2016 kelompok ini telah dibuatkan program dengan skema yang lain, pada tahun ini (2018) mitra menganggap perlu untuk dibuatkan program lanjutan dengan memetakan beberapa situasi yang ada di lapangan.

2. Kondisi Usaha

Produk utama yang dihasilkan oleh mitra adalah kain batik tulis dengan pewarna alam (70%), juga batik campuran/cap dan tulis (30%) dan telah memiliki hak paten. Motif batik yang dihasilkan adalah flora dan fauna khas Merapi seperti motif *parijotho*, *anggrek Merapi*, *kembang tluki merpi*, *kopi Merapi*, dan *bebatuan vulkanik Merapi*. Harga jual batik tulis yang dihasilkan adalah Rp. 250.000,- untuk batik tulis dan Rp. 150.000,- untuk batik campuran. Dalam satu bulan mitra dapat menjual sebanyak 7 -10 lembar batik dengan omset senilai Rp. 1.000.000,- sampai dengan Rp. 2.500.000,-.

Pada dasarnya mitra merupakan usaha yang cukup maju karena telah memiliki *showroom* untuk memajang hasil produksi dan memiliki *website* bahkan telah memiliki *database* produk yang dihasilkan. Pada tahun 2016 mitra pernah mendapatkan modal melalui program IBM

dalam bentuk perlengkapan peralatan produksi, peralatan, pencatatan keuangan dan promosi serta studi banding senilai Rp. 14.000.000,-.

3. Permasalahan

Mitra menghadapi beberapa persoalan dalam menjalankan usahanya. Tim pengusul bersama dengan mitra telah menyepakati persoalan prioritas untuk dapat diselesaikan dalam program PKM ini, yakni pada persoalan produksi, peningkatan jumlah produksi menjadi 15-20 lembar/bulan, dan belum adanya sarana penerangan yang terhubung dengan PLN agar proses produksi tidak memiliki ketergantungan terhadap kondisi cuaca. PLTS berkapasitas 100 WP dinilai mampu untuk memenuhi kebutuhan akan penerangan pada malam hari (Pratama dan Siregar, 2018). Pada persoalan promosi, belum adanya media promosi yang dibuat untuk mempromosikan produk batik dalam bentuk *bi-lingual* (dua bahasa) sehingga cukup menyulitkan ketika ada wisatawan dari luar negeri yang datang berkunjung.

4. Solusi dan Target Luaran

PKM ini diharapkan dapat membantu mitra untuk memperbaiki permasalahan kedua aspek yaitu **aspek produksi** dan **aspek manajemen**. Dalam aspek produksi dibutuhkan alat untuk dapat mendukung peningkatan produksi yaitu adanya rekayasa (pembuatan) pembangkit listrik tenaga surya. Sedangkan untuk aspek manajemen dibutuhkan adanya alat promosi berupa pembuatan materi iklan dalam bentuk *leaflet* promosi dalam bentuk *bilingual* (dua bahasa) untuk mempermudah dalam memperkenalkan produk kepada setiap wisatawan yang berkunjung.

Metode Pelaksanaan

Metode pelaksanaan kegiatan akan dilakukan dengan pemberdayaan masyarakat (*participatory rural appraisal*). Pendekatan ini menekankan pada alih metode dan iptek dari pelaksana kepada mitra (kelompok perajin batik tulis) dengan harapan aspek keberlanjutan pasca kegiatan ini dapat terjamin terus berjalan. Adapun prosedur kerja untuk mendukung terlaksananya metode adalah sebagai berikut:

- 1) Persiapan Perijinan
- 2) Sosialisasi Kegiatan
- 3) Observasi lapangan dan pencarian data serta hasil kegiatan PKM sebelumnya.
- 4) Penyelesaian masalah mitra terkait dengan:
 - a) Produksi: Peralatan produksi (penerangan menggunakan pembangkit listrik tenaga surya); Manajemen: b) Promosi
- 5) Evaluasi Bersama mitra
- 6) Pelaporan dan Publikasi

Hasil Dan Pembahasan

1. Pemecahan Permasalahan pada Aspek Produksi

Pada persoalan produksi, peningkatan jumlah produksi menjadi 15-20 lembar/bulan, belum tersedia sarana penerangan yang terhubung dengan PLN sehingga selama ini proses

produksi sangat tergantung pada kondisi cuaca dimana proses pematikan hanya dilaksanakan pada siang hari. Adapun upaya yang dilakukan untuk meningkatkan jumlah produksi batik dengan melakukan implementasi inovasi teknologi pengadaan pembangkit listrik tenaga surya (PLTS) di rumah produksi untuk memfasilitasi proses pematikan di malam hari.

Pembangkit listrik tenaga surya (PLTS) yang dibuat memiliki kapasitas sebesar 100 WP yang digunakan untuk menyalakan 3 buah lampu dengan daya total 30 W. Dari hasil uji coba penggunaan PLTS selama beberapa minggu terakhir dengan menyalakan listrik sejak jam 5 sore sampai dengan jam 5 pagi tidak ditemukan kendala dalam penggunaan PLTS sebagai sumber energi untuk menyalakan lampu penerangan.

Gambar 1. Proses pemasangan panel surya pada lokasi rumah produksi.



Sumber: dokumen penulis

Gambar 2. Proses instalasi listrik pada rumah produksi.



Sumber: dokumen penulis

2. Pemecahan Permasalahan pada Aspek Manajemen Pemasaran

Permasalahan lain yang dihadapi oleh mitra adalah belum adanya leaflet atau brosur yang dapat menjelaskan dengan rinci tentang profil maupun produk yang dihasilkan oleh mitra. Seringkali mitra mendapatkan kunjungan dari tamu luar negeri namun mereka tidak dapat menjelaskan tentang produk yang mereka hasilkan. Dengan adanya brosur promosi dengan dua bahasa (*bi-lingual*) diharapkan dapat membantu mitra dalam menjelaskan produk yang mereka hasilkan.

Gambar 3. Leaflet promosi dalam bentuk bi-lingual.



Sumber: dokumen penulis

Indikasi keberhasilan program ini dapat dilihat dari adanya peningkatan kapasitas produksi dan semakin meningkatnya jumlah penjualan produk. Tingkat pemahaman masyarakat akan sumber energi yang bersifat terbarukan juga meningkat dengan terlibat aktifnya masyarakat selama proses perakitan dan perawatan.

Simpulan

Kesimpulan diambil dari program pengabdian ini adalah:

1. Meningkatnya kapasitas produksi batik setelah tersedianya fasilitas penerangan di rumah produksi batik dengan memanfaatkan energi matahari.
2. Brosur dalam bahasa asing terbukti mampu membantu menjelaskan produk batik kepada turis mancanegara.

Saran yang dapat diberikan bagi kelangsungan rumah produksi batik adalah:

1. Untuk peningkatan pemasaran dapat dilakukan dengan mengikuti kegiatan-kegiatan pameran produk lokal yang sring diadakan oleh Dinas Pariwisata, Pemerintah Daerah maupun Pemerintah Provinsi.
2. Produk batik dapat dibuat dengan ukuran kecil agar harga jual mejadi lebih terjangkau oleh wisatawan yang berkunjung.

DAFTAR PUSTAKA

- Dewi, M., Amin N, Rahayu, N., S., 2018, Pemberdayaan Perempuan Melalui Usaha Batik Tulis: Sebuah Pengalaman dari Pelaksanaan Program IPTEK Bagi Masyarakat (IBM) di Kabupaten Sleman, Yogyakarta, Jurnal Abdimas Musi Charitas, Volum 2, No. 2.
http://ppg.spada.ristekdikti.go.id/pluginfile.php/1862/mod_resource/content/2/KEGIATAN%20BELAJAR%201.
- Pratama, A.D. dan Siregar, I.H., 2018. Uji Kinerja Panel Surya Tipe Polycrystalline 100 WP, Jurnal Pendidikan Teknik Mesin, Vol. 6, No. 03.
- Rasjoyo. 2008. Mengenal Batik Tradisional. Jakarta: Azka Press.
- Riyanto. 1997. Katalog Batik Indonesia. Yogyakarta: Balai Besar Penelitian dan Pengembangan Industri Kerajinan Batik.
- Setiati, H. dan Destin, 2007. Membatik. Yogyakarta: PT Macanan Jaya Cemerlang.

Pemberdayaan Ekonomi Anggota Bank Sampah 'Berkah'

Alien Akmalia¹, Rita Kusumawati²

¹Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, UMY, 082138170869

²Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, UMY

alien_akmalia@umy.ac.id

Abstrak

Latar belakang kegiatan ini berangkat dari persoalan limbah konveksi yang melimpah dan menimbulkan permasalahan sosial di wilayah sentra industri konveksi Joho. Tujuan program kemitraan masyarakat (PKM) ini adalah untuk membantu meningkatkan perekonomian keluarga anggota bank sampah 'Berkah' di sentra industri konveksi dan bordir Dusun Joho, Desa Condongcatur, Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman, Provinsi DIY sekaligus menciptakan wirausaha baru bagi masyarakat nonproduktif yang bertempat tinggal di wilayah tersebut. Kelompok mitra yang menjadi khalayak sasaran pada PKM ini adalah kelompok bank sampah 'Berkah'. Metode yang digunakan untuk menyelesaikan permasalahan dan untuk mencapai target luaran adalah melalui penyuluhan, demonstrasi, praktik dan pendampingan. Hasilnya; (1) aspek umum, peserta sudah memiliki mindset yang sama tentang wirausaha dan termotivasi untuk berwirausaha. (2) Aspek produksi, peserta dilatih untuk membuat berbagai kerajinan/souvenir dan aksesoris. Beberapa hasil produksinya antara lain: aneka bando anak dan dewasa, aneka bros jilbab dalam berbagai ukuran, dalaman jilbab, jepit rambut, pouch dan tas kecil. Selain itu, seluruh peserta sudah memahami pentingnya packaging dan brand dalam menjual hasil produksinya. Beberapa peserta pelatihan sudah memiliki brand dan kemasan untuk produknya. (3) Aspek pemasaran, khalayak sasaran sudah memahami pentingnya pemasaran produk dan promosi melalui media offline dan online.

Kata kunci: aksesoris, souvenir, perca, produksi, packaging, pemasaran

Pendahuluan

Pemberdayaan masyarakat merupakan topik yang banyak dibicarakan dalam menyelesaikan persoalan pengangguran dalam masyarakat. Berdasarkan Setiana (2005), titik berat pemberdayaan masyarakat adalah pentingnya masyarakat lokal yang mandiri sebagai satu sistem yang mengorganisir diri mereka sendiri. Memberikan peran kepada individu bukan sebagai obyek tetapi sebagai subyek pembangunan. Sasaran pemberdayaan masyarakat tidak hanya para kepala keluarga, tetapi perempuan sebagai bagian dari masyarakat juga memiliki potensi besar untuk menjadi subyek yang mendukung kemandirian ekonomi. Jumlah pendapatan yang kurang memadai untuk memenuhi kebutuhan hidup keluarga mendorong banyak perempuan untuk ikut berperan serta menghasilkan pendapatan. Menurut Marwanti dan astuti (2011), perempuan dianggap sebagai kutup penyelamat bagi perekonomian keluarga

dikarenakan oleh berbagai peran perempuan miskin dalam keluarga. Permasalahan yang sering muncul bagi para perempuan di masyarakat adalah tidak dimilikinya ketrampilan yang memadai untuk dapat menghasilkan suatu produk yang dapat meningkatkan nilai jual yang dapat membantu perekonomian keluarga.

Mitra dalam Program Kemitraan Masyarakat (PKM) ini adalah anggota bank sampah 'Berkah' pimpinan Ibu Titoniyah. Kelompok dasawisma Akasia ini berlokasi di Dusun Joho, Desa Condongcatur, Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman, Provinsi DIY. Bank sampah 'Berkah' terletak di kawasan sentra industri kecil konveksi dan bordir Joho ± 1 km arah barat terminal Condong Catur atau 2 km arah utara kota Yogyakarta. Selain menjadi Ibu rumah tangga, sebagian besar Ibu-Ibu anggota bank sampah bekerja sebagai pekerja tidak tetap pada industri-industri konveksi yang terletak di sentra industri ini. Mereka bekerja jika si pemilik industri memperoleh pesanan, tetapi jika tidak ada pesanan maka Ibu-Ibu ini pun menganggur dan tidak memperoleh penghasilan. Padahal anggota kelompok dasawisma ini sebagian besar masih dalam usia produktif.

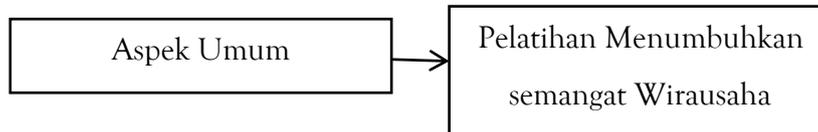
Berdasarkan hasil *survey* dan komunikasi langsung (2018) dengan pimpinan dasawisma dan beberapa anggota dasawisma, dapat disimpulkan bahwa mereka memiliki motivasi yang kuat untuk dapat membantu meningkatkan perekonomian keluarga. Perwakilan khalayak sasaran menyampaikan bahwa motivasi mereka untuk maju terhambat oleh tidak dimilikinya kemampuan dan ketrampilan yang memadai untuk dapat menghasilkan sesuatu/produk yang memiliki nilai jual yang dapat meningkatkan penghasilan mereka.

Keberadaan bank sampah Berkah di sentra industri konveksi Joho sangat berpotensi untuk dapat membuat dan mengembangkan sebuah produk yang berasal dari material yang mudah ditemukan disekitar yang merupakan sisa-sisa material konveksi yang sudah tidak dapat dimanfaatkan. Berdasarkan pada potensi sumberdaya yang ada tersebut, maka peluang usaha yang sangat mungkin dikembangkan adalah usaha kerajinan/*craft* ataupun *souvenir* dengan menggunakan bahan baku sisa-sisa material konveksi yang sudah tidak dimanfaatkan lagi oleh pemiliknya. Anggota bank sampah 'Berkah' berharap besar agar dapat memperoleh ketrampilan yang memadai untuk menghasilkan produk yang memiliki nilai jual dengan memanfaatkan potensi wilayah tempat tinggal mereka. Dengan bekal ketrampilan tersebut, mereka memiliki impian besar untuk dapat meningkatkan perekonomian keluarga.

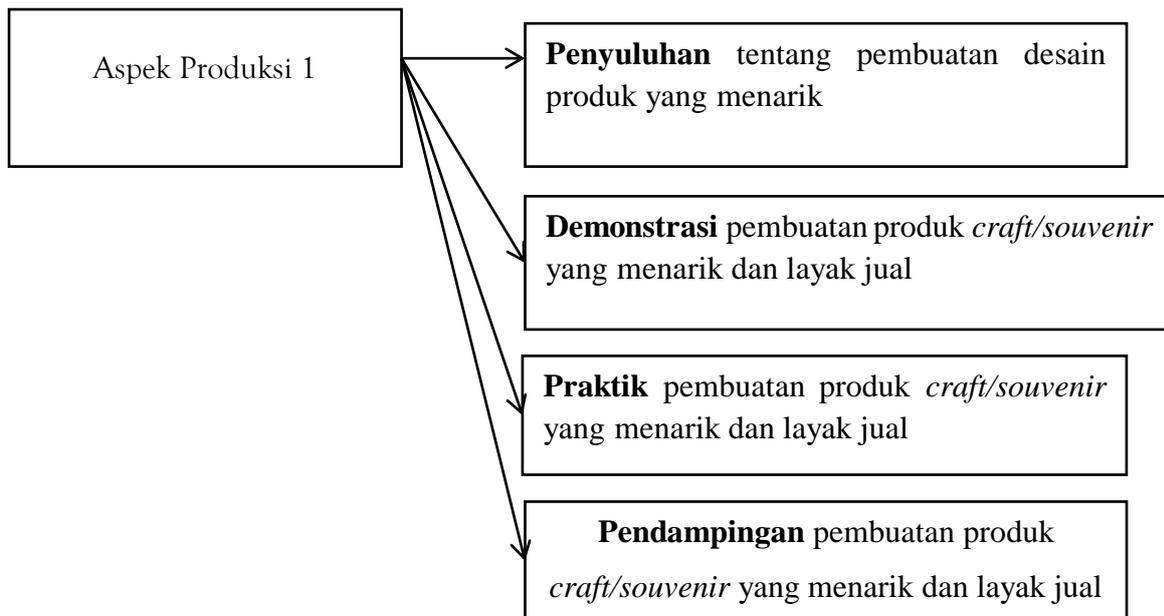
Metode Pelaksanaan

Metode Pelaksanaan yang dilakukan dalam program pengabdian ini adalah melalui penyuluhan, demonstrasi, praktik dan pendampingan. Sebelum dilakukan pelatihan dan pendampingan dilakukan observasi lapangan terhadap khalayak sasaran, terkait kebutuhan pelatihan dan pendampingan yang akan dilakukan, sehingga program yang akan diberikan kepada khalayak sasaran dapat tepat sasaran. Observasi lapangan dilakukan dengan cara pengamatan langsung di lapangan dan wawancara dengan pengelola Bank Sampah Joho yang dianggap memiliki pemahaman yang lebih banyak tentang limbah di Joho.

Program pelatihan dan pendampingan di bidang pemasaran serta keuangan pada anggota bank sampah 'Berkah' meliputi: Penyuluhan Menumbuhkan Semangat Wirausaha, Penyuluhan Pembuatan Desain Produk dan Pembuatan Produk dari Limbah Konveksi, Pelatihan *Packaging* Produk Kerajinan Hasil Olahan Limbah Konveksi dan pentingnya *Brand* dalam penjualan produk serta Penyuluhan Pentingnya Pemasaran produk dan promosi melalui media *offline* dan *online*. Secara rinci tahapan pelatihan dan pendampingan yang dilakukan dalam program pengabdian masyarakat ini, nampak pada *flowchart* 1 dan 2 berikut ini:



Flowchart 1. Alur Pelatihan Aspek Umum



Flowchart 2. Alur Pelatihan dan Pendampingan Aspek Produksi

Khalayak sasaran yang dituju dalam program pengabdian masyarakat ini adalah anggota bank sampah 'Berkah' di Joho, Condongcatur, Depok, Sleman, Yogyakarta. Kegiatan pengabdian masyarakat ini akan dilakukan dengan melakukan pelatihan, demonstrasi, praktik yang dilanjutkan dengan pendampingan. Menurut Simamora (2001), pelatihan adalah serangkaian aktivitas yang dirancang untuk meningkatkan keahlian, pengetahuan, pengalaman, ataupun perubahan sikap seseorang, sedangkan pengembangan (*development*) diartikan sebagai penyiapan individu untuk memikul tanggung jawab yang berbeda atau yang lebih tinggi. Melalui program pendampingan, khalayak sasaran dapat terbantu untuk menyelesaikan problem yang dihadapi di lapangan.

Hasil dan Pembahasan

Berikut akan diuraikan hasil dan pembahasan dari program kemitraan masyarakat Ibu-ibu kelompok dasawisma akasia dan anggota bank sampah berkah.

1. Penyuluhan Menumbuhkan Semangat Wirausaha

Penyuluhan menumbuhkan semangat wirausaha telah berjalan lancar. Rita Kusumawati, SE., M.Sc Dosen Prodi Manajemen FEB UMY bertindak sebagai narasumber dalam pelatihan ini. Walaupun sebagian besar warga Dusun Joho memiliki usaha konveksi, namun belum semua khalayak sasaran memiliki semangat wirausaha. Banyak dari khalayak sasaran yang melakukan proses bisnis hanya sekedar memenuhi kewajiban untuk membantu suami mereka untuk memenuhi kebutuhan hidup. Oleh karena itu menanamkan mindset sebagai seorang wirausaha dan menumbuhkan semangat wirausaha dipandang penting untuk diberikan kepada Ibu-Ibu peserta pelatihan. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Hendriani dan Nulhaqim (2008) menunjukkan bahwa pelatihan dan pembinaan terbukti berpengaruh signifikan dalam menumbuhkan jiwa wirausaha pada objek penelitian yang diteliti.

Gambar 1 Foto bersama peseta pelatihan usai pelatihan menumbuhkan semangat wirausaha dan pelatihan produksi



Sumber: dokumen penulis

Warga sangat antusias mengikuti pelatihan, khalayak sasaran banyak yang aktif terlibat dalam diskusi. Pertanyaan-pertanyaan yang diajukan oleh narasumber sebelum dan sesudah diberikan wawasan wirausaha menunjukkan progress yang positif dari khalayak sasaran. Sebelum pelatihan khalayak sasaran mengaku tujuan dari mereka mengikuti rangkaian pelatihan ini adalah agar bisa mengolah limbah yang ada di gudang rumah mereka belum berfikir jauh kedepan sampai bisa menghasilkan produk yang memiliki daya saing dan dapat survive dalam persaingan.

Setelah penyuluhan, pola fikir tersebut sudah berubah, khalayak sasaran bersemangat untuk tidak hanya bisa mengolah limbah konveksi yang menumpuk di rumah khalayak sasaran

tetapi juga bagaimana produk yang dihasilkan tersebut bisa memiliki nilai jual dan laku keras dipasaran. Rangkaian pelatihan yang akan diberikan dalam program kemitraan masyarakat ini diharapkan akan dapat menghasilkan produk yang memiliki daya saing tersebut. Warga mengaku tertarik untuk mengikuti rangkaian pelatihan dan pendampingan dalam program PKM ini.

2. Penyuluhan Pembuatan Desain Produk dan Pembuatan Produk dari Limbah Konveksi

Pelatihan menumbuhkan jiwa dan semangat wirausaha telah selesai dilakukan. Khalayak sasaran sudah memiliki pola pikir dan semangat yang sama untuk menjadikan olahan limbah menjadi produk yang memiliki daya saing. Pelatihan selanjutnya adalah pelatihan pembuatan desain produk dan dan pembuatan produk dari limbah konveksi. Pelatihan ini diberikan oleh Titin Sugiarti Y. Beliau merupakan pelaku usaha olahan limbah dan sekaligus trainer olahan limbah konveksi di ranting maupun cabang 'Aisyiyah dan sering di undang untuk memberikan pelatihan untuk komunitas-komunitas.

Gambar 2 Peserta mengikuti *step by step* proses produksi bando dibantu oleh Narasumber



Sumber: dokumen penulis

Pelatihan dilakukan di Rumah Ibu Titoniyah, Ketua Bank Sampah Joho. Peserta pelatihan sudah diberitahu untuk membawa limbah konveksi yang akan dijadikan produk aksesoris/kerajinan/souvenir. Peralatan dan pernik-pernik tambahan sudah disediakan dan diberikan kepada khalayak sasaran. Pemilik Rumah menyediakan mesin jahit untuk mempraktekkan pembuatan produk yang memerlukan menjahit menggunakan mesin. Pelatihan diawali dengan penjelasan tentang produk yang akan dibuat, kebutuhan alat dan kebutuhan bahan. Setelah mendengarkan penjelasan dari narasumber dimlailan pembuatan desain produk yang akan dibuat dengan mengikuti langkah-langkah yang dijelaskan oleh narasumber. Semua peserta pelatihan mengikuti proses demi proses sampai desain/pola untuk membuat produk jadi. Setelah selesai proes designing/ pembuatan pola produk, dilanjutkan dengan proses pembuatan produk dengan metode yang sama. Narasumber mendemonstrasikan terlebih dahulu setelah itu seluruh peserta pelatihan mempraktikkan

pembuatan produk yang akan dibuat. Seluruh peserta terlibat langsung dalam pembuatan produk olahan limbah ini. Sehingga diharapkan setelah pelatihan, peserta pelatihan dapat mempraktekkan kembali di rumah.

Produk yang berhasil dibuat oleh khalayak sasaran pada penyuluhan produksi ini antara lain: aneka macam bando anak dan remaja, bros, pouch, jepit rambut, tas kecil dan dalaman kerudung (untuk limbak konveksi kaos). Pembuatan produk pouch, tas kecil dan dalaman kerudung memerlukan mesin jahit untuk mempercepat proses produksi, sedangkan untuk produk-produk yang lain lebih banyak menggunakan jarum tangan dan mengandalkan ketelatenan. Pelatihan dalam aspek produksi ini dilakukan sebanyak dua kali dalam hari yang berbeda. Hal ini ditujukan untuk memberikan kesempatan kepada peserta mempraktekkan di rumah dan jika menemui kesulitan bisa berkonsultasi langsung dengan narasumber pada pertemuan selanjutnya. Peserta diberikan tugas untuk membuat produk yang telah diajarkan pada saat pelatihan pada pertemuan selanjutnya, kemudian narasumber melakukan evaluasi terhadap hasil produksi peserta pelatihan. Pada akhir pelatihan produksi, narasumber memberikan masukan dan saran untuk perbaikan produk yang dihasilkan peserta. Narasumber menilai hasil produksi peserta pelatihan sudah dinyatakan layak untuk dijual hanya memerlukan lebih banyak latihan dan melakukan inovasi produk.

Gambar 3 Narasumber mendemonstrasikan cara membuat pouch dengan mesin jahit



Sumber: dokumen penulis

Gambar 4.6 Salah satu peserta pelatihan mempraktekkan membuat pouch didampingi oleh narasumber



Sumber: dokumen penulis

Gambar 4. Hasil Produk Peserta Pelatihan



Sumber: dokumen penulis

3. Pelatihan *Packaging* Produk Kerajinan Hasil Olahan Limbah Konveksi dan pentingnya *Brand* dalam penjualan produk

Pelatihan pembuatan produk kerajinan telah diselesaikan dalam dua kali pertemuan, penyuluhan selanjutnya adalah penyuluhan tentang *packaging* dari produk yang telah dihasilkan. Penyuluhan diberikan oleh Alien Akmalia, SE., M.Sc. Dosen Pengajar di Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMY. Pelatihan diberikan kepada khalayak sasaran dengan memaparkan pentingnya *packaging* dan *brand* dalam penjualan produk. Setelah pemaparan materi, khalayak sasaran diberi kesempatan untuk bertanya, berpendapat ataupun mengkonsultasikan kemasan dan *brand* produk yang dihasilkannya. Pada saat pemaparan materi, khalayak sasaran diberikan contoh-contoh kemasan produk aksesoris dan kerajinan yang menarik, sehingga khalayak sasaran memiliki gambaran kemasan dan merek produk yang menarik bagi produk yang dihasilkannya.

Gambar 5 Peserta mengikuti Pelatihan *Packaging* Produk Kerajinan Hasil Olahan Limbah Konveksi dan pentingnya *Brand* dalam penjualan produk



Sumber: dokumen penulis

Packaging merupakan hal yang penting dalam memasarkan produk. Berdasarkan Kotler dan Amstrong (2012), mendefinisikan “*Packaging involves designing and producing the container or wrapper for a product*”. Berdasarkan definisi tersebut peranan kemasan tidak hanya sekedar untuk mempercantik produk tetapi juga untuk melindungi produk. Oleh karena itu *packaging* produk merupakan salah satu hal yang wajib dipahami oleh pelaku usaha, terlebih lagi produk yang dihasilkan adalah produk kerajinan/souvenir dan aksesoris. Tampilan yang menarik dan dapat melindungi produk dari kerusakan merupakan hal yang sangat penting, karena *packaging* menjadi salah satu faktor yang di pertimbangkan oleh calon pembeli dalam melakukan keputusan beli.

Gambar 6 Contoh hasil produksi peserta yang telah dikemas dan dengan *Brand*



Sumber: dokumen penulis

Selain kemasan, keberadaan *brand* merupakan hal yang tidak kalah penting. *Brand* atau merek menurut Lamb, Hair, dan McDaniel (2001) adalah suatu nama, istilah, simbol, desain, atau gabungan keempatnya yang mengidentifikasi produk para penjual dan membedakannya dari produk pesaing. Produk yang dijual hendaknya memiliki merek. Begitupula produk dari olahan limbah konveksi yang dihasilkan oleh khalayak sasaran. Masing-masing peserta pelatihan diminta untuk menentukan merek dari produk yang dihasilkannya. Merek tersebut kemudian harus selalu muncul pada kemas produk yang dihasilkan sehingga calon pembeli mudah mengenali produk yang dihasilkan.

Gambar 7 Foto Bersama Peserta Usai Pelatihan *Packaging* dan *Brand*



Sumber: dokumen penulis

4. Penyuluhan Pentingnya Pemasaran produk dan promosi melalui media *offline* dan *online*

Penyuluhan pemasaran dan promosi produk melalui media *offline* maupun *online* merupakan akhir dari rangkaian program kemitraan masyarakat di wilayah Dusun Joho. Pelatihan ini diberikan oleh Yustian Rivaldi, S.E. Peserta pelatihan diberikan pemaparan secara jelas tentang media pemasaran dan promosi. Peserta ditunjukkan cara-cara mengakses atau mendaftarkan produk di beberapa *marketplace* sehingga dapat memperluas pasar. Selain *marketpace*, peserta juga ditunjukkan beberapa trik berjualan melalui media sosial *facebook* dan *instagram*. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Setiawati dan Widyartati (2017) menunjukkan bahwa Strategi Pemasaran online berpengaruh positif terhadap Laba Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Jawa Tengah. Oleh karena itu pemasaran online sangat penting dikuasai oleh pemilik UMKM, karena telah terbukti signifikan dalam meningkatkan laba. Tidak hanya media online saja yang dikenalkan, tetapi juga media offline seperti melalui brosur, leaflet ataupun kartu nama.

Gambar 7 Pelatihan Pentingnya Pemasaran produk dan promosi melalui media *offline* dan *online*



Sumber: dokumen penulis

Usai Pelatihan peserta mulai memahami pentingnya pemasaran dan promosi produk. Promosi melalui media *Offline* dan *Online* sama-sama penting tergantung dari target pasar yang dituju. Khalayak sasaran diminta untuk memikirkan cara memasarkan produk serta media promosi yang akan digunakan, sehingga dapat meningkatkan penjualan.

Selain penyuluhan-penyuluhan tersebut, beberapa kegiatan yang membutuhkan pendampingan difasilitasi dengan program pendampingan. Beberapa warga yang memanfaatkan fasilitas tersebut kebanyakan berkonsultasi masalah brand produk mereka, kemasan, hasil produksi, menanyakan cara pembuatan produk lain yang merupakan pengembangan produk dasar yang telah diberikan ketika penyuluhan, harga yang pantas bagi produk yang dihasilkan khalayak sasaran dan masih banyak lagi. Banyaknya warga yang

menggunakan fasilitas ini menunjukkan antusiasme yang tinggi dari warga untuk dapat terus mengembangkan produk dari olahan limbah tersebut.

Simpulan

1. Aspek Umum

Khalayak sasaran sudah termotivasi untuk berwirausaha. Mereka sudah memiliki *mindset* yang sama mengenai kewirausahaan, karena dalam penyuluhan sudah dibekali dengan pengetahuan wirausaha yang membuat khalayak sasaran semakin termotivasi untuk berwirausaha.

2. Aspek Produksi

Dalam aspek produksi, peserta pelatihan sudah bisa membuat produk kerajinan/souvenir ataupun aksesoris yang berbahan dasar dari limbah konveksi. Beberapa peserta penyuluhan telah memiliki *packaging* dan merek dari produknya. Namun, masih ada pula yang belum memiliki kemasan yang menarik karena mengaku belum punya waktu untuk memikirkan *brand* untuk produknya, sehingga kemasannya pun juga belum dibuat. Mereka masih fokus untuk memperbanyak produksi.

3. Aspek Pemasaran

Khalayak sasaran sudah memiliki wawasan tentang pemasaran dan pentingnya promosi produk untuk meningkatkan penjualan. Khalayak sasaran sudah mengerti berbagai media *offline* maupun *online*. Meskipun demikian, khalayak sasaran belum berniat untuk menjual produk melalui *marketplace* dan medsos dikarenakan masih fokus untuk memperbanyak produksi. Selain itu, atas permintaan khalayak sasaran, mereka juga masih akan mendiskusikan mengenai cara menjual produk mereka apakah akan dijual secara individu atau secara kelompok dengan menggunakan satu branding. Dasar pemikiran untuk melakukan penjualan secara kelompok ini adalah karena produksi olahan limbah ini adalah bukan *core* bisnis mereka. *Core* bisnis mereka adalah konveksi, dan banyak waktu dihabiskan untuk menyelesaikan pesanan konveksi mereka. Dikhawatirkan ketika mereka berdiri sendiri akan kuwalahan melayani pesanan.

Ucapan Terima Kasih

Terimakasih kami ucapkan kepada:

6. LP3M UMY dengan skema Program Kemitraan Masyarakat (PKM) yang telah mendanai program pengabdian masyarakat ini dengan no kontrak: 195/SK-LP3M/2019
7. Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY)
8. Anggota Bank Sampah Berkah
9. Mahasiswa magang Prodi Manajemen FEB UMY

10. Pihak-pihak yang telah membantu dalam proses pelaksanaan program pelatihan dan pendampingan pada Anggota Bank Sampah Berkah.

DAFTAR PUSTAKA

- Charles W. Lamb, Joseph F. Hair, Carl McDaniel. 2001. Pemasaran. Edisi pertama. Salemba Empat. Jakarta.
- Hendriani, Susi & Nulhaqim, Soni. A,. Pengaruh Pelatihan dan Pembinaan dalam Menumbuhkan Jiwa Wirausaha Mitra Binaan PT (Persero) Pelabuhan Indonesia I Cabang Dumai. *Jurnal Kependudukan Padjajaran*. Vol. 10. No. 2. Juli 2008.
- Kotler Philip and Gary Amstrong. 2012. Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Marwanti, S. & Astuti, D. (2011). Model Pemberdayaan Perempuan Miskin melalui Pengembangan Kewirausahaan Keluarga Menuju Ekonomi Kreatif di Kabupaten Karang Anyar. *SEPA*, Vol 9 NO 1, September 2012.
- Simamora, Henry. 2001. Manajemen Sumberdaya Manusia, Edisi Kedua bagian Penerbit STIE YKPN, Yogyakarta.
- Setiana. L. 2005. Teknik Penyuluhan Dan Pemberdayaan Masyarakat. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Setiawati, Ira & Widyartati, P. (2017). Pengaruh Strategi Pemasaran Online terhadap Peningkatan Laba UMKM. *Bingkai Manajemen*. Pascasarjana (S2) STIE Dharmaputra Semarang.

Pelabelan Kemasan Rempeyek “Aamana” Sebagai Upaya Peningkatan Jaminan Mutu Produk

Diah Rina Kamardiani *, Heri Akhmadi ¹

Prodi Agribisnis-Universitas Muhammadiyah Yogyakarta,
 Jl. Brawijaya, Kasihan, Bantul, Yogyakarta
 e-mail: kamardiani@umy.ac.id *
 Telp: 082134190155

Abstrak

Pondok Pesantren Al-Bayan menyelenggarakan pendidikan dan pusat kegiatan belajar bagi anak-anak kurang mampu (*dhuafa*). Biaya operasional dan pendidikan diperlukan 50 juta rupiah per bulan. Sementara, mayoritas dana bersumber dari donatur dan iuran wali santri. Dalam mendukung kemandirian pondok telah mengembangkan usaha produksi peyek dan kevir sebagai produk aman dan sehat. Ponpes belum mampu memanfaatkan peluang pasar alumni Jama'ah Haji Multazam yang disebabkan kemasan peyek belum ada merk dan label. Selain itu, kapasitas produksi belum mampu memenuhi permintaan pasar, karena keterbatasan alat produksi. Oleh karenanya perlu peningkatan sarana produksi, perbaikan mutu kemasan peyek, dan jaringan pemasaran on-line. Program perbaikan mutu kemasan peyek, diawali brainstorming dengan Mitra mengenai konsep dan filosofi merek. Lomba desain logo dan label kemasan peyek menghasilkan 2 desain label kemasan ukuran 200 gr dan 100 gr dengan merek “Aamana” yang berarti percaya. Indikator program meningkatnya kontribusi kebutuhan dana pondok belum terukur karena produksi peyek agak tersendat. Hal tersebut dikarenakan adanya perubahan pengelolaan usaha peyek. Selain itu, Mitra masih proses mengajukan ijin PIRT dari Dinas Kesehatan Kabupaten Sleman sehingga belum berani memperluas peluang pasar melalui jaringan pemasaran pada jamaah Haji Multazam.

Kata kunci: Brand “Aamana”, kemasan berlabel, mutu, peyek,

Pendahuluan

Pondok Pesantren Al-Bayan yang diasuh oleh Bapak Abdullah Basri merupakan rintisan Alumni Haji Multazam tahun 2007 dalam upaya memfasilitasi masyarakat lemah (*dhuafa*) untuk mendapat pendidikan berbasis pesantren. Saat ini Pondok Pesantren Al-Bayan menyelenggarakan pendidikan kepesantrenan dan Pusat Kegiatan Belajar Masyarakat (PKMB) bagi anak-anak yang kurang mampu (*dhuafa*), dengan jumlah total 85 santri melibatkan 11 ustadz dan ustadzah, dan dua tenaga pendukung. Untuk pendidikan formal sekolah dasar dan sekolah lanjutan tingkat pertama, Ponpes Al-Bayan bekerja sama dengan sekolah dibawah organisasi Muhammadiyah; sedangkan untuk sekolah lanjutan tingkat atas Al-Bayan menyelenggarakan PKBM Paket C.

Dalam menyelenggarakan kegiatan operasional Mitra Ponpes Al Bayan, diperlukan dana tidak kurang dari 50 juta rupiah per bulan. Dana tersebut sebagian besar digunakan untuk biaya makan (24%), pendidikan (23%), gaji ustadz/ustadzah dan tenaga pendukung (15%), dan sarana prasarana (14%); sedangkan sisanya digunakan untuk kesehatan, listrik/PAM, dan lainnya. Sebagian besar dana bersumber dari donatur tidak tetap (73%); sebagian lainnya bersumber dari donatur tetap (20%), infak wali santri (5%), dan hasil usaha yang dilakukan (2 %).

Dalam mendukung kemandirian pondok pesantren dan kemandirian lulusan, Al-Bayan mencoba mengembangkan berbagai usaha di bidang produksi: pertanian, peternakan, perikanan; pengolahan pangan; dan distribusi produk olahan pangan. Usaha diberbagai bidang tersebut masih banyak dalam bentuk rintisan di bidang pertanian yaitu: budidaya jati, usahatani pisang, dan usahatani rebung, serta usahatani padi organik tidak berjalan. Bidang usaha peternakan masih tahapan uji coba untuk ternak ayam telur dan pedaging, dan ternak bebek. Bidang perikanan pernah mencoba tambak udang, sedangkan yang masih berjalan sampai saat ini budidaya gurame, nila, bawal, patin, dan lele. Bidang usaha pengolahan pangan yaitu produksi bakso, aneka kue kering, aneka snack, ayam goreng, bebek goreng, aneka peyek, dan susu kefir. Sedangkan bidang usaha jasa distribusi produk industri lain, yaitu produk probiotik, madu, dan aneka kripik bumbu. Di antara kegiatan usaha tersebut, baru produksi peyek dan kefir yang berjalan secara kontinyu dan memberikan kontribusi pendapatan terhadap pondok pesantren karena permintaan pelanggan yang semakin meningkat.

Kedua produk ini dapat bertahan karena dikembangkan sebagai produk **aman (peyek)** dan **sehat (kefir)**. Peyer merupakan hasil pelatihan yang resepnya dimodifikasi sehingga menghasilkan produk dengan **rasa yang khas** dan **aman**. Modifikasi dilakukan pada penambahan bumbu alami (bawang putih, ketumbar, daun jeruk dan kencur) untuk mengimbangi tidak digunakannya *monosodium glutamat*, tidak menggunakan *injet* (kapur sirih) atau *baking powder* sebagai perenyah, dan menggunakan minyak goreng berkualitas yang diganti setelah tiga kali penggorengan. Variasi produk peyek dengan bahan baku kacang tanah, kacang kedele hitam, kacang hijau, ikan teri diproduksi seminggu 4 kali menggunakan satu kompor untuk menggoreng peyek yang dikerjakan oleh 3 orang (satu ustadzah dan satu santri pengabdian) selama 3 jam per hari, dalam 4-5 hari per minggu atau 20 hari per bulan. Kegiatan produksi peyek menyatu dengan kegiatan rumah tangga ustadzah.

Produk peyek yang dihasilkan mitra masih dikemas plastik tanpa merek dan label. Pendapatan yang diperoleh mitra dari usaha peyek baru berkontribusi 2% terhadap kebutuhan dana pondok pesantren. Pemasaran masih terbatas (*off-line*) tergantung dari permintaan pelanggan yang mempunyai hubungan kekerabatan dengan pengurus Pondok Pesantren Al Bayan yaitu perguruan tinggi dan jamaah pengajian. Ponpes belum mampu memanfaatkan peluang pasar alumni Jama'ah Haji KBIH Multazam yang terdiri dari pengusaha supermarket, wisata kuliner dan toko oleh-oleh, serta fasilitas pasar on-line yang berkembang pesat. Hal ini disebabkan, produk masih dikemas plastik tanpa label, belum memiliki merk. Oleh karena

salah satu program untuk mengatasi permasalahan mitra yang penting dilakukan yaitu peningkatan mutu kemasan produk,

Gambar 1. Kemasan peyek tanpa label produksi Pondok Pesantren Al Bayan



Sumber: dokumen penulis

Pentingnya label kemasan peyek dalam pengabdian masyarakat di Pondok Pesantren Al Bayan karena label sebagai salah satu aspek penting dalam sebuah kemasan bagi para pemilik bisnis. Adanya label dalam sebuah kemasan produk menjadi pengenalan, pemberian informasi sekaligus pembeda dari kompetitor yang lain. Seperti yang dinyatakan oleh Kotler dan Armstrong (2001), label melakukan beberapa fungsi, diantaranya label mengidentifikasi produk atau merek, menggambarkan beberapa hal mengenai produk (produsen, dimana dibuat, isinya, bagaimana penggunaannya, dan bagaimana menggunakannya secara aman), dan akhirnya label bisa mempromosikan produk. Kotler (2002) kebanyakan pemasar memperlakukan pengemasan dan pelabelan sebagai elemen dari strategi produk.

(spasi)

Metode Pelaksanaan

A. Persiapan

Terdapat dua kegiatan yang dilaksanakan pada tahap persiapan, yakni koordinasi dan konsolidasi tim pelaksana pengabdian dengan mitra agar menghasilkan kesamaan persepsi terhadap program dan kegiatan di antara pelaksana program, sehingga setiap pelaksana memahami tahap-tahap pelaksanaan program dan indikator yang harus dicapai dari setiap program yang menjadi tanggungjawab masing-masing.

B. Brainstorming konsep dan filosofi merk dan label kemasan produk

Kegiatan ini akan dilaksanakan dengan melibatkan pengelola pondok dan produksi peyek untuk membicarakan gagasan yang terkait dengan merk yang akan dikembangkan. Kegiatan difasilitasi pelaksana program, untuk menghasilkan merk yang akan diluncurkan, nilai-nilai

apa saja yang akan dikembangkan. Hasil dari kegiatan ini akan digunakan sebagai bahan sosialisasi lomba desain label kemasan.

C. Lomba desain logo dan label kemasan produk peyek

Kegiatan melibatkan Himpunan Mahasiswa Peminat Sosial Ekonomi Pertanian sebagai pengelola lomba yang terbuka bagi mahasiswa Program Studi Agribisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Materi lomba terdiri dari desain logo dan label kemasan peyek. Kegiatan ini dimulai dari persiapan yang melibatkan pengurus Himasepta dan pelaksanaannya bertempat di Kampus UMY.

D. Pendampingan pembuatan kemasan peyek berlabel

Setelah hasil lomba desain label kemasan perlu dilakukan *brainstorming* kembali untuk menentukan logo dan label kemasan yang akan digunakan pihak mitra. *brainstorming* antara Mitra dan Tim pengabdian.

(spasi)

Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan oleh dosen Program Studi Agribisnis UMY dengan tema “Peningkatan Mutu dan Akses Pasar Produk PeyeK dalam Membangun Kemandirian Pondok Pesantren Al Bayan” bertujuan untuk memberikan stimulan bagi kemandirian Pondok Pesantren dalam mendapatkan tambahan sumber pembiayaan ponpes melalui peningkatan mutu produk dan peningkatan akses pasar bagi produknya.

Peningkatan Jaminan Mutu Produk PeyeK

Kemasan produk yang berlabel akan memberikan jaminan mutu atau kepercayaan kepada konsumen. Label memberikan identitas produsen dan berbagai informasi yang dibutuhkan konsumen. Hasil diskusi antara tim dengan mitra merencanakan agenda yang akan dilakukan selama pengabdian dan membahas hal-hal yang diperlukan dalam pelaksanaan lomba desain label kemasan peyek.

1. Lomba desain dan logo kemasan peyek

Lomba Desain logo dan label kemasan peyek menjadi kegiatan pertama program pengabdian ini. Diskusi dengan pengelola produk peyek memberikan masukan hal-hal yang harus diinformasikan kepada peserta lomba terutama merek yang akan digunakan sebagai acuan dalam desain logo. Merek peyek berdasarkan masukan dari Mitra yaitu PeyeK “Aamana” yang berarti percaya. Pengelola pondok pesantren telah memahami pentingnya label kemasan, Undang-Undang No 18 tahun 2012 tentang Pangan dicantumkan pada pasal 96 dan pasal 97 harus memberikan informasi yang benar dan jelas kepada masyarakat, dan hal-hal yang perlu dicantumkan dalam label kemasan.

Mengacu pasal tersebut di atas, maka persyaratan dan ketentuan lomba desain kemasan untuk disosialisasikan:

- a. Logo harus menggunakan unsur daun jeruk

- b. Warna menyesuaikan kreatifitas mahasiswa
- c. Hal yang perlu dicantumkan dalam desain kemasan: 1). merek Aamana; 2) bahan: tepung beras, tepung kanji, telur, santan, ketumbar, daun jeruk, kemiri, kencur, dan garam; 3) Informasi legalitas: ijin PIRT, alamat produksi; 4) kadaluarsa; 5) tagline: “Makan yang bijak, Aman untuk orang Sehat”; 6) desain harus efisien dan informatif pada kemasan plastik ukuran 32,5 x 18 cm.
- d. Gambaran produk: rempeyek dengan kualitas terpercaya, tidak mengandung bahan kimia tambahan (MSG, kapur sirih, maupun *baking powder*), menggunakan bahan bahan alami dan komposisi yang tepat untuk mendapatkan rasa gurih dan renyah, dan dapat dinikmati oleh semua kalangan.

Lomba dilaksanakan di Studio Komunikasi Prodi Agribisnis UMY. Lomba diikuti oleh mahasiswa Agribisnis. dan dokumen presentasi & pemenang lomba dapat dilihat pada Gambar 2.

Gambar 2. Pelaksanaan lomba desain logo dan label kemasan peyek “Aamana”



Sumber: dokumen penulis

Desain label dan logo yang diajukan pemenang lomba ditampilkan pada Gambar 3

Gambar 3. Desain Logo dan Label Kemasan Juara 1 dan Juara 2



Sumber: dokumen penulis

2. *Brainstorming* label dan logo merek “Aamana”

Desain label kedua pemenang sangat berbeda namun oleh Mitra tetap akan digunakan namun dengan modifikasi kedua desain tersebut. Penyempurnaan desain label dan logo dilakukan bersamaan dengan workshop pengenalan pemasaran online. Kegiatan *brainstorming* dapat dilihat pada Gambar 4

Gambar 4. *Brainstorming* Tim Pengabdian, Pemenang Lomba, dan Mitra

Sumber: dokumen penulis

Pemaduan desain logo dan label kemasan peyek dikerjakan oleh kedua mahasiswa pemenang lomba dengan berdasarkan masukan dari Mitra dan tim pengabdian. Terdapat tambahan kata “Rempeyek” pada merek “Aamana”. Muncul 2 desain label ukuran 19.5 x 3 cm digunakan untuk berat peyek 200 gr dengan kemasan plastik ukuran 20 x 30 cm (kemasan lama), dan ukuran 15 x 7.7 cm digunakan untuk berat peyek 100 gr dengan kemasan plastic flip ukuran 16 x 19 cm kemasan baru.

Setelah dilakukan beberapa kali diskusi antara pengelola, tim pengabdian, dan mahasiswa pemenang lomba maka hasil akhir desain label dan logo yang akan digunakan oleh Mitra seperti nampak pada Gambar 5 dan Gambar 6



Gambar 5. Label Kemasan Rempeyek “Aamana” Berat Peyek 200 gr



Gambar 6. Label Stiker Kemasan Rempeyek “Aamana” Berat 100 gr

Logo peyek juga mengalami perubahan tapi tidak mengubah esensi dari yang disampaikan juara 2. Seperti nampak pada Gambar 7

Gambar 7. Perubahan Logo usaha rempeyek “Aamana”



a. Sumber: dokumen penulis

Label kemasan memberikan informasi mengenai:

1. Jenis rempeyek (kacang tanah, kacang ijo, teri, kacang kedelai)
2. Produsen: Aamana Mandiri, CP: 085878291291
3. Alamat: Pondok Pesantren Al Bayan, Minggir, Sleman YK
4. Bahan: Tepung beras, tepung kanji, telur, santan, ketumbar, daun jeruk, kemiri, kencur, garam (tanpa MSG, kapur sirih, dan baking powder)
5. Makan yang bijak untuk orang sehat
6. Baik dikonsumsi sebelum tanggal:
7. Logo Aamana
8. Gambar buang sampah pada tempatnya.

Tampilan kemasan peyek yang sudah menggunakan label nampak pada Gambar 8 berikut:

Gambar 8. Kemasan Rempeyek “Aamana” berlabel



Sumber: dokumen penulis

Setelah pengelolaan usaha peyek berjalan dengan baik dan ijin PIRT keluar dari Balai POM, Tim pengabdian tetap akan menjalin kerjasama dengan Mitra untuk pendampingan pemasaran online maupun off line. Rencana tindak lanjut dapat dilakukan pengabdian kembali untuk mendampingi Mitra mengajukan hak paten logo Rempeyek “Aamana” dan label halal, serta alih teknologi untuk usaha produksi kefir yang masih dilakukan secara manual.

(spasi)

Kesimpulan

Pengabdian Masyarakat di Pondok Pesantren Al Bayan telah dilaksanakan dan berjalan lancar sesuai dengan program yang direncanakan yaitu: 1) peningkatan sarana dan teknologi produksi; 2) peningkatan mutu kemasan produk; dan 3) pengembangan jaringan pemasaran on-line. Kegiatan telah dilaksanakan sesuai jadwal, dan ada kegiatan tambahan yaitu pelatihan photography. Kemasan Rempeyek “Aamana” telah mempunyai logo dan 2 label kemasan. Informasi yang dicantumkan pada label yaitu: 1) jenis rempeyek (kacang tanah, kacang ijo, teri, kacang kedelai); 2) produsen: Aamana Mandiri CP: 085878291291; 3) Alamat: Pondok Pesantren Al Bayan, Minggir, Sleman; 4) bahan tepung beras, tepung kanji, telur, santan, ketumbar, daun jeruk, kemiri, kencur, garam (tanpa MSG, kapur sirih, dan baking powder); 5) makan yang bijak untuk orang sehat; 6) baik dikonsumsi sebelum tanggal; 7) logo Aamana; 8) gambar buang sampah pada tempatnya.

Ucapan Terima Kasih)

Terima kasih kami ucapkan kepada LP3M Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah mendanai pengabdian masyarakat tahun 2019 kepada tim pengabdian hingga dapat menghasilkan publikasi ilmiah dan bermanfaat bagi Mitra.

Daftar Pustaka

- Ekarini, AW. Membuat merk atau label sendiri untuk produk hasil bisnis & usaha. <https://centrausaha.com/membuat-merk-label-sendiri-produk-bisnis/>.: 2016
- Ponpes Al-Bayan. Sekilas Profil Pondok Pesantren Al-Bayan. Yogyakarta: Pondok Pesantren Al-Bayan:
- Wiratech Mesin UKM. 2016. Inspirasi Kemasan Untuk Oleh-oleh Agar Lebih Menarik dan Punya Nilai Jual. <http://goukm.id/kemasan-menarik-produk-oleh-oleh/>-
- Jendela Info. Prosedur Pengurusan Ijin P-IRT. <https://www.jendelainfo.com/prosedur-pengurusan-ijin-p-irt/>.:2017
- Undang-Undang Pangan No 18 Tahun 2012.
- Renald Kasali. 2014. Disruption. Gramedia
- Philip Kotler & Gary Armstrong. 2001. Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1. Edisi kedelapan. Erlangga. Jakarta
- Philip Kotler. 2002. Manajemen Pemasaran Edisi Milenium. Prenhallindo. Jakarta

Optimalisasi Peran Masjid dalam Memberdayakan Ekonomi Umat Untuk Jamaah Masjid Muhajirin Perengdawe Balecatur

Syamsudin¹, Lela Hindasah²,

^{1,2} Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta Jl Brawijaya Kasihan Bantul Yogyakarta
55183 Telp 0895603640321

Email: syamhs@umy.ac.id

Abstrak

Tujuan program kemitraan masyarakat (PKM) ini adalah untuk membantu meningkatkan perekonomian Jamaah Masjid yang berlokasi di Perengdawe, Kabupaten Sleman, Provinsi DIY sekaligus menciptakan wirausaha baru bagi masyarakat nonproduktif yang menjadi jamaah masjid uhajirin. Kelompok mitra yang menjadi khalayak sasaran adalah jamaah Masjid Muhajirin. Permasalahan yang dihadapi oleh kelompok mitra meliputi empat aspek, yaitu aspek Manajemen Masjid, sedangkan untuk jamaah masjid meliputi aspek keuangan, aspek pemasaran dan operasi usaha jamaah. Permasalahan mitra terkait manajemen masjid yaitu terbatasnya kegiatan masjid hanya berkaitan dengan ibadah dan belum adanya wadah untuk memberdayakan usaha produktif jamaah, disamping motivasi untuk berwirausaha yang islami masih belum merata ke semua anggota kelompok. Solusi dan target luaran dari aspek manajemen masjid adalah dengan menumbuhkan semangat/ motivasi kewirausahaan melalui metode penyuluhan dan menyediakan sarana untuk meningkatkan usaha jamaah. Target luarannya diharapkan kelompok mitra termotivasi untuk berwirausaha sesuai dengan nilai-nilai Islam dan pendirian unit usaha simpan pinjam untuk pemberdayaan ekonomi jamaah. Pelaksanaan pengabdian ini dimulai dengan pelatihan tentang manajemen masjid dan pemberdayaan ekonomi jamaah. Selanjutnya dilakukan pendampingan dan pembentukan unit simpan pinjam untuk pengembangan ekonomi jamaah.

Kata Kunci: Manajemen masjid, manajemen usaha

Pendahuluan

Masjid memiliki fungsi strategis dalam masyarakat Islam. Selain sebagai tempat ibadah, masjid juga berfungsi sebagai media pembinaan umat secara holistic (Ridwanullahdan Herdiana, 2018). Masjid adalah tempat ibadah kaum muslimin yang memiliki peran strategis untuk kemajuan peradaban ummat Islam. Sejarah telah membuktikan multi fungsi peranan masjid tersebut. Masjid bukan saja tempat shalat, tetapi juga sebagai pusat pendidikan, pengajian keagamaan, militer dan fungsi-fungsi sosial-ekonomi lainnya. Rasulullah SAW pun telah mencontohkan multifungsi masjid dalam membina dan mengurus seluruh kepentingan umat, baik di bidang ekonomi, politik, sosial, pendidikan, militer, dan lain sebagainya. Sejarah

juga mencatat, bahwa masjid Nabawi oleh Rasulullah SAW difungsikan sebagai (1) pusat ibadah, (2) pusat pendidikan dan pengajaran, (3) pusat penyelesaian problematika umat dalam aspek hukum (peradilan) (4). pusat pemberdayaan ekonomi umat melalui Baitul Mal (ZISWAF). (5) pusat informasi Islam, (6) Bahkan pernah sebagai pusat pelatihan militer dan urusan-urusan pemerintahan Rasulullah. Masih banyak fungsi masjid yang lain. Singkatnya, pada zaman Rasulullah, masjid dijadikan sebagai pusat peradaban Islam (Ahmad, 2018). Masjid memiliki kedudukan dan peran yang sangat penting bagi Umat Islam dalam membentuk karakter masyarakat yang islami. Karena penting itulah, masjid harus difungsikan dengan sebaik-baiknya (Arif, 2018).

Seiring dengan berlalunya zaman, masjid mulai ditinggalkan umatnya, kecuali hanya untuk beribadah semata. Masjid hanya dijadikan tempat untuk melaksanakan shalat, pengajian dan kegiatan-kegiatan keagamaan saja. Namun akhir-akhir ini ada upaya-upaya yang dilakukan oleh sebagian umat Islam untuk menjadikan masjid tidak saja sebagai sarana beribadah semata, tetapi juga sebagai sarana kegiatan umat Islam yang lain, seperti kegiatan sosial, pendidikan, dan lainnya, namun upaya-upaya tersebut belum banyak dan maksimal (Ridwanullah dan Herdiana, 2018)

Masjid Muhajirin yang terletak di dusun Perengdawe Balecatur Gamping, Sleman Yogyakarta, merupakan masjid yang memiliki beberapa kegiatan selain solat berjamaah:

1. Pengajian
2. Tadarus
3. Pengelolaan dana social
4. Pengelolaan dana infaq&shodaqah

Jamaah masjid Muhajirin banyak yang memiliki usaha kecil. Keberadaan modal bagi usaha kecil merupakan hal yang penting. Karena rendahnya akses ke perbankan, tidak jarang jatuh ke rentenir. Jika bisa ada wadah untuk simpan pinjam dengan menjadi mediasi Antara pihak yang kelebihan dana (muzaki) dan pihak yang kekurangan dana/membutuhkan dana maka Ekonomi Ummat akan berkembang. Pembagian zakat akan merata, kemiskinan akan berkurang, jumlah mustahiq akan berkurang, serta Perekonomian Ummat akan sejahtera.

Berdasarkan pada analisis situasi, dapat diidentifikasi beberapa permasalahan yang menjadi prioritas yang dihadapi oleh mitra. Prioritas masalah tersebut tertuang pada tabel 2.1 berikut ini:

Tabel 1 Permasalahan mitra

Permasalahan		
Masjid	Aspek manajemen masjid	Kegiatan masjid masih terbatas untuk ibadah Belum optimalnya pengelolaan dana social masjid untuk sector produktif

Usaha yang dimiliki Jamaah masjid	Aspek Keuangan usaha	Belum memisahkan antara keuangan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dengan keuangan untuk usaha
	Aspek Pemasaran usaha	Belum memiliki pengetahuan yang memadai tentang pencatatan keuangan usaha (UMKM)
	Aspek operasi	Belum menerapkan layout usaha yang memadai

Berdasarkan tabel 1, permasalahan mitra dibagi menjadi 2 yaitu manajemen masjid dan kedua usaha yang dimiliki jamaah masjid, diantaranya aspek keuangan, aspek pemasaran. Aspek pemasaran merupakan hal penting karena promosi merupakan hal yang penting dalam sebuah usaha. Salah satunya ialah cara memasarkan produk yang kian beragam, sehingga promosi atau mengiklankan sebuah produk kini telah menjadi sebuah keharusan untuk mendukung usaha (Munawaroh dkk, 2017).

Metode Pelaksanaan

Prioritas masalah yang telah disepakati bersama dengan kelompok mitra, metode pendekatan pemecahan masalah serta partisipasi mitra nampak pada tabel 3.1 berikut:

Tabel 2. Metode Pemecahan Masalah dan Partisipasi Mitra

Aspek	Metode	Partisipasi Mitra
Metode untuk menyelesaikan aspek manajemen masjid	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ceramah untuk menumbuhkan semangat wirausaha sesuai dengan nilai-nilai Islam 2. Pembentukan unit simpan pinjam 3. Pemberian modal awal 	Menyediakan tempat ceramah dan tempat untuk pendirian unit simpan pinjam
Metode untuk menyelesaikan aspek keuangan	<p>Memberikan:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Penyuluhan tentang pentingnya pemisahan keuangan pribadi dan keuangan usaha 2. Demonstrasi pencatatan transaksi keuangan usaha sehari-hari pada buku kas. Praktik pencatatan transaksi keuangan usaha sehari-hari pada buku kas 	Menyediakan tempat penyuluhan, demonstrasi dan praktik pencatatan transaksi keuangan usaha sehari-hari pada buku kas

Aspek	Metode	Partisipasi Mitra
	3. Pendampingan pencatatan tran saksi keuangan usaha sehari-hari pada buku kas	
	Memberikan:	Menyediakan tempat
	1. Penyuluhan tentang pembuatan laporan keuangan UMKM	penyuluhan, demonstrasi dan pendampingan pembuatan laporan keuangan UMK
	2. Demonstrasi pembuatan laporan keuangan UMKM	
	3. Praktik pembuatan laporan keuangan UMKM	
	4. Pendampingan pembuatan laporan keuangan UMKM	
Metode untuk menyelesaikan aspek pemasaran	Memberikan:	Menyediakan tempat
	1. Penyuluhan pentingnya pemasaran produk dan promosi melalui media <i>offline</i> dan <i>online</i>	penyuluhan, demonstrasi dan praktik pembuatan media promosi <i>offline</i> dan <i>online</i>
	2. Demonstrasi pembuatan media promosi <i>offline</i> dan <i>online</i>	
	3. Praktik pembuatan media promosi <i>offline</i> dan <i>online</i>	
	4. Pendampingan pembuatan dan <i>maintenance</i> media promosi <i>offline</i> dan <i>online</i>	
Aspek operasi	1. Pendampingan penataan layout ruangan yang menarik untuk customer	Menyediakan perlengkapan yang menunjang untuk layout yang menarik

Metode yang dipilih untuk menyelesaikan **aspek manajemen masjid** yaitu melalui pemberian penyuluhan tentang menumbuhkan semangat kewirausahaan bagi kelompok mitra. Metode ini merupakan metode yang tepat untuk menumbuhkan jiwa berwirausaha yang islami. Kelompok mitra akan diberikan motivasi baik dengan memberikan contoh-contoh riil di lapangan tentang kisah-kisah pengusaha sukses, peluang, tantangan dan sebagainya. Disamping itu mendirikan baitul mal.

Permasalahan **aspek keuangan usaha jamaah masjid** yang pertama, akan diselesaikan dengan menggunakan penyuluhan tentang pentingnya pemisahan keuangan pribadi dan keuangan usaha. Metode selanjutnya yang digunakan yaitu demonstrasi, praktik dan pendampingan pencatatan transaksi keuangan usaha sehari-hari pada buku kas. Permasalahan

aspek keuangan yang kedua akan diselesaikan dengan menggunakan empat metode, yaitu penyuluhan, demonstrasi, praktik dan pendampingan pembuatan laporan keuangan UMKM.

Aspek yang ketiga yang menjadi sasaran dari program PKM ini adalah aspek pemasaran. Persoalan belum dimilikinya pengetahuan yang memadai tentang pemasaran yang meliputi: promosi melalui media *offline* dan *online* akan diselesaikan melalui empat metode, yaitu: penyuluhan, demonstrasi, praktik dan pendampingan pembuatan dan *maintenance* media promosi *offline* dan *online*. Promosi melalui media *offline* akan menggunakan media leaflet/brosur sedangkan promosi melalui media *online* akan diajarkan pemasaran melalui beberapa media sosial seperti *instagram*, *facebook* dan juga *marketplace*.

Aspek yang terakhir yang menjadi sasaran dari program PKM ini adalah aspek operasi yaitu berkaitan dengan penataan layout akan diselesaikan dengan metode pendampingan.

Hasil dan Pembahasan

1 Pelatihan Manajemen Masjid dan E Marketing untuk pengembangan ekonomi umat

Pelatihan dilaksanakan di masjid Muhajirin. Pembicara pertama yaitu dari tim Pelaksana pengabdian yang menjelaskan tentang peran masjid sebagai sentral pemberdayaan umat, sedangkan pembicara yang kedua, mendatangkan pembicara yang merupakan praktisi dibidang manajemen usaha dan e marketing.

Gambar 1. Penyampaian materi



Sumber: dokumen penulis

Berdasarkan respon dari peserta 92% menyatakan kegiatan tersebut bermanfaat untuk jamaah dan sangat layak untuk ditindaklanjuti, sementara sisanya tidak merespon.

2. Pembentukan unit usaha simpan pinjam untuk pemberdayaan ekonomi umat

Setelah dilakukan pelatihan, selanjutnya dilakukan pendampingan dan pembentukan unit usaha simpan pinjam untuk pemberdayaan umat. Modal awal berasal dari dana pengabdian LP3M.

Untuk efektifitas pengelolaan dana tersebut:

- a. Dibuat struktur organisasi pengelolaan dana untuk menjamin tata kelola yang baik

Pembentukan struktur organisasi yang memasukkan divisi social dan pengembangan ekonomi umat

- b. Dibuat aturan dalam penyaluran dana sosial dan untuk pengembangan ekonomi jamaah.
- c. Dibuat pencatatan laporan keuangan yang tertib dan transparan
Difasilitasi buku untuk pencatatan keuangan masjid, yang memisahkan dana untuk:operasional masjid, social dan program pengembangan ekonomi.

Gambar 2. Serah terima dana unit simpan pinjam untuk pengembangan ekonomi jamaah



Sumber: dokumen penulis

3. Pendampingan usaha jamaah

Pendampingan usaha untuk jamaah diantaranya usaha salon, berupa penataan layout salon dan perbaikan tempat usaha. Pendampingan usaha catering terutama ditujukan membenarkan pencatatan laporan keuangan, administrasi keuangan dengan pengadaaan kuitansi dan media promosi online dan offline.

Simpulan

Kegiatan pengabdian ini dibagi menjadi 2 kegiatan:

1. Pengembangan manajemen masjid untuk pemberdayaan ekonomi jamaah melalui pembentukan unit simpan pinjam masjid untuk pengembangan ekonomi jamaah yang sumbernya dari infaq dan shodaqah jamaah
2. Pengembangan usaha jamaah yang terdiri dari aspek pemasaran dan aspek keuangan. Aspek pemasaran berupa pembuatan media pemasaran online dan off line sedangkan aspek keuangan dengan dilakukan pendampingan dan penyediaan perlengkapan untuk mendukung keuangan yang akurat berupa kuitansi dengan nama usaha masing-masing

Ucapan Terima Kasih

LP3M UMY yang sudah mendanai kegiatan pengabdian

Daftar Pustaka

- Ahmad Sarnubih (2018), Peran Masjid dalam Membangun Ekonomi Umat
<https://www.islampos.com/peran-masjid-dalam-membangun-ekonomi-umat-14215>
- Arif. M, Model Pemberdayaan Ekonomi Terhadap Kemandirian Masjid Haji Maraset Jl. Sei Deli Kecamatan Medan Barat, At-Tawassuth, Vol. III, No. 2, 2018: 423 - 443
- Mukrodi (2014), Analisis Manajemen Masjid Dalam Optimalisasi Peran Dan Fungsi Masjid, KREATIF Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen Universitas Pamulang | Vol. 2, No.1, Oktober 2014
- Munawaroh, M., Hindasah, L, Rimiayati, H (2017), Perencanaan Bisnis, Gramasurya, Yogyakarta
- Ridwanullah A.I dan Herdiana D (2018), Optimalisasi Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Masjid, Academic Journal for Homiletic Studies Volume 12 Nomor 1

Pelatihan Pengemasan Produk Pangan Lokal Yang Menarik, Berkualitas Dan Komersial

Murein Miksa Mardhia^{1*}, Gita Indah Budiarti², dan Ahmad Azhari³

^{1,2,3}. Universitas Ahmad Dahlan, Jl. Ringroad Selatan, Kragilan, Tamanan, Kec. Banguntapan, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta 55191
 Email: murein.miksa@tif.uad.ac.id

Abstrak

Salah satu bagian dari proses produksi yaitu memberikan kemasan pada produk. Kegiatan ini merupakan kegiatan kedua dari rangkaian kegiatan pengabdian bertema produksi olahan makanan kecil sehat berbahan lokal Gunungkidul. Melalui kegiatan pengabdian masyarakat (Program Kemitraan Masyarakat/PKM) ini, dosen dari Fakultas Teknologi Industri UAD bekerjasama dengan kelompok Ibu-Ibu Aisyiyah Gunungkidul khususnya Majelis Ekonomi dan Ketenagakerjaan mengadakan seminar dan workshop mengenai Teknik pengemasan produksi pangan lokal yang berkualitas dan mampu bersaing di pasar. Dari proses pengemasan yang telah berlangsung, peserta telah berhasil mempraktekkan proses pengemasan dengan berbagai macam alat dan bahan. Di akhir kegiatan, peserta dapat mempresentasikan produk hasil kemasannya dengan mengujicoba ketahanan kemasan dengan kondisi produk di dalamnya apabila ditumpuk dan dikenai sinar matahari. 80% peserta memberikan feedback pengetahuan dan keterampilan mereka bertambah dengan adanya penyampaian materi yang jelas dan menyatakan bersedia untuk ikut serta kembali di kegiatan berikutnya.

Kata Kunci: PKM, Ibu-Ibu Mandiri, Makanan Kecil Sehat, Teknik Pengemasan

Pendahuluan

Menurut (SUCIPTA, SURIASIH, & KENCANA, 2017), kemasan merupakan unsur penting bagi sebuah produk. Kemasan dapat memberi informasi kepada pembeli sekaligus sebagai promosi. Kemasan yang unik akan menaikkan daya jual produk. Namun, tidak hanya memperhatikan keunikan, kemasan juga harus memperhatikan bahan apa yang akan dikemas. Pemilihan kemasan yang cocok dengan bahan akan meningkatkan masa simpan produk dan kemudahan distribusi produk.

Gunung kidul merupakan salah satu daerah di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta yang banyak memiliki obyek wisata. Banyak wisatawan dari dalam negeri maupun luar negeri yang berkunjung ke Gunungkidul. Dari obyek wisata cenderung mempunyai produk oleh-oleh yang dipromosikan untuk para wisatawan, dimana secara ekonomis dapat meningkatkan penghasilan produsen pangan lokal. Ibu rumah tangga dapat diberdayakan untuk memproduksi camilan dari berbagai bahan lokal.

Menurut (Rahmawati, 2013), beberapa fungsi pengemasan produk antara lain sebagai wadah atau tempat, sebagai pelindung produk, sebagai penunjang cara penyimpanan dan

transport, dan sebagai alat persaingan dalam pemasaran. Sesuai dengan ketentuan dalam (Direktorat Pengawasan Produk dan Bahan Berbahaya, 2015), pengemasan produk harus memperhatikan mutu demi menjamin produk yang dipasarkan layak konsumsi, dan kemasannya bebas dari bahan kimia berbahaya.

Kelompok ibu-ibu Aisyiyah Gunung Kidul telah memiliki bermacam-macam produk olahan produk lokal, misalnya makanan ringan dari tepung mokaf, kue basah, lanting, aneka kripik, kerupuk, dan lain-lain. Kesulitan ibu-ibu ini adalah menentukan kemasan yang tepat bagi produk mereka. Beberapa ada yang mengeluh apabila produk dikirimkan ke luar kota, setelah sampai disana produk sudah rusak atau remuk. Keluhan yang lain adalah penempatan produk di supermarket atau toko tidak ditempat yang strategis, karena model kemasan yang kurang tepat. Hal ini dapat menurunkan daya jual produk. Kelompok ibu-ibu ini rata-rata adalah ibu rumah tangga sehingga perlu diberikan tambahan ilmu mengenai cara memilih kemasan yang tepat, menarik dan memiliki daya jual tinggi. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberikan edukasi dan pelatihan kepada kelompok ibu-ibu Aisyiyah Gunung Kidul dalam memilih bahan pangan lokal dengan gizi baik, yang memiliki banyak sumber, dan bernilai ekonomis tinggi. Selain itu juga memberikan sosialisasi kemasan yang tepat dan menarik serta cara untuk mengemasnya, dan cara pemasaran secara daring lewat media sosial dan aplikasi.

Metode Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian masyarakat kali ini bertempat di kawasan Nglanggeran, Kecamatan Patuk, Gunung Kidul. Pelatihan pengemasan ini diadakan dengan turut serta mengundang Bapak Dany Dardanella sebagai pemilik CV. Pojok Kemasan Yogyakarta sebagai narasumber yang telah berpengalaman dalam usaha produksi pangan lokal dan proses pengemasan makanan. Responden kegiatan ini adalah ibu-ibu perwakilan Pimpinan Cabang Aisyiyah (PCA) se-Kabupaten Gunungkidul, baik yang belum pernah menghasilkan produksi pangan maupun yang telah mempunyai produk pangan sendiri.

Secara garis besar, metode yang dirancang untuk kegiatan ini merupakan gabungan dari tiga komponen metode pelaksanaan. Dalam proses pelatihannya, tim dan narasumber bersama-sama mempresentasikan alat dan bahan yang akan digunakan untuk mengemas produk pangan berdasarkan jenis dan ketahanannya. Alat yang digunakan antara lain contoh kemasan berbahan aluminium foil, plastik dan kertas (boks), *vacuum sealer*, *hand sealer*, dan timbangan digital. Bahan yang digunakan adalah hasil produk olahan pangan peserta seperti kripik, lauk /makanan basah, jamu dan minuman herbal.

Pada kegiatan pelatihan ini terjadi pengenalan teknologi baru melalui alat pengemas yang sekaligus berfungsi untuk membuat kemasan kedap udara dan jenis plastik kemasan yang tersedia di pasaran untuk mengemas jenis produk tertentu berdasarkan ketahanan, volume, estetika dan daya jual yang ekonomis. Gambar 1 menunjukkan pihak tim pengabdian yang diwakili oleh Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Ahmad

Dahlan secara simbolis menyerahkan alat produksi kepada mitra Majelis Ekonomi dan Ketenagakerjaan Aisyiyah Gunungkidul.

Gambar 1. Serah terima Alat antara Tim Pengabdian dengan Mitra Aisyiyah Gunungkidul



Sumber: dokumen penulis

Kegiatan ini juga melibatkan tiga personil mahasiswa dari Teknik Kimia dan Teknik Informatika yang bertindak sebagai asisten pelatihan yang bertanggungjawab terhadap dokumentasi dan pendampingan peserta, dimana manfaat untuk mahasiswa yaitu dapat sekaligus dijadikan kegiatan Kerja Praktik. Seluruh pengisi materi menjalani tahapan yang ditunjukkan dalam Gambar 2 berikut ini:

Gambar 2. Tahapan Metode Program Kemitraan Masyarakat



Sumber: dokumen penulis

Penyuluhan

Kegiatan ini dipandu dengan diskusi dengan narasumber Dany Dardanela dan dimulai dengan penyuluhan atau edukasi mengenai jenis-jenis kemasan menurut bahan bakunya. Termasuk mengenai spesifikasi kemasan, bahan yang cocok untuk disimpan pada kemasan tersebut, kemasan yang tidak baik contohnya menggunakan streples atau lidi untuk menutupnya, jenis-jenis plastik kemasan, bahaya penggunaan kemasan plastik, cara mengemas yang baik serta cara meletakkan produk di supermarket agar terlihat menarik perhatian

pembeli. Melalui penjelasan dan diskusi, peserta diberikan materi mengenai jenis-jenis media pembungkus yang dijual di pasaran termasuk contoh jenis produk pangan yang cocok dikemas dengan media tersebut.

Gambar 3. Pemberian Materi oleh Pemilik CV. Pojok Kemasan Yogyakarta



Sumber: dokumen penulis

Beberapa peserta telah bersiap dengan membawa produk olahan mereka yang masih dikemas seadanya (dengan mika, strapless dan karet) untuk kemudian akan dipraktekkan dengan contoh kemasan.

Pelatihan

Pelatihan dilakukan antara peserta dengan didampingi oleh tim PKM dan narasumber (Gambar 4). Peserta diminta untuk menimbang berat produk yang akan dikemas dan memilih contoh bentuk kemasan yang sudah disediakan, antara lain kemasan berbahan aluminium foil, kertas (boks) dan plastik. Setelah itu, peserta diminta mengemas menggunakan *vaccum sealer*. Setelah pelatihan ada sesi konsultasi dengan narasumber mengenai produk dan kemasan hasil pelatihan peserta.

Gambar 4. Pendampingan Tim Bersama Peserta Pelatihan



Sumber: dokumen penulis

Analisi Hasil dan Pembahasan

Evaluasi dilakukan dengan mengkonsultasikan hasil pengemasan dengan pakar dan mengujicoba produk (Gambar 5) yang telah dikemas dengan cara memajang di meja dan ditumpuk untuk melihat ketahanan kemasan dalam proses distribusi dan penjualan nantinya. Setelah kegiatan, peserta juga diberikan kuisioner yang berisi tentang pertanyaan mengenai kegiatan yang sudah mereka lakukan.

Dari berbagai pangan lokal yang telah dicoba, teknik pengemasan yang paling diminati adalah pengemasan kedap udara. Teknik pengemasan ini dilakukan untuk produk pangan dengan jenis makanan basah dan beku, seperti tahu bacem dan bakso ikan. Selain itu, peserta juga mencoba mengemas beberapa produk dengan contoh plastik yang disediakan seperti dipaparkan dalam (Mesin, 2019) dan ditampilkan pada Tabel 1.

Tabel 1. Jenis Produk dan Kemasan yang Digunakan

Jenis Produk	Kemasan yang Digunakan
Produk Susu	PET/PT
Produk Roti	kemasan kedap air, kemasan kedap udara, plastik kaca
Makanan kering	kemasan kedap uap air dan gas seperti alumunium foil
Makanan Yang Diolah	alumunium foil, plastik fleksibel, HDPE
Selai dan Manisan	plastik PVC berbentuk lembaran
Minuman	botol lamicon (PE dan Lamipet), poliakrilonitril(untuk soda)

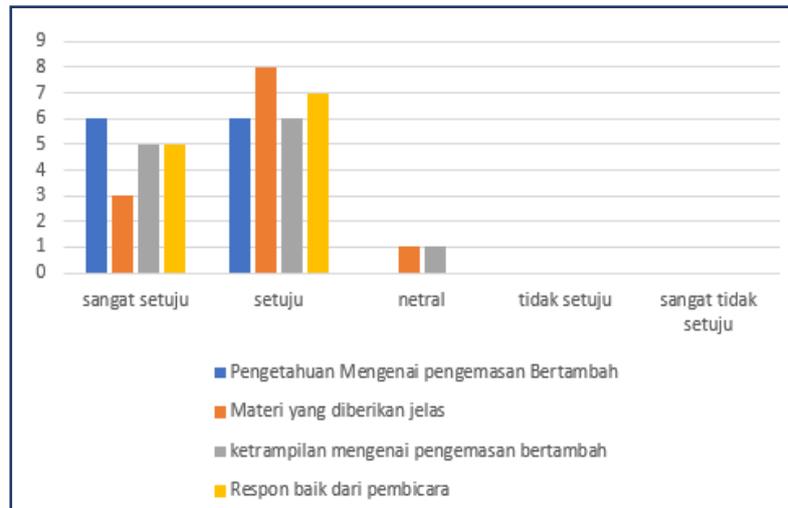
Sumber: dokumen penulis

Gambar 5. Peserta Berpartisipasi dalam Pelatihan Pengemasan



Sumber: dokumen penulis

Gambar 6. Penilaian Peserta terhadap Pengetahuan dan Keterampilan setelah Kegiatan



Sumber: dokumen penulis

Dari gambar 6, peserta telah memberikan *feedback* yang ditanyakan saat akhir kegiatan. Komponen yang ditanyakan meliputi tingkat kepuasan mereka terhadap presentasi kegiatan dari tim dan apakah pengetahuan yang mereka miliki telah bertambah dari mempraktekkan kegiatan mengemas produk pangan. Sedangkan Tabel 2 berisi komentar peserta terhadap ilmu yang mereka dapatkan dari pelatihan pengemasan tersebut. 75% peserta mengungkapkan respon positif terhadap materi dari teknik pengemasan yang dipresentasikan.

Tabel 2. Feedback, Kesan dan Kesiapan Kesediaan Peserta setelah Kegiatan

Feed Back / Kode Peserta	19	34	11	22	18	13
ilmu	cara memilih plastik yang aman bagi kesehatan dan pengemasan produk yang aman dan efektif		kemasan :cara penyimpanan yang baik dan benar, cara pemakaian alat pengemas , cara pelabelan produk	menegeai produk pengemasan , cara memilih plastik yang baik untuk pengemas makanan	cara pengemasan dari berbagai plastik	mengetahui kemasan yang baik, menarik makanan bisa lebih tahan lama
kesan	sangat setuju, krn penjual makanan bisa memperbaiki pengemasan yang benar		sangat bagus untuk perawatan produk dan meningkatkan nilai jual	sangat bermanfaat bagi kita tambah pengetahuan	sangat bermanfaat pada kami, karena menambah pengetahuan dan pengalaman	bertambah ilmu tentang memilih plastik yang aman untuk mengemas produk makanan
kesediaan mengikuti kembali	bersedia		siap	bisa, sangat setuju	bersedia	bersedia
Feed Back / Kode Peserta	8	20	21	5	32	33
ilmu	bisa mengemas lebih baik, praktek pengemasan produk insyaAllah akan lebih baik dan maju kedepannya			teori pengemasan produk, cara pengemasan produk	jenis-jenis plastik dan bahaya dari jenis plastik, cara pengemasan produk makanan	
kesan	senang sekali tambah ilmu bermanfaat			kami merasa bisa terbantu mengenai pengemas yang baik dan benar	sangat bermanfaat, terutama pada cara pengemasan produk makanan dan cara memilih jenis plastik	sangat bermanfaat, terutama pada cara pengemasan produk makanan dan cara memilih jenis plastik
kesediaan mengikuti kembali	bersedia			bersedia	bersedia	bersedia

Sumber: dokumen penulis

Simpulan

Dari kegiatan pengabdian bertema pengemasan produk pangan yang telah dilaksanakan ini, peserta telah mampu mempraktekkan proses pengemasan berdasarkan jenis dan ketahanan produk pangan yang dihasilkan dari bahan lokal Gunungkidul. Dari berbagai pangan lokal yang telah dihasilkan, teknik pengemasan yang paling diminati dan sering dicoba adalah teknik pengemasan kedap udara dengan *vacuum sealer*. Dari total peserta yang hadir, 80% menyatakan pengetahuan dan keterampilan mengenai pengemasan bertambah dengan didukung oleh pemberian materi yang jelas.

Ucapan Terima Kasih

Kegiatan ini didanai oleh Kementerian Riset dan Teknologi dalam skim Program Kemitraan Masyarakat dengan nomor kontrak L1/001/C.6/III/2019 dan DIPA-042.06-1.401516/2019. Terimakasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Ahmad Dahlan selaku penyelenggara kegiatan pengabdian masyarakat serta kepada kelompok mitra Pimpinan Daerah Aisyiyah Gunungkidul khususnya Majelis Ekonomi dan Ketenagakerjaan yang telah bekerjasama dalam program kemitraan masyarakat ini selama periode pelaksanaan April-Agustus 2019.

Daftar Pustaka

- Direktorat Pengawasan Produk dan Bahan Berbahaya. (2015). *Rencana Strategis Direktorat Pengawasan Produk dan Bahan Berbahaya 2015-2019*. Jakarta.
- Mesin, R. (2019). Ini Dia...! Jenis dan Guna Macam-Macam Plastik Kemasan. Retrieved from Rumah Mesin website: <https://www.rumahmesin.com/plastik-kemasan/>
- Rahmawati, F. (2013). *PENGEMASAN DAN PELABELAN*. Retrieved from <http://staff.uny.ac.id/sites/default/files/pengabdian/fitri-rahmawati-mp/pengemasan-dan-pelabelan.pdf>
- SUCIPTA, I. N., SURIASIH, K., & KENCANA, P. K. D. (2017). *PENGEMASAN PANGAN KAJIAN PENGEMASAN YANG AMAN, NYAMAN, EFEKTIF DAN EFISIEN* (Cetakan Pe). Retrieved from https://simdos.unud.ac.id/uploads/file_penelitian_1_dir/0bf4eea8bc820ac73885fd9b6d954532.pdf

Peningkatan Nilai Ekonomi Sampah Melalui Kegiatan “Kelola Sampah Kreatif (Kompak)” Di Dusun Gerso, Desa Trimurti, Kecamatan Srandakan Bantul

Nanik Prasetyoningsih, Ari Kusuma Paksi

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
 Jl. Brawijaya, tamantirto, Kasihan, Bantul, Yogyakarta
 nprasetyoningsih@gmail.com; arikusumapaksi@umy.ac.id.

Abstrak

Kondisi masyarakat yang kurang memahami nilai ekonomi sampah. Pengelolaan sampah di Dusun Gerso belum dikelola secara mandiri dan terpadu, dan tidak ada pelibatan masyarakat dusun. Pengelolaan sampah di Dusun Gerso dilakukan oleh Badan Usaha Milik Desa Trimurti, dan masyarakat justeru tidak mendapatkan nilai tambah ekonomi dari sampah, melainkan masyarakat harus membayar iuran sampah untuk jasa pengelolaan sampah BUMD Trimurti. Permasalahan yang ditemukan adalah sebagai berikut: (1) Pemahaman masyarakat masih rendah mengenai nilai ekonomi sampah; (2) Pemahaman masyarakat mengenai pentingnya mengelola sampah rumah tangga masih rendah; dan (3) Belum adanya pengelolaan sampah di Dusun Gerso. Adapun penyelesaian masalah yang ditawarkan adalah sebagai berikut: (1) Sosialisasi peningkatan nilai ekonomi sampah rumah tangga; (2) Motivasi dan sosialisasi mengenai pentingnya menjaga kebersihan lingkungan; dan (3) Pendampingan pada masyarakat untuk melakukan kegiatan “Kelola Sampah Kreatif”. Metode yang digunakan untuk memberikan pemahaman yang utuh mengenai tata cara pengelolaan sampah adalah melakukan sosialisasi dan penyuluhan mengenai nilai ekonomi sampah dan pentingnya kebersihan lingkungan sekitar melalui kegiatan Kelola Sampah Kreatif (KOMPAK). Selama 30 hari sejak tanggal 18 Januari sd 17 Februari 2019 mahasiswa ditempatkan di lokasi KKN telah melakukan serangkaian kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan kebersihan dan kesehatan lingkungan. Kegiatan tersebut antara lain: penyuluhan nilai ekonomi sampah, pemahaman nilai-nilai kebersihan lingkungan, penyuluhan dan workshop kelola sampah kreatif, penyuluhan shadaqoh sampah, pendampingan kelola sampah kreatif. Hasil kegiatan KKN-PPM ini antara lain: meningkatnya kesadaran masyarakat dusun akan pentingnya menjaga kesehatan dan kebersihan lingkungan, serta meningkatnya keterampilan masyarakat dalam mengelola sampah rumah tangga. Disamping di Dusun Gerso telah terbentuk kelompok kerja pengelolaan sampah di tingkat dusun, dan di tingkat RT di bawah koordinasi langsung Dukuh Gerso.

Kata Kunci: Sampah rumah tangga; kebersihan lingkungan; kelola sampah kreatif.

Pendahuluan

“Kebersihan adalah sebagian dari iman” merupakan semboyan yang dikenal dan sering didengar di dalam masyarakat kita. Kehidupan masyarakat modern memproduksi sampah

lebih banyak daripada masyarakat tradisional. Hak atas lingkungan yang baik dan sehat merupakan hak konstitusional setiap warga negara, sebagaimana diatur dalam UUD 1945 Pasal 28 H ayat (1) yang memberikan hak kepada setiap orang untuk mendapatkan lingkungan hidup yang baik dan sehat. Amanat Undang-Undang Dasar tersebut memberikan konsekuensi bahwa pemerintah wajib memberikan pelayanan publik dalam pengelolaan sampah. Hal itu membawa konsekuensi hukum bahwa pemerintah merupakan pihak yang berwenang dan bertanggung jawab di bidang pengelolaan sampah meskipun secara operasional pengelolaannya dapat bermitra dengan badan usaha. Selain itu organisasi persampahan, dan kelompok masyarakat yang bergerak di bidang persampahan dapat juga diikuti sertakan dalam kegiatan pengelolaan sampah.

Dalam hal pengelolaan sampah, Pemerintah telah menetapkan Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2008 Tentang Pengelolaan Sampah. Menurut UU No. 18 Tahun 2008 Pasal 1 menyatakan bahwa “Sampah adalah sisa kegiatan sehari-hari manusia dan/atau proses alam yang berbentuk padat. Sampah spesifik adalah sampah yang karena sifat, konsentrasi, dan/atau volumenya memerlukan pengelolaan khusus”. Sumber sampah adalah asal timbulan sampah. Penghasil sampah adalah setiap orang dan/atau akibat proses alam yang menghasilkan timbulan sampah. Pengelolaan sampah adalah kegiatan yang sistematis, menyeluruh, dan berkesinambungan yang meliputi pengurangan dan penanganan sampah.

Pengabdian masyarakat ini dilaksanakan di Dusun Gerso, Desa Trimurti, Kecamatan Srandakan. Di Dusun Gerso sampah dan limbah merupakan masalah yang belum bisa teratasi, mengingat perilaku masyarakat yang masih membuang sampah dan limbah ke saluran air. Di Wilayah Dusun Gerso terdapat 10 sentra industri rumah tangga pembuatan tahu yang rata-rata mengolah kedelai sekitar 5 ton per hari. Limbah kedelai hanya dibuang begitu saja ke saluran air, sehingga menimbulkan pencemaran lingkungan dan menimbulkan banyak nyamuk. Pada tahun 2014 telah dibangun instalasi pengelolaan biogas untuk mengatasi limbah tahu, akantetapi alat tersebut tidak bisa bekerja dengan baik dan bahkan sekarang sudah tidak bisa digunakan lagi. Sedangkan terkait dengan sampah rumah tangga, sebenarnya pada tahun 2017 sudah dibangun tempat pembuangan akhir (TPA) di Dusun Gerso, dan sudah ada gerakan untuk membuang sampah di TPA, akantetapi TPA pun tidak efektif menghentikan perilaku masyarakat untuk membuang sampah di saluran air, dan bahkan di Sungai Progo. Demikian halnya untuk sampah rumah tangga, juga masyarakat belum memiliki keinginan untuk memilah sampah dan meningkatkan nilai ekonomi sampah. Dengan kata lain, sampah rumah tangga dibuang begitu saja, tanpa dikelola terlebih dahulu. Kehadiran sampah sebagai buangan dari aktifitas domestik, komersil maupun industri tidak bisa dihindari, bahkan semakin kompleks dan meningkat kuantitasnya sejalan dengan perkembangan ekonomi dari waktu ke waktu. Yang menyedihkan, pemerintah kita belum mempunyai strategi jitu yang bersifat massal dalam menyelesaikan permasalahan sampah ini.

Dusun Gerso berada di wilayah Desa Trimurti terletak di wilayah Kecamatan Srandakan, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta, terdiri atas 19 Pedukuhan meliputi 135 RT.

Dusun Gerso terdiri atas 7 Rukun Tetangga, yakni RT 9 sd RT 15 dengan jumlah penduduk lebih kurang 950 jiwa, dengan sebagian besar mata pencaharian penduduk sebagai buruh (seperti buruh pabrik, buruh bangunan, buruh pasar) dan pedagang. Desa Trimurti merupakan desa penggabungan dari tiga Desa/Kelurahan yaitu Desa Mangiran, Srandakan dan Puron. Pengelolaan sampah di Dusun Gerso selama ini dilakukan oleh Badan Usaha Milik Desa Trimurti, dan masyarakat dusun setiap bulan membayar jasa pengambilan sama pada BUMD Trimurti. Masyarakat belum melakukan pemilahan sampah, atau membagi sampah organik dan sampah non-organik, melainkan langsung membuangnya ke tempat sampah. Masyarakat masih berpandangan bahwa sampah tidak memiliki nilai ekonomi sama sekali, utamanya sampah organik.

Permasalahan sampah dan limbah di Dusun Gerso sebenarnya adalah masalah perilaku masyarakat yang tidak membuang sampah di TPA dan mengolah limbah sebelum dibuang di saluran air. Kondisi ini sangat tidak menguntungkan bagi masyarakat, karena lingkungan yang tercemar dan banyak nyamuk. Apalagi bila dimusim kemarau, limbah kedelai akan terhenti di saluran air dalam waktu yang lama maka akan menimbulkan bau yang tidak sedap dan nyamuk. Hal ini sangat berbahaya bagi warga yang tinggal di sekitar saluran air, terutama anak kecil. Lingkungan menjadi terlihat kumuh, kotor dan jorok yang menjadi tempat berkembangnya organisme patogen yang berbahaya bagi kesehatan manusia, merupakan sarang lalat, tikus dan hewan liar lainnya. Dengan demikian sampah berpotensi sebagai sumber penyebaran penyakit.

Sampah yang membusuk menimbulkan bau yang tidak sedap dan berbahaya bagi kesehatan. Air yang dikeluarkan (lindi) juga dapat menimbulkan pencemaran sumur, sungai maupun air tanah. Sampah yang tercecer tidak pada tempatnya dapat menyumbat saluran drainase sehingga dapat menimbulkan bahaya banjir. Pengumpulan sampah dalam jumlah besar memerlukan tempat yang luas, tertutup dan jauh dari pemukiman. Berdasarkan uraian tersebut pengelolaan sampah tidak cukup hanya dilakukan dengan manajemen 3P (Pengumpulan, Pengangkutan dan Penimbunan di TPA). Sampah dikumpulkan dari sumbernya kemudian diangkut ke TPS dan terakhir ditimbun di TPA, tetapi reduksi sampah dengan mengolah sampah untuk dimanfaatkan menjadi produk yang berguna perlu dipikirkan.

Persoalan pengelolaan sampah masih menjadi pekerjaan rumah besar bagi Indonesia. Riset terbaru Sustainable Waste Indonesia (SWI) mengungkapkan sebanyak 24 persen sampah di Indonesia masih tidak terkelola. Ini artinya, dari sekitar 65 juta ton sampah yang diproduksi di Indonesia tiap hari, sekitar 15 juta ton mengotori ekosistem dan lingkungan karena tidak ditangani. Sedangkan, 7 persen sampah didaur ulang dan 69 persen sampah berakhir di Tempat Pembuangan Akhir (TPA).

Dari laporan itu diketahui juga jenis sampah yang paling banyak dihasilkan adalah sampah organik sebanyak 60 persen, sampah plastik 14 persen, diikuti sampah kertas (9%), metal (4,3%), kaca, kayu dan bahan lainnya (12,7%). tingginya angka sampah yang tidak terkelola dipengaruhi oleh beberapa hal. *Pertama*, kata dia, terkait sistem yang memadai untuk proses

pengumpulan sampah. Proses ini biasanya dilakukan para pemulung di jalanan, atau petugas kebersihan yang mengangkat sampah-sampah dari tiap rumah tangga menggunakan truk. Pengumpulan sampah ini dinilai belum optimal, karena belum bisa menjangkau semua sampah. "Kita ada 400 kota kabupaten di Indonesia, nggak semuanya seperti di Jakarta, ada truk sampah. *kedua* yang patut jadi perhatian adalah perilaku dan kebiasaan masyarakat Indonesia itu sendiri, yang sering membuang sampah langsung ke sungai atau ke alam. Sampah-sampah ini tidak masuk ke dalam proses pengumpulan yang dilakukan pemulung dan petugas kebersihan, dan akhirnya mengotori ekosistem (<https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20180425101643-282-293362/riset-24-persen-sampah-di-indonesia-masih-tak-terkelola>).

Permasalahan sampah yang terjadi di Dusun Gerso antara lain: (1) Pemahaman masyarakat masih rendah mengenai nilai ekonomi sampah; (2) Pemahaman masyarakat mengenai pentingnya mengelola sampah rumah tangga masih rendah; dan (3) Sampah di Dusun Gerso masih belum dikelola dengan baik.

Metode Pelaksanaan

Metode pelaksanaan dalam program pokok yang kami lakukan adalah dengan metode penyuluhan lisan atau berbentuk ceramah dan pendampingan. Program yang menggunakan metode penyuluhan antara lain adalah program Pelatihan Kelola Sampah Kreatif, Pemahaman Nilai-nilai Kebersihan Lingkungan, dan Penyuluhan Nilai Ekonomi Sampah. Penyuluhan yang dilakukan adalah mengundang pemateri yang berpengalaman dan berkompeten seperti pemateri dari Dinas Lingkungan Hidup, dari penggagas Shodaqoh Sampah Kampung Brajan. Pada program Pelatihan dan Workshop Kelola Sampah Kreatif dilakukan penyuluhan dan praktek langsung pembuatan karya dari bahan-bahan yang sudah tidak terpakai yang dilatih langsung oleh pembicara dan mahasiswa. Sedangkan untuk program penyuluhan nilai ekonomi sampah, dilakukan penyuluhan mengenai besarnya nilai sampah itu sendiri, sehingga sampah yang notabeneanya dianggap tidak berharga, ternyata dapat memberikan kontribusi penghasilan lebih kepada warga masyarakat.

Program menggunakan metode pendampingan yaitu Pendampingan Kelola Sampah Kreatif. Pada kegiatan ini, pendampingan dilakukan dengan mengundang pemateri serta memberikan materi cara pengelolaan sampah yang kreatif dan pelatihan sebagai follow-up nya. Dalam melakukan penyuluhan langsung menggunakan metode demonstrasi/ pelatihan/ praktek. Pengelolaan sampah yang dilakukan yaitu membuat bros dari plastik-plastik kemasan berwarna seperti plastik detergen, snack, dan lain sebagainya, serta tas rumbai dari kaos bekas yang mungkin memiliki motif yang bagus.

Hasil Dan Pembahasan

1. Sampah: Apa Yang Harus Kita Lakukan?

Sampah sampai saat ini masih menjadi persoalan besar di semua wilayah di Indonesia. Pertumbuhan penduduk di satu wilayah berakibat bertambahnya volume sampah serta masalah pembuangan sampah. Meningkatnya volume sampah dari masing-masing rumah tangga, jika tidak diimbangi dengan pengelolaan yang sistematis dan terpadu, hanya akan menyebabkan terjadinya pencemaran dan penyakit. Misalnya di Kota Yogyakarta, peningkatan volume sampah rata-rata mencapai 11,53 % pertahun. Hal ini membuktikan bahwa rata-rata peningkatan volume sampah jauh melebihi pertumbuhan jumlah penduduknya. Inilah yang menjadi alasan kuat bahwa masalah sampah merupakan masalah utama yang harus segera dipecahkan, baik dalam jangka pendek, jangka menengah, maupun jangka panjang.

Pemahaman yang salah terhadap sampah, sangat berdampak pada cara memperlakukan sampah. Anggapan bahwa sampah itu kotor, bau, mengancam kesehatan, dan lain sebagainya, menjadi 'momok' bagi sebagian orang, sehingga sampah cenderung menjadi 'musuh', maka harus dibuang sejauh-jauhnya. Sebaliknya, jika cara berpikinya benar tentang apa itu sampah, maka seseorang atau masyarakat akan benar pula dalam memperlakukan sampah. Dengan mengetahui jenis dan manfaat dari mengelola sampah, akan menjadikan perilaku yang 'bersahabat' dengan sampah, hingga sampah berubah nilai dari 'membebani' menjadi memberkahi. Pengelolaan sampah dapat dilakukan dengan beberapa inovasi yang menjadi model dalam menarik minat masyarakat untuk berminat mengelola sampah, menjadi lebih bermanfaat; misalnya model bank sampah, model shadaqah sampah model poliklinik sampah, model warung sampah, model warung pulsa sampah, atau juga mereproduksi ulang sampah menjadi barang yang lebih bernilai. Semua inovasi tersebut, apabila dikerjakan oleh seluruh masyarakat, maka akan mengurangi volume sampah ke pembuangan akhir, sekaligus meningkatkan nilai manfaat dari sampah.

Hukum sampah (*the law of waste*) yang berlaku bagi setiap orang pada setiap Kawasan, adalah bahwa setiap orang menghasilkan sampah, akan tetapi tidak seorangpun bersedia ketempatan sampah, maka kalau kita membuang sampah dimana saja, akan ada sampah dimana-mana.

Jenis-Jenis Sampah

Jenis-jenis sampah, antara lain: Sampah organik, yaitu buangan sisa makanan misalnya daging, buah, sayuran dan sebagainya; Sampah anorganik, yaitu sisa material sintetis misalnya plastik, kertas, logam, kaca, keramik dan sebagainya; dan Buangan bahan berbahaya dan beracun (B3), yaitu buangan yang memiliki karakteristik mudah terbakar, korosif, reaktif, dan beracun. B3 kebanyakan merupakan buangan dari industri, namun ada juga sebagian kecil merupakan buangan dari aktifitas masyarakat kota atau desa misalnya baterai, aki, disinfektan dan sebagainya.

Sebagian besar sampah kota yang dihasilkan di Indonesia tergolong sampah hayati. Rata-rata sampah yang tergolong hayati ini adalah di atas 65 % dari total sampah. Melihat komposisi dari sumber asalnya maka sebagian besar adalah sisa-sisa makanan dari sampah dapur, maka jenis sampah ini akan cepat membusuk, atau terdegradasi oleh mikroorganisme yang

berlimpah di alam ini, dan berpotensi pula sebagai sumberdaya penghasil kompos, metan dan energi. Sampah perkotaan adalah limbah yang bersifat padat terdiri dari bahan organik dan anorganik yang dianggap tidak berguna lagi dan harus dikelola agar tidak membahayakan lingkungan dan melindungi investasi pembangunan, yang timbul di kota.

Klasifikasi Sampah

Sampah dapat diklasifikasi menjadi tiga kelompok, yaitu: (a) sampah rumah tangga yang berasal dari kegiatan sehari-hari dalam rumah tangga, tidak termasuk tinja dan sampah spesifik; (b) sampah sejenis sampah rumah tangga yang berasal dari kawasan komersial, kawasan industri, kawasan khusus, fasilitas sosial, fasilitas umum, dan/atau fasilitas lainnya; dan (c) sampah spesifik, seperti: sampah yang mengandung bahan berbahaya dan beracun; sampah yang mengandung limbah bahan berbahaya dan beracun; sampah yang timbul akibat bencana; puing bongkaran bangunan; sampah yang secara teknologi belum dapat diolah; dan/atau sampah yang timbul secara tidak periodik.

Dampak Sampah

Sampah yang tidak ditangani dengan baik akan menimbulkan dampak pada lingkungan, kehidupan masyarakat dan kesehatan masyarakat. Dampak sampah terhadap kesehatan terjadi jika penanganan sampah yang tidak baik akan memberikan dampak buruk bagi kesehatan masyarakat di sekitarnya. Sampah tersebut akan berpotensi menimbulkan bahaya bagi kesehatan, seperti: Penyakit diare, tifus, kolera, Penyakit jamur, Penyakit cacangan. Sedangkan Dampak Sampah Terhadap Sosial dan Ekonomi jika Penanganan sampah yang tidak baik juga berdampak pada keadaan sosial dan ekonomi. Beberapa diantaranya adalah: Meningkatnya biaya kesehatan karena timbulnya penyakit, Kondisi lingkungan tidak bersih akibat penanganan sampah yang tidak baik. Hal ini pada akhirnya akan berdampak pada kehidupan sosial masyarakat secara keseluruhan.

Pengelolaan Sampah Rumah Tangga

Penanganan sampah saat ini masih berorientasi hasil bukan proses; Hanya melihat kebersihannya tidak melihat cara membersihkannya; Yang penting sampah hilang/jauh dari pandangan mata yang menghasilkan; Sistem kumpul-angkut-buang (*end of pipe*); Masyarakat bayar retribusi, pemerintah membuang sampah

Pengelolaan sampah adalah pengumpulan, pengangkutan, pemrosesan, daur ulang, atau pembuangan dari material sampah. Kalimat ini biasanya mengacu pada material sampah yang dihasilkan dari kegiatan manusia, dan biasanya dikelola untuk mengurangi dampaknya terhadap kesehatan, lingkungan, atau estetika. Pengelolaan sampah juga dilakukan untuk memulihkan sumber daya alam (*resources recovery*). Pengelolaan sampah bisa melibatkan zat padat, cair, gas, atau radioaktif dengan metode dan keterampilan khusus untuk masing-masing jenis zat (https://id.wikipedia.org/wiki/Pengelolaan_sampah). Praktik pengelolaan sampah

berbeda beda antara negara maju dan negara berkembang, berbeda juga antara daerah perkotaan dengan daerah pedesaan dan antara daerah perumahan dengan daerah industri. Pengelolaan sampah yang tidak berbahaya dari pemukiman dan institusi di area metropolitan biasanya menjadi tanggung jawab pemerintah daerah, sedangkan untuk sampah dari area komersial dan industri biasanya ditangani oleh perusahaan pengolah sampah (https://id.wikipedia.org/wiki/Pengelolaan_sampah).

Sistem pengelolaan sampah yang baik akan sangat bergantung pada peraturan yang menjadi dasar dari berjalannya sistem tersebut. Di Indonesia pengelolaan sampah diatur dalam UU RI Nomor 18 Tahun 2008, dan secara spesifik pengelolaan sampah rumah tangga diatur dalam PP Nomor 81 Tahun 2012. Dalam Undang-Undang dijelaskan bahwa pengelolaan sampah adalah tentang bagaimana meningkatkan kesadaran dan koordinasi masyarakat, dunia usaha, dan pemerintah sehingga tujuan dari pengelolaan sampah -yaitu sampah dapat kembali ke lingkungan sebagai sumber daya tanpa membahayakan masyarakat dan lingkungan- dapat tercapai. Masyarakat, dunia usaha, dan pemerintah memiliki peranannya masing-masing. Pemerintah memiliki kewenangan untuk memfasilitasi dan mengembangkan kebijakan agar dapat mencapai tujuan dari pengelolaan sampah. Pemerintah dan pemerintah daerah wajib membiayai penyelenggaraan pengelolaan sampah, termasuk pengadaan angkutan umum, TPA, dan biaya ganti rugi apabila muncul dampak negatif terhadap lingkungan sekitar.

Masyarakat sendiri memiliki hak dan kewajiban berpartisipasi dalam penyelenggaraan pengelolaan sampah, serta mengurangi dan menangani sampah dengan cara yang berwawasan lingkungan, termasuk penerapan 3R dan pemilahan sampah. Koordinasi yang seharusnya ada antara masyarakat dan pemerintah dalam mengelola sampah tidak terlihat karena tidak terlaksananya Undang-Undang secara utuh. Fasilitas yang tidak mengakomodasi menyebabkan pelaksanaan pemilahan sampah oleh masyarakat menjadi tidak signifikan terhadap proses pengelolaan sampah secara keseluruhan. Untuk mencapai pengelolaan sampah yang terpadu dan baik, perlu ditingkatkan lagi keseluruhan dari sistem pengelolaan sampah. Dimulai dari penyediaan fasilitas, seperti penambahan jumlah truk sampah, pembedaan truk pengangkut agar sampah yang telah dipilah tidak lagi tercampur, dan memperbaiki TPS yang tersedia agar memiliki bagian-bagian terpisah untuk jenis sampah yang berbeda. Apabila fasilitas telah tersedia, maka tentunya akan memudahkan masyarakat dalam menerapkan upaya pemilahan sampah, dan tidak lagi membutuhkan pemilahan sampah untuk kedua kalinya di TPA. Pemilahan sampah pada tingkat rumah tangga saat ini tidak menunjukkan pengaruh pada proses pembuangan akhir. Sampah dipilah dua kali, dan menyebabkan proses pemilahan pertama yang terjadi di tingkat rumah tangga menjadi tidak berarti. Tanpa diiringi dengan fasilitas yang sebanding dengan kebutuhan, maka usaha-usaha yang telah dilakukan masyarakat dalam memilah sampah akan menjadi sia-sia. Perubahan perilaku dari masyarakat tidak akan signifikan apabila belum ada sarana dan prasarana yang mendukung perubahan tersebut (<https://news.detik.com/kolom/d-4331147/upaya-pemilahan-sampah-sampai-di-mana>).

Pengelolaan sampah rumah tangga dan sampah sejenis sampah rumah tangga menurut UU No. 18 Tahun 2008 terdiri atas: (a) pengurangan sampah (Pasal 20 & 21), berupa: pembatasan timbulan sampah (*Reduce*); pemanfaatan kembali sampah (*Reuse*); pendauran ulang sampah (*Recycle*); dan (b) penanganan sampah (Pasal 22), berupa: pemilahan; pengumpulan; pengangkutan; pengolahan; dan pemrosesan akhir sampah. Strategi yang dapat dilakukan antara lain dengan meletakkan sampah pada tempatnya; memilah sampah dari sumber sampah; membangun Gedung TPS 3R; membangun Rumah Pilah Sampah; Pengadaan sarana/prasarana persampahan; Sosialisasi, pelatihan, festival, lomba; atau dengan Gerakan Masyarakat Gropyok sampah.

Dalam hal pengelolaan sampah terdapat **faktor-faktor yang mempengaruhi sistem pengelolaan sampah perkotaan, antara lain:** kepadatan dan penyebaran penduduk; karakteristik fisik lingkungan dan sosial ekonomi; karakteristik sampah; budaya sikap dan perilaku masyarakat; jarak dari sumber sampah ke tempat pembuangan akhir sampah (TPA); Sarana pengumpulan, pengangkutan, pengolahan dan TPA; kesadaran masyarakat setempat; dan Peraturan Daerah setempat.

Manfaat pengelolaan sampah antara lain: Penghematan sumber daya alam; penghematan energi; penghematan lahan TPA; lingkungan asri (bersih, sehat, nyaman); mengurangi pencemaran.

Adapun cara agar mengurangi penumpukan sampah yang ada adalah dengan melakukan berbagai upaya sebagai berikut:

1) Metode penghindaran dan pengurangan

Sebuah metode yang penting dari pengelolaan sampah adalah pencegahan zat sampah terbentuk atau dikenal juga dengan “pengurangan sampah”. Metode pencegahan termasuk penggunaan kembali barang bekas pakai, memperbaiki barang yang rusak, mendesain produk supaya bisa diisi ulang atau bisa digunakan kembali (seperti tas belanja katun menggantikan tas plastik), mengajak konsumen untuk menghindari penggunaan barang sekali pakai (contohnya kertas tissue), dan mendesain produk yang menggunakan bahan yang lebih sedikit untuk fungsi yang sama (contoh, pengurangan bobot kaleng minuman).

2) Metoda Pembuangan

Pembuangan sampah pada penimbunan darat termasuk menguburnya untuk membuang sampah, metode ini adalah metode paling populer di dunia. Penimbunan ini biasanya dilakukan di tanah yg tidak terpakai, lubang bekas pertambangan, atau lubang lubang dalam. Sebuah lahan penimbunan darat yang dirancang dan dikelola dengan baik akan menjadi tempat penimbunan sampah yang higienis dan murah. Sedangkan penimbunan darat yg tidak dirancang dan tidak dikelola dengan baik akan menyebabkan berbagai masalah lingkungan, diantaranya angin berbau sampah, menarik berkumpulnya Hama, dan adanya genangan air sampah. Efek samping lain dari sampah adalah gas metan dan karbon dioksida yang juga sangat berbahaya. (di Bandung kandungan gas metan ini meledak dan melongsorkan gunung sampah)

3) Daur Ulang

Proses pengambilan barang yang masih memiliki nilai dari sampah untuk digunakan kembali disebut sebagai daur ulang. Contoh kegiatan daur ulang antara lain: pemanfaatan kembali kertas bekas yang dapat digunakan terutama untuk keperluan eksternal; plastik bekas diolah kembali untuk dijadikan sebagai bijih plastik untuk dijadikan berbagai peralatan rumah tangga seperti ember; dan peralatan elektronik bekas dipisahkan setiap komponen pembangunnya (logam, plastik/kabel, baterai dll) dan dilakukan pemilahan untuk setiap komponen yang dapat digunakan kembali.

4) Pengolahan biologis

Material sampah organik, seperti zat tanaman, sisa makanan atau kertas, bisa diolah dengan menggunakan proses biologis untuk kompos, atau dikenal dengan istilah pengkomposan. Hasilnya adalah kompos yang bisa digunakan sebagai pupuk dan gas metana yang bisa digunakan untuk membangkitkan listrik.

5) Pemulihan energi

Kandungan energi yang terkandung dalam sampah bisa diambil langsung dengan cara menjadikannya bahan bakar, atau secara tidak langsung dengan cara mengolahnya menjadi bahan bakar tipe lain. Daur-ulang melalui cara “perlakuan panas” bervariasi mulai dari menggunakannya sebagai bahan bakar memasak atau memanaskan sampai menggunakannya untuk memanaskan boiler untuk menghasilkan uap dan listrik dari turbin-generator. Pirolisa dan gasifikasi adalah dua bentuk perlakuan panas yang berhubungan, dimana sampah dipanaskan pada suhu tinggi dengan keadaan miskin oksigen. Proses ini biasanya dilakukan di wadah tertutup pada Tekanan tinggi. Pirolisa dari sampah padat mengubah sampah menjadi produk berzat padat, gas, dan cair. Produk cair dan gas bisa dibakar untuk menghasilkan energi atau dimurnikan menjadi produk lain. Padatan sisa selanjutnya bisa dimurnikan menjadi produk seperti karbon aktif. Gasifikasi dan Gasifikasi busur plasma yang canggih digunakan untuk mengkonversi material organik langsung menjadi Gas sintetis (campuran antara karbon monoksida dan hidrogen). Gas ini kemudian dibakar untuk menghasilkan listrik dan uap.

6) Pemilahan Sampah

Sampah yang dikumpulkan di TPA pada umumnya bercampur antara bahan-bahan organik maupun non organik sehingga pemilahan perlu dilakukan secara teliti untuk mendapatkan bahan organik yang dapat dikomposkan seperti daun-daunan, sisa makanan, sayuran dan buah-buahan.

7) Tempat Pembuangan Akhir (TPA)

TPA tipe open dumping sudah tidak tepat untuk menuju Indonesia sehat. Oleh sebab itu, secara bertahap semua Kota dan Kabupaten harus segera mengubah TPA tipe open dumping menjadi sanitary landfill. Dianjurkan untuk membuat TPA yang memenuhi kriteria minimum, seperti adanya zona, blok dan sel, alat berat yang cukup, garasi alat berat, tempat pencucian alat berat, penjaga, truk, pengolahan sampah, dan persyaratan lainnya.

Peranan Masyarakat dan Swasta

Dalam hal pengelolaan sampah, tidak saja menjadi tanggung jawab Pemerintah, akan tetapi tetap dibutuhkan peranan masyarakat dan swasta. Peranan masyarakat diperlukan upaya peningkatan kesadaran masyarakat yang tinggi dalam pengelolaan sampah. Upaya yang dilakukan meliputi antara lain: masyarakat memiliki kesadaran untuk mengurangi jumlah sampah dari sumbernya; masyarakat memiliki kesadaran untuk membayar biaya pengelolaan sampah; masyarakat merasa bangga dapat menjaga lingkungan tetap bersih.

Sedangkan peranan swasta diperlukan dalam pengelolaan sampah (pengumpulan/pengangkutan, incinerator, daur ulang, landfill, dll) yang dilakukan dengan *professional*, transparan dan *accountable*. Disamping juga diperlukan perangkat kebijakan dalam pengelolaan sampah oleh swasta seperti kemudahan dalam memenuhi ketentuan dan adanya insentif yang menarik dari pemerintah terhadap swasta yang melakukan bisnis pengolahan sampah.

Peningkatan kapasitas peraturan yang dibuat oleh Pemerintah yang berkaitan dengan ketentuan pengelolaan sampah harus realistis, sistematis dan menjadi acuan dalam pelaksanaan penanganan sampah di lapangan baik oleh pihak pengelola maupun masyarakat. Dengan begitu, undang-undang itu sudah efektif berlaku. Ada banyak hal yang perlu difahami dari undang-undang dimaksud. Kali ini salah satu subyek yang akan dikupas adalah asas nilai ekonomi sampah.

Pelaksanaan Pengabdian Masyarakat

Pengabdian Masyarakat ini dilaksanakan bersamaan dengan Kegiatan KKN Mahasiswa selama 30 hari yaitu sejak tanggal 18 Januari sampai dengan 17 Februari 2019 di Dusun Gerso, Desa Trimurti, Kecamatan Srandakan, Kabupaten Bantul. Kelompok KKN yang melaksanakan Program Pengabdian Masyarakat ini adalah KKN UMY 2019 Kelompok 70. Mahasiswa yang terlibat dalam pengabdian masyarakat ini sebanyak 9 mahasiswa yang berasal dari berbagai program studi, antara lain: program studi ilmu hukum, ilmu pemerintahan, manajemen, Pendidikan agama Islam, agribisnis, Tekni sipil, dan Teknik informatika.

Program optimalisasi kesehatan lingkungan merupakan tema kegiatan pengabdian masyarakat. Program ini dilakukan sebagai upaya untuk mengurangi pencemaran lingkungan yang disebabkan oleh limbah tahu dan sampah rumah tangga. Kesadaran Masyarakat harus ditingkatkan agar lebih sadar akan pentingnya menjaga kebersihan lingkungan. Peningkatan kesadaran dilakukan melalui serangkaian kegiatan yang bertujuan untuk mengoptimalkan pengetahuan masyarakat- masyarakat dusun agar dapat menjaga dan merawat lingkungan dengan memanfaatkan sampah-sampah rumah tangga menjadi sesuatu barang yang bernilai. Masyarakat yang belum sadar akan pentingnya menjaga kebersihan lingkungan akan diberikan berupa penyampaian penyuluhan untuk mengetahui bagaimana cara mengelola sampah dan limbah dengan baik dan benar.

Manfaat pelaksanaan Program pengabdian Masyarakat ini antara lain: (1) Masyarakat dapat mengetahui pentingnya menjaga kebersihan dan kesehatan lingkungan Dusun; (2) Masyarakat

dapat mengetahui cara untuk mengelola sampah rumah tangga dengan baik; (3) Masyarakat dapat menerapkan ilmu yang telah didapat dari ilmu-ilmu pengelolaan sampah rumah tangga; dan (4) Masyarakat dapat memilah dan memanfaatkan sampah rumah tangga untuk dijadikannya sebagai sebuah keterampilan.

Hasil atau target capaian yang diharapkan dari program pengabdian Masyarakat ini antara lain: (1) Meningkatnya kesadaran masyarakat dusun akan pentingnya menjaga kesehatan dan kebersihan lingkungan; dan (2) Meningkatnya keterampilan masyarakat dalam mengelola sampah rumah tangga.

Kegiatan utama yang dilakukan selama pengabdian masyarakat adalah sebagai berikut:

1. Penyuluhan mengenai nilai ekonomi sampah. Dilaksanakan pada tanggal 2 Februari 2019. Bertujuan agar masyarakat mengetahui nilai ekonomi sampah.
2. Penyuluhan dan sosialisasi nilai-nilai kebersihan lingkungan. Dilaksanakan pada tanggal 3 Februari 2019 di RT 9. Bertujuan agar masyarakat memahami nilai-nilai kebersihan lingkungan.
3. Pelatihan Kelola Sampah Kreatif. Dilaksanakan pada tanggal 2 Februari 2019. Bertujuan agar masyarakat mengetahui cara mengelola sampah rumah tangga sudah baik
4. Workshop Kelola Sampah Kreatif. Dilaksanakan pada tanggal 3 Februari 2019. Bertujuan agar masyarakat mampu mengelola sampah rumah tangga yang dapat meningkatkan nilai ekonomi
5. Pendampingan Kelola Sampah Kreatif. Dilaksanakan pada tanggal 8 Februari 2019. Bertujuan agar masyarakat mampu mengelola sampah kreatif secara mandiri.
6. Field Trip ke Shodaqoh Sampah di Dusun Brajan Desa Tamantirto, Kecamatan Kasihan. Dilaksanakan pada tanggal 17 Februari 2019. Bertujuan agar masyarakat melihat langsung praktek pengelolaan sampah secara mandiri

Metode pelaksanaan dalam program pokok yang kami lakukan adalah dengan metode penyuluhan lisan atau berbentuk ceramah dan pendampingan. Program yang menggunakan metode penyuluhan antara lain adalah program Pelatihan dan Workshop Kelola Sampah Kreatif, Shodaqoh Sampah, Pemahaman Nilai-nilai Kebersihan Lingkungan, Penyuluhan Nilai Ekonomi Sampah. Penyuluhan yang dilakukan adalah mengundang pemateri yang berpengalaman dan berkompeten seperti pemateri dari Dinas Lingkungan Hidup, dari penggagas Shodaqoh Sampah Kampung Brajan. Pada program Pelatihan dan Workshop Kelola Sampah Kreatif dilakukan penyuluhan dan praktek langsung pembuatan karya dari bahan-bahan yang sudah tidak terpakai yang dilatih langsung oleh pembicara dan mahasiswa. Untuk program Shodaqoh sampah, dilakukan penyuluhan mengenai konsep shodaqoh sampah itu sendiri dan bagaimana penerapannya. Sedangkan untuk program penyuluhan nilai ekonomi sampah, dilakukan penyuluhan mengenai besarnya nilai sampah itu sendiri, sehingga sampah yang notabeneanya dianggap tidak berharga, ternyata dapat memberikan kontribusi penghasilan lebih kepada warga masyarakat.

Program menggunakan metode pendampingan yaitu Pendampingan Kelola Sampah Kreatif. Pada kegiatan ini, pendampingan dilakukan dengan mengundang pemateri serta memberikan materi cara pengelolaan sampah yang kreatif dan pelatihan sebagai follow-up nya. Dalam melakukan penyuluhan langsung menggunakan metode demonstrasi/pelatihan/praktek. Pengelolaan sampah yang dilakukan yaitu membuat bros dari plastik-plastik kemasan berwarna seperti plastik detergen, snack, dan lain sebagainya, serta tas rumbai dari kaos bekas yang mungkin memiliki motif yang bagus.

Hasil rangkaian kegiatan tersebut adalah animo masyarakat Dusun Gerso untuk menjaga kebersihan lingkungan dusun dan mengelola sampah semakin baik. Di Dusun Gerso terdapat 10 pengusaha lokal tahu, dan sudah berusaha sejak puluhan tahun yang lalu. Limbah tahu dari pabrik tahu inilah sumber masalah kebersihan lingkungan, karena menimbulkan pencemaran lingkungan. Limbah tahu tidak dikelola terlebih dahulu, sehingga hanya dibuang di saluran air. Apabila musim kemarau maka akan menimbulkan banyak nyamuk, sedangkan apabila musim hujan akan menimbulkan banjir. Selain limbah tahu, perilaku masyarakat yang masih membuang sampa di sungai juga menyebabkan masalah banjir di Dusun Gerso. Masyarakat sangat sadar dengan kondisi lingkungan mereka, maka berdasarkan rekomendasi dari Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Bantul untuk mengelola sampah dengan baik, maka masyarakat membentuk gerakan tidak membuang sampah dan limbah di saluran air. Gerakan ini juga dikoordinir oleh Dukuh Gerso, dengan dibantu pelaksanaannya di setiap RT oleh Ketua-Ketua RT.

Program unggulan atau program utama Kelompok KKN Mahasiswa UMY adalah Shodaqoh Sampah. Alasan dijadikannya shodaqoh sampah menjadi program unggulan dalam kelompok ini adalah karena didusun gerso sendiri masih memiliki permasalahan terkait kebersihan dan kesehatan lingkungan, hal ini karena sampah-sampah yang berada didusun gerso tidak memiliki tempat untuk menampung secara maksimal sehingga masih banyak sampah warga yang justru dibuang di sungai yang berada di dusun gerso sendiri. Selain itu, alasan dilakukannya gerakan shodaqoh sampah, warga dapat memilah dan mengumpulkan sampah dengan baik, warga juga dapat memanfaatkan sampah seperti, barang bekas, kardus dan lain sebagainya untuk ladang mendapatkan pahala yaitu shodaqoh. Sehingga selain dapat menjaga kebersihan lingkungan, masyarakat dusun gerso juga mampu beramal dari sampah-sampah yang telah dikumpulkan dan dipilah. Kegiatan penyuluhan shodaqoh sampah dilakukan sebanyak satu kali yang dilaksanakan di kediaman dukuh Gerso yaitu Ibu Sutiyah. Kegiatan tersebut melibatkan perwakilan warga dari keseluruhan 7 RT yang berada di dusun gerso. Selain itu penyuluhan shodaqoh sampah ditindak lanjuti dengan Field Trip warga dusun gerso kelokasi markas Shodaqoh sampah yaitu di Brajan. Kegiatan tersebut melibatkan 30 warga dusun gerso yang meliputi kepala Dukuh, Ketur RT, perwakilan Karang Taruna, Perwakilan ibu-ibu PKK dan masyarakat. Selain itu Field Trip yang diselenggarakan juga turut mengundang Lurah Dusun Trimurti yaitu Bapak Agus Purwaka ST beserta jajarannya.

Selain shodaqoh sampah, program pokok yang dimiliki oleh kelompok 70 adalah sampah kreatif dan penyuluhan nilai-nilai sampah. Kegiatan sampah kreatif bertujuan untuk melatih warga dusun gerso, khususnya ibuibu muda untuk bisa memanfaatkan sampah yang ada menjadi barang yang lebih berguna. Sedangkan kegiatan penyuluhan nilai-nilai sampah diselenggarakan untuk memahamkan kepada masyarakat dusun gerso terkait nilai-nilai sampah yang ada. Kegiatan penyuluhan tersebut diisi oleh pihak langsung dari Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Bantul sebagai pemateri.

Selanjutnya Masyarakat Dusun Gerso, dibawah Koordinasi dari Dukuh membentuk Kelompok Kerja (Pokja) Pengelola Sampah di Dusun Gerso diberikan kewenangan untuk mengelola sampah dan membentuk gerakan shodaqoh sampah. Sebenarnya permasalahan krusial yang berada di Dusun Gerso adalah kebersihan lingkungan. Masih banyak dari warga Dusun Gerso yang membuang sampah di tempat-tempat yang tidak dianjurkan seperti di sungai. Hal itu terjadi karena, minimnya tempat pembuangan sampah yang berada di dusun Gerso sehingga banyak dari masyarakatnya yang membuang sampah di aliran sungai. Dengan dibuangnya sampah di aliran sungan maka menimbulkan masalah baru yang mengganggu masyarakat Dusun Gerso itu sendiri yaitu bau yang menyengat di lingkungan aliran sungan ketika musim kemarau tiba. Selain itu, bau menyengat itu juga ditambah dengan adanya limbah-limbah pabrik tahu yang berada di Dusun Gerso. Kelompok Kerja (Pokja) Pengelola Sampah di Dusun Gerso terdiri dari unsur perangkat dusun dan Karang Taruna. Kelompok Kerja (Pokja) Pengelola Sampah di Dusun Gerso bertanggung jawab menjalankan Program Shadaqah Sampah maupun bank sampah. Adapun susunan kepengurusan tersebut adalah:

Struktur Pengurus Bank Sampah/Shadaqah Sampah

Ketua: Novian Pandu Jatmiko

Sekretaris: Monicha Intan Mayrani

Bendahara: Dwi Nofi Qusrini

Devisi Humas dan Penyaluran: Afnan Sa'ud hanifuddin; Ari Sutrisno; Febri Fitrianto.

Devisi Pemilahan dan Penjualan: Fika Nur Wahyuni; Suismiyati; Dhimas Galih Febriana; Novita Triharyanti

Devisi Logistik: Fendy Dwi Santoso; Arinda Salsa Oktarina.

Rencana Tindak Lanjut

Keberlangsungan Kegiatan Kelola Sampah Kreatif (KOMPAK) di tingkat masyarakat Dusun. Masyarakat Dusun dengan dibawah koordinasi Dukuh Gerso, melanjutkan kegiatan kelola sampah di tingkat RT masing-masing. Ibu Ketua PKK RT menjadi Ketua Kelompok Pengelola Sampah. Gerakan Pengelolaan ini sifatnya masih sukarela, dalam arti berujud shodaqoh sampah bukan bank sampah. Hasil pengumpulan sampah masyarakat akan dipergunakan lagi untuk kegiatan masyarakat.

Simpulan

Kuliah Kerja Nyata (KKN) merupakan sebuah program pengabdian kepada Masyarakat oleh mahasiswa. Kegiatan yang telah dilakukan antara lain: penyuluhan nilai ekonomi sampah, pemahaman nilai-nilai kebersihan lingkungan, penyuluhan dan workshop kelola sampah kreatif, penyuluhan shadaqoh sampah, pendampingan kelola sampah kreatif. Kegiatan-kegiatan tersebut bertujuan untuk meningkatkan kesadaran dari masyarakat sekitar akan pentingnya menjaga kesehatan dan kebersihan lingkungan serta masyarakat mampu menerapkan ilmu-ilmu yang telah didapat untuk menghasilkan sebuah keterampilan.

Ucapan Terimakasih

Atas terselenggaranya kegiatan pengabdian ini maka pengabdian mengucapkan terimakasih kepada:

1. LP3M UMY
2. Pemdes Trimurti
3. Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Bantul
4. Padukuhan Gerso

DAFTAR

- CNN Indonesia, Riset: 24 Persen Sampah di Indonesia Masih Tak Terkelola, <https://www.cnnindonesia.com/.../riset-24-persen-sampah-di-indonesia-masih-tak-terk-25-Apr-2018> - Jakarta.
- Eilien Theodora, Upaya Pemilahan Sampah, Sampai di Mana?, <https://news.detik.com/kolom/d-4331147/upaya-pemilahan-sampah-sampai-di-mana>, 5 Desember 2018, Jakarta.
- Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Bantul, Pemahaman Nilai-nilai kebersihan lingkungan, Materi Penyuluhan KKN Dusun Gerso, 2019.
- Wijayanti, W. P. (2013). Peluang pengelolaan sampah sebagai strategi mitigasi dalam mewujudkan ketahanan iklim kota Semarang. *Jurnal Pembangunan Wilayah dan Kota*, 9(2), 152-162.
- Peraturan Bupati Bantul No 67 Tahun 2017 Tentang Sinkronisasi Program Dan Kegiatan Anggaran Pendapatan Dan Belanja Desa Dengan Anggaran Pendapatan Dan Belanja Daerah Tahun Anggaran 2018
- Republik Indonesia, Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2008 Tentang Pengelolaan Sampah
- Republik Indonesia, Peraturan Pemerintah Nomor 81 Tahun 2012 Tentang Pengelolaan Sampah Rumah Tangga dan Sampah Sejenis Sampah Rumah Tangga
- Peraturan Menteri Dalam Negeri No 33 tahun 2010 tentang Pedoman Pengelolaan Sampah.
- Peraturan Bupati Bantul No 67 Tahun 2017 Tentang Sinkronisasi Program Dan Kegiatan Anggaran Pendapatan Dan Belanja Desa Dengan Anggaran Pendapatan Dan Belanja Daerah Tahun Anggaran 2018
- Keputusan Bupati Bantul No 61 Tahun 2017 Tentang Pembentukan Tim Bantul Bersih Sampah Tahun 2019

Surat Edaran Bupati No 660/02528/DLH Tentang Upaya Pengurangan Sampah Dalam Rangka Mendukung Program Bantul Bersih Sampah 2019 Bagi Asn Di Opd, Upt Bumd Dan Perangkat Desa Tanggal 16 Mei 2018

Surat Edaran Bupati No 660/02189/DLH Tentang Penanganan Pembuangan Sampah Illegal (Pembuangan Sampah Liar) Dalam Rangka Untuk Mendukung Sukses Program Bantul Bersih Sampah 2019 Tanggal 17 Mei 2018

Peningkatan Pendapatan Petani Melalui Aplikasi Teknologi Pengemasan Gula Aren Yang Diproduksi Di Hargomulyo, Kulonprogo

Taufiq Hidayat^{1*}

¹ Program Studi Agroteknologi, Fakultas Pertanian, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Email: taufiqre08@umy.ac.id

Abstrak

Desa Hargomulyo terletak di Kecamatan Kokap Kabupaten Kulon Progo. Sebagian besar berada di daerah perbukitan menoren dengan ketinggian antara 500-1000 dpl. Tanaman dominan di desa Hargomulyo adalah tanaman kelapa yang telah menjadi sumber pendapatan mayoritas penduduk di desa tersebut. Masyarakat menggantungkan hidupnya dengan memanen getah tanaman kelapa yang keluar dari manggar kelapa untuk diolah lebih lanjut menjadi gula jawa. Sejauh ini, produk lokal Desa Hargomulyo khususnya Dusun Tangkisan 1 hanya sebatas penjualan produk setengah jadi dan barang jadi (produk) tanpa pengemasan dan pemasaran paten. Metode yang digunakan dalam peningkatan kualitas gula jawa dusun tangkisan I, Hargomulyo merupakan kombinasi antara penyuluhan dan pendampingan. Penyuluhan atau sosialisasi terdiri dari penyuluhan mengenai sistem pembukuan sederhana, penyuluhan tentang pemasaran dan penyuluhan tentang pengemasan dan pengolahan gula jawa. Pendampingan yang dilakukan berupa proses produksi gula jawa yang higienis serta proses pengajuan No. P. IRT ke dinas kesehatan. Perbaikan pengemasan dilakukan dengan menggunakan plastik Aluminium Vakum dengan bobot bersih 1 Kg, penjualan dikelola secara langsung oleh karang taruna di dusun Tangkisan 1. Produk Dusun Tangkisan I sudah dipasarkan di jejaring toko TOMIRA dan beberapa koperasi milik daerah dengan merk dagang Gunung Gondong. Produk tersebut memiliki No PIRT 2093401010648-24 dengan bobot 1 kg dan harga jual Rp. 25.000 dari produsen. Harga tersebut jauh diatas harga tanpa kemasan yang hanya dijual dengan harga Rp. 18.000 per kg.

Kata Kunci: gula jawa, kemasan, pemasaran

Pendahuluan

Kelurahan Hargomulyo merupakan bagian dari kecamatan Kokap, Kabupaten Kulonprogo. Kelurahan Hargomulyo memiliki luas lahan sebesar 1.532 ha dengan penggunaan wilayah didominasi oleh hutan dengan luasan sebesar 434 ha serta lahan pertanian dengan luasan sebesar 195 ha (BPS Kabupaten Kulonprogo 2018). Penggunaan lahan tersebut memungkinkan terdapatnya 2 juta batang pohon yang sangat potensial sebagai pondasi dasar usaha gula jawa. Gula jawa tersebut diproses dari pengolahan nira kelapa (Santoso 1993).

Gula Jawa di Kelurahan Hargomulyo sebagian besar dikerjakan oleh masyarakat lokal terutama yang berada diatas umur 50 tahun. Pemuda umur produktif memilih keluar daerah sekedar untuk menuntuk ilmu maupun bekerja. Sehingga latar belakang pendidikan yang minim membuat pengolahan gula jawa hanya dilakukan hingga tahapan produksi. Dengan demikian, perlu dilakukan penerapan teknologi pengemasan dan strategi pemasaran agar menambah nilai jual produksi. Hal ini ditunjuang oleh perbedaan antara harga jual gula kiloan dengan gula dalam kemasan.

Gula jawa kiloan dijual dengan harga Rp. 17.000/kg ke toko kelontong dan dijual dengan harga Rp. 18.000 - 19.500/kg. Sedangkan gula jawa dalam kemasan dapat dijual ke jejaring toko TOMIRA dapat dibeli dengan harga Rp. 22.000/kg dengan harga jual Rp. 25.000. Namun, sangat disayangkan belum ada produsen Gula jawa di Hargomulyo yang mampu memasarkan produknya di jejaring toko TOMIRA. Penolakan dari toko TOMIRA memiliki dua alasan utama yaitu tidak adanya pengemasan yang layak, kualitas gula jawa serta tidak adanya perizinan dari Lembaga terkait. Pengemasan gula jawa selama ini menggunakan plastik 1 kg tanpa ada label yang layak. Sedangkan kualitias gula jawa dapat dilihat dari warna gula jawa, warna gkuning cerah keputihan menunjukkan adanya campuran bahan sintetik pada gula, warna coklat agak kehitaman menunjukkan gula jawa dicampur dengan gula putih. Warna terbaik adalah agak kekuningan emas yang menunjukkan murni dibuat dari nira kelapa.

Metode Pelaksanaan

Metode yang digunakan dalam peningkatan kualitas produk gula jawa dusun tangkisan I, Hargomulyo merupakan kombinasi antara penyuluhan dan pendampingan. Penyuluhan atau sosialisasi terdiri dari penyuluhan mengenai sistem pembukuan sederhana, penyuluhan tentang pemasaran dan penyuluhan tentang pengemasan dan pengolahan gula jawa. Pendampingan yang dilakukan berupa proses produksi gula jawa yang higienis serta proses pengajuan No. P. IRT ke dinas kesehatan.

Sosialisasi manajemen keuangan disampaikan oleh perwakilan Dinas perindustrian dan Perdagangan Kulon Progo. Materi yang diberikan meliputi arus kas (pengeluaran dan pemasukan), Neraca harta-utang dan modal, serta pendapatan-biaya atau yang lebih dikenal dengan istilah Laba/Rugi. Sosialisasi pemasaran disampaikan oleh koperasi daerah Kulon Progo berisikan meteri mengenai syarat-syarat memasukkan produk desa ke koperasi daerah dan toko jejaring TOMIRA. Luaran dari sosialisasi pemasaran adalah kemasan yang menarik dan harus adanya nomor produk industry rumah tangga. Kegiatan sosialisasi pengemasan dan pengolahan gula jawa disampaikan oleh perwakilan dari Dinas Pertanian dan Pangan Kulon Progo. Materi yang disampaikan berisikan kiat-kiat pengolahan Gula jawa secara higienis agar lolos uji dari Dinas kesehatan, dilanjutkan dengan cara pengemasan yang menarik agak masyarakat mengenal produk gula jawa, serta kiat-kiat khusus bagaimana mendapatkan No. P.IRT.

Pendampingan proses produksi gula jawa yang higienis dilakukan oleh Dinas Pertanian dan Pangan Kulon Progo. Pendampingan dimulai dari proses panen nira, penyimpanan, dan pemasakan nira, serta penyimpanan gula jawa. Pendampingan proses pengajuan No P.IRT ke Dinas Pertanian dimulai dari pendaftaran, pengisian formulir, penyuluhan, survey lokasi dan pengambilan sertifikat. Kegiatan ini dikatakan berhasil jika produk gula jawa telah dipasarkan di koperasi ataupun toko TOMIRA.

Hasil dan Pembahasan

Sosialisasi yang pertama dilaksanakan adalah sosialisasi mengenai manajemen keuangan yang diikuti oleh 23 peserta. Keseluruhan peserta yang mengikuti pelatihan merupakan anggota karang taruna Tangkisan I dengan rentang umur 15 tahun sampai 25 tahun. Pemahaman mereka tentang manajemen keuangan sangat kurang dengan hanya kepemahaman sebesar 10% dari 100%, bahkan setelah penyuluhan kepemahaman tersebut hanya meningkat menjadi 53%. Alasan rendahnya pemahaman tersebut mengingat kurangnya pengalaman praktis para peserta serta latar belakang pendidikan yang sebagian besar berasal dari IPA dan hanya sedikit yang IPS. Namun, diantara keseluruhan peserta ada tiga orang yang memiliki tingkat praktik yang cukup bagus dan dapat mempraktikkan keseluruhan langkah manajemen keuangan walaupun secara teori mereka tidak lebih baik dari peserta yang lain. Salah satu peserta terbaik tersebut adalah bendahara karang taruna. Berdasarkan penelitian Murina dan Rahmawati (2017) menyatakan bahwa pemahaman laporan keuangan ditentukan oleh tingkat Pendidikan, kualitas pelatihan dan pengalaman kerja.

Sosialisasi kedua yang dilaksanakan adalah strategi pemasaran yang diikuti oleh 57 peserta yang terdiri dari anggota karang taruna dan ibu-ibu rumah tangga. Diawal penyuluhan peserta hanya memiliki kepemahaman sebesar 20% namun pada saat akhir kegiatan kepemahaman tersebut meningkat menjadi 72%. Sebagai besar peserta memahamai mengenai beberapa strategi pemasaran, hal baru bagi peserta adalah berkaitan dengan pembuatan P.IRT. sebagian besar peserta beranggapan bahwa pembuatan P.IRT merupakan langkah yang sangat sulit. Pengajuan P.IRT terdiri dari beberapa langkah yang harus dilakukan yaitu mengikuti seminar mengenai P.IRT, pendaftaran, dan kunjungan dinas kesehatan (Naimah and Soesilo 2015). Menurut Naimah dan Soesilo (2015) menyatakan bahwa terdapat beberapa keuntungan yaitu adanya alat perlindungan hukum serta memudahkan pemasaran.

Sosialisasi terakhir adalah pengemasan dan produksi gula jawa yang diikuti oleh 39 peserta yang terdiri dari bapak dan ibu warga tangkisan I yang memiliki profesi berkaitan dengan gula jawab. Secara mengejutkan pemahaman peserta tentang pengemasan dan produksi gula jawa pada awal sosialisasi mencapai 76%. Pada akhir sosialisasi pemahaman meningkat menjadi 89%. Bagian yang paling sulit dimengerti oleh sebagian besar peserta adalah mengenai pengemasan. Hal ini mengingat peserta pelatihan tidak melakukan pengemasan produk gula jawa dengan baik sebelumnya.ada bebarap syarat yang harus dipenuhi dalam membuat kemasan yaitu tidak toksik, harus cocik dengan bahan yang dikemas, sanitasi dan syarat-syarat kesehatan terjamin, dapat mencegah pemalsuan, kemudahan membuka dan

menutup, kemudahan dan keamanan dalam mengeluarkan isi, kemudahan pembuangan kemasan bekas, ukuran, bentuk dan berat, penampilan dan pencetakan, serta biaya rendah (Rahmawati 2013)

Teknik yang dilakukan untuk mengambil nira atau bahan baku dari gula jawa disebut *nderes*. *Nderes* juga dilakukan sambal memasang tempat untuk panen berikutnya. *Ndedes* dilakukan setiap hari pada pagi hari pukul 5.30 dan sore hari pukul 16.00 dengan memanjat pohon kelapa untuk mengambil nira. Pengolahan nira menjadi gula jawa dilakukan pada hari senin-kamis. Alat penampung nira selama ini dibuat dari ember plastik yang tidak terjamin kualitasnya. Sehingga disarankan menggunakan ember dari bamboo yang dilapisi plastik makanan sekali pakai.

Gambar 1. Desain kemasan gula jawa produksi Tangkisan I.



Sumber: Dokumen penulis

Selama ini warga menyimpan nira dengan menambahkan bahan kimia agar tahan lama dan tidak berbau. Bahan kimia yang digunakan merupakan Natrium Metabisulfit ($\text{Na}_2\text{S}_2\text{O}_5$). Bahan kimia ini merupakan pengawet anorganik yang berfungsi sebagai desinfektan, antioksidan dan pengawet makanan, bahan ini dapat menyebabkan reaksi alergi pada orang yang sensitif terhadap sulfat (Prajna, 2015). Hasil pendampingan diperoleh penggunaan ekstrak manggis dan kapur sirih dapat berperan sebagai pengganti bahan kimia tersebut. Pengolahan gula jawa biasanya dilakukan dengan merebus nira diatas wajan. Hasil pendampingan mendapatkan selama ini warga menggunakan kawat besi dan detergen untuk mencuci wajan, selain itu sebagai campuran digunakan parutan kelapa. Ternyata penggunaan detergen dapat mengurangi mutu gula jawa, penggunaan kawat besi menyebabkan serpihan kawat menempel pada wajah sehingga bercampur pada gula jawa.

Pengajuan No P.IRT ke Dinas Kesehatan berlangsung dengan lancar. No.P.IRT telah diperoleh dengan no PIRT 2093401010648-24. Berbekal nomer tersebut maka kemasan didesain menggunakan plastik aluminium foil dan plastik transparan yang disegel bagian atas. Desain kemasan dapat dilihat pada gambar 1. Produk tersebut dipasarkan dengan merk dagang Gunung Gondong dengan bobot 1 kg dan harga jual Rp. 25.000 dari produsen. Harga tersebut jauh diatas harga tanpa kemasan yang hanya dijual dengan harga Rp. 18.000 per kg. Naimah dan Soesilo (2015) menjelaskan bahwa no P.IRT memiliki banyak manfaat salah satunya adalah promosi, produk yang telah memperoleh no P.IRT tidak perlu sembunyi dari pengawasan pemerintah.

Simpulan

Rangkaian kegiatan penyuluhan mengenai sistem pembukuan sederhana, penyuluhan tentang pemasaran dan penyuluhan tentang pengemasan, pengolahan gula jawa serta pendampingan proses produksi gula jawa yang higienis serta proses pengajuan No. P. IRT ke dinas kesehatan telah dilakukan. Hasil akhir dari pengabdian ini adalah adanya Produk Dusun Tangkisan I sudah dipasarkan di jejaring took TOMIRA dan beberapa koperasi milik daerah dengan merk dagang Gunung Gondong. Produk tersebut memiliki No PIRT 2093401010648-24 dengan bobot 1 kg dan harga jual Rp. 25.000 dari produsen. Harga tersebut jauh diatas harga tanpa kemasan yang hanya dijual dengan harga Rp. 18.000 per kg.

Ucapan Terima Kasih

Terima kasih kepada Lembaga Penelitian, Publikasi, Dan Pengabdian Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan hibah pengabdian kepada Masyarakat dengan no SK 2816/SK-LP3M/I/2019 Tahun Akademik 2018/2019. Terima kasih juga dihaturkan kepada Asmuni Ari selaku kepala dusun Tangkisan I, bapak Supardi selaku ketua karang taruna dan kelompok KKN 31.

Daftar Pustaka

- BPS Kabupaten Kulonprogo. 2018. *Kecamatan Kokap Dalam Angka*. PT. Solo Grafika Utama.
- Murina, Sasha, and Rahmawati. 2017. "Pengaruh Tingkat Pendidikan, Kualitas Pelatihan, Dan Pengalaman Kerja Aparatur Desa Terhadap Pemahaman Laporan Keuangan Desa (Studi Pada Kecamatan Banda Raya Kota Banda Aceh)." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi Unsyiah* 2(3): 111-21.
- Naimah, and Soesilo. 2015. "Manfaat Legalitas P-IRT Bagi Pengembangan Usaha Dalam Prrogram IBM Kripik Pisang Berkulit." *Jurnal Pengabdian Masyarakat IPTEKS* 1(2): 51-63.
- Rahmawati, Fitri. 2013. *Pengemasan Dan Pelabelan*.
- Santoso, Hieronymus Budi. 1993. *Pembuatan Gula Kelapa*. Kanisius.

Peningkatan Capacity Akses Informasi Pasar Bagi UKM Industri Kuningan Di Desa Tumang

Nuryakin¹, Susanto²

^{1,2}. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta Brawijaya Road, Bantul, Yogyakarta City, 55183. Indonesia
Email: nuryakin@umy.ac.id

Abstrak

Kehadiran UMKM memiliki peran penting dalam mendukung pertumbuhan perekonomian. Namun terkadang keberadaan mengalami keterlambatan dalam pengembangannya. Permasalahan yang dihadapi UMKM, yaitu keterbatasan modal kerja, sumber daya manusia yang rendah, dan kurang cakupannya penguasaan ilmu pengetahuan dan teknologi. Permasalahan UMKM sifatnya closed loop problems (tidak terselesaikan dengan tuntas), masalah konvensional yang seringkali muncul pada UMKM berupa rendahnya kemampuan SDM, kepemilikan, pembiayaan, pemasaran, inovasi produk, akses informasi dan masalah lain yang berkaitan dengan pengelolaan usaha. Kegiatan pengabdian ini dilakukan untuk memberikan pelatihan kepada para pelaku UKM industri kuningan berbasis ekspor tentang market information accessibility capacity sehingga meningkatkan akses mereka dalam mencari informasi pasar. Kegiatan ini dilakukan dengan menggunakan mini FGD (Focus Group Discussion) dan pelatihan kepada para pelaku UKM Kuningan di desa Tumang Kecamatan Cepogo Kabupaten Boyolali. Setelah dilakukan kegiatan pelatihan peningkatan kapasitas akses informasi pasar bagi UKM kuningan di desa Cepogo Kecamatan Boyolali telah memberikan pemahaman tentang upaya yang perlu dilakukan dalam peningkatan akses informasi pasar, diantaranya melalui kegiatan sosialisasi, kegiatan pembentukan klaster industri kuningan, pembentukan modal sosial masyarakat, pembuatan produk kuningan yang memiliki ciri kekhasan desa Tumang agar dan kegiatan sharing informasi. Kegiatan tersebut juga diharapkan mampu mengurangi jumlah kemiskinan dengan penyediaan lapangan kerja bagi masyarakat disekitar lewat peningkatan akses informasi pasar dan pemberdayaan masyarakat sekitar.

Katakunci: Akses informasi pasar, market capacity, Usaha Kecil Menengah

Pendahuluan

Peran sektor usaha kecil dan menengah (UKM) diyakini mampu menggerakkan perekonomian suatu negara (Audretsch, Van der Horst, Kwaak, dan Thurik, 2009; Carrter dan Jones-Evans, 2006). Hal ini senada dengan survey yang dilakukan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) yang menyebutkan kontribusi sektor UKM di Indonesia terbukti sangat signifikan bagi perekonomian nasional dengan menyumbang 60% Produk Domestik Bruto dan menyerap 97% tenaga kerja nasional (Siaran Pers OJK: SP-38/DKNS/OJK/5/2016). Secara nyata,

UMKM menyumbang dalam mengurangi jumlah kemiskinan dengan penyediaan lapangan kerja bagi masyarakat.

Pentingnya peranan sektor UKM dalam mendukung pertumbuhan perekonomian, namun sering mengalami keterlambatan dalam pengembangannya. Permasalahan yang dihadapi UKM, yaitu keterbatasan modal kerja, sumber daya manusia yang rendah, dan kurang cakupannya penguasaan ilmu pengetahuan dan teknologi. Hal ini senada dengan penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa permasalahan UKM sifatnya *closed loop problems* (tidak terselesaikan dengan tuntas), masalah konvensional yang seringkali muncul pada UKM berupa rendahnya kemampuan SDM, kepemilikan, pembiayaan, pemasaran, inovasi produk, akses informasi dan masalah lain yang berkaitan dengan pengelolaan usaha.

Secara khusus, tujuan dari pengabdian ini adalah mengkaji dan menganalisis esensi dan peran secara langsung maupun tidak langsung yang berkaitan dengan kapasitas akses informasi pasar melalui program pelatihan.

Tinjauan Pustaka

Banyak para ahli mengakui bahwa pengetahuan pasar sebagai satu-satunya sumber untuk pengembangan ekonomi. Perubahan di lingkungan organisasi menuntut perusahaan menganggap pengetahuan sebagai kekayaan sehingga akan lebih efisien dalam mendapatkan keuntungan kompetitif daripada mereka yang fokus pada aset berwujud. Ini menuntut kepada manajer untuk membangun sebuah budaya organisasi yang mendorong penciptaan, diseminasi, berbagi dan pemanfaatan pengetahuan untuk perbaikan bisnis (Boumarafi & Jabnoun, 2008). Berbagai penelitian tentang isu proses terkait seperti penciptaan, pengembangan, kodifikasi, penyimpanan, distribusi, berbagi dan pemanfaatan pengetahuan pasar (Zaim, Bayyurt, Tarim, Zaim, & Guc, 2013). Untuk mencapai keunggulan kompetitif di pasar, dan mencapai kinerja perusahaan yang unggul, perusahaan harus mengidentifikasi, mencari, mengembangkan, mempertahankan, dan memberikan kompetensi yang telah dimilikinya.

Kompetensi pengetahuan pasar telah diakui sebagai sumber keuntungan kompetitif dan digambarkan sebagai sebuah kompetensi inti (Hamal dan prahalad, 1994), pengetahuan yang khas (Day, 1994), sumber daya yang unggul (Hunt dan Morgan, 1995), dan aset strategis (Barney, 1991). Lebih lanjut, para peneliti menyadari peran pengetahuan pasar di bidang pemasaran dengan merumuskan strategi dan implementasi, dan mengusulkan bahwa perusahaan-perusahaan harus memperoleh informasi tentang pesaing dan menggunakannya di sebuah departemen yang terkoordinasi untuk menggunakan strategi, pemahaman, penciptaan, seleksi, pelaksanaan, dan modifikasi strategi yang akan dijalankan (Kohli & J. Jaworski, 1990; Slater & Narver, 1994).

Dalam sebuah lingkungan eksternal yang semakin kompetitif, organisasi terus-menerus berusaha untuk belajar pada sebuah tren pasar baru dan ide-ide dalam rangka menjadi yang terdepan (Hoe, 2008). Lebih lanjut Hoe (2008) menjelaskan sebagai akibatnya, bentuk baru dari kemampuan belajar organisasi muncul di mana organisasi mampu menerapkan pengetahuan pasar yang dihasilkan dari pelanggan dan pesaing sehingga memodifikasi perilaku

perusahaan dalam merespon kompetisi. Penerapan pengetahuan tersebut merupakan kebijakan perusahaan dalam membentuk pasar yang menguntungkan pelanggan dan mengembangkan produk baru sehingga mampu memperluas jaringan pelanggan.

Peneliti lain seperti Kohli dan Jaworski (1990) mendefinisikan orientasi pasar sebagai *generation of market intelligence, dissemination of the intelligence across departments and organization-wide responsiveness*. Lebih lanjut, Kohli dan Jaworski (1990) menganalisis orientasi pasar di tingkat aktivitas organisasi tersebut. Di sisi lain, pandangan Narver dan Slater (1990) menjelaskan orientasi pasar dianggap sebagai suatu aspek budaya organisasi. Mereka mengukur orientasi pasar di sebuah tingkat perilaku, dan mendefinisikan orientasi, dengan dimensi pelanggan, orientasi pesaing, dan koordinasi *inter-functional*. Kedua pendekatan yang berbeda yang tergabung dalam kerangka tersebut mendefinisikan kompetensi pengetahuan pasar pengetahuan sehubungan dengan fokus proses informasi, pelanggan dan pesaing.

Hou dan Chien (2010) mengatakan pengetahuan pasar telah menjadi aset terbesar usaha modern dan kunci untuk mempertahankan daya saing perusahaan. Agar perusahaan dapat bersaing secara efektif, perusahaan harus memberikan pengetahuan yang dimiliki mereka dan menciptakan pengetahuan pasar baru yang positif bagi posisi mereka dalam memilih pasar. Lebih lanjut dalam studi tersebut Hou dan Chien (2010) menjelaskan dalam rangka untuk mencapai pasar baru, perusahaan harus mengembangkan sebuah kapasitas penyerapan pasar yaitu merupakan kemampuan untuk menggunakan pengetahuan untuk mengenali nilai dari informasi pasar baru, asimilasi, dan menerapkannya untuk menambah pengetahuan dan kemampuannya. Studi tersebut mengukur dimensi pengetahuan pasar yang terdiri dari akuisisi dari pengetahuan pasar, konversi dari pengetahuan pasar, penerapan pengetahuan pasar, dan perlindungan pengetahuan pasar.

Pengetahuan pasar secara bertahap merupakan akumulasi dan berkembang dengan komitmen pasar, komitmen pasar meningkat dengan peningkatan pengetahuan pasar (Johanson & Vahlne, 1977). Tren globalisasi telah mengantar dengan kecepatan pembangunan pada berbagai bidang, diantaranya transportasi, internet dan teknologi informasi serta peningkatan ekonomi dan perdagangan dan pertukaran antar negara (Huang, Hu, & Chen, 2008). Hal tersebut telah membawa perubahan besar dalam lingkungan operasional industri dan bisnis diantaranya pada sebagian negara, terjalannya pertukaran dalam jasa, barang, kreativitas, keuangan yang mulai berkembang di dunia bisnis tanpa adanya hambatan fisik.

Menurut Li dan Calantone (1998) pengetahuan pasar dan kompetensi pengetahuan pasar merupakan dua hal yang saling terkait, namun konsep keduanya terpisah. Pengetahuan pasar diartikan sebagai organisir dan struktur informasi yang berhubungan dengan pasar. Terorganisir tersebut diartikan sebagai hasil dari proses yang sistematis. Sedangkan kompetensi pengetahuan pasar diartikan sebagai proses yang general dan integrasi dari pengetahuan pasar. Kedua konsep tersebut agak berbeda dan menarik untuk diteliti. Lebih lanjut dalam penelitian tersebut dijelaskan kompetensi pengetahuan pasar dalam pengembangan produk dapat

dibentuk melalui tiga proses, yaitu 1) *a customer knowledge process*; 2) *a competitor knowledge process*; 3) *the marketing-research and development (R&D) interface*. Proses pengetahuan konsumen diartikan sebagai seperangkat aktivitas perilaku yang menghasilkan pengetahuan pelanggan dan berkaitan dengan kebutuhan pelanggan saat ini dan potensial untuk produk baru. Sedangkan proses pengetahuan kompetitor berkaitan dengan keterlibatan seperangkat aktivitas perilaku yang menghasilkan pengetahuan tentang pesaing produk dan strategi. Kegiatan penelitian dan pengembangan pemasaran antarmuka merupakan proses dimana proses pemasaran dan pengembangan dikomunikasikan dan bekerjasama dengan pihak lainnya. Berdasarkan uraian tersebut dalam studi ini kompetensi pengetahuan pasar dikembangkan dalam dimensi proses pengetahuan terhadap pelanggan.

Metode Pelaksanaan

Kegiatan ini dilakukan dengan menggunakan mini FGD (*Focus Group Discussion*) dan pelatihan kepada para pelaku UKM Kuningan di desa Tumang Kecamatan Cepogo Kabupaten Boyolali. Peserta Pengabdian dalam penelitian ini adalah para manajer atau pemilik UKM Kuningan yang berbasis ekspor, proses pengabilan data dengan responden dengan wawancara pada saat kegiatan pelatihan. Program ini, mengadopsi definisi SMEs menurut UU No 20/2008 tentang kriteria usaha kecil dan menengah, diantaranya:

- Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 50 juta dan paling banyak Rp. 500 juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha;
- Memiliki hasil penjualan lebih dari Rp. 300 juta sampai dengan 2,5 miliar;
- Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp.500 juta sampai 10 miliar rupiah tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha;
- Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari 2,5 miliar rupiah sampai dengan 50 miliar rupiah.

Pendekatan yang digunakan dalam kegiatan pengabdian ini adalah dengan FGD dan pelatihan. Focus Group Discussion (FGD) atau Diskusi Kelompok Terarah diartikan sebagai bentuk kegiatan yang dilakukan dalam pengumpulan data baik melalui kegiatan wawancara secara kelompok dan dilakukan proses lanjutan melalui pembahasan dalam kelompok tersebut sebagai alat/media paling umum digunakan. Berkenaan dengan kegiatan tersebut, kegiatan ini didampingi oleh fasilitator lapangan dan pembicara dalam kegiatan pemandirian atau pemberdayaan masyarakat dianjurkan juga untuk memahami dan menguasai penggunaan metode FGD ini terutama terkait topik akses informasi pasar bagi pelaku UKM di desa Tumang Cepogo Boyolali. Di dalam kegiatan FGD tersebut ini penulis memaparkan secara ringkas tentang akses informasi pasar melalui pelatihan yang di damping oleh Praktisi. Setelah dilakukan kegiatan FGD kemudian dilakukan pelatihan kepada para pelaku UKM tersebut dalam akses informasi pasar.

Hasil dan Pembahasan

Aktivitas FGD awal

Secara khusus, hasil dari pengabdian ini adalah mengkaji dan menganalisis esensi dan peran secara langsung maupun tidak langsung yang berkaitan dengan kapasitas *market information accessibility* dalam meningkatkan akses jejaring para pelaku UKM Kuningan di desa Cepogo Boyolali.

Berikut kegiatan proses produksi yang ada pada UKM Kuningan di Desa Tumang Kecamatan Cepogo Kabupaten Boyolali.

Gambar 1. Aktivitas FGD awal pelaku UKM industry Kuningan di Desa Cepogo Kab. Boyolali



Sumber: dokumen penulis

Gambar 2. Kegiatan Sosialisasi Informasi Akses Pasar ke Pengrajin Kuningan



Sumber: dokumen penulis

Gambar 3. Kegiatan Sosialisasi Informasi Akses Pasar ke Pengrajin Kuningan



Sumber: dokumen penulis

Aktifitas Kegiatan Pelatihan

Melihat fenomena yang dihadapi oleh UKM di desa Tumang Kecamatan Cepogo Kabupaten Boyolali secara umum adalah bidang manajemen UKM yang selama ini mengangkat permasalahan penelitian bidang manajemen hanya aspek tertentu, misalnya bidang manajemen pemasaran atau keuangan saja, terkait aspek pemasaran (*market access information*), keuangan (*financial*), SDM (*social capital*) dan produksi (*innovation capability*). Sehingga pengabdian ini dapat secara komprehensif menemukan permasalahan UMKM dan menemukan konsep/model empiris yang tepat dalam mengangkat permasalahannya, dengan fokus *research* Pengrajin Kuningan yang ada di Jawa Tengah yang selama ini jarang diangkat untuk dalam kegiatan pengabdian ini.

Gambar 4.. Kegiatan Pelatihan akses informasi Pasar bagi Pelaku UKM Industri Kuningan di Kecamatan Cepogo Kabupaten Boyolali



Sumber: dokumen penulis

Berdasarkan hasil observasi dan kegiatan yang telah dilakukan pada saat kegiatan pengabdian masyarakat, telah berhasil diidentifikasi beberapa permasalahan mitra, maka solusi yang ditawarkan untuk mengatasi permasalahan tersebut adalah sebagai berikut:

- 1) *Focus Group Discussion* (FGD) lanjutan
FGD disini bertujuan untuk mengidentifikasi lebih mendetail terkait *market information accessibility*.
- 2) Pelatihan kapasitas *market information accessibility*
Program pengabdian ini dapat secara komprehensif menemukan permasalahan UMKM dan menemukan konsep/model empiris yang tepat dalam mengangkat permasalahannya, dengan fokus *research* Pengrajin Kuningan yang ada di Jawa Tengah yang selama ini jarang diangkat untuk dalam kegiatan pengabdian ini
- 3) Studi Banding
Studi banding ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan manajemen dalam mengelola UMKM Kuningan di Desa Cepogo Boyolali.
- 4) Pembuatan Website
Website dan Media Sosial ini bertujuan untuk melatih pada UMKM Kuningan di Desa Cepogo Boyolali dalam penguatan akses informasi pasar.

Simpulan

Menyadari persaingan yang semakin ketat pelaku para pelaku UKM industri kuningan harus membuka diri untuk melakukan kolaborasi bisnis sesama para pelaku tersebut. Penting sekali meningkatkan akses informasi pasar ekspor melalui kolaborasi jejaring bisnis, baik internal maupun eksternal, dengan kolaborasi akan dapat mendukung era kompetisi industri 4.0 ditengah persaingan bisnis yang semakin ketat. Penting juga bagi mereka untuk melakukan pembenahan tata kelola UKM Tumang dari sisi SDM (pengelola, pemilik dan juga regenerasi dari anak muda dalam keberlanjutan usaha kerajinan Kuningan melalui training dan pendidikan), bidang produksi (kualitas bahan, teknologi pendukung proses produksi, inovasi produk berbasis kearifan local, penciptaan Paten), bidang keuangan (tata kelola keuangan, standarisasi harga antar kelompok pengrajin melalui kerjasama dan klasterisasi), dan bidang marketing (peningkatan akses pemasaran online melalui digital marketing dan dalam membangun networking bisnis).

Ucapan Terima Kasih

Dengan terselenggaranya program peningkatan capacity akses informasi pasar bagi ukm industri kuningan di desa tumang kecamatan cepogo boyolali, kami menghaturkan terima kasih kepada: Ketua LP3M UMY dan Tim Pengabdian masyarakat, Kepala Desa Tumang dan para perangkat desa, Para pelaku UKM industry Kuningan di desa Tumang Cepogo Boyolali atas semua partisipasi dan kesediaannya dalam kegiatan tersebut.

Daftar Pustaka

- Boumarafi, B., & Jabnoun, N. (2008). Knowledge management and performance in UAE business organizations. *Knowledge Management Research & Practice*, 6(3), 233-238. doi: 10.1057/kmrp.2008.16
- Hoe, S. L. (2008). Perceptions becoming reality: bridging the market knowledge gap. *Development and Learning in Organizations*, 22(2), 18-19. doi: 10.1108/14777280810850697
- Huang, T.-Y., Hu, J.-S., & Chen, K.-C. (2008). The influence of market and product knowledge resource embeddedness on the international mergers of advertising agencies: The case-study approach. *International Business Review*, 17(5), 587-599. doi: 10.1016/j.ibusrev.2008.07.004
- Johanson, J., & Vahlne, J. E. (1977). The Internationalization Process of The Firm-A Model of Knowledge Development and Increasing Foreign Market Commitments. *Journal of International Business Studies*, Vol. 8, 23–32.
- Kohli, & J. Jaworski. (1990). Market-orientation: The construct, research propositions, and managerial implications. *Journal of Marketing*, 54, 1–18.
- Slater, S. F., & Narver, J. C. (1994). Market orientation, customer value and superior performance.. *Business Horizons Journal*, 22–28.
- Zaim, S., Bayyurt, N., Tarim, M., Zaim, H., & Guc, Y. (2013). System Dynamics Modeling of a Knowledge Management Process: A Case Study in Turkish Airlines. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 99, 545-552. doi: 10.1016/j.sbspro.2013.10.524

PKM Peningkatan Daya Saing Kelompok Usaha Konveksi Dan Bordir Joho

Rita Kusumawati¹, Alien Akmalia²

^{1,2} Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Manajemen
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Jalan Brawijaya, Tamantirto, Kasihan, Bantul, Yogyakarta,
55183

¹kusumawatirita@yahoo.com; ²akmalia_alien@yahoo.com

Abstrak

Program ini bertujuan untuk membantu mitra agar lebih mandiri dan meningkatkan daya saing usahanya. Mitra usaha dalam program ini adalah kelompok usaha konveksi dan bordir Joho. Dusun Joho terletak di Desa Condongcatur, kecamatan Depok, Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Kelompok usaha konveksi dan bordir Joho sudah ada sejak tahun 2008. Permasalahan yang dihadapi oleh mitra antara lain: 1). pasar masih terbatas untuk kebutuhan sekolah dan instansi, sedangkan masyarakat umum belum mengenal. 2) Kegiatan pemasaran yang dilakukan belum optimal. 3) mitra juga belum memanfaatkan media promosi dengan optimal. 4) kemampuan pengelolaan administrasi keuangan usaha yang belum baik. Metode yang digunakan untuk menyelesaikan permasalahan mitra adalah melalui pelatihan, pendampingan dan bantuan media pemasaran. Hasil dari program ini adalah: 1) mitra memiliki akun pemasaran online di IG dan marketplace tokopedia; 2) mitra memiliki buku katalog produk; 3) titik usaha mitra sudah ada di googlemap, 4) mitra memiliki papan nama usaha; 5) mitra memiliki video profile; 6) mitra memiliki catatan administrasi keuangan.

Kata Kunci: daya saing usaha, konveksi, bordir, pemasaran online, marketplace

Pendahuluan

Lingkungan bisnis yang terus menerus mengalami perubahan dan persaingan yang semakin ketat membuat pelaku usaha harus berfikir keras agar tetap dapat berkompetisi di kancah persaingan tersebut. Pelaku usaha hendaknya memiliki kemampuan untuk mendeteksi trend yang muncul, memiliki kemampuan pengambilan keputusan dengan cepat dan akurat serta memiliki kecakapan untuk selalu mencari inovasi baru dalam menjalankan bisnisnya. Untuk bisa berkompetisi di tengah persaingan yang semakin ketat, suatu usaha dituntut untuk memiliki daya saing yang kuat. Upaya peningkatan daya saing perlu selalu dilakukan bagi perusahaan juga bagi UMKM.

Salah satu usaha UMKM di daerah Sleman adalah usaha Konveksi dan Bordir yang tergabung didalam "Kelompok usaha Konveksi dan Bordir Joho". Lokasi tepatnya berada di dusun Joho, Desa Condong Catur, Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman, ± 1 km arah barat terminal Condong Catur atau 2 km arah utara kota Yogyakarta. Pada awalnya, di wilayah itu usaha konveksi dan bordir hanya ada beberapa, kemudian lama kelamaan berkembang

semakin banyak, para pengrajin awalnya bekerja di tempat orang lain sebagai penjahit hingga mahir, selanjutnya mereka mendirikan usaha sendiri. Setelah banyak yang memiliki usaha sejenis, maka pada awal tahun 2008 dibentuk kelompok usaha konveksi dan bordir yang diketuai oleh Bapak Supriyanto dengan anggota sekitar 38 orang. Pembentukan kelompok ini ditujukan untuk menghindari persaingan yang tidak sehat diantara pelaku usaha di daerah tersebut dan agar anggotanya saling membantu dalam menjalankan usahanya dan saling menjaga kualitas. Kerjasama antar pengrajin sudah cukup baik, jika pesanan yang datang cukup besar dan pengrajin merasa tidak mampu mengerjakannya, maka mereka saling bekerjasama untuk menyelesaikan pesanan tersebut.

Produk yang dihasilkan oleh pengrajin dalam kelompok iniantara lain topi bordir, topi drumband, jaket, kaos, toga, atribut sekolah, seragam sekolah dan lain-lain (gambar 1). **Akses pasar usaha konveksi dan bordir Joho selama ini masih terbatas** Selama ini konsumen masih terbatas pada instansi dan sekolah, belum banyak masyarakat umum yang membeli produk yang dihasilkan kelompok usaha ini. Terbatasnya akses pasar ini kemungkinan disebabkan karena **masih belum optimalnya strategi pemasaran** yang dilakukan pengrajin. Suatu usaha memerlukan strategi pemasaran yang baik dan tepat sasaran agar usaha tersebut memiliki daya saing yang kuat. Dalam mengenalkan produknya ke pasar, **pengrajin belum memanfaatkan media promosi** yang tersedia saat ini. Produk selama ini dipasarkan di wilayah yogyakarta dan jawa tengah, walaupun ada pesanan dari luar DIY seperti Aceh, medan, Jambi, Palembang, Kalimantan, jumlahnya masih terbatas. Pesanan dari luar DIY ini biasanya berasal dari guru yang kebetulan sedang mengikuti penataran di P4TK di dekat wilayah Joho.

Dari segi aspek pemodal dan finansial, umumnya sumber modal usaha anggota kelompok berasal dari modal pribadi dan pinjaman. Penghasilan yang diterima pengrajin tergantung dari besarnya pesanan yang datang, dengan rata-rata omset pertahun sekitar Rp 75.000.000,- tiap pengrajin. Sistem administrasi dan keuangan yang diterapkan oleh sentra ini masih bersifat tradisional dan bercampur dengan administrasi keluarga. **Mayoritas anggota kelompok belum memiliki kemampuan yang memadai dalam membuat catatan administrasi keuangan.** Padahal pencatatan keuangan sangat penting bagi suatu usaha, diantaranya adalah: memudahkan pemilik untuk mengurai masalah terkait usaha, sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan terkait jalannya usaha, agar memudahkan pemilik dalam mengontrol jalannya usaha dan sebagai bahan untuk mengajukan tambahan modal kepada investor atau pemberi pinjaman (Sandy, 2017)

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi, maka program ini difokuskan pada program peningkatan daya saing usaha melalui optimalisasi pemasaran dan administrasi keuangan dengan rincian kegiatan yaitu: (1) Melakukan perluasan pasar dan memaksimalkan media promosi dengan cara: mengadakan pelatihan pemasaran online, pembuatan akun online marketing, pembuatan katalog produk, pembuatan titik usaha di google map, pembuatan papan nama kelompok usaha, pembuatan video profile usaha, dan pendampingan pemasaran; (2) Meningkatkan kemampuan pengelolaan keuangan usaha dengan cara: mengadakan

pelatihan pengelolaan dan pencatatan keuangan usaha, dan pendampingan pengelolaan dan pencatatan keuangan usaha.

Tujuan dari program ini adalah membantu mitra agar lebih mandiri dan meningkatkan daya saing usahanya melalui optimalisasi pemasaran dan pencatatan administrasi keuangan. Kegiatan pemasaran yang optimal diharapkan akan memperluas jangkauan pemasaran sehingga omset penjualanpun akan meningkat.

Metode Pelaksanaan

Metode pelaksanaan program peningkatan daya saing usaha untuk mitra bisa dilihat pada tabel

Tabel 1. Metode Pelaksanaan Pemecahan Masalah Usaha

No	Masalah	Solusi / Metode Pemecahan Masalah
1.	Pasar masih terbatas untuk kebutuhan sekolah dan instansi, sedangkan masyarakat umum belum mengenal. Kegiatan pemasaran yang dilakukan belum optimal. Selain itu, mitra juga belum memanfaatkan media promosi dengan optimal. Selama ini mitra memasarkan produknya hanya berdasarkan pesanan, promosi yang digunakan masih sangat sederhana yaitu dengan metode "words of mouth".	<p>Untuk memperluas jangkauan pemasaran maka dilakukan beberapa kegiatan yaitu:</p> <p>1.1 Pelatihan dan Pendampingan pemasaran online</p> <p><u>Partisipasi Mitra:</u> Mitra menyediakan lokasi untuk pelatihan dan membantu mengkoordinir para pemilik usaha kecil di wilayah mitra untuk berpartisipasi aktif dalam pelatihan.</p> <p>1.2. Pembuatan media promosi berupa: akun online marketing; katalog produk; titik usaha di google map; papan nama kelompok usaha; dan video profile usaha</p> <p><u>Partisipasi Mitra:</u> Mitra menyediakan materi berupa foto dan informasi terkait yang dibutuhkan untuk membuat media pemasaran</p>
2.	Sebagian besar pengrajin belum memiliki kemampuan pengelolaan keuangan usaha dan catatan administrasi keuangan yang baik. Bahkan banyak yang tidak memiliki pencatatan keuangan untuk usahanya. Mereka masih mencampur keuangan usaha dan keuangan rumah tangga mereka sehingga akan sulit melihat. memperhitungkan kemajuan usaha yang dijalankan.	<p>Dalam rangka memberikan kemampuan pengelolaan keuangan dan menunjang berkembangnya usaha, mitra akan diberikan Pelatihan dan pendampingan pengelolaan dan pencatatan keuangan usaha.</p> <p><u>Partisipasi Mitra:</u> Mitra menyediakan lokasi untuk pelatihan dan membantu mengkoordinir para pemilik usaha kecil di wilayah mitra untuk berpartisipasi aktif dalam pelatihan.</p>

Hasil dan Pembahasan

Persaingan menjadi suatu kewajaran yang tidak bisa dihindarkan. Setiap produsen baik jasa dan manufaktur bersaing sangat ketat. Pihak manajemen dari setiap produsen berupaya untuk menghasilkan suatu produk / jasa yang berkualitas sesuai dengan keinginan konsumen dan dalam rentang biaya yang rendah. Perusahaan yang dapat bertahan dan berkembang menjadi lebih baik adalah perusahaan yang dapat mentransformasikan keinginan dari setiap pelanggan dan memajukan sistem di dalam perusahaan tersebut (Meliala, Matondang, & Sari, 2014). Untuk menghadapi persaingan yang semakin kompetitif di era digitalisasi membuat pelaku usaha harus terus berusaha meningkatkan daya saing usaha mereka. Permasalahan peningkatan daya saing perusahaan dikaitkan dengan usaha kecil-menengah (UKM) menjadi hal yang sangat menarik dan penting untuk diperhatikan. Ditengah ketangguhannya menghadapi krisis yang terjadi dalam perekonomian, serta kontribusinya yang besar dalam sektor perekonomian khususnya bagi penyerapan tenaga kerja dan pemerataan, usaha kecil-menengah sesungguhnya memiliki masalah yang sangat rumit dan mengakar, yaitu lemahnya kompetensi yang dimiliki pada berbagai aspek pengelolaan bisnisnya (Churiyah, 2013).

Untuk membantu kelompok usaha konveksi dan bordir Joho meningkatkan daya saing usaha, maka dalam program pengabdian ini ada beberapa kegiatan yang dilakukan yaitu dengan memperbaiki sistem pemasaran memanfaatkan teknologi dan juga memperkuat *skill* pengelolaan administrasi keuangan. Berikut adalah penjelasan rinci pelaksanaan kegiatan pengabdian PKM di wilayah Joho.

A. Perluasan Pasar melalui media promosi online dan offline

Sesuai dengan permasalahan yang dihadapi kelompok usaha konveksi dan bordir yang luas pasarnya masih terbatas, maka dilakukan beberapa upaya dalam rangka memperluas pasar kelompok usaha konveksi dan bordir Joho, diantaranya dengan memberikan pelatihan pemasaran online kepada pelaku usaha konveksi dan bordir Joho, melakukan pendampingan pemasaran online, pembuatan akun pemasaran online di *instagram*, di *marketplace* tokopedia, pembuatan katalog produk, pembuatan video *profile*, dan pembuatan titik di *google map*.

1. Pelatihan Pemasaran Online

Perkembangan teknologi merubah sistem pemasaran dari yang tadinya hanya *offline* berkembang menjadi pemasaran *online*. Pemasaran online merupakan bagian dari *e-commerce*. Peran *e-commerce* penting terhadap daya saing produk, karena didalam *e-commerce* perusahaan dapat melakukan promosi penjualan serta dapat berinteraksi secara langsung dengan pelanggan yang berdampak pada meningkatkan volume penjualan serta mampu mempromosikan produk-produk industri cukup tinggi. (Jauhari & Jaidan, 2010). Pemasaran online merupakan pemasaran yang dilakukan melalui sistem komputer. (Kotler & Armstrong, 2018). Pemasaran online memberikan banyak manfaat yang tidak didapatkan pada pemasaran *offline*. Manfaat tersebut diantaranya adalah: tidak terbatas ruang dan waktu, biaya pemasaran

lebih murah, kemudahan dalam memilih target pasar, organisasi lebih mudah dan sederhana, kemudahan mengelola barang, pelayanan lebih fokus, riset pasar lebih mudah. (Bisnis UKM, 2019).

Pelaku usaha konveksi dan bordir di Indonesia sudah banyak yang melakukan pemasaran secara online baik itu lewat media sosial maupun *marketplace*. Karena itu agar bisa bersaing dan mampu bertahan di era digital ini pelaku usaha konveksi dan bordir di Joho perlu diberikan pelatihan pemasaran *online*. Pelatihan pemasaran online diberikan selama 4 sesi dimana materi diberikan oleh bapak Muhammad Miftahun Nadzir, BABA, MBA, dihadiri oleh sekitar 25 orang anggota kelompok usaha konveksi dan bordir Joho. Selama pelatihan, peserta terlihat tertarik dan antusias dalam menerima materi yang disampaikan. Kendala yang dihadapi adalah ketika pelaku usaha tersebut orang yang sudah berumur mengalami kesulitan didalam menerima materi. Karena itu dalam sesi pelatihan berikutnya, didampingi oleh anak/keluarga yang “melek” teknologi.

Gambar 1. Pelatihan Pemasaran Online dengan narasumber bapak Miftahun Nadzir



Sumber: dokumen penulis

2. Pembuatan Akun Pemasaran Online.

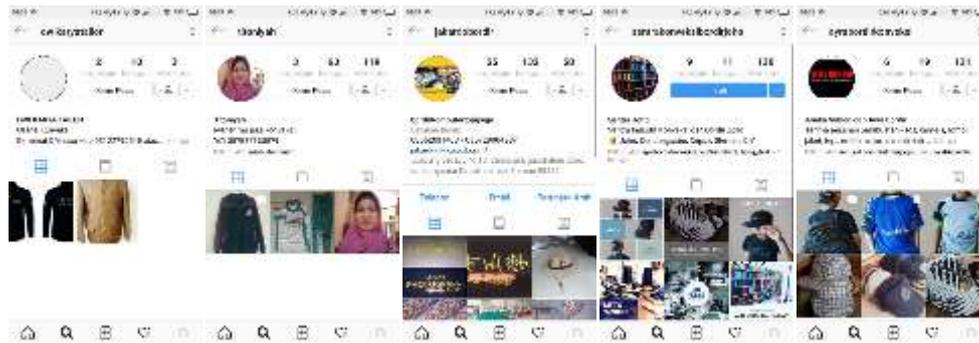
Setelah mengikuti pelatihan, selanjutnya dilakukan pendampingan pembuatan akun pemasaran online di instagram dan *marketplace* di tokopedia. Selain melakukan pendampingan selama program pengabdian berjalan, tim juga membuatkan buku petunjuk penggunaan/ pengoperasian akun pemasaran online baik di instagram maupun di marketplace tokopedia. Dengan adanya buku tersebut, maka setelah tim tidak lagi mendampingi, para pelaku usaha tetap bisa mengoperasikan akun pemasaran onlinenya.

Gambar 2. Foto kegiatan Pendampingan Pemasaran Online



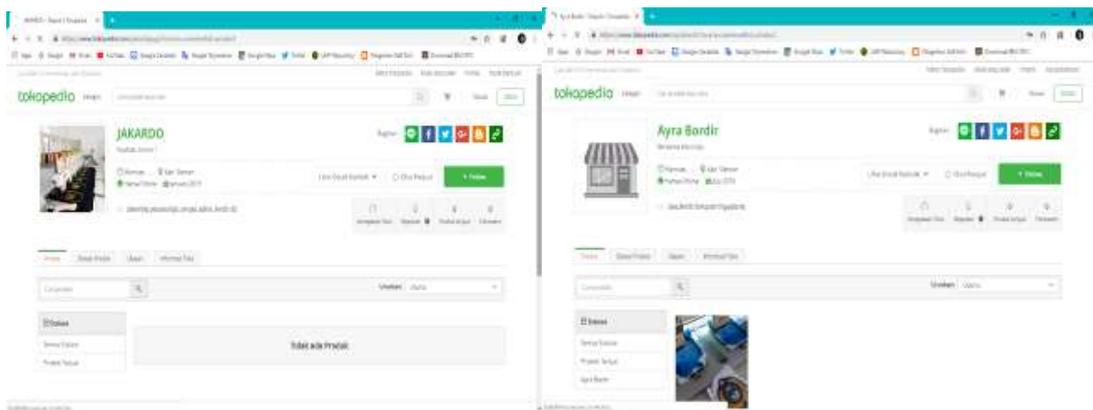
Sumber: dokumen penulis

Gambar 3 Contoh akun instagram pemilik usaha



Sumber: dokumen penulis

Gambar 4. contoh marketplace pelaku usaha konveksi dan bordir Joho di Tokopedia



Sumber: dokumen penulis

3. Pembuatan Katalog produk

Selain melakukan pemasaran online, upaya untuk memperluas pasar secara *offline* juga perlu ditingkatkan. Untuk mempermudah promosi produk ke pasar, maka kelompok usaha konveksi dan bordir Joho dibantu/didampingi untuk membuat katalog produk. Dengan adanya katalog akan memudahkan bagi kelompok usaha konveksi dan bordir Joho untuk mempromosikan produk yang dihasilkan diberbagai event yang mereka ikuti.

Kegiatan pembuatan katalog ini melibatkan semua tim dan anggota kelompok usaha konveksi dan Joho. Mulai dari pengumpulan materi sampai ke disain katalog melalui hasil diskusi dengan anggota kelompok usaha konveksi dan bordir Joho. Adapun buku katalog produk kelompok usaha konveksi dan bordir dapat dilihat pada gambar 5 berikut ini

Gambar 5. Katalog Produk Kelompok Usaha Konveksi dan Bordir Joho

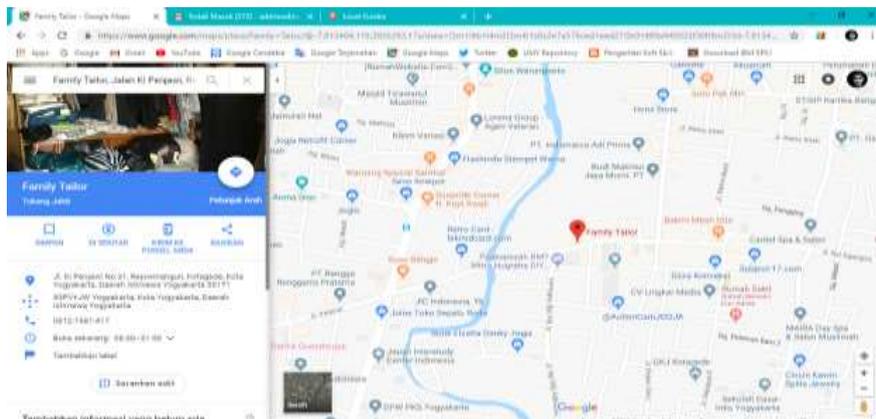


Sumber: dokumen penulis

4. Pembuatan titik usaha di *google map*

Perkembangan teknologi membuat kita semakin mudah lokasi tertentu dengan memanfaatkan google maps termasuk mencari lokasi usaha/restoran/toko dan yang lainnya. Agar lokasi usaha kelompok usaha konveksi dan bordir Joho mudah ditemukan, maka tim membantu membuatkan titik di google map untuk masing-masing usaha anggota kelompok tersebut. Berikut adalah titik usaha di google map

Gambar 6 Contoh titik usaha anggota kelompok usaha konveksi dan bordir Joho di google map



Sumber: dokumen penulis

5. Pembuatan papan nama kelompok usaha

Papan nama seperti halnya brosur/katalog produk merupakan alat promosi. Papan nama berfungsi sebagai identitas usaha atau brand atau produk disuatu tempat atau

lokasi.berdasarkan fungsinya tersebut, tim emandang penting untuk membuat papan nama di lokasi usaha konveksi dan bordir Joho. Papan nama kelompok usaha konveksi dan bordir Joho di jalan besar sudah dibuatkan atas bantuan Disperindag Sleman. Karena itu, tim membuat papan nama di lokasi ketua kelompok usaha konveksi dan bordir Joho.

Gambar 6. papan nama usaha dan buku katalog produk



Sumber: dokumen penulis

6. Pembuatan video profile

Video profile penting sebagai media pemasaran. Pembuatan video profile kelompok usaha konveksi dan bordir Joho melibatkan semua anggota kelompok usaha konveksi dan bordir Joho dan semua tim pengabdian. Dalam proses pembuatan video profile melalui proses diskusi dengan semua tim baik dari tim pengabdian maupun pengurus dan anggota kelompok usaha

B. Pelatihan dan pendampingan Pengelolaan Keuangan Usaha

Pengelolaan keuangan usaha seringkali disebut sebagai jantung sebuah usaha. Pengelolaan keuangan yang tidak baik bisa menyebabkan kondisi buruk bagi perusahaan. Tidak sedikit UMKM yang terpaksa harus menghentikan kegiatan operasionalnya karena kondisi keuangan yang tidak stabil. Kondisi keuangan yang tidak stabil ini adalah salah satu contoh kurangnya manajemen keuangan yang pasti dan jelas. Manajemen keuangan bagi UMKM memiliki fungsi yaitu: rencana keuangan lebih jelas, mengetahui besarnya utang yang dimiliki, kesalahan penggunaan dana dapat dihindari, mengetahui biaya operasional, mengendalikan keuangan, dan pengawasan biaya. (Rifzan, 2019).

Mengingat pentingnya pengelolaan keuangan usaha dengan baik bagi UMKM, maka dalam program ini dilakukan pelatihan pengelolaan administrasi keuangan yang diberikan selama 4 sesi dengan narasumber ibu Rita Kusumawati, SE, M.Si dan bu Alien Akmalia, SE.M.Sc. Materi yang diberikan adalah Pengelolaan keuangan UMKM, pencatatan administrasi keuangan, dan upaya untuk memperoleh pinjaman dana. setelah mengikuti pelatihan, selanjutnya pelaku usaha didampingi dalam mencatat administrasi keuangan usaha

dan dalam pengelolaan keuangan usaha. Berikut adalah beberapa foto kegiatan pelatihan dan pendampingan serta contoh catatan administrasi keuangan pelaku usaha di Joho.

Gambar 7. Pelatihan Pengelolaan Keuangan Usaha



Sumber: dokumen penulis

Gambar 9. Contoh catatan administrasi keuangan pelaku usaha



Sumber: dokumen penulis

Simpulan

Kesimpulan dari pelaksanaan program PKM ini adalah:

1. Terbangunnya kesadaran mitra untuk meningkatkan daya saing melalui beberapa aspek.
2. Terbangunnya pemahaman akan pemasaran online
3. Terbangunnya kesadaran dan pemahaman akan pentingnya pencatatan administrasi keuangan usaha.

Saran

Dari semua program yang telah dijalankan diajukan saran saran sebagai berikut:

1. UMKM harus selalu menyesuaikan dengan perkembangan lingkungan pasar agar mampu mempertahankan daya saing
2. Pemerintah setempat perlu merancang program yang tepat sasaran untuk meningkatkan daya saing usaha UMKM

Ucapan Terima Kasih

Pada kesempatan ini kami menyampaikan terimakasih kepada:

1. Bapak Supriyanto, Ketua Kelompok Usaha Konveksi dan Bordir Joho.
2. Disperindag Sleman.
3. LP3M Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah mendanai program pengabdian masyarakat ini dengan skema Program Kemitraan Masyarakat (PKM),

Daftar Pustaka

- Bisnis UKM (2019). Retrieved juli 15, 2019, from Bisnis UKM: <https://bisnisukm.com/manfaat-pemasaran-online-bagi-keberhasilan-bisnis.html>
- Churiyah, M. (2013). Strategi Bersaing dan Core Capability Pada Usaha Konveksi dan Bordir. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 249-257.
- Jauhari, & Jaidan. (2010). Upaya Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dengan e commerce. *Jurnal Sistem Informasi Vol 2 No 1*.
- Kotler, & Armstrong. (2018). *Principles of marketing*. Prenhallindo.
- Meliala, A. S., Matondang, N., & Sari, R. M. (2014). STRATEGI PENINGKATAN DAYA SAING USAHA KECIL DAN MENENGAH (UKM) BERBASIS KAIZEN. *Jurnal Optimasi Sistem Informasi*, 641-664
- Rifzan. (2019). Retrieved juli 15, 2019, from Cara Investasi Bisnis: <https://carainvestasibisnis.com/6-fungsi-manajemen-keuangan-umkm/>
- Sandy, W, 2017, Tata Kelola Administrasi Keuangan Sederhana Bagi UMKM, dan Kelompok Usaha Bersama, <https://widytaurus.wordpress.com/2017/11/16/tata-kelola-administrasi-keuangan-sederhana-untuk-umkm-dan-kelompok-usaha-bersama/>

Pemberdayaan Masyarakat Ngepas Kidul melalui Budi Daya Jahe

Sunarno¹⁾, Putri Anggia²⁾

^{1,2)} Fakultas Hukum, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta email: sunarno@umy.ac.id
Jl. Brawijaya, Tamantirto, Kasihan, Bantul, Yogyakarta 55183

Abstrak

Keberdayaan masyarakat petani dalam berbagai aspek di era milenial adalah sangat dibutuhkan. Kelompok masyarakat petani di berbagai sektor Pertanian termasuk Pertanian jahe dituntut untuk berdaya dari aspek Pengetahuan, SDM dan Kelembagaan dan jaringan pemasaran. Program PPM ini bertujuan untuk memberikan upaya pemberdayaan di berbagai aspek berupa menambah pengetahuan dan skill, memperkuat kelembagaan, dan memberikan pendampingan dalam rangka ekspansi jaringan pasar. Metode program ini adalah dengan pola penyuluhan, motivasi, pelatihan dan pendampingan sehingga tujuan dari program ini tercapai. Hasil dari program ini bahwa keberdayaan pada aspek pengetahuan dan skill dengan metode penyuluhan telah berhasil walaupun belum maksimal, pemberdayaan kelembagaan sudah dipahami dan dilaksanakan melalui penguatan kelompok kelompok tani misalnya kelompok tani wanita, sedangkan penguatan kelembagaan dalam bentuk badan hukum baru tahap persiapan dan melengkapi anggaran dasar dan anggaran rumah tangga (AD/ART). Begitu pula produk jahe sementara ini baru sebatas membuat trade merk, untuk sampai ke hak paten masih perlu dipersiapkan syarat syarat Administrasi dan syarat teknis dan klinis.

Kata kunci: *Budidaya Jahe, Jahe, Pemberdayaan Masyarakat, Kelompok Petani.*

Pendahuluan

Yogyakarta dikenal sebagai daerah pariwisata, objek wisata yang dimiliki cukup bervariasi baik keindahan alam pegunungan, pantai, maupun objek wisata kebudayaan, di antaranya Candi Prambanan, Candi Borobudur, dan Kraton Ngayogyakarta. Industri pariwisata menjadi beraneka ragam di mana masyarakat Yogyakarta tentunya berlomba-lomba menyajikan hal yang berbeda sehingga lahir konsep-konsep yang baru. Masyarakat Yogyakarta dituntut untuk kreatif agar dapat bersaing dan bertahan dalam industri pariwisata tersebut. Salah satu industri yang menarik di kota wisata adalah kuliner baik sebagai makanan kekhasan daerah juga menjadi tanda mata ketika kembali ke daerah asal.

Wisata kuliner yang terkenal dan cukup iconic dari Yogyakarta adalah gudeg, bakpia, oseng-oseng mercon, namun terdapat satu kuliner khas Yogyakarta yang tergolong baru dan diminati banyak orang. Yaitu sirup wedang jahe, wedang jahe tentunya sudah sangat familiar dikenal karena memang merupakan minuman khas tradisional Jawa. Namun demikian sirup

wedang jahe ini menjadi suatu trend baru di kalangan para pelancong untuk dijadikan oleh-oleh maupun konsumsi masyarakat luas pada umumnya.

Salah satu daerah sentra produksi sirup wedang jahe ini sekaligus menjadi pioneernya adalah Dusun Ngepas Kidul, Donoharjo, Ngaglik, Sleman, DI Yogyakarta. Kecamatan Ngaglik merupakan kawasan penyangga pengembangan (aglomerasi) kota Yogyakarta ke arah utara, dengan pusat pemerintahan terletak di Jl. Kaliurang Km.9, Gondangan, Desa Donoharjo. Desa Donoharjo memiliki 6 dusun yaitu Balong, Brengosan, Jetis, Suruh, Ngepas Lor, Ngepas Kidul. Dusun Ngepas Kidul memiliki 1 pedukuhan, 4 RT, 2 RW, 96 Kepala keluarga dan 300 penduduk didalamnya. Ngepas Kidul memiliki Luas lahan sekitar 10 Ha, yang rata-rata lahan pertanian. Komoditas Dusun Ngepas Kidul sebagian besar hasil Pertanian. Sebagian besar pekerjaan warga dusun ngepas kidul adalah petani atau buruh tani.

Sirup wedang jahe tentunya bahan bakunya berasal dari rempah-rempah terutama jahe. Sehingga diperlukan dalam jumlah banyak tanaman rempah jahe sebagai bahan pokok produksi. Padahal sebagaimana diketahui bahwa menanam jahe memerlukan waktu yang lama sampai dengan proses panennya sehingga diperlukan penanaman yang cukup intensif oleh mayoritas atau kebanyakan petani.

Di Dukuh Ngepas Kidul terdapat centra pabrik pembuatan minuman khas sirup wedang jahe yang terkenal dengan merk "Tiga Teko" dan memiliki omzet per hari ratusan juta. Dengan demand yang tinggi dikarenakan pengadaannya (penanamannya cukup memakan waktu) dan belum tersedia jumlahnya sesuai kebutuhan maka harga jahe cukup tinggi yaitu di seputaran harga Rp. 30.000,- per kilonya. Tetapi masyarakat petaninya tidak banyak yang berminat untuk melakukan budidaya jahe.

Melalui pengabdian kepada masyarakat ini hendak dilakukan program untuk dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar Ngepas Kidul melalui budidaya jahe, maka dengan memberdayakan masyarakat Ngepas Kidul baik mulai dari pelaksanaan penyadaran dengan peningkatan pengetahuan, pelatihan, pendampingan dan pelebagaan kelompok pada produksi tanaman jahe akan menjadi suatu rangkaian program.

Metode Pelaksanaan

Sosialisasi

Tahap pertama akan dilakukan sosialisasi urgensi kegiatan pada Kelompok Tani (1) "Ngudi Makmur" Ngepas, Gapoktan (2) "Dono Makmur" Donoharjo (3) "Holtikutura" Puncak Merapi tentang rencana kegiatan yang akan dilakukan. Kegiatan ini dilaksanakan dalam bentuk pelatihan mengenai strategi budidaya jahe dengan memberikan materi ceramah tentang teknik budidaya jahe. Kemudian dilanjutkan dengan diskusi dalam bentuk Forum Group Discussion (FGD) untuk menyerap aspirasi dari peserta terhadap permasalahan yang masih dikira belum dapat dimengerti dan cara melakukan kegiatan yang sebelumnya ditawarkan.

Pelatihan Pembibitan Jahe dan Penanaman Jahe

Dalam kegiatan ini akan dilakukan alih teknologi untuk transfer wawasan dan pengetahuan kepada masyarakat petani untuk membudidayakan jahe melalui pemahaman dan kesadaran manfaat produksi jahe untuk meningkatkan perekonomian. Serta pada proses pembibitan dan penanaman jahe ini juga dilakukan pendampingan dalam pelaksanaannya.

Pelebagaan Kelompok

Pelebagaan kelompok tani melalui upaya pengurusan badan hukum kelompok wanita tani jahe Ngepas Kidul dan upaya proses permohonan paten berbagai produk Budi daya jahe.

Pengurusan badan hukum ini terkait untuk diprosesnya hak paten di mana untuk merk sudah memiliki dan cukup dikenal familiar di kalangan masyarakat Yogyakarta maupun para wisatawan domestik. Hal ini penting untuk perlindungan hukum terhadap para pihak-pihak yang dapat membuat produk yang sama dengan merk yang sama pula. Sehingga dapat merugikan pihak produsen aslinya.

Hasil Dan Pembahasan

Sosialisasi adalah program awal dalam usaha pemberdayaan masyarakat Ngepas Kidul melalui budi daya jahe, sosialisasi ini sangat penting karena merupakan suatu upaya memasyarakatkan sesuatu (dalam hal ini budidaya jahe) sehingga menjadi dikenal, dipahami, dihayati oleh masyarakat; pemasyarakatan.¹² Kelompok tani yang terlibat adalah kelompok wanita jahe yaitu (1) “Ngudi Makmur” Ngepas, Gapoktan (2) “Dono Makmur” Donoharjo (3) “Holtikutura” Puncak Merapi. Ketiga kelompok tani tersebut sangat memiliki kesempatan dan peluang dalam mengembangkan usaha budidaya tanaman jahe. Program ini dilakukan untuk memenuhi kebutuhan jahe yang masih sangat besar dibandingkan dengan ketersediaan jahe yang masih langka sekali. Secara umum empon-empon masih jarang termasuk kencur dan kunyit-kunyitan. Bibit jahe didapat dari jahe pilihan. Dalam usaha program ini dibantu oleh perusahaan sirup wedang jahe “Tiga Teko” yang cukup terkenal dan telah berhasil dalam usaha jahe nya. Perusahaan sirup wedang jahe memberikan bantuan dengan memberikan partisipasi dalam pemilihan bibit jahe yang bagus. Bibit jahe yang bagus perlu dipilih untuk mendapatkan hasil yang maksimal, yaitu bibit jahe jenis jahe putih/kuning kecil disebut juga jahe sunti/emprit ruasnya kecil di mana bentuknya agak rata sampai dengan agak mengembung. Jahe sunti merupakan jenis jahe yang selalu dipanen setelah berumur tua. Kandungan minyak atsirinya lebih besar dari pada jahe gajah, sehingga rasanya lebih pedas dan seratnya lebih tinggi. Jahe ini juga cocok untuk ramuan obat-obatan dan untuk diekstrak oleorosin dan minyak atsirinya.¹³ Jenis bibit jahe pilihan seperti ini didapatkan dari kelompok tani Kulon Progo.

¹²Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), <https://kbbi.web.id/sosialisasi> diakses pada tanggal 17 April 2019 pukul 18.32

¹³Kemal Prihatman, 2000, *Budidaya Jahe (Zingiber Officinale)*, Sistem Informasi Manajemen Pembangunan di Pedesaan, BAPPENAS, Jakarta.

Sosialisasi berisi mengenai pengetahuan tentang jahe yang bertujuan untuk dapat memberikan kesadaran kepada masyarakat petani agar dapat membudidayakan tanaman jahe ini sehingga produksi dapat terpenuhi karena terkadang ketidaktahuan akan menjadi kendala terhadap potensi yang sebenarnya sudah ada dan hanya dibutuhkan pengelolaan saja. Pengetahuan-pegetahuan tersebut di antaranya mengenai kegunaan dan eksistensi jahe. Seperti disebutkan di atas kegunaan dari jahe, jahe bermanfaat untuk berbagai macam hal. Di antaranya sebagai bumbu masak, pemberi aroma dan rasa pada makanan seperti roti, kue, biscuit, kembang gula, dan berbagai minuman. Jahe juga dapat digunakan pada industri obat, minyak wangi, industri jamu tradisional, diolah menjadi asinan jahe, acar, lalap, bandrek, sekoteng dan sirup. Dalam perdagangan jahe dijual dalam bentuk segar, kering, jahe bubuk, dan awetan jahe. Jahe juga dapat diolah menjadi olahan minyak atsiri dan koresin yang diperoleh dengan cara penyulingan yang berguna sebagai bahan pencampur dalam minuman beralkohol, es krim, campuran sosis. Dalam dunia farmakologi, jahe juga bermanfaat untuk karminatif (peluruh kentut) anti muntah, pereda kejang, anti pengerasan pembuluh darah, peluruh keringat, anti inflamasi, anti mikroba dan parasite, anti pretik, anti rematik, serta merangsang pengeluaran getah lambung dan getah empedu.¹⁴

Perlu diketahui bahwa jahe dapat ditanam di seluruh daerah Indonesia. Sedangkan jahe sudah banyak dibudidayakan di seluruh pelosok dunia, seperti Australia, Srilangka, Cina, Mesir, Yunani, India, Jamaika, Jepang, Meksiko, Nigeria, Pakistan, serta Indonesia. Kualitas tertinggi berasal dari Jamaika, sedangkan produsen terbesar di dunia yaitu 50% dari produksi keseluruhan dunia adalah dari India.¹⁵

Gambar 1. Sosialisasi Dengan Masyarakat Belajar tentang Budidaya Jahe



Sumber: dokumen penulis

¹⁴*Ibid*

¹⁵*Ibid*

Dengan adanya pengetahuan di atas diharapkan para petani dengan ringan hati membudidayakan tanaman jahe menjadi salah satu tanaman pokok usaha bertani. Namun demikian tidak hanya sebatas dari pengetahuan saja, diperlukan juga dukungan dari alam untuk dapat memperoleh hasil yang maksimal. Untuk daerah Ngepas Kidul, Ngaglik, Sleman, DI Yogyakarta telah memenuhi kriteria tersebut, hal ini disampaikan dalam kesempatan pelatihan. Dengan adanya pelatihan mengenal potensi lokasi. Yaitu untuk iklim, media tanaman, dan ketinggian tempat. Iklim yang dibutuhkan tanaman jahe, curah hujan yang cukup tinggi (2.500-4000 mm/tahun). Pada umur 2,5 sampai dengan 7 bulan tanaman jahe memerlukan sinar matahari sepanjang hari (penanaman dilakukan di tempat terbuka). Sedangkan suhu udara mencapai optimum 20-35 derajat celcius. Potensi lokasi selanjutnya yang dimiliki oleh Dusun Ngepas Kidul, mengenai media tanam. Tanaman jahe paling cocok ditanam pada tanah subur, gembur, dan banyak mengandung humus. Tekstur tanah terbaiknya adalah lempung berpasir, liat berpasir, dan tanah laterik. Keasaman tanah (pH) yang diperlukan sekitar 4,3-7,4. Potensi lokasi terakhir yang didukung oleh keadaan alam adalah ketinggian tempat, jahe akan tumbuh baik di daerah tropis dan sub tropis dengan ketinggian 0 - 2000 m dpl sedangkan di Indonesia termasuk Ngepas Kidul ditanam pada ketinggian 200 - 600 dpl.¹⁶

Pelatihan Budidaya Jahe

Dengan dimilikinya potensi wilayah untuk budidaya jahe oleh masyarakat petani di Ngepas Kidul dan telah memahami adanya kebutuhan mendasar mengenai konsumsi jahe, maka program selanjutnya adalah pelatihan yang menekankan mengenai tata cara serta praktek budidaya jahe. Pada dasarnya program pengabdian ini menekankan pembibitan, penanaman dan perawatan dan memahami konsep serta praktek pengolahan jahe.

Diawali dengan persiapan bahan tanam yaitu jenis jahe putih kecil (jahe emprit) yang memiliki rimpang kecil berlapis-lapis, aroma tajam, berwarna putih kekuningan dengan diameter 3-4 cm, tinggi dan panjang rimpang 6-11 cm dan 6-32 cm. Warna daun hijau muda, batang hijau muda dengan kadar minyak atsiri 1,5-3,5%.¹⁷ Jenis tanaman jahe yang hendak dibudidayakan dipilih dari varietas unggul yang memiliki potensi produksi tinggi.

Setelah pemilihan varietas unggul, selanjutnya adalah pembibitan. Jahe diperbanyak dengan menggunakan stek rimpang. Benih dipilih yang pertanamannya sehat tidak terserang penyakit dan tidak tercampur varietas lain. Rimpang yang akan digunakan menjadi benih minimal berumur 10 bulan. Dengan ciri-ciri (1) kandungan serat tinggi dan kasar (2) kulit licin dan keras tidak mudah mengelupas (3) warna kulit mengkilat manampakkan tanda bernas.

¹⁶Ibid.

¹⁷ Balai Besar Pengkajian dan Pengembangan Teknologi Pertanian Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian, 2008, *Teknologi Budidaya Jahe*, Agro Inovasi, Hal. 3

Rimpang yang dijadikan benih sebaiknya mempunyai 2-3 bakal tunas yang baik dengan sekitar memiliki bobot 20-40 gram dan bagian rimpang yang dijadikan benih adalah pada ruas kedua dan ketiga.

Gambar 2: perawatan bibit jahe



Sumber: dokumen penulis

Gambar 3: Kegiatan pembuatan bibit jahe



Sumber: dokumen penulis

Sebelum dilakukan penanaman benih terlebih dahulu ditunaskan dengan cara menyemaikan, yaitu dengan menghamparkan rimpang di atas jerami/alang-alang tipis, di

tempat yang teduh atau di dalam ruangan penyimpanan dan tidak ditumpuk (gambar 2 dan gambar 3). Dapat digunakan wadah atau rak-rak yang terbuat dari bambu atau kayu sebagai alas. Penyiraman dilakukan setiap hari selama proses penyemaian sesuai dengan kebutuhan untuk menjaga kelembaban rimpang.

Kemudian benih yang telah muncul tunas dengan tinggi mencapai 1-2 cm siap untuk ditanam. Pada dasarnya benih bertunas ini mudah beradaptasi dengan lapangan dan tidak mudah rusak. Namun karena keterbatasan lahan yang siap maka pada program ini dipersiapkan pemindahan penanaman pada media polybag terlebih dahulu. Rimpang yang sudah bertunas dilakukan seleksi dahulu dan dipotong menurut ukuran. Untuk mencegah infeksi bakteri pada waktu pemotongan, dilakukan perendaman di dalam larutan antibiotic dengan dosis anjuran, kemudian dikeringanginkan.

Setelah persiapan bahan tanam dilakukan selanjutnya adalah persiapan lahan. Persiapan lahan dilakukan pada media tanam polybag karena keterbatasan dari lahan yang siap. Tetapi persiapan pada media tanam polybag dikondisikan sama dengan lahan tanam berupa tanah. Diperlukan media tanam yang gembur, subur, berhumus, berdrainase baik, dan berareasi baik, serta bersih dari gulma.

Pada tahap ini, program pengabdian memberikan perannya dalam perihaldampingan untuk distribusi bibit jahe dan konsultasi perawatan benih jahe menjadi tunas jahe. Karena tunas merupakan cikal bakal dari produksi jahe sehingga diperlukan perhatian khusus dan energy yang cukup besar dalam pemeliharaan dan perawatannya.

Pemindahan bibit tunas jahe ke dalam media polybag dilakukan secara bersama-sama dengan kelompok tani Kelompok Tani (1) “Ngudi Makmur” Ngepas, Gapoktan (2) “Dono Makmur” Donoharjo (3) “Holtikutura” Puncak Merapi. Pada polybag dibuat lubang kurang lebih sebesar ukuran bibit, lalu dimasukkan ke dalamnya tanah, pasir serta pupuk, bibit. Lalu dipadatkan dan disiram setiap hari sesuai kebutuhan.

Gambar 4: Pemindahan bibit jahe ke polybag



Sumber: dokumen penulis

Selama bibit ditanam di polybag bersamaan dilakukan pemeliharaan. Pemeliharaan dilakukan dengan penyiangan, penyiraman, pengemburan media, pemupukan, dan penghindaran hama penyakit.

Keuntungan budidaya jahe di polybag adalah menghemat lahan dan dengan sistem susun, sistem perawatannya lebih mudah serta permanen.

Gambar 5: Penanaman bibit jahe ke Embung



Sumber: dokumen penulis

Pada program kali ini lebih diprioritaskan pada penyadaran, pemahaman Budi daya jahe dan konsolidasi kelompok tani. Sedangkan tahun berikutnya diharapkan pengelolaan kelembagaan dan manajemen perusahaan serta penguatan pemasaran.

Faktor pendukung: ada pembina perusahaan sirup jahe tiga Teko yang sdh standar internasional walaupun sebagai bagian dari kelompok tani di desa juga sama sulitnya mengurus paten.

Proses Pelembagaan Kelompok

Proses pelembagaan kelompok tani dalam rangka penguatan kelembagaan dalam bentuk badan hukum masih dalam proses tahap awal persiapan dan melengkapi anggaran dasar dan anggaran rumah tangga (AD/ART). Persiapan ini masuk ke dalam upaya sosialisasi dan pembentukan tim yang menjalankan secara teknis.. Tim tersebut mempersiapkan syarat-syarat Administrasi dan syarat teknisnya.

Simpulan

Hasil program ini telah menunjukkan bahwa pemberdayaan pada aspek pengetahuan dan skill dengan metode penyuluhan telah berhasil walaupun belum maksimal. Pemberdayaan kelembagaan sudah dipahami dan dilaksanakan melalui penguatan kelompok kelompok tani wanita, sedangkan penguatan kelembagaan dalam bentuk badan hukum baru dalam tahap persiapan dan melengkapi anggaran dasar dan anggaran rumah tangga (AD/ART). Begitu pula produk jahe sementara ini baru sebatas membuat trade Mark yang sampai hak paten masih dipersiapkan syarat syarat administrasi, syarat teknis dan klinis.

Saran

Seyogyanya pengabdian ini dapat dilaksanakan secara berkelanjutan sehingga dapat lebih maksimal dalam pencapaian tujuan dan hasilnya. Dengan pengabdian yang berkelanjutan

dapat dilakukan program pendampingan ber-periode yang juga dapat dimasukkan ke dalam program-program KKN selanjutnya.

Ucapan Terimakasih

Terima kasih kami ucapkan kepada:

Warga masyarakat Dusun Ngepas Kidul, Gondangan, Desa Donoharjo. Kelompok Tani (1) “Ngudi Makmur” Ngepas, Gapoktan (2) “Dono Makmur” Donoharjo (3) “Holtikutura”

Daftar Pustaka

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), <https://kbbi.web.id/sosialisasi> diakses pada tanggal 17 April 2019 pukul 18.32

Kemal Prihatman, 2000, *Budidaya Jahe (Zingiber Officinale)*, Sistem Informasi Manajemen Pembangunan di Pedesaan, BAPPENAS, Jakarta.

Balai Besar Pengkajian dan Pengembangan Teknologi Pertanian Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian, 2008, *Teknologi Budidaya Jahe*, Agro Inovasi.

Penyuluhan *Packaging* Pada Kelompok Usaha Emping Melinjo Dusun Kamijoro, Sendangsari, Pajangan, Bantul

Dewi Kusuma Wardani^{1*}, Uum Helmina Ch²

¹Fakultas Ekonomi Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa, Jl. Kusumanegara 121 Yogyakarta, 55165,
Telp & Fax (0274) 557455

²Fakultas Ekonomi Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa, Jl. Kusumanegara 121 Yogyakarta, 55165,
Telp & Fax (0274) 557455

Jl. Kusumanegara 121 Yogyakarta, 55165, Telp & Fax (0274) 557455

Email: 1d3wikusuma@gmail.com

Abstrak

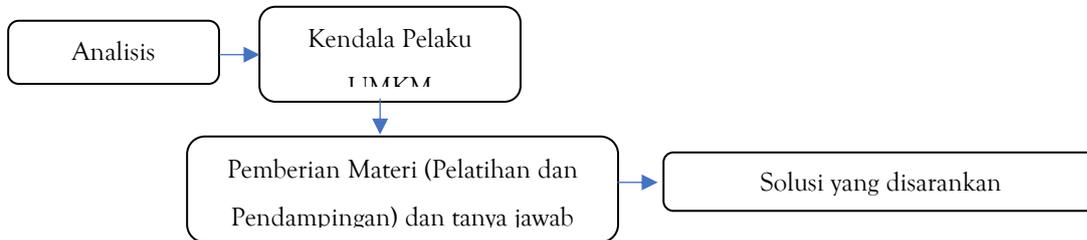
Penyuluhan packaging bagi UMKM Emping Melinjo Desa Kamijoro ini bertujuan untuk memberikan pemahaman masyarakat agar memahami pentingnya pengemasan serta dapat membuat kemasan yang unik dan menarik. Metode pelaksanaan dalam penyuluhan ini adalah metode ceramah, pelatihan, dan pendampingan. Setelah penyuluhan ini dilakukan, diperoleh hasil bahwa masyarakat lebih memahami arti penting kemasan demi kepuasan konsumen dan meningkatkan daya saing sehingga meningkatkan penjualan. Implikasi dari penyuluhan ini adalah perubahan kemasan yang unik dan mempunyai khas tersendiri produk emping mlinjo di Dusun Kamijoro sehingga menarik minat pembeli.

Kata kunci: *Penyuluhan, Pengemasan, Kamijoro, Emping Melinjo*

Pendahuluan

Di dusun Kamijoro, Desa Sendangsari, Kecamatan Pajangan, Kabupaten Bantul terdapat UMKM emping mlinjo. Emping mlinjo merupakan makanan ringan yang terbuat dari buah mlinjo. Emping mlinjo adalah salah satu snack yang dulunya digemari oleh masyarakat namun karena seiring perkembangan zaman dan kemasan yang kurang menarik membuat emping mlinjo hampir tidak digemari masyarakat. Sesuai dengan pendapat Rosalina, Alnopri, & Prasetyo (2012) bahwa gambaran dan desain kemasan secara simultan akan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Hal yang pertama dilihat konsumen adalah *packaging* yang unik dan membuat konsumen ingin melihat dan merasakan produk yang dijual. Namun, emping mlinjo ini masih menggunakan pengemasan secara tradisional sehingga pembaharuan kemasan perlu dilakukan untuk menarik minat pembeli. Hal ini sesuai dengan pendapat Nugrahani (2015) bahwa kemasan yang baik akan meningkatkan nilai jual produk 40% - 100% dari harga awal.. Kurangnya pengetahuan masyarakat mengenai penambahan nilai jual jika produk dikemas sedemikian rupa sehingga konsumen tertarik untuk membelinya. Selain itu, dalam menentukan desain kemasan masih belum sesuai dengan standar pengemasan, belum mengedepankan estetika, dan belum memperhitungkan semua persaingan di luar.

Berdasarkan permasalahan di atas maka solusi yang ditawarkan adalah penyuluhan kemasan/*packaging* yang bernilai jual tinggi. Dalam penyuluhan ini memerlukan kerangka teoritis yang membantu mendampingi para pengusaha UMKM di Dusun Kamijoro. Berikut merupakan kerangka teoritis yang tim pengabdian dan para pengusaha UMKM lakukan.



Gambar 1. Kerangka Teoritis

Penyuluhan ini bertujuan untuk memberikan pemahaman masyarakat agar memahami pentingnya pengemasan serta dapat membuat kemasan yang baik. Bahkan pemasaran produk tidak menutup kemungkinan bisa diminati di luar negeri (Fatmayanti, 2016). Dalam hal ini, konsumen sebagai sasaran utama sehingga lebih mengutamakan minat konsumen dari segi seni dalam kemasan maupun dari segi kemudahan dalam menghubungi produsen.

Metode Pelaksanaan

Metode pelaksanaan dalam kegiatan ini dengan menggunakan metode ceramah, pelatihan, dan pendampingan sehingga masyarakat Dusun Kamijoro atau pihak mitra diharapkan proaktif dalam menanggapi baik dalam sesi penyuluhan ini maupun pada sesi pendampingan. Sementara itu, tim pengabdian melakukan *transfer knowledge* kepada pihak mitra, dimulai langkah pertama yaitu perencanaan atau dilakukan *survey* untuk mengumpulkan data mengenai informasi terkait tentang dusun-dusun yang masih mengalami kesulitan dalam memasarkan produknya. Langkah kedua yaitu persiapan dan berdasarkan data yang diperoleh, Dusun Kamijoro, Desa Sendangsari, Kec. Pajangan, Kab. Bantul ini menjadi sampel responden dilihat dari rendahnya tingkat penjualan emping mlinjo yang merupakan snack tradisional dan perlu dilestarikan. Kemudian tim mempersiapkan alat dan bahan guna melaksanakan tahap berikutnya yaitu tahap pelaksanaan. Adapun alat dan bahan yang digunakan adalah contoh kemasan, laptop, proyektor, alat tulis, dan lain-lain. Selanjutnya tahap pelaksanaan dilakukan dengan pemaparan materi mengenai standarisasi kemasan, cara menciptakan desain kreativitas kemasan yang unik dan menarik serta biaya-biaya yang akan dikeluarkan kaitannya dengan kemasan lalu diakhiri dengan sesi tanya jawab yang dimoderatori oleh anggota tim pengabdian. Rincian tahap pelaksanaan tersebut diuraikan sebagai berikut.

1. Pemaparan materi mengenai standarisasi kemasan. Tim memberikan edukasi mengenai arti penting, tujuan, peran kemasan produk bagi konsumen.

2. Pemaparan materi mengenai cara menciptakan desain kreativitas kemasan yang unik dan menarik. Materi yang disampaikan mengenai langkah-langkah yang harus diperhatikan dalam menentukan desain kemasan.
3. Pemaparan materi mengenai biaya-biaya yang dikeluarkan. Tim memberikan contoh-contoh biaya yang dianggarkan untuk menghasilkan kemasan yang diharapkan. Mulai dari bahan kemasan, percetakan, sampai dengan produk siap jual di *outlet online* maupun *offline*.
4. Pada sesi terakhir, dilakukan sesi tanya jawab yang dimoderatori oleh anggota tim pengabdian. Sesi ini terdapat banyak pertanyaan yang diajukan kepada tim pengabdian

Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pengabdian ini meliputi rangkaian kegiatan mulai dari perencanaan sampai dengan pelaksanaan kegiatan. Berikut ini penjelasan kegiatan pengabdian yang dilakukan:

1. Hasil Identifikasi Potensi Wilayah

Dusun Kamijoro merupakan salah satu dusun yang terletak di Desa Sendangsari, Pajangan, Bantul. Dusun ini berada kurang lebih 15 km sebelah barat daya kota Yogyakarta dan 8 km sebelah barat kota Bantul. Dusun Kamijoro berada di tengah kecamatan Pajangan sehingga di dusun ini terdapat berbagai perkantoran, seperti kantor kecamatan Pajangan, kantor pos Pajangan, kantor PLN, kantor PDAM, serta SMPN 1 Pajangan.

Dusun Kamijoro memiliki 286 Kepala Keluarga, yang terdiri atas 255 kepala keluarga laki-laki dan 31 kepala keluarga perempuan. Jumlah penduduk Dusun Kamijoro sebanyak 937 jiwa, yang terdiri atas 463 laki-laki dan 474 perempuan. Sebagian besar penduduk beragama Islam, yaitu sebanyak 860 orang. Empat puluh delapan orang beragama Katolik dan 29 orang beragama Kristen.

Penduduk Dusun Kamijoro memiliki berbagai macam mata pencaharian, seperti guru, pegawai negeri, buruh, pedagang, wiraswasta, serta petani. Usaha sampingan yang dimiliki oleh penduduk Kamijoro adalah peternakan dan perikanan. Dari sisi produk olahan makanan, emping melinjo merupakan produk utama yang dimiliki oleh Dusun Kamijoro.

2. Perencanaan dan Penyusunan Program

Setelah melihat potensi wilayah, tim pengabdian berdiskusi dengan Kepala Dusun (Dukuh) Kamijoro mengenai kegiatan pengabdian yang akan dilaksanakan. Dari seluruh aspek yang dianalisis, disimpulkan bahwa produk olahan melinjo, dalam hal ini emping melinjo, di Dusun Kamijoro masih kalah dengan produk yang lain terutama dikarenakan kurang menariknya kemasan yang dimiliki. Bahkan produk emping melinjo Dusun Kamijoro belum dapat menembus ke pasar swalayan karena hal ini.

Kelemahan ini disebabkan kurangnya pengetahuan mitra mengenai pentingnya *packaging* bagi sebuah produk. Oleh sebab itu, tim pengabdian masyarakat beserta Dukuh Kamijoro sepakat untuk melaksanakan program kegiatan penyuluhan *packaging* bagi Kelompok Usaha Emping Melinjo di Dusun Kamijoro.

3. Pelaksanaan Program

a. Pembukaan

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat diawali dengan pembukaan oleh Dukuh Kamijoro dan Ketua Program Studi Akuntansi FE UST. Dukuh Kamijoro, yaitu Bapak Felix, menjelaskan bahwa dusun Kamijoro memiliki potensi melinjo yang melimpah. Salah satu produk andalan dari Dusun Kamijoro adalah emping melinjo. Harapannya adalah emping melinjo Dusun Kamijoro dapat dikenal luas di masyarakat, bahkan dapat masuk ke pasar swalayan dan pusat oleh-oleh. Oleh sebab itu, *packaging* merupakan aspek yg mutlak diperbaiki oleh kelompok usaha ini.

Ketua Program Studi Akuntansi FE UST, Ibu Sri Ayem, memberikan motivasi kepada mitra bahwa produk yang sederhana dapat menjadi unggulan bagi suatu daerah. Apabila sudah menjadi unggulan, diharapkan dapat meningkatkan ekonomi masyarakat di daerah tersebut. Demikian pula emping melinjo diharapkan dapat menjadi produk unggulan Dusun Kamijoro sehingga dapat meningkatkan perekonomian masyarakat, khususnya kelompok usaha emping melinjo. Oleh sebab itu, diperlukan trik untuk dapat membuat produk itu unggul, yaitu dengan *packaging*.



Gambar 1. Sambutan Kaprodi Akuntansi Kamijoro



Gambar 2. Sambutan Kepala Dukuh

b. Pemberian Materi

Tim pengabdian yang diwakili oleh ketua tim, Ibu Dewi Kusuma Wardani, memberikan materi mengenai pentingnya *packaging* bagi suatu produk. Produk yang sama akan memiliki harga dan daya jual yang berbeda ketika memiliki *packaging* yang berbeda. Semakin baik *packaging* maka semakin mahal harganya dan semakin tinggi daya jualnya (Darmawan, 2017).

Secara umum, pihak mitra belum memiliki pemahaman yang cukup bahkan kurang tertarik untuk memperhatikan sebuah produk makanan dengan kemasan yang unik. Artinya, banyak keterbatasan pengetahuan untuk menarik konsumen membeli produk

makanan khususnya emping mlinjo sehingga penyampaian materi dan sedikit contoh-contoh nyata sebagai petunjuk dalam membantu meningkatkan penjualan pihak mitra.



Gambar 3. Penyampaian materi oleh ketua Tim Pengabdian

c. Pembuatan Desain Kemasan

Penyuluhan ini menggunakan metode pemaparan materi dan alat peraga yang sederhana mengenai usaha dan persaingannya pada saat ini. Salah satu caranya adalah membuat desain kemasan yang berbeda, kreatif dan menarik. Desain ini dibuat oleh mahasiswa yang menjadi tim pengabdian. Berikut desain kemasan dan contoh label:



Gambar 4. Contoh Kemasan



Gambar 5. Contoh Label dari Kemasan

4. Umpan Balik Peserta

Pihak mitra memberikan tanggapan positif bahwa sangat penting untuk membuat desain kemasan semenarik mungkin untuk menarik minat pembeli. Masyarakat memiliki antusias yang tinggi sehingga sebelum tiba waktu untuk sesi tanya jawab, masyarakat sudah menanyakan

cara menciptakan ide-ide kreatif dan memenuhi standar kemasan yang baik; cara mendaftarkan ke BPPOM serta cara menentukan tanggal kadaluwarsa produk makanan emping mlinjo agar produk dapat terjaga dan aman dikonsumsi oleh konsumen. Pada sesi tanya jawab ini sebagai sarana mengumpulkan informasi seberapa besar pemahaman materi yang disampaikan. Sebagian besar ibu-ibu peserta sudah mulai memahami terutama mengenai langkah-langkah pengemasan dengan jaminan kebersihan yang tinggi dan biaya yang akan dikeluarkan sehingga dalam menentukan biaya-biaya ini dapat dijadikan salah satu pertimbangan dalam menentukan harga jual.



Gambar 6. Diskusi dengan masyarakat Masyarakat



Gambar 7. Sesi Foto Tim Pengabdian dan

Kesimpulan

Kegiatan ini adalah kegiatan pengabdian masyarakat dengan bentuk penyuluhan bagi masyarakat atau para pemilik UMKM produk emping mlinjo di Dusun Kamijoro, Desa Sendangsari, Kec. Pajangan, Kab. Bantul. Secara umum, kegiatan ini berjalan sesuai dengan harapan sebelumnya. Pihak mitra dapat memahami arti penting *packaging* sebagai mata pertama untuk melihat respon pasar sehingga lebih memperhatikan cara untuk menarik konsumen. Kemudian, pihak mitra mulai dapat mencoba menghitung biaya dan macam-macam biaya yang akan dihitung menjadi salah satu pertimbangan menentukan harga jual. Dapat disimpulkan bahwa kegiatan ini mempunyai dampak positif berupa meningkatnya pemahaman bahwa kemasan yang melekat pada produk menjadi salah satu faktor menentukan selera pasar. Selain itu, pihak mitra mendapatkan kompetensi yang lebih dalam mengembangkan usahanya.

Ucapan Terima Kasih

Terimakasih disampaikan kepada Lembaga Penelitian, Pengembangan, dan Pengabdian Masyarakat (LP3M) UST dengan nomor: 28/UST/LP3M/PPM/K/VI/2019 atas pendanaan

program pengabdian masyarakat tahun 2019 dan kepada masyarakat Dusun Kamijoro yang telah ikut serta dalam kegiatan ini sebagai peserta. Dan tak lupa, kami ucapkan terimakasih kepada para mahasiswa yang sudah membantu jalannya kegiatan pengabdian ini.

Daftar Pustaka

- Darmawan, D. (2017). Pengaruh Kemasan Dan Harga Terhadap Keputusan. *Jurnal Agrimas*, 1(April), 1-10.
- Fatmayanti. (2016). Kemasan Sebagai Daya Saing Produk. In Sugiarti (Ed.), *Warta Ekspor* (Mei 2016). Jakarta.
- Nugrahani, R. (2015). Peran Desain Grafis Pada Label dan Kemasan Produk Makanan UMKM. *Jurnal Imajinasi*, IX(2), 127-136. Retrieved from <https://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/imajinasi/article/view/8846>
- Rosalina, Y., Alnopri, & Prasetyo. (2012). *Packaging Design In Increasing The Value Added Of. Agroindustri*, 2(1), 8-13. Retrieved from <https://ejournal.unib.ac.id/index.php/agroindustri/article/view/3842>

Sinergi Perguruan Tinggi Dan Ranting Muhammadiyah Dalam Pemberdayaan Ekonomi Di Masjid Al-Hidayah Mejing Wetan Gamping Sleman

Moh. Mas'udi, Julia Noermawati

(Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)

Email: masudi_moh@umy.ac.id

Abstrak

Muhammadiyah adalah gerakan Islam dakwah amar makruf nahi munkar. Bertujuan untuk menegakkan dan menjunjung tinggi Agama Islam yang diwujudkan dalam usaha segala bidang kehidupan. Sejarah awal Islam mengajarkan bahwa masjid memiliki fungsi sosial kemasyarakatan, di samping sebagai pusat aktivitas ibadah. Masjid orang bisa melakukan aktivitas belajar mengajar, berorganisasi, membahas masalah-masalah yang bersifat keduniaan serta aktivitas lainnya. Oleh karena itu, masjid atau mushalla harus dikelola dengan baik agar kedua fungsi di atas bisa berjalan dengan baik pula. Masalah pengabdian ini adalah bagaimana mengembangkan kegiatan ekonomi masjid untuk merubah paradigma bahwa masjid hanya untuk kegiatan ibadah semata, serta memberi dampak bagi peningkatan ekonomi jamaah. Untuk itu, pengabdian dan Pimpinan Ranting Muhammadiyah Mejing sebagai ujung tombak dakwah Muhammadiyah mencoba mewujudkan tujuan tersebut dengan membangun sinergi dalam meningkatkan fungsi masjid dalam aktivitas di bidang ekonomi. Posisi strategis Masjid Al-Hidayah sebagai satu-satunya masjid jami' di Mejing, diharapkan bisa menjadi contoh bagi masjid-masjid lain untuk gerakan ekonomi berbasis masjid.

Kata Kunci: Masjid, Muhammadiyah, Pengembangan Ekonomi.

Pengantar

Muhammadiyah adalah gerakan Islam dakwah amar makruf nahi munkar dan tajdid, bersumber pada Al-Qur'an dan As-Sunnah (sumber: AD Muhammadiyah Pasal 4). Adapun Maksud dan tujuan Muhammadiyah adalah menegakkan dan menjunjung tinggi agama Islam yang sebenar-benarnya (sumber: AD Muhammadiyah Pasal 6). Untuk mencapai maksud dan tujuannya, Muhammadiyah melaksanakan dakwah amar makruf nahi munkar dan tajdid yang diwujudkan dalam usaha segala bidang kehidupan (sumber: AD Muhammadiyah Pasal 7).

Masjid, pada dasarnya tidak hanya sebagai tempat pelaksanaan ritual ibadah semata melainkan juga bisa menjadi pusat aktivitas masyarakat (jamaah), sebagaimana telah dipraktikkan pada masa Rasulullah, al Khulafa al Rasyidun, serta kekhilafahan Islam sesudahnya (Nandang, 2017). Masjid mempunyai peluang sebagai tempat untuk memberdayakan masyarakat (jamaah) dalam menyelesaikan masalah sosial yang terjadi dalam masyarakat, termasuk di dalamnya adalah aktivitas ekonomi masyarakat..

Gagasan awal untuk menyinergikan potensi perguruan tinggi dengan ranting Muhammadiyah (Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dengan Pimpinan Ranting Muhammadiyah Mejing Ambarketawang Gamping) dilatarbelakangi di mana banyaknya masjid-masjid yang terdapat di daerah Mejing sudah mulai bertumbuh dan berkembang aktivitasnya. Salah satu contohnya yakni Masjid Al-Hidayah Mejing Wetan dimana dalam seminggu terdapat beberapa kegiatan rutin di samping jamaah shalat lima waktu, seperti pengajian Ahad Pagi, Pengajian Syuruq, pengajian Tafsir al-Qur'an, pengajian dalam rangka PHBI(kepanjangannya apa). Hal serupa juga aktivitas yang hampir sama di masjid-masjid lain yang ada di Mejing.

Beberapa bentuk pengajian ini dilakukan dalam rangka peningkatan kualitas spritiulitas dan keberagaman jamaah yang lebih menekankan pada masalah ibadah ketimbang masalah muamalah duniawiyah. Hal ini bisa dipahami karena dalam sejarahnya, Mejing bukan merupakan wilayah santri seperti Bodeh maupun Gamping. Oleh karena itu, pemahaman keagamaan masyarakat Mejing relatif masih awan jika di dibandingkan masyarakat Bodeh dan Gamping.

Wilayah Mejing di pilih sebagai lokasi pengabdian masyarakat di karenakan banyak factor di antaranya yakni wilayah yang terdiri atas tiga dusun, yaitu Dusun Mejing Kidul, Dusun Mejing Lor, dan Dusun Mejing Wetan. Serta terdapat 13 masjid dan 1 mushalla yang tersebar di tiga pedukuhan tersebut. Nuansa keagamaan yang semakin semarak dengan berpusat pada masjid dan mushalla di wilayah Mejing ini, telah menginisiasi terbentuknya Forum Takmir Masjid Se-Mejing adapun maksud dari terbentuknya forum tersebut agar terdapat koordinasi dan komunikasi antar takmir di wilayah tersebut dalam melaksanakan kegiatannya. Terdapat *event-event* penting yang melibatkan takmir se Mejing secara bersama-sama, di antaranya yakni takbir keliling antar masjid, kerjasama dan koordinasi pelaksanaan kepanitiaan Idul Fitri dan Idul Adha, serta beberapa kegiatan lainnya yang berhubungan dengan keagamaan. Di samping terdapat kegiatan rutin pengajian dan aktivitas lainnya yang berbasis pada masing masing masjid.

Kegiatan-kegiatan yang selama ini dilakukan masih difokuskan pada kegiatan pada peningkatan kualitas keagamaan saja Belum ada upaya pengembangan ke arah pemberdayaan ekonomi jamaah yang berbasis masjid. Dari permasalahan tersebut maka di buatlah program pengabdian masyarakat yang berkerja sama dengan Pimpinan Ranting Muhammadiyah untuk menginisiasi pemberdayaan jamaah ibu-ibu pengajian dengan menyelenggarakan pelatihan industri rumahan. Adapun argumentasi yang mendukung perlunya pelatihan industri rumahan, yakni:

1. Aktivitas pengajian yang dilakukan oleh masjid-masjid yang ada di Mejing selalu membutuhkan konsumsi bagi kepentingan jamaah yang hadir baik konsumi berat (makan) maupun konsumi ringan (*snack*)

2. Kebutuhan akan konsumsi itu dapat di penuhi oleh internal takmir dan tidak harus mengeluarkan *budget* berlebih untuk pesan makan melalui *chatering*. Hal itu secara tidak langsung akan menciptakan *multiplier effect* ekonomi masjid.
3. Forum Takmir Masjid Se-Mejing memberikan kesempatan bagi pengembangan ekonomi berbasis masjid dengan pangsa pasar yang cukup menjanjikan, dimana akan terjadi *supply-demand* di lingkungan Meijing
4. Terdapat nilai pemberdayaan jamaah yakni berupa pelatihan dasar berbisnis serta tidak hanya pada aspek ibadah semata, tetapi terdapat nilai ekonomi bagi jamaah yang terlibat di dalamnya. Karena bisa menjalankan program yang di inisiasikan.
5. Memberikan citra positif terhadap masjid, bahwa di samping aktivitas ibadah, masjid juga menumbuh kembangkan aspek ekonomi jamaah.

PEMBAHASAN

Metode Pelaksanaan

A. Khalayak Sasaran.

Khalayak sasaran dalam pengabdian ini adalah: Ibu-ibu jamaah Pengajian Ahad Pagi Masjid Al-Hidayah Mejing Wetan Gamping Sleman alasanya yakni ibu-ibu tersebut terbiasa dengan ritme kegiatan Masjid sehingga di harapkan program tersebut tinggal jalan sahaj tanpa perlu kita memberikan edukasi yang banyak, tapi kita tetap perlu memberikan edukasi sebagai tambahan untuk ibu-ibu tersebut.

B. Metode Kegiatan

1. Langkah pertama

Terlebih dahulu bersilatuhrahmi dengan Pimpinan Ranting Muhammadiyah Mejing. Dimana hal ini di rasa perelu di karena sebagai pelopor program tersebut tim pegabdian bisa memperkenalkan diri serta bisa menceritakan program yang dimaksud agar para tokoh masyarakat bisa memahami serta pembahasan tentang upaya pemberdayaan ekonomi ibu-ibu pengajian Ahad Pagi Masjid al-Hidyah.

2. Langkah kedua

sosialisasi lewat Pengajian Ahad Pagi oleh pengabdi, karena posisinya sebagai narasumber pengajian. Upaya mengomunikasikan dengan Ketua Takmir Masjid Al-Hidyah juga dilakukan agar ada pemahaman yang baik terhadap program ini.

Beberapa aktivitas yang telah dilakukan meliputi atas:

1. Silaturahmi dengan Pimpinan Ranting Muhammadiyah Mejing.
2. Silaturahmi dengan ketua Takmir Masjid Al-Hidayah.
3. Sosialisasi program lewat Pengajian Ahad Pagi Masjid Al-Hidayah.
4. Pembentukan Kelompok Usaha Bersama "Pawon Al-Hidyah".
5. Pelatihan pembuatan kue.
6. Pelatihan pembuatan laporan keuangan KUB.

7. Pelatihan *packaging* dan pemasaran produk usaha rumahan.
8. Praktik penerimaan pesanan konsumsi pengajian.
9. Penyerahan barang-barang pokok untuk kerja KUB Pawon Al-Hidayah.

Kelayakan Perguruan Tinggi.

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta sebagai bagian tak terpisahkan dari Muhammadiyah sebagai gerakan Islam dakwah amar makruf nahi mungkar, harus mampu memberikan kontribusi pemikirannya bagi kepentingan dakwah persyarikatan maupun dakwah di masyarakat. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta sebagai Amal Usaha Muhammadiyah juga harus bersinergi dengan ranting Muhammadiyah di sekitar kampus agar keberadaan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta bisa dirasakan keberadaannya bagi warga sekitar.

Dalam perspektif Islam, tempat ibadah seperti masjid, mushalla, surau, atau langgar memiliki peran yang sangat sentral bagi pengembangan jadi diri kaum muslimin. Untuk itu, bangunan masjid sebagai tempat ibadah harus ditunjang oleh sarana dan prasarana yang memadai. Paling tidak sarana dan prasarana itu meliputi hal-hal yang bersifat fisik dan hal-hal yang bersifat non fisik. Yang bersifat fisik, seperti tempat wudlu, kamar mandi/WC, kebersihan, penerangan dan sebagainya. Adapun yang bersifat non fisik adalah lingkungan tempat ibadah yang tenang, suasana yang nyaman, tidak terganggu oleh kebisingan kerja maupun berkendara, dan lainnya.

Di samping sebagai tempat untuk *taqarrub ilallah*, ia memiliki fungsi sosial kemasyarakatan. Di masjid orang bisa melakukan aktivitas belajar mengajar, berorganisasi, membahas masalah-masalah yang bersifat keduniaan serta aktivitas lainnya. Oleh karena itu, masjid harus dikelola dengan baik pula agar kedua fungsi di atas bisa berjalan dengan baik. Jangan sampai masjid hanya berfungsi sebagai tempat ibadah saja, sementara fungsi sosial kemasyarakatan menjadi terabaikan.

Dalam rangka menumbuh kembangkan fungsi tempat ibadah sebagai tali pengikat *hablun minallah* dan *hablun minannas*, maka diperlukan proses penyadaran agar warga masyarakat (pengelola tempat ibadah beserta jamaahnya) memiliki kesadaran untuk menumbuh kembangkan kedua fungsi di atas. Dengan demikian sebuah tempat ibadah harus dirancang sejak awal agar bangunannya mampu mewartakan kedua aktivitas tersebut, dengan dilengkapi sarana dan prasarana yang memadai.

Bahwa upaya peningkatan ekonomi jamaah masjid bisa dimulai dan berpusat di dalamnya. Peran-peran yang telah dimainkan oleh lembaga perdesaan seperti PKK maupun Karang Taruna dalam masalah-masalah *muamalah duniawiyah*, pada dasarnya bisa diwujudkan dalam aktivitas tempat ibadah. Perlu kesadaran kolektif takmir sebagai organisasi yang mengelola aktivitas masjid, agar aktivitas dalam konteks *hablun minallah* dan *hablun minannas* benar-benar bisa diwujudkan.

Menjembatani terhadap fungsi ideal tempat ibadah dengan realitas praktik keagamaan di masyarakat, diperlukan peran perguruan tinggi agar fungsi ideal tempat ibadah tersebut bisa direalisasikan dalam praktik keagamaan masyarakat setempat. Perguruan tinggi sebagai *agent of change* harus bisa mendorong perubahan ke arah yang diidealkan melalui program pemberdayaan masyarakat. Dengan demikian, Program Kemitraan Masyarakat (PKM) dengan mitra Pimpinan Ranting Muhammadiyah Mejing dan Takmir Masjid Al-Hidayah Mejing Wetan menjadi layak untuk dilakukan. Dengan mengusung tema “Peningkatan Ekonomi Berbasis Kelompok Usaha Bersama pada Jamaah Pengajian Ahad Pagi Masjid Al-Hidayah Mejing Wetan Ambarketawang Gamping Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta, maka sinergi perguruan tinggi Muhammadiyah dengan struktur terbawah dari Muhammadiyah bisa diwujudkan bagi dakwah amar makruf nahi mungkar di wilayah Mejing Wetan Ambarketawang Gamping Sleman.

Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Dari uraian di atas dapat disimpulkan beberapa hal, di antaranya adalah:

1. Bahwa sinergi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dengan Pimpinan Ranting Muhammadiyah Mejing dalam Program Kemitraan Masyarakat (PKM) di Dusun Mejing Wetan Ambarketawang Gamping Sleman mengambil tema tentang Peningkatan Ekonomi Berbasis Kelompok Usaha Bersama pada Jamaah Pengajian Ahad Pagi Masjid Al-Hidayah Mejing Wetan Ambarketawang Gamping Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta.
2. Pemilihan lokasi tempat ibadah di Masjid Al Hidayah Mejing Wetan karena Masjid Al Hidayah akan menjadi satu satunya masjid jami’ di Mejing Ambarketawang. Ini akan berdampak pada peran Masjid Al-Hidayah terhadap masjid masjid lain di Mejing.
3. Upaya peningkatan ekonomi berbasis Kelompok Usaha Bersama (KUB) pada Jamaah Pengajian Ahad Pagi Masjid Al-Hidayah Mejing Wetan Ambarketawang Gamping telah melahirkan “Pawon Al-Hidayah”, sebuah kelompok usaha bersama dalam melayani kebutuhan konsumsi Masjid Al Hidayah dan masyarakat sekitarnya.

Saran:

1. Sebagai sebuah rintisan pengembangan ekonomi berbasis tempat ibadah, maka kegiatan ini perlu dimonitor dan dievaluasi perkembangannya agar bisa menarik masjid masjid lain yang tergabung dalam Forum Takmir Masjid Se-Mejing menjadi bagian dari upaya pengembangan ekonomi ini.
2. Perlu tindak lanjut dengan memberi kesempatan kepada ibu-ibu yang secara ekonomi perlu dibantu untuk menjadi bagian dari Kelompok Usaha Bersama.

UCAPAN TERIMA KASIH.

Ucapan terima kasih harus pengabdian disampaikan kepada beberapa pihak:

1. **LP3M** Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang memberikan dana dan dukungan dalam melakukan pengabdian.
2. Pimpinan Ranting Muhammadiyah Mejing yang telah bekerjasama dengan pengabdian bagi terlaksananya pengabdian ini.
3. Takmir Masjid Al-Hidayah yang telah memberikan fasilitas bagi terlaksananya pengabdian.
4. Ibu-ibu jamaah Pengajian Ahad Pagi Masjid Al-Hidayah yang telah berpartisipasi menjadi peserta pelatihan.

Daftar Pustaka:

- Mu'thi, Abdul, dk 2016. *Kosmopolitansime Islam Berkemajuan*, Surakarta: Muhammadiyah University Pers.
- Nandang, Zae dan Wawan Sofwan,2017. *Masjid dan Perwakafan*, Bandung: Tafakur, 2017
- Nasri, Imron dkk (Penghimpun),2012. *Manhaj Gerakan Muhammadiyah*, Yogyakarta: Suara Muhammadiyah.

Lampiran

1. Proses produksi berupa makanan (kue) oleh Ibu-ibu jamaah Pengajian Ahad Pagi Masjid Al-Hidayah Mejing Wetan Gamping Sleman



Gambar 1. Proses pembuatan makanan(kue)



Gambar 2. Proses pengelohan makanan (kue)

2. Daftar menu kue yang di buat Ibu-ibu jamaah Pengajian Ahad Pagi Masjid Al-Hidayah Mejing Wetan Gamping Sleman



Gambar 3. Daftar menu kue



Gambar 4. Daftar menu kue (2)



Gambar 5. Daftar menu kue (3)

Pengembangan Keterampilan Dan Pemasaran Pada "Kelompok Jahit Mandiri" Di Dusun Wanujoyo

Sotya Anggoro¹, Zuhri Nurisna²

¹ D3 Teknik Mesin UMY, Jalan Brawijaya Tamantirto Kasihan Bantul, D.I. Yogyakarta 55183, (0274) 387686

² D3 Teknik Mesin UMY, Jalan Brawijaya Tamantirto Kasihan Bantul, D.I. Yogyakarta 55183, (0274) 387686

Email: angga19@umy.ac.id

Abstrak

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan pada Kelompok Jahit Mandiri yang beranggotakan beberapa ibu rumah tangga di Dusun Wanujoyo, Srimartani, Piyungan Bantul yang berjarak 22 KM dari kampus UMY. Permasalahan yang dihadapi oleh kelompok jahit ini adalah mesin jahit yang digunakan masih merupakan mesin konvensional yang digerakkan oleh kaki sehingga produksi pakaian yang dijahit juga masih terbatas. Selain itu, sebagian besar anggota kelompok jahit belum mengerti tentang trend fashion saat ini, yang mengakibatkan baju-baju yang dihasilkan agak ketinggalan jaman. Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan anggota kelompok jahit mandiri dalam menggunakan mesin jahit elektrik, disamping itu juga untuk meningkatkan dan membuka wawasan anggota jahit mandiri mengenai trend fashion saat ini, dan mengasah keterampilan dan kreativitas anggota dalam menjahit pakaian. Metode yang dilakukan adalah dengan melakukan modifikasi terhadap mesin jahit yang dimiliki oleh anggota kelompok jahit, kemudian dilanjutkan dengan pelatihan dan pendampingan dalam menggunakan mesin jahit elektrik serta membuat pakaian sesuai trend fashion saat ini. Kegiatan pengabdian masyarakat ini disambut antusias oleh anggota kelompok jahit mandiri. Setelah kegiatan pengabdian ini selesai dilaksanakan, dapat dilihat bahwa anggota kelompok jahit telah mahir dalam menggunakan mesin jahit elektrik serta pakaian yang dijahit sudah dapat mengikuti trend saat ini.

Kata Kunci: mesin jahit, modifikasi, mandiri

Pendahuluan

Lokasi pengabdian dilakukan di Dusun Wanujoyo yang terdapat 6 RT. Untuk menghadapi era persaingan yang semakin ketat, seseorang dituntut untuk memiliki semangat kewirausahaan yang tinggi sehingga dapat menjalankan usaha yang dijalannya dengan baik. Dengan demikian kita harus dapat melihat peluang-peluang dan keinginan pasar dilihat dari segi kebutuhan serta nilai jual yang akan kita tawarkan kepada konsumen. Salah satu Kelompok Masyarakat yang ada di Dusun Wanujoyo adalah kelompok menjahit yang diberi nama kelompok jahit mandiri dimana anggotanya adalah ibu - ibu warga dari beberapa RT di

dusun tersebut. Beberapa ibu - ibu ini menggagas untuk membuat perkumpulan sesama penjahit pada awalnya adalah karena banyak warga yang bertetangga sama-sama senang menjahit. Namun pada awalnya ibu-ibu ini menjahit hanya untuk keluarganya masing-masing. Kemudian sejalan dengan kebutuhan tetangga -tetangga dekat mulai meminta untuk dibuatkan baju atau sekedar memodifikasi baju yang sudah ada seperti mengecilkan baju atau memperbesar celana dan lainnya.

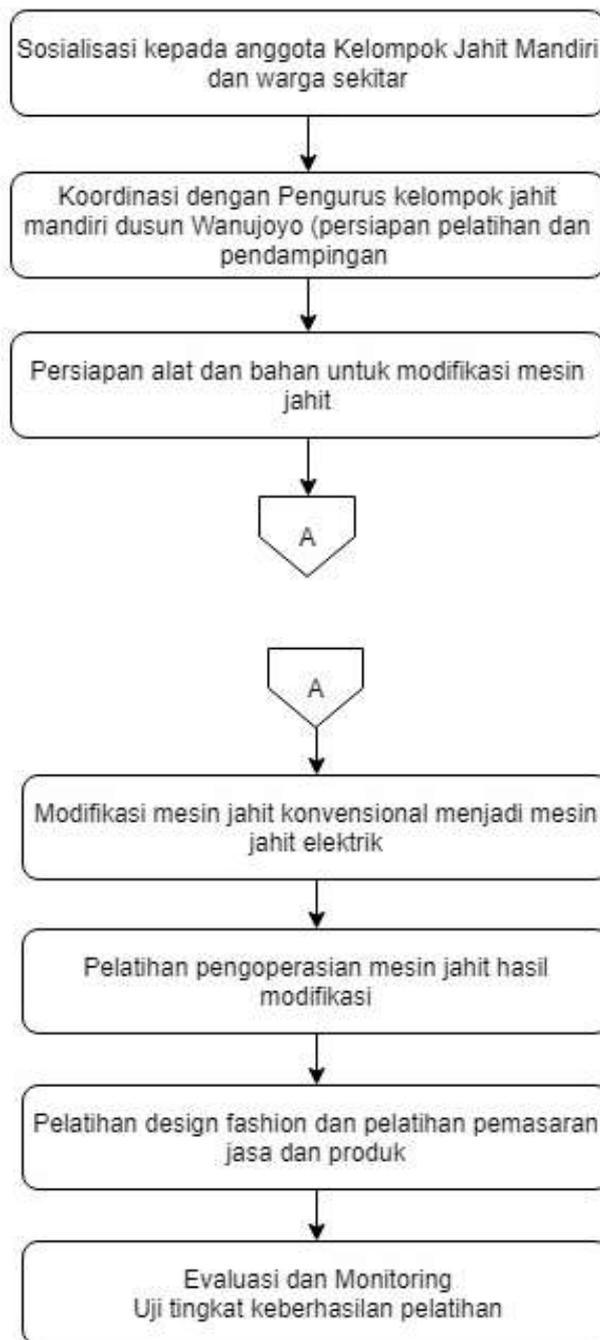
Berdasarkan pengamatan situasi di Dusun wanujoyo, dusun ini ditempati oleh keluarga kurang lebih 360KK (Kepala Keluarga) yang terdiri dari 6 RT (Rukun Tangga). Sekitar 70% dari jumlah KK tersebut memiliki anak usia sekolah, bahkan sebagian terdapat lebih dari satu anak usia sekolah. Selain itu, kelompok masyarakat yang dinaungi Rukun Tangga(RT) di wilayah Dusun Wanujoyo Desa Srimartani Kecamatan Piyungan membentuk forum silaturahmi (kumpulan RT) berupa pertemuan rutin di balai Desa maupun di Balai Pedukuhan dimana salah satunya adalah kelompok jahit mandiri tersebut. Namun demikian forum-forum diskusi tersebut belum melibatkan konsultan yang sesuai dengan kepakarannya, misalnya kalau dibidang menjahit adalah dari designer, guru atau dosen kejuruan menjahit, sehingga pengembangannya terkesan lambat dan bahkan stagnan.

Permasalahan utama yang dihadapi saat ini yaitu kelompok jahit mandiri yang anggotanya adalah beberapa ibu rumah tangga didusun wanujoyo saat ini mengalami kesulitan meningkatkan produksi jahitan disaat pesanan banyak dikarenakan masih menggunakan mesin jahit konvensional yang digerakkan dengan kaki. Dimana pesanan-pesanan pakaian yang diterima puncaknya biasanya adalah pada saat masa masuk sekolah bagi anak TK, SD, SMP, SMA, pesanan jahitan seragam cukup banyak hingga tidak dapat memenuhi pesanan atau tidak dapat selesai tepat waktu. Kemudian juga permasalahan kurang bisa mengikuti tren model fashion saat ini dan juga ada kendala untuk menjaga stabilitas jumlah pesanan rata-rata perbulannya.

Program pengabdian ini bertujuan untuk memberikan keterampilan kepada kelompok jahit mandiri dalam mengoperasikan dan menggunakan mesin jahit elektrik. Meningkatkan kemampuan menjahit mitra Kelompok Jahit Mandiri sehingga mampu untuk mengikuti trend fashion masa kini. Memberikan keterampilan dalam hal memasarkan produk dan jasa yang dimiliki.

Metode Pelaksanaan

Dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan dengan beberapa tahapan sebagaimana yang digambarkan dalam bagan berikut.



Gambar 1. Langkah-langkah pelaksanaan pengabdian.

Pelaksanaan program pengabdian ini dimulai dengan sosialisasi kepada anggota kelompok jahit dan warga Dusun Wanujoyo Lor. Pada sosialisasi ini dijelaskan mengenai program pengabdian kepada masyarakat yang akan dilaksanakan. Tahap selanjutnya adalah melakukan koordinasi dengan pengurus kelompok jahit. Dalam tahap ini dilakukan diskusi dalam rangka persiapan dan pendampingan kepada kelompok jahit. Setelah dicapai kesepakatan hari dan

tanggal pelatihan dan pendampingan, tahap berikut yang dilakukan adalah mempersiapkan peralatan dan bahan-bahan yang diperlukan dalam melakukan modifikasi mesin jahit konvensional menjadi mesin jahit elektrik. Setelah modifikasi mesin jahit selesai dilakukan, selanjutnya adalah memberikan pelatihan pengoperasian mesin jahit elektrik kepada anggota jahit mandiri. Pelatihan pengoperasian ini kemudian dilanjutkan dengan pelatihan design fashion. Setelah rangkaian kegiatan program pengabdian kepada masyarakat selesai dilaksanakan, dilakukan evaluasi terhadap jalannya kegiatan pengabdian masyarakat. Evaluasi ini bertujuan untuk menilai apakah tujuan dari program kegiatan pengabdian masyarakat ini telah tercapai atau tidak.

Hasil dan Pembahasan

Pelaksanaan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan dengan beberapa tahapan. Tahap pertama dimulai dengan melakukan koordinasi dengan Pengurus Paguyuban Warga RT01 dusun wanujoyo. Koordinasi yang dilakukan meliputi persiapan sosialisasi, kemudian rencana pelatihan dan pendampingan. Sosialisasi program pengabdian masyarakat kepada warga RT 01 dilaksanakan pada tanggal 09 Februari 2019, yang dihadiri oleh anggota Kelompok Jahit Mandiri, ketua RT 01 dan Kepala Dusun Wanujoyo Lor. Sosialisasi tersebut sekaligus membahas pelaksanaan program Pengembangan keterampilan dan Pemasaran pada "Kelompok Jahit Mandiri" di Dusun Wanujoyo, Srimartani, Piyungan, Bantul. Setelah didapatkan kesepakatan mengenai hari dan tanggal pelaksanaan program pengabdian, kemudian dilanjutkan dengan melakukan modifikasi mesin jahit konvensional menjadi mesin jahit elektrik.



Gambar 2. Warga Dusun Wanujoyo mengikuti sosialisasi program pengabdian masyarakat.



Gambar 3. Sosialisasi Program pengabdian

Setelah tahap persiapan dan modifikasi mesin jahit selesai dilakukan, selanjutnya adalah melakukan pelatihan kepada anggota jahit mandiri dalam menggunakan mesin jahit elektrik, kegiatan ini juga bertujuan untuk meningkatkan kemampuan anggota kelompok jahit dalam menggunakan mesin jahit hasil modifikasi tersebut. Kegiatan selanjutnya adalah melaksanakan pelatihan menjahit bagi beberapa anggota kelompok jahit yang masih belum begitu menguasai tahapan dalam menjahit sebuah baju, dan juga bagi semua anggota kelompok yang sudah bisa menjahit tetapi belum terlalu menguasai pembuatan pola yang bagus. Setelah anggota kelompok jahit menguasai dasar-dasar dalam menjahit pakaian kemudian dilanjutkan dengan memberikan materi meliputi dari cara mengukur baju, membuat pola, memotong kain dan menjahit hingga jadi pakaian jadi sebenarnya dengan menyesuaikan dengan *trend fashion* saat ini.

Pelatihan pengembangan keterampilan menjahit di kelompok jahit Mandiri ini dilaksanakan oleh instruktur jahit dari Sekolah Menengah Kejuruan jahit dan praktisi jahit senior. Pelatihan dan pendampingan dilaksanakan pada tanggal 10 - 12 Juni 2019.



Gambar 4. Pelatihan mengukur baju.



Gambar 5. Pelatihan membuat pola baju.



Gambar 6. Pelatihan memotong pola baju



Gambar 7. Pelatihan menggunakan Mesin Jahit elektrik.

Kesimpulan

Dengan pemberian pelatihan dari awal mengenai keterampilan menjahit, anggota kelompok jahit mandiri dapat meningkatkan keterampilannya dengan baik. Hasil dari pengabdian ini adalah meningkatnya keterampilan anggota kelompok jahit, hal ini dapat dilihat pada hasil baju jadi yang telah dihasilkan telah mengikuti trend fashion saat ini. Dengan adanya program pengabdian ini pengembangan produk hasil dari kelompok jahit mandiri dapat meningkat.

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada LP3M UMY yang telah memberikan dana dalam pelaksanaan Program Pengabdian Masyarakat ini. Selain itu, penulis juga berterima kasih kepada Ketua dan Warga RT 01 Dusun Wanujoyo Lor Srimartani Piyungan Bantul, yang telah membantu penyelenggaraan kegiatan pengabdian masyarakat ini

Daftar Pustaka

- Riski Febria Nurita, 2016, Upaya pembedayaan ibu Rumah Tangga di desa Kalirejo lawang dengan tujuan memotivasi kewirausahaan mandiri, Jurnal ABDIMAS Unmer Malang.
 LKP “Kreasi Busana”, Bahan Ajar Kursus Menjahit
 Santoso & Ismail, A. 2009. Memahami Krisis Bagi Lansia. BPK Gunung Mulia, Jakarta

Modernisasi Warung Tradisional Melalui *Brand Image* Di Kawasan Jongke Tengah, Sendangadi, Mlati, Sleman

Rini Juni Astuti¹, dan Lela Hindasah²

^{1,2} Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta
 Jl. Brawijaya, Tamantirto, Kaasihan, Bantul, Yogyakarta 55183
 Email: [rinijuniastut@umy.ac.id](mailto:rinijuniaastut@umy.ac.id)

Abstrak

Brand image atau merk sangat penting bagi keberadaan warung tradisional yang dimiliki oleh masyarakat agar pembeli mengetahui ada warung tradisional. Warung tradisional mempunyai harga yang relative terjangkau bagi masyarakat terutama golongan ekonomi menengah ke bawah. Seiring maraknya warung tradisional yang kebanyakan penjualnya adalah masyarakat biasa dengan harapan mampu mencukupi kebutuhan hidup sehari-hari, memerlukan pengelolaan yang modern pada pencapaian brand image terutama pemberian nama warung yang dipasang atau bangunan yang representatif, pengelolaan usaha terutama pada laporan transaksi keuangan yang sederhana. Adapun tujuan kegiatan adalah memberikan pemahaman tentang pengelolaan warung yang baik melalui branding yaitu brand image warung dan pengelolaan keuangan sederhana yang berbentuk kas kecil sehingga pendapatan warung akan meningkat. Modernisasi warung berupa renovasi warung yang representative, pemberian/pemasangan nama warung, tata layout dan pengelolaan keuangan dilakukan pada warung nasi rames Bu Triwulandari dan warung kelontong bu Sumiyati yang ada di Kawasan Jongke Tengah, Sendangadi, Mlati Sleman. Hasil setelah adanya modernisasi Warung tersebut memiliki dampak penjualan yang meningkat 30% pasca dilakukan modernisasi warung melalui brand image karena sudah representative. **Kata Kunci:** brand image, modernisasi warung

Pendahuluan

Pengelolaan warung merupakan factor penting dalam usaha meningkatkan penjualan atau target pendapatan. Pengelolaan warung dimulai dari menerapkan fungsi-fungsi manajemen dan bidang manajemen. Adapun fungsi manajemen yang dilakukan adalah *Planning* /Perencanaan, *Organizing* / Pengorganisasian, *Actuating* /Pelaksanaan) dan *Controlling* /Pengawasan (Terry, 2013). Sedangkan bidang manajemen yang perlu dilakukan pada pengelolaan warung adalah keuangan, pemasaran, sumber daya manusia dan produksi. Pengelolaan warung yang baik akan memberikan dampak yang positif pada keberadaan warung tersebut dari konsumen/pembeli. Keberadaan warung telah menyebar di berbagai wilayah hingga wilayah dusun untuk memenuhi kebutuhan penduduk sekitar.

Keberadaan warung agar mudah diketahui oleh pembeli, maka perlu adanya informasi keberadaan warung tersebut dalam pemasaran atau diistilahkan sebagai branding. Branding (Kotler,) merupakan pemberian nama, istilah, tanda, simbol, rancangan, atau kombinasi dari kesemuanya, yang dibuat dengan tujuan untuk mengidentifikasi barang atau jasa atau kelompok penjual dan untuk membedakan dari barang atau jasa pesaing.

Jongke Tengah merupakan wilayah pedusunan yang ada di desa Sendangadi, kecamatan Mlati, kabupaten Sleman. Jongke Tengah berada 10 km dari pusat kota Yogyakarta tepatnya di Yogyakarta Utara. Secara geografis Jongke Tengah memiliki luas kurang lebih 38 hektar, dengan 8 RT dan 11 RW. Jumlah penduduknya 200 KK. Dan sebagian besar mata pencaharian adalah petani dan buruh. Jongke Tengah merupakan pedusunan berkembang atau Kawasan berkembang, karena bermunculan perumahan yaitu Grand Mlati, Wahana Mulia, Vila Taman Angrek, Kelapa Gading, Kirana Mlati, dan Griya lavender. Selain itu di wilayah Jongke Tengah terdapat 7 gudang besar di sekitarnya yaitu 1) Gudang pakan manuk, 2) Gudang springbed Comforta, 3) Gudang air mineral “Club”, 4) Gudang sarung tangan “SGT”, 5) Gudang Springbed “Airland”, 6) Gudang merk “Sasa”, 7) Gudang Busa.

Dengan situasi wilayah Jongke Tengah yang merupakan dusun berkembang, maka penduduk asli Jongke Tengah melakukan terobosan membuka usaha kecil berupa warung tradisional maupun usaha kecil dan menengah. Jumlah warung tradisional dan usaha kecil yang ada di Jongke Tengah ada sekitar 25 warung tradisional dengan kondisi yang bermacam-macam, baik yang representative, belum representative maupun tidak representative. Dari berbagai usaha kecil dan warung tradisional yang ada di pedusunan Jongke Tengah, peneliti mengamati dan melakukan survey terdapat 2 warung tradisional yang perlu pengembangan dan relative tidak representative yaitu Pertama, Warung nasi rames dan jajanan yang tidak representative milik Ibu Tri Wulandari, dimana Warung tersebut buka dari jam 07.00 - 17.00 Senin sampai dengan Sabtu. Warung tersebut melayani pegawai gudang di wilayah Jongke Tengah dan penduduk sekitarnya maupun orang yang lewat di akses jalan utama Jongke Tengah. Kedua, Warung kelontong yang masih sangat minimal milik Ibu Sumiyati, dimana warung tersebut menjual barang kebutuhan sehari-hari, gas, air mineral galon dan bensin eceran.

Gambar 1. Warung Nasi rames dan jajanan Ibu Tri Wulandari



Sumber: dokumen penulis

Kondisi kedua warung tersebut memiliki perbedaan kondisi, namun kondisi yang sama adalah manajemen warung yang belum dikelola dengan baik dilihat dari aspek branding warung, manajemen aliran kas (Kas masuk dan keluar). Sedangkan perbedaan kondisi fisik warung tersebut adalah sangat signifikan sekali.

Kondisi warung nasi rames dan jajanan milik ibu Tri Wulandari adalah sangat tidak representative, sedangkan kondisi fisik warung milik ibu Sumiyati sudah representative, hanya perlu pengelolaan warung yang lebih baik. Adapun kondisi fisik kedua warung tersebut adalah sebagai berikut:

Gambar 2. Warung Kelontong Ibu Sumiyati



Sumber: dokumen penulis

Kedua warung yang ada di Jongke tersebut, membutuhkan pengelolaan pemasaran dengan memberikan branding agar mudah untuk diakses oleh pembeli dengan memberikan papan nama, tata fisik warung serta pengelolaan kas kecil. Adapun Tujuan kegiatan ini adalah untuk memberikan pemahaman tentang pengelolaan warung yang baik melalui branding yaitu brand image dan pengelolaan keuangan sederhana yang berbentuk kas kecil sehingga pendapatan warung akan meningkat.

Metode Pelaksanaan

Tahapan Pelaksanaan

Berdasarkan pola sasaran pengabdian program kemitraan masyarakat, maka kami awal mulanya adalah melakukan survey awal dan wawancara dengan pemilik warung tradisional yang dianggap memang pantas dan wajib di berikan pendampingan dan penataan. Dari hasil survey dan identifikasi permasalahan dan kebutuhan dari warung tradisional itu, maka metode yang digunakan adalah ada 3 yaitu renovasi, pemberian papan nama dan pendampingan. Ke 3 metode tersebut sifatnya adalah partisipatif yaitu mitra pengabdian program kreatifitas masyarakat terlibat dalam setiap kegiatan mulai dari identifikasi, analisis perencanaan kegiatan dan pelaksanaan kegiatan. Melalui metode ini permasalahan yang teridentifikasi dan tindakan yang akan dilakukan merupakan usulan yang sifatnya *bottom up*, sehingga tindakan yang dilakukan akan tepat sasaran dan mampu mengatasi masalah secara optimal

Metode Pendekatan

Metode pendekatan yang dilakukan dalam melaksanakan kegiatan pengabdian program kreatifitas masyarakat adalah metode analisis eksisting lapangan dan *bottom up*. Adapun metode pendekatan yang dilakukan adalah sebagai berikut

1. Renovasi Tampilan Warung
2. Penyusunan, pembuatan dan pemasangan papan nama Warung
3. Pendampingan penyusunan Laporan transaksi keuangan sederhana
2. Partisipasi Mitra

Partisipasi Mitra dalam kegiatan pengabdian ini adalah

- a. Kepemilikan tanah dan bangunan yang merupakan milik sendiri,
- b. Produk berupa barang-barang yang digunakan oleh mitra dalam proses produksi adalah sudah ada di warung yang dimiliki mitra
- c. Mitra sudah terbuka memberikan informasi pada proses survey
- d. Mitra berkenan memberikan kontribusi waktu dan tenaga dalam proses pengembangan warung tradisional ini.

Hasil dan Pembahasan

Pelaksanaan pengabdian masyarakat program kemitraan masyarakat dengan tema penataan warung tradisional dalam meningkatkan brand image ini telah dilaksanakan dengan tahapan sebagai berikut:

1. Diskusi dengan pemilik warung untuk proses persiapan pelaksanaan penataan warung yaitu untuk tahapan melakukan renovasi warung. Pada proses persiapan renovasi, peneliti melaksanakan diskusi dengan pemilik warung sehubungan dengan kebutuhan apa saja yang harus disiapkan untuk renovasi, seperti bahan/material, tukang, durasi waktu pengerjaan serta warna cat warung. Hal tersebut dilakukan dengan harapan kegiatan yang dilaksanakan akan sesuai dengan masalah yang dihadapi pemilik warung bahwa kondisi fisik warung saat itu tidak memadai, sehingga penjualan warung Bu Tri adalah tidak menentu. Selain itu, jika hujan maka warung tersebut atapnya bocor sehingga membuat barang dagangan yang dijual di warung menjadi lembab bahkan basah dan mengakibatkan omzet penjualan menurun.
2. Pengawasan terhadap proses renovasi warung sampai seberapa jauh progress renovasinya. Peneliti melaksanakan pengawasan secara berkala pada proses renovasi warung Bu Tri, sehingga dengan target waktu 1 bulan renovasi warung tersebut selesai dikerjakan. Dengan fungsi pengawasan ini, peneliti juga melakukan diskusi terkait dengan bahan/material apa yang sudah habis sehingga perlu pemberian dana untuk penyelesaian warung. Peneliti juga memberikan masukan warna cat warung, agar image warung bersih dan menarik dapat terwujud. Sehingga pembeli yang makan di warung tersebut nyaman.
3. Penentuan alat brand image yaitu spanduk/papan nama warung.
Peneliti bekerjasama dengan asisten disainer untuk membuat disain spanduk nama warung yang akan digunakan sebagai brand image warung tersebut. Peneliti sangat intens dan detail dalam proses penentuan disain dan komposisi warna, karena brand image membutuhkan nuansa produk yang eye catching dan menarik bagi pelanggan maupun

calon pelanggan. Sehingga akan sesuai dengan permasalahan yang saat itu terjadi bahwa warung tidak memiliki brand image atau spanduk yang memberikan nama warung tersebut.

Gambar 3. Warung Nasi rames dan jajanan Ibu Tri Wulandari setelah renovasi dan papan nama sebagai brand image



Sumber: dokumen penulis

Gambar 4. Warung Ibu Sumiyati setelah dipasang papan nama sebagai brand image



Sumber: dokumen penulis

4. Diskusi isi barang dagangan yang sudah tersedia di warung dan pemberian modal kerja. Peneliti melakukan diskusi dengan pemilik Warung Bu Tri terkait dengan isi dagangan yang sangat minim, dan tentu saja membuat omzet penjualan tidak bisa meningkat atau bergerak sesuai dengan harapan pemilik warung. Sebagai hasil diskusi dapat diperoleh hasil barang dagangan apa yang sering terjual dengan cepat, yaitu minuman sachet, seperti milo, kopi, extrajoss, teh sachet, makanan ringan, nasi rames

Gambar 5. isi warung setelah ada tambahan modal kerja



Sumber: dokumen penulis

5. Pendampingan penyusunan pembukuan sederhana untuk aliran kas penjualan, pembelian di warung.

Permasalahan yang sangat penting dan sering diabaikan oleh pemilik warung tradisional adalah penyusunan aliran kas masuk dan keluar dalam proses penjualan. Sehingga dengan tidak adanya aliran kas masuk dan keluar ini sering membuat warung tiba-tiba modal habis ketika akan digunakan untuk pembelian barang dagangan/kulakan. Dengan kondisi itu, peneliti memberikan pendampingan penyusunan aliran kas masuk dan aliran kas masuk keluar harian, sehingga pemilik warung akan mengetahui posisi keuangan warung, baik dari pemasukan maupun dari pengeluaran. Dari aliran kas masuk dan aliran kas keluar ini pemilik warung juga akan mengetahui berapa laba yang diperoleh. Peneliti memberikan rekomendasi

- a. Pembelian barang dagangan ulang dilakukan 1 minggu sekali untuk barang-barang yang awet dan setiap hari untuk makanan ringan dan nasi rames.
 - b. Setiap pemasukan/penjualan yang terjadi perlu dicatat, begitupula dengan pengeluaran, sehingga keuangan warung akan semakin tertata.
6. Pengawasan terhadap dampak pasca renovasi dan penataan manajemen warung
Pasca peneliti dengan pengabdian masyarakat program kemitraan maka dampak yang diperoleh setelah melakukan penataan warung dan renovasi warung, penjualan/pendapatan dari warung tersebut rata-rata mengalami kenaikan 30%. Selain itu pelanggan juga semakin mengenal warung tersebut.

Simpulan

Kegiatan Pengabdian Masyarakat Program Kemitraan Masyarakat meliputi:

1. Proses persiapan pelaksanaan penataan warung yaitu untuk tahapan melakukan renovasi warung.
2. Renovasi tampilan/bangunan warung yang sudah dilaksanakan
3. Penentuan alat brand image yaitu spanduk/papan nama warung
4. Pemasangan spanduk brand image kepada pemilik warung
5. Pengembangan desain tampilan warung dan tata letak warung serta produk yang dijual
6. Pendampingan penyusunan pembukuan sederhana untuk aliran kas penjualan, pembelian di warung
7. Modernisasi warung melalui brand image memberikan dampak kenaikan penjualan 30%

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih kami ucapkan pada Lembaga Penelitian, Publikasi, Dan Pengabdian Universitas Muhammadiyah Yogyakarta Nomor: 195/SK-LP3M/I/2019 yang telah memberikan pendanaan pada pengabdian masyarakat program kemitraan.

Daftar Pustaka

George R. Terry, 2013, Prinsip-Prinsip Manajemen, Bumi Aksara, Cet. 11

Peningkatan Kualitas Pembuatan Dan Finishing Produk Pintu Jati Kelompok Pengrajin Dlingo, Kabupaten Bantul, D.I.Yogyakarta

Afrizal Tahar* Sigit Arie Wibowo

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

*afrizal@umy.ac.id

Korespondensi: j.Brawijaya, Tamantirto, Kasihan, Bantul, Yogyakarta 55183

Abstrak

Mitra yang terlibat dalam kegiatan pengabdian ini adalah kelompok pengrajin pintu di Semuten, Jatimulyo, Dlingo, kabupaten Bantul. Berdasarkan rencana observasi, ada masalah yang dihadapi oleh mitra yaitu kualitas produksi dan finishing. Kualitas produksi berhubungan dengan keterampilan pengrajin dalam membuat pintu. Kualitas finishing berhubungan dengan kehalusan penanganan akhir pintu sebelum dijual atau diserahkan kepada pemesan. Kualitas produksi dan finishing akan menentukan harga jual produk kepada konsumen. Harga jual produk pintu Dlingo selama ini identik dengan kualitas rendah dengan harga jual murah. Hal ini kurang menguntungkan bagi pengrajin. Terkait mekanisme bisnis pintu, kami mengusulkan untuk menyusun analisis SWOT, kelayakan usaha, inventaris alat, dan penyusunan program peningkatan skill pengrajin. Program ini juga menawarkan pelatihan peningkatan skill pengrajin baik dalam produksi maupun dalam finishing. Target luaran yang diharapkan dari pelaksanaan kegiatan ini yaitu adanya rancangan bisnis pintu dan peningkatan keterampilan pengrajin sehingga ada peningkatan perekonomian masyarakat. Selain itu, luaran program adalah paper yang dipublikasikan dan perbaikan kesejahteraan pengrajin.

Kata kunci: kewirausahaan, pengrajin, pintu, produksi, finishing, perekonomian

Pendahuluan

Potensi desa di kampung Semuten adalah adalah hasil perkebunan tanaman keras yang melimpah berupa kayu jati. Kayu jati merupakan jenis kayu unggulan di Indonesia yang tidak semua daerah dapat ditumbuhi kayu jati. Kayu jati memiliki serat yg halus dan rapat dengan tekstur yang indah. Keunggulan ini menjadikan kayu jati sering digunakan untuk pembautan produk mebel seperti almari, meja dan kursi. Oleh masyarakat Dlingo pada umumnya kayu jati digunakan untuk memproduksi kusen, pintu dan jendela rumah. Membuat produk komponen rumah tangga tersebut menjadi industri rumah tangga yang pekerjaannya umumnya masih dalam lingkungan keluarga. Bahan baku usaha pintu berasal dari tanaman jati di lingkungan sekitar kecamatan Dlingo, sebagian didatangkan dari Kabupaten Gunung Kidul dan Kabupaten Pacitan. Kayu yang ditebang tidak langsung bisa diolah, terlebih dahulu harus

mendapat legalisasi dari instansi terkait. Pembelahan kayu sesuai kebutuhan dilakukan oleh usaha jasa pembelahan kayu yang ada lingkungan Dlingo. Proses pengeringan umumnya dilakukan secara manual dengan mengandalkan tenaga surya.

Keterampilan membuat pintu pada umumnya merupakan turun temurun dalam keluarga. Tidak ada pelatihan khusus untuk menjadi pengrajin pintu. Pada awalnya pengrajin memulai dari menjadi pembantu pengrajin untuk memotong dan membelah kayu, kemudian menyerut kayu dengan mesin, profil kayu dan terakhir merangkai bagian-bagian pintu menjadi pintu. Proses akhir pembuatan pintu adalah finishing. Finishing adalah pekerjaan perapian dan penghalusan pekerjaan pintu. Umumnya pekerjaan pembuatan pintu dan finishing dilakukan oleh orang yang berbeda.

Permasalahan yang menahun dari tahun ketahun adalah kualitas produksi dan finishing produk pintu dlingo tidak mengalami peningkatan yang signifikan. Konsekuensi dari kualitas produk yang rendah menjadikan harga jual produk pengrajin Dlingo dihargai dengan harga murah. Tidak dapat dipungkiri juga bahwa pasar untuk produk dengan kualitas rendah tetap ada tetapi harga yang didapat oleh pengrajin rendah. Konsekuensinya adalah tingkat ekonomi mereka tidak meningkat dari tahun ketahun.

Metode Pelaksanaan

Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah dengan pelatihan. Pelatihan dibagi dalam pelatihan teknik pembuatan pintu dan teknik finishing pintu. Pelatihan teknik pembuatan pintu ditujukan kepada pengrajin yang belum terampil dan pengrajin pemula, sedangkan pelatihan teknik finishing ditujukan kepada pengrajin yang sudah bisa membuat pintu. Dalam pelatihan ini bahan yang digunakan adalah ram, dorpel dan papan yang kesemuanya dari bahan jati. Alat pertukangan yang digunakan adalah *sircular saw*, *power planner* dan *hole saw*.

Pelatihan teknik pembuatan pintu terdiri dari pelatihan pemotongan dan pembelahan bahan, pelatihan serut bahan, pelatihan profil, pelatihan pelobangan dan pelatihan perangkaian bahan. Pertama-tama peserta pelatihan diberi pengarahan dan prosedur pelatihan yang akan dijalani oleh instruktur yang sudah berpengalaman. Semua peserta diberi alat dan bahan untuk membuat satu unit pintu. Tahap pertama peserta diminta untuk memilih bahan pintu, peserta diharapkan mampu untuk memilih bahan yang sekelas dan sewarna. Tahap kedua mengukur bahan sesuai dengan model pintu yang akan dibuat. Ini dilakukan agar bahan yang akan dipotong dan dibelah sesuai dengan model dan presisi. Tahap ketiga adalah memotong dan membelah bahan sesuai dengan ukuran pintu. Alat yang digunakan dalam tahap ini adalah *sircular saw*, mesin pemotong dan pembelah portable. Tahap ini sangat krusial karena presisi dan siku apa tidak hasil akhir tergantung pada hasil pemotongan dan pembelahan. Tahap keempat adalah penyerutan bahan yang ditujukan untuk menghaluskan bahan dasar yang kasar menjadi halus. Alat yang digunakan dalam tahap ini adalah *power*

planner portable. Tahap kelima adalah melubangi ram pintu yang akan dirangkai dengan dorpel dan papan. Alat yang digunakan dalam pelatihan ini adalah *hole saw* yang juga bersifat semi permanen. Tahap terakhir adalah merangkai bahan. Bahan berupa ram, dorpel dan papan yang sudah diserut dirangkai menjadi pintu.

Pelatihan teknik finishing pintu terdiri dari pelatihan penambalan kayu berlobang dan penyambungan kayu pelos dan pelatihan teknik pengamplasan. Pelatihan ini diperlukan karena pintu yang baru selesai dibuat belum siap untuk digunakan. Ini terjadi karena bahan yang digunakan ada yang cacat berupa, bahan berlubang dan bahan pelos. Diperlukan teknik tersendiri untuk menutup kekurangan bahan tersebut agar petutupan lubang dan penyambungan kayu yang pelos tampak alami. Tahap pertama pelatihan menutup lubang. Bahan yang digunakan dalam tahap ini adalah campuran serbuk kayu yang halus dan lem. Serbuk dan lem diaduk merata lalu dimasukkan dalam lubang yang sudah dibersihkan sebelumnya. Tahap kedua adalah menyambung bahan yang pelos pada sisi pinggir bahan. Tujuan cara ini adalah untuk membuat bahan tetap siku pada sisi pinggirnya. Pintu yang pelos dan berlubang yang sudah ditangani lalu dijemur sekitar dua sampai tiga jam. Tahap ketiga adalah pengamplasan. Pengamplasan dilakukan untuk menghaluskan pintu. Alat yang digunakan dalam proses ini adalah *finishing sander* dan amplas. Tahap ini memerlukan kesabaran pengrajin utk mengamplas setiap sisi pintu. Kehalusan kerja pengrajin akan tampak pada proses ini.

Hasil Dan Pembahasan

Industri mebel dengan bahan dari kayu jadi menjadi andalan kegiatan usaha bagi pengrajin di Kecamatan Dlingo Kabupaten Bantul. Pertumbuhan industri ini didorong oleh melimpahnya bahan baku yang ada disekitar Dlingo. Beberapa jenis produk berbahan baku kayu jati dioleh disini seperti pintu, jendela, kursi, lemari, lemari pajang dll, tetapi yang paling dominan dan banyak pengrajinnya adalah industri pembuatan pintu jati. Mayoritas pengrajin mengolah bahan baku jati menjadi pintu. Pengrajin mengolah bahan menjadi pintu dilakukan oleh pengrajin skala home industri, proses pembelian bahan, pengeringan, pembuatan dan finishing dilakukan pengusaha itu sendiri dibantu oleh beberapa pengrajin yang dibayar dengan system unit produksi. Semakin banyak produk yang dihasilkan semakin banyak pula upah yang diterima oleh pengrajin.

Permasalahan utama kegiatan usaha membuat pintu jati ini oleh masyarakat Dlingo adalah rata-rata kualitas pengertiaan tidak maksimal dan finishingnya tidak halus dan rata. Dari hasil wawancara dengan pengusaha pintu di Dlingo, ada beberapa penyebab rendahnya kualitas pintu buatan Dlingo:

1) Pengrajin kurang trampil

Sebagian pengrajin memperoleh kemampuan membuat pintu belajar secara tandem dengan pengrajin yang lebih senior. Tidak ada pelatihan khusus pembuatan pintu. Sebagian kecil pengrajin berasal dari lulusan SMK jurusan kriya yang magang di

perusahaan pembuatan pintu.

- 2) Rendahnya upah satuan yang diterima oleh pengrajin
Sistem pengupahan jadi faktor pendukung rendahnya kualitas pintu. Umumnya upah dibayar secara satuan produksi. Semakin banyak pintu yang dibuat semakin banyak pengasilan yang diterima. Konsekuensi logis system ini adalah pengrajin lebih berorientasi pada output, bulan kualitas.
- 3) Harga jual pintu yang rendah
Harga jual yang rendah menjadi konsekuensi dari rendahnya kualitas pintu yang dihasilkan. Pengusaha tidak dapat mengangkat harga jual atas produk yang mereka hasilkan.
- 4) Ketiga masalah pokok ini menjadi penyebab rendahnya kualitas dan harga jual produk pintu yang mereka hasilkan.

Gambar1. Diskusi identifikasi masalah



Sumber: dokumen penulis

Dari tiga permasalahan ini, pengabdian memfokuskan pada program peningkatan kualitas pembuatan dan finishing pintu. Apabila skill pengrajin meningkat diharapkan kualitas hasil juga meningkat.

A. Pelatihan Peningkatan Kualitas Pembuatan Pintu

Pelatihan dilakukan di Sentra Pengrajin yang dipimpin oleh Bapak Sugi. Peserta pelatihan adalah pengrajin magang dari SMK Dlingo. Misi yang dicapai adalah meningkatkan kualitas calon pengrajin dan pengusaha masa depan. Jika pengrajin muda sudah membiasakan diri untuk membuat produk berkualitas maka diharapkan kualitas produk Dlingo jadi meningkat. Tahapan Pelatihan adalah:

1. Persiapan

Mitra kerja menyiapkan tempat pelatihan, peserta pelatihan, alat dan perlengkapan pertukangan. Pengabdian menyiapkan instruktur, bahan pelatihan dan alat pertukangan baru yang

akan dihibahkan ke mitra kerja. Bahan pelatihan berupa papan, ram dan dorpel dikeringkan secara alami selama seminggu sebelum pelatihan dimulai. Pengeringan dilakukan untuk mengurangi kadar air papan, ram dan dorpel.

2. Pelaksanaan

Prosedur pembuatan pintu adalah sebagai berikut:

a. Memilih bahan

Gambar2. Memilih kayu



Sumber: dokumen penulis

b. Mengukur, memotong dan membelah bahan

Gambar3. Memotong dan membelah kayu



Sumber: dokumen penulis

c. Menyerut bahan

Gambar4. Proses menyerut bahan



Sumber: dokumen penulis

d. Melobangi ram dan dorpel

Gambar5. Melobangi ram dan dorpel



Sumber: dokumen penulis

e. Merangkai bahan

Gambar6. Proses merangkai bahan



Sumber: dokumen penulis

3. Evaluasi

Evaluasi dilakukan setelah produk selesai dibuat untuk memastikan hasil produksi sesuai dengan kualitas yang diinginkan. Hasil akhir produksi sebelum dan saat pelatihan menunjukkan adanya peningkatan kualitas. Potongan lebih siku dan presisi, serutan lebih halus dan rata, sambungan dan rangkaian bahan lebih rapi dibandingkan sebelum pelatihan

Gambar7. Hasil sebelum dan setelah pelatihan



Sumber: dokumen penulis

B. Pelatihan Peningkatan Kualitas Finishing

Finishing adalah proses mengkondisikan produk pintu siap untuk digunakan. Adakalanya

bahan ada cacat seperti ram atau papan berlubang, Ram pelos di salah satu sisi, bahasn tidak sewarna. Selain itu permukaan bahan tidak halus.

Berikut adalah proses finishing pintu

1. Membersihkan dan menambal lobang kayu

Gambar 8. Membersihkan dan menamballobang kayu



Sumber: dokumen penulis

2. Mengamplas

Gambar 9. Proses mengamplas kayu



Sumber: dokumen penulis

Simpulan

Kesimpulan yang dapat diambil dari identifikasi masalah dan pelaksanaan pelatihan ini adalah:

1. Pengrajin mampu mengikuti arahan instruktur dalam membuat produk pintu dan finishing dengan hasil yang lebih baik
2. Pengrajin memiliki potensi dan kemampuan untuk menghasilkan produk pintu lebih

berkualitas

3. Produk pintu yang dibuat selama pelatihan memiliki kualitas dan harga jual lebih tinggi dibandingkan dengan produk pintu sebelum pelatihan
4. Agar pengrajin tetap menghasilkan produk dengan kualitas yang lebih baik dimasa yang akan datang perlu dilakukan monitoring dan pendampingan berkelanjutan

Gambar 10. Hasil akhir sebelum dan setelah pelatihan



Sumber: dokumen penulis

Hasil akhir setelah pelatihan menunjukkan kualitas yang lebih baik, lebih presisi dan harga jual yang lebih baik

Rekomendasi

1. Perlu untuk melakukan pendampingan berkelanjutan untuk mendorong pengrajin membuat pintu dengan kualitas yang lebih baik
2. Perlu untuk membuat sasaran pasar baru yang membutuhkan pintu dengan kualitas baik dengan harga jual tinggi.

Referensi

- Aryeti, 2011. Peningkatan Peranserta Masyarakat melalui Gerakan Menabung pada Bank Sampah di Kelurahan Babakan Surabaya, *Jurnal Pemukiman* 6(1), pp.40-46
- Octavia, A., Erida., Sumarni, dan Sam, I. 2016. Pelatihan Kewirausahaan dan Manajemen bagi Ibu Rumah Tangga, Remaja Putri dan Kelompok Usaha Bersama Mutiara Kota Jambi. *Jurnal Pengabdian pada Masyarakat*.
- Marwati, S dan Astuti, I. W. 2012. Model Pemberdayaan Perempuan Miskin melalui Pengembangan Kewirausahaan Keluarga menuju Ekonomi Kreatif di Kabupaten Karanganyar. *SEPA*. Vol. 9., No. 1., Pp: 134-144

Workshop Produksi Film Sebagai Inisiasi Desa Wisata Kreatif Di Desa Sumber, Kecamatan Dukun, Kabupaten Magelang

Budi Dwi Arifianto¹, Zein Mufarrih Muktaf²

¹Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

²Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Email: budi_arifianto@umy.ac.id, no telpon 08122692250

Abstrak

Desa Sumber, Kecamatan Dukun, Kabupaten Magelang adalah desa yang berada di lereng Gunung Merapi, berjarak 5 km dari puncak. Desa Sumber dikenal sebagai Desa Wisata Edukasi, menawarkan potensi desa sebagai laboratorium alam bagi pelajar yang berwisata ke desa tersebut. Namun Desa Sumber belum begitu maksimal dalam mengembangkan potensi desa, salah satunya yakni dalam mengemas promosi wisata. Tujuan dari program pengabdian adalah terlatihnya pemuda dalam pembuatan film, membuat event screening secara mandiri, hingga upaya membuat Festival Film Desa sebagai bagian dari inisiasi Desa Wisata Kreatif. Metode yang dilakukan adalah dengan diskusi panel, FGD untuk menggali potensi desa serta workshop produksi film dan eksepsi film. Hasil pengabdian di Desa Sumber adalah blue print Ndeso Film Festival, workshop produksi film, dan simulasi Ndeso Film Festival dengan event screening film dengan metode open air cinema. Kesimpulan dari pengabdian ini adalah bahwa dalam mengeksplorasi potensi desa melalui film, maka ada dua elemen utama, yakni pertama produksi, meliputi; komunikasi, promosi medium merekam potensi desa), kedua eksepsi, meliputi; forum dialog warga dan atraksi.

Kata kunci: Workshop Film, Festival Film Desa, Desa Wisata Kreatif

Pendahuluan

Desa Sumber adalah salah satu dari banyaknya desa dibawah administrasi Kabupaten Magelang, Provinsi Jawa Tengah. Luas dari kabupaten Magelang 1.085,73 Km². Kabupaten Magelang membawahi 21 kecamatan dan 372 desa/ kelurahan. Magelang mempunyai perbatasan dengan lima kabupaten dan 1 provinsi. Sebelah utara berbatasan dengan Kabupaten Temanggung dan kabupaten Semarang, sebelah timur berbatasan dengan kabupaten Semarang dan Kabupaten Boyolali, sebelah barat berbatasan dengan kabupaten Temanggung dan Kabupaten Wonosobo, sedangkan selatan berbatasan dengan Kabupaten Purworejo dan provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (magelangkab.go.id). Secara geografis Kabupaten Magelang didominasi oleh perbukitan. Daerah Magelang mempunyai topografi "basin" atau cekungan, dengan dikelilingi gunung seperti Merapi, Merbabu, Telomoyo, Sumbing dan Andong.

Desa Sumber adalah salah satu desa yang berada di bawah administrasi Kecamatan Dukun, sekitar 10 Km dari kota Muntilan, Magelang. Luas Desa sumber kurang lebih 100 hektar. Desa Sumber memiliki 12 pedukuhan dengan total 3537 jiwa. Untuk kelompok pekerjaan, dominan merupakan petani, yakni 38,5%, diikuti pelajar/mahasiswa 17%, tidak bekerja 13%, karyawan swasta 8%, buruh harian lepas 4% dan buruh tani/kebun 2%.

Jika dilihat dari sebaran pekerjaan, Desa Sumber didominasi oleh petani. Selain itu sebagai desa yang berada di lereng gunung Merapi, Desa Sumber sangat berpotensi menjadi desa wisata. Potensi itu terlihat dari hamparan pertanian dengan latar belakang Gunung Merapi yang megah. Selain sumberdaya petani yang besar, Desa Sumber juga mempunyai potensi sumberdaya manusia pelajar dan mahasiswa yang bisa dimanfaatkan kemampuannya dalam mengelola desa wisata.

Selama ini Desa Sumber sudah mengemas dirinya sebagai desa wisata edukasi. Maksud Desa Sumber sebagai wisata edukasi adalah bahwa Desa Sumber menawarkan diri menjadi laboratorium alam yang bisa diekspos oleh pelajar dalam proses pembelajaran. Terbukti diferensiasi ini mampu menarik beberapa sekolah berwisata di Desa Sumber.

Kenyataannya potensi Desa Sumber tidak hanya alam, namun juga budaya masyarakatnya. Desa Sumber mempunyai sanggar Ketoprak yang dikelola sendiri oleh warganya serta komunitas Forum Anak yang aktif membuat event tahunan. Selain itu ada pula komunitas film yang berkembang di Desa Sumber.

Komunitas film Desa Sumber sudah berkembang sejak tahun 2011, saat sebuah LSM bernama PLAN membuat program workshop film di Desa Sumber pasca erupsi Merapi tahun 2010. Namun komunitas film ini *vacuum* selama 5 tahun dan aktif kembali di tahun 2016 dengan kondisi seadanya.

Kami menangkap peluang jika komunitas film dibangun kembali dengan serius. Kami mengharapkan aktifnya komunitas film tidak hanya berimbas pada aktifitas kreatifitas kaum mudanya saja, namun juga berelasi dengan Desa Sumber sebagai desa wisata. Film menjadi medium dalam mempresentasikan potensi desa.

Solusi yang coba tim lakukan adalah membangun diferensiasi dengan desa wisata lainnya, yakni menawarkan model desa wisata kreatif, yang salah satunya dengan menstimulus masyarakat Desa Sumber dalam menghasilkan film bertemakan potensi desa. Tim kami memfokuskan pada pendampingan teknis produksi hingga pada bagaimana membuat *screening* yang profesional layaknya *screening* film pada umumnya.

Adapun tujuan dari program kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Sumber adalah sebagai berikut ;

1. Mempelajari bagaimana membuat film secara profesional dengan cara membuat diskusi panel dan pelatihan produksi film dengan pendampingan fasilitator.
2. Membuka pemahaman tentang manajemen *screening* dan event festival film. Proses pemahaman tentang manajemen *screening* dan event festival film dengan cara

membuat stadium geeral manajemen screening dan event festival dilanjutkan dengan FGD.

3. Membuat rencana membangun Desa Wisata Kreatif jangka menengah dan panjang dalam perspektif film.

Metode Pelaksanaan

Metode pelaksanaan dalam pengabdian masyarakat di Desa Sumber adalah sebagai berikut; 1). diskusi terbatas antara komunitas film dan tim pengabdian masyarakat, dengan melakukan pemetaan kebutuhan dalam program workshop film, 2). Dilanjutkan kemudian diskusi panel atau stadium general dihadiri oleh para komunitas film pemuda Desa Sumber. Materi yang akan diisi adalah tentang produksi film, manajemen *screening* dan festival film. Dalam diskusi kali ini, tim mendatangkan pembicara dari para aktifis film komunitas. 3). Melakukan FGD dibagi dalam 3 kelompok, kelompok *event screening*, kelompok programing festival film desa dan publikasi. Setiap kelompok difasilitasi oleh fasilitator, 4). Pelatihan produksi film dilakukan dalam 3 sesi, yaitu; a). sesi pengenalan alat, b). sesi sinematografi, dan c). sesi editing, 5). Terakhir adalah melakukan *screening* film berupa simulasi Festival Film Desa.

Pembahasan

Kami melihat ada relasi menarik antara produksi film, potensi desa dan eksebisi film (pemutaran film). Awalnya kami hanya fokus pada produksi dan kemudian di *screening*kan (eksebisi), namun kondisi di lapangan memperkaya temuan kami. Kemudian kami menyebutnya *film sebagai medium komunikasi desa dan film sebagai medium "forum warga"*.

Berangkat dari pendekatan film sebagai bagian dari representasi dan eksebisi film sebagai "forum warga". Maka dalam pengabdian ini kami menemukan dua pilar utama dalam program ini yang nantinya akan menjadi acuan dan landasan pada rencana tahap selanjutnya.

Jika mengacu David Brodwell dan Kristin Thomson (2003), pada dasarnya elemen film dibagi menjadi 3 yakni produksi-distribusi-eksebisi. Produksi adalah menyangkut produksi film, sedangkan distribusi menyangkut tentang bagaimana film dipasarkan, dan eksebisi yakni menyangkut hal tentang bagaimana film ditayangkan atau diputar.

Dalam program pengabdian ini kami hanya menggunakan dua elemen dalam film, yakni produksi dan eksebisi. Hal ini berangkat dari hasil diskusi dengan masyarakat Desa Sumber bahwa Desa Sumber sebagai desa wisata pada tujuannya adalah bagaimana caranya agar banyak wisatawan yang berkunjung ke Desa Sumber. Maka produksi film difokuskan pada konten potensi desa, dan eksebisi film adalah cara masyarakat Desa Sumber mengekspresikan diri melalui potensi yang dimiliki desa, menarik masyarakat berkunjung ke Desa Sumber, selain

juga bagian dari masyarakat berdialog dan bertemu. Pada satu titik eksepsi kemudian dikemas dalam sebuah festival dengan sebutan “Ndeso Film Festival”. Berikut adalah perubahan sebelum dan sesudah pengabdian masyarakat dilakukan.

Tabel 1. Perbedaan Kondisi Sebelum dan Sesudah Kegiatan Pengabdian Masyarakat

Kegiatan	Kondisi	
	Sebelum	Sesudah
Membuat Workshop Produksi Film	Peserta sudah memahami teknik dasar produksi, akan tetapi belum tahu bagaimana membuat format tayangan audio visual / film dengan baik dan benar secara ilmu sinematografinya.	Peserta lebih terarah dalam mengaplikasikan teknis sinemaografi dan bercerita melalui tayangan audio visual/film. Peserta mampu membuat dummie film yang rencana akan diproduksi nantinya. Peserta tertarik untuk memproduksi konten konten kreatif yang mengangkat potensi desanya. Yang paling dekat mereka akan membuat film yang mengangkat cerita tentang “Ledhek Bariem”, cerita mitos desa yang syarat akan kearifan lokal
Manajemen Event Screening	Peserta belum pernah mendapatkan literasi tentang distribusi karya atau acara pemutaran film	Peserta memahami secara teknis dan perencanaan event dalam pemutaran karya audio visual.
Stadium General Bersama Pembuat Film Lokal disambung dengan Focus Group Discussion (FGD) Pembuatan Blue Print Festival Film Desa Sebagai Inisiasi Desa Wisata Kreatif	Peserta menginginkan adanya event yang bisa mendatangkan orang orang kedesanya, tetapi belum tahu akan melakukan event apa dan seperti apa yang seharusnya dilakukan.	Peserta memnyepakati adanya event pemutaran film yang di desain sesuai dengan kemampuan mereka dan bisa mengangkat potensi pontesi yang ada di Desanya. Andanya peta konsep format festival film yang akan dilakukan di bulan Agustus 2019

Diskusi Panel dan FGD Pengelolaan Festival Film yang menghasilkan Blue Print Event “Ndesa Film Festival”

Sebelum dilakukan Focus Groups Discussion (FGD), program pengabdian masyarakat diawali dengan diskusi panel yang menghadirkan beberapa tokoh yang ahli dan bisa menginspirasi komunitas film di Desa Sumber. Kami menghadirkan 4 pembicara yang mewakili kepakarannya masing-masing. Berikut pembicara yang kami hadirkan dalam diskusi panel pada tanggal 24 februari 2019;

1. Bowo Leksono

Ketua Cinema Lover Club (CLC), dan merupakan penganggas Film Festival Purbalingga (FFP).

Diundang sebagai pakar dalam menceritakan bagaimana sejarah Purbalingga Film Festival terbentuk, dan bagaimana bisa bertahan hingga 12 tahun.

2. Insan Indah Pribadi

Ketua dari Sangkanparan Cilacap. Aktifis film yang sudah banyak mendampingi komunitas film di banyak daerah dengan mendapatkan banyak penghargaan nasional maupun internasional.

Diundang sebagai pakar untuk menceritakan tentang bagaimana teknis mengemas potensi desa menjadi karya film.

3. Mart Widarto

Staf dari Mahoni Cakra Saudjana (MCS). Seorang fasilitator dan aktifitas pemberdayaan desa.

Diundang sebagai pakar dalam membuat pemetaan potensi desa di Desa Sumber.

4. Citra Dewi Utami

Dosen ISI Surakarta. Pengajar sekaligus fasilitator dalam program pengabdian dalam tema perfilman.

Diundang sebagai pakar dalam menjelaskan manajemen festival film dan eksebisi.



Gambar 2. Suasana workshop pengelolaan festival film berbasis jaringan masyarakat desa.

Gambar 2 adalah suasana diskusi panel. Diadakan di aula Desa Sumber dengan dihadiri tidak hanya komunitas film, namun elemen lainnya seperti pokdarmis (kelompok sadar wisata) Desa Sumber, komunitas film, forum anak, sanggar seni dan sebagainya. Diskusi Panel ini juga menjadi ruang diskusi kelompok film dan juga komunitas kreatif lainnya agar terwujud sinergitas komunitas kreatif di Desa Sumber.



(a)



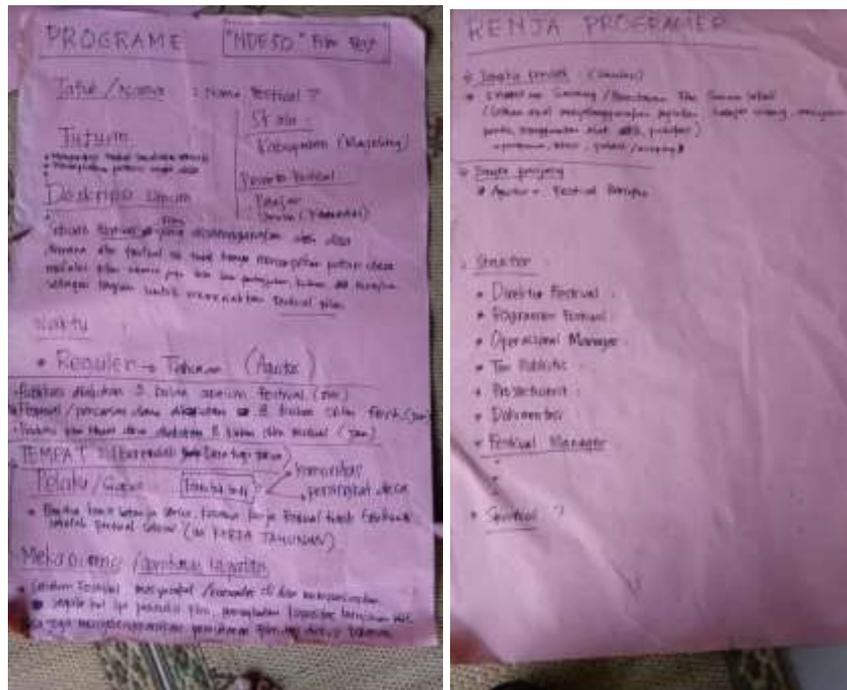
(b)

Gambar 3. (a) Bowo Leksono sebagai penggagas Festival Film Purbalingga (memegang microphone) dan Insan Indah Pribadi (foto b) tengah berbagi ilmu dan pengalaman.

Setelah diskusi panel selesai kami lanjutkan dengan Focus Groups Discussion (FGD) guna menggagas festival film dan membuat blue print festival film. Pada FGD dibagi menjadi 3 kelompok. Kelompok *pertama* terkait program, kelompok *dua* terkait publikasi dan kearsipan, dan yang ketiga terkait *screening*. Masing-masing kelompok difasilitasi oleh 2 orang.

Kelompok pertama terkait program difasilitasi oleh Insan Indah Pribadi dan Mart Widarto. Kelompok dua terkait dengan publikasi dan kearsipan difasilitasi oleh Citra Dewi

Utami dan Bowo Leksono. Sedangkan kelompok tiga yakni teknik screening difasilitasi oleh Budi Dwi Arifianti dan Zein Mufarrih Muktaf.



Gambar 4. Salah satu hasil dari FGD, yakni programming film festival.

Gambar 4 adalah salah satu hasil dari kelompok pertama yakni kelompok diskusi programming. Jika melihat hasilnya, maka Ndeso Film Festival (NFF) mengakomodir semua elemen komunitas masyarakat di Desa Sumber, menggali potensi desa sebagai bagian dari ciri khas festival film ini. Selain itu, NFF adalah bagian dari langkah awal dalam rangka inisiasi Desa Wisata Kreatif.



Gambar 5. Eko Kalisno struktural Kelurahan selaku Carik, juga ikut aktif dalam acara FGD tersebut.

Peran serta lembaga terkait dalam hal ini adalah pihak Kelurahan Desa Sumber cukup tinggi. Hal ini terlihat dari keterlibatan langsung Eko Kalisno sebagai Carik Desa Sumber dalam semua persiapan event hingga berlangsungnya event. Hal ini yang membuat kami selalu tim pengabdian merasa terbantu. Tidak hanya mendukung kegiatan, Eko Kalisno juga bersedia menjadi inisiator program hasil dari FGD.

Supaya program ini berkelanjutan, maka kami dan komunitas membuat rencana tindak lanjut (RTL). Rencana tindak lanjut ini kami berikan keleluasaan kepada masyarakat Desa Sumber untuk membuat sendiri bagaimana program ini seharusnya terus berjalan. Untuk rencana tindak lanjut kami urai di BAB selanjutnya.



Gambar 6. Santi (23th) salah satu peserta mempresentasikan rencana tindak lanjut hasil FGD Pengelolaan Festival Film berbasis komunitas desa.

Workshop Pengenalan Dasar Produksi Film

Sebagai bagian dari program pengabdian, kami juga mengadakan workshop sinematografi dan dasar produksi film yang langsung difasilitasi tim kegiatan pengabdian masyarakat Desa Sumber yakni oleh Budi Dwi Arifianto. Sebagai awal, workshop film, kami memberikan pengantar dasar untuk menstimulus komunitas film dan masyarakat di Desa Sumber. Stimulus dari para peserta ini yang nantinya bisa menjadi bahan diskusi selanjutnya.



Gambar 7. Workshop workflow kerja sinematografi yang diikuti oleh komunitas film berbasis masyarakat desa.

Dari program workshop dan diskusi muncul kemudian rencana untuk memfilmkan naskah bertemakan kearifan lokal yang diwariskan kepada sanggar ketoprak setempat. Desa Sumber memiliki sanggar ketoprak yang dibuat secara swadaya masyarakat. Dalam workshop tersebut, muncul ide naskah yang dibuat oleh para seniman ketoprak akan difilmkan sebagai wujud semangat mengangkat potensi desa melalui media film.

Simulasi Penyelenggaraan Event Pemutaran Oleh Komunitas Film Desa Sumber

Selain workshop produksi film, hal yang penting lainnya adalah meliterasi masyarakat atau pegiat film di Desa Sumber tentang pentingnya event eksebis. Gagasan Ndeso Film Festival sebagai wadah kreasi masyarakat Desa Sumber dan memperkenalkan Desa Sumber

kepada masyarakat luas coba tim dan masyarakat dalam sebuah simulasi festival berupa eksebisi film.

Tujuan dari simulasi festival ini adalah memberikan pengalaman kepada pegiat film di Desa Sumber dalam mengemas event eksebisi film. Pegiat film Desa Sumber diajak membuat persiapan acara, atraksi, membuat list pemutaran dan hal lain. Hal ini bisa menjadi gambaran nyata dalam pembuatan event Ndeso Film Festival kelak.



(a)



(b)

Gambar 8. (a) logo Ndeso Film Festival. (b) poster Event pemutaran film. Acara ini sebagai luaran hasil sharing ilmu tentang event manajemen pemutaran.

Program yang screening film sebagai bagian dari simulasi NFF kami lihat berjalan sukses. Program screening yang kami pilih adalah *open air cinema* atau pemutaran film secara terbuka, sering juga kita sebut dengan layar tancap. Pilihan menggunakan *open air cinema* mengacu pada pertimbangan penonton yang banyak, dan mampu memancing perhatian. Pemutaran film dilaksanakan di sanggar ketoprak Desa Sumber karena letaknya yang cukup strategis (berada dipusat pemukiman warga).



Gambar 9. Suasana Event pemutaran hasil praktek peserta workshop pemutaran

Event simulasi NFF ini dihadiri oleh warga dengan berbagai kalangan dan umur. Open air cinema ini juga dianggap oleh sebagian warga sebagai obat kangen era layar tancap pada era 70-80an. Antusias warga cukup tinggi, memadati ruang-ruang yang sudah disediakan.



Gambar 10. Rata-rata mereka yang berusia tua kangen dengan suasana era layar tancap.

Karena penontonnya adalah kalangan umum dengan segala usia, maka programmer memilih film-film bertema semua umur, berbahasa Indonesia, bernuansa kearifan lokal untuk diputar dalam pemutaran tersebut. Film yang diputar adalah film dokumenter, dan film fiksi narasi dengan genre komedi. Awalnya screening ini dibuat untuk memfasilitasi film-film Desa Sumber, namun karena komunitas film Desa Sumber belum siap, maka film-film dari desa lain yang diputar. Kebetulan stok film dokumenter diambil dari film pendampingan Insan Indah Pribadi dari Sangkanparan. Desa Sumber memberikan teaser dari film yang akan dibuat berjudul “Ledhek Bariem”.



Gambar 11. Pemutaran film tamu bergenre komedi sangat diminati.



Gambar 12. Melibatkan Mobil Bioskop Keliling UMY untuk pemutaran dengan format open air cinema.

Untuk sementara teknis open air cinema dibantu oleh lab ilmu komunikasi UMY dalam pengadaan alat putar. Pada waktunya nanti, UMY akan mencoba membantu dalam program pemutaran dan mencoba terus memperdayakan masyarakat Desa Sumber mempunyai alat putar sendiri yang berkualitas untuk program *open air cinema*.

Kesimpulan

Setelah kami melakukan kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Sumber, kami menemukan bahwa media film bisa menjadi media dalam merekam potensi desa, mempromosikan dan juga mengkomunikasikan kepada khalayak luas. Hal ini yang kemudian diterjemahkan pada workshop sinematografi dan *Focus Group Discussion*. Selain itu screening film atau eksepsi film adalah bagian dari ruang dialog dan ekspresi warga. Konsep ini yang kemudian menghadirkan Ndeso Film Festival.

Dalam pemasaran desa wisata, warga dituntut lebih kreatif, khususnya dalam mengemas ciri khas desa wisata. Potensi desa menjadi utama sebagai komoditas yang dijual kepada para wisatawan. Film bisa menjadi medium dalam memperkenalkan dan mempromosikan atraksi wisata di Desa Wisata tersebut. Maka layaklah kegiatan pengabdian masyarakat dalam pengembangan Desa Wisata bisa menjadi prioritas.

Ucapan Terima Kasih

Program pengabdian masyarakat ini bisa terlaksana atas dukungan dari Dr. Gunawan Budiyo (rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta), Dr. Gatot Supangkat (kepala LP3M Universitas Muhammadiyah Yogyakarta), dan Masyarakat Desa Sumber, Kecamatan Dukun, Kabupaten Magelang, yang telah menjadi mitra yang sangat kooperatif. Partisipasi peserta yang sangat baik berkontribusi besar dalam pelaksanaan program ini.

Daftar Pustaka

- Adimihardja, Kusnaka, Prof. Dr., dan Hikmat, Harry, Dr, Ir, M.Si, (2003), *Participatory Research Appraisal: dalam Pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat*, Humaniora, Bandung.
- Asyari, Hasbullah, (2015), *Buku Pegangan Desa Wisata: Materi Bimbingan Teknis untuk Desa Wisata*, Pustaka Zeedny, Yogyakarta.
- Boordweel, David., dan Thomson, Kristin (2003), *Film Art: An Introduction*, McGraw-Hill Companies, USA
- Bungin, Burhan, (2015), *Komunikasi Pariwisata*, Penerbit Kencana, Jakarta
- Sumarno, Marselli, *Dasar-dasar Apresiasi Film*, 1996, Jakarta: Grasindo
- Widagdo, M. Bayu & S. Gora, Winastwan, *Bikin Sendiri Film Kamu: Panduan Produksi Film Indonesia*, 2004, Yogyakarta: PD Anindya.
- www.magelangkab.go.id
- www.desasumber.magelangkab.go.id

Peran Assalwa Resources Center (ARC) Dalam Pemberdayaan Petani Kopi Di Desa Tombo

Dewi Dzakiroh^{1*}, Suwarto², Heru Irianto³

Universitas Sebelas Maret, Jl. Ir. Sutami No.36 A, Kota Surakarta, 57126, 0895414025634
dzakirohdewi@gmail.com

Abstrak

Desa Tombo merupakan desa terluas di Kecamatan Bandar, Kabupaten Batang. Letak Desa Tombo yang berada di kawasan pegunungan dieng menyebabkan Desa Tombo memiliki potensi yang baik untuk budidaya kopi. Budidaya kopi di Desa Tombo telah dilakukan sejak zaman penjajahan Belanda. Berdasarkan hasil assessment mengenai kondisi petani kopi di Desa Tombo, maka dapat ditinjau bahwa petani kopi di Desa Tombo belum mampu mengolah dan memasarkan kopi dengan baik, Akibatnya kualitas dan harga kopi tombo rendah sebelum adanya pemberdayaan oleh ARC. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan kegiatan pemberdayaan yang dilakukan oleh ARC dan mendeskripsikan peran ARC dalam memberdayakan petani kopi di Desa Tombo. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus. Teknik pengumpulan data adalah observasi dan wawancara mendalam. Teknik Pemilihan informan menggunakan teknik purposive (senaja). Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada 5 tahapan yang dilakukan ARC dalam memberdayakan petani kopi di Desa Tombo, yaitu tahap penyadaran, menunjukkan adanya masalah, membantu pemecahan masalah, menunjukkan pentingnya perubahan, serta pelaksanaan pemberdayaan. Kegiatan pemberdayaan yang dilakukan ARC kepada petani kopi di Desa Tombo, antara lain bina manusia, bina usaha, bina lingkungan dan bina kelembagaan. ARC memiliki peran penting dalam memberdayakan petani kopi di Desa Tombo, diantaranya sebagai motivator, fasilitator dan inisiator.

Kata Kunci: ARC, Kopi, Pemberdayaan Petani, Peran

Pendahuluan

Desa Tombo merupakan penghasil kopi terbesar di Kecamatan Bandar, Kabupaten Batang. Budidaya kopi di Desa Tombo sudah dilakukan sejak masa Hindia Belanda, Sebagian besar penduduk di Desa Tombo berprofesi sebagai petani kopi. Berdasarkan data dari Desa Tombo dalam angka (2015) jumlah petani kopi di Desa Tombo adalah sebanyak 309 orang yang terbagi kedalam 3 dusun, yaitu Dusun Centuko, Dusun Tampingan dan Dusun Tombo. Kegiatan usahatani kopi merupakan salah satu sumber penghasilan warga di Desa Tombo. Desa Tombo terletak didaerah kawasan Pegunungan Dieng, yang memiliki ketinggian 700 sampai 1500 dpl, sehingga Desa Tombo cocok digunakan untuk budidaya kopi. Potensi alam yang mendukung juga membuat Desa Tombo cocok digunakan untuk membudidayakan

beberapa macam jenis kopi, di antaranya Robusta, Arabika dan excelsa, namun jenis kopi yang paling banyak dibudidayakan di Desa Tombo adalah kopi Robusta.

Berdasarkan kriteria rasa, kopi yang dihasilkan dari Desa Tombo sebenarnya memiliki citarasa yang unik, sayangnya berdasarkan luas lahannya, petani kopi di Desa Tombo sebagian besar merupakan petani gurem. Rata-rata luas lahan kopi yang diusahakan oleh petani kopi di Desa Tombo hanya 0,2 sampai 2 Ha. Permasalahan lain yang dihadapi oleh petani kopi di Desa Tombo adalah terbatasnya modal yang dimiliki petani. Keterbatasan modal tersebut menyebabkan terbentuknya hubungan patron klien antara petani dengan tengkulak. Selama ini untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dan menjalankan usahanya petani harus meminjam modal terlebih dahulu ke tengkulak, sehingga untuk melunasinya petani harus menjual hasil produksi kopinya kepada tengkulak, sedangkan harga beli yang ditawarkan oleh tengkulak seringkali rendah yaitu Rp 3000/kg untuk kopi dalam bentuk ceri. Hal tersebut menyebabkan pendapatan petani kopi di Desa Tombo rendah.

Melihat permasalahan tersebut ARC sebagai komunitas yang peduli dengan kondisi petani kopi berupaya untuk melakukan pemberdayaan terhadap petani kopi di Desa Tombo. Pemberdayaan merupakan upaya yang dilakukan secara senaja dan terencana untuk memfasilitasi masyarakat lokal dalam merencanakan, memutuskan dan mengelola sumberdaya lokal yang dimiliki oleh masyarakat melalui *collective action* dan *networking* sehingga mereka mampu dan mandiri secara ekonomi, ekologi dan social (Mardikanto, 2010:40). Menurut Winarni (1998: 75) inti dari pemberdayaan meliputi tiga hal yaitu pengembangan, (*enabling*), memperkuat potensi atau daya (*empowering*), serta menciptakan kemandirian.

Proses pemberdayaan yang dilakukan oleh ARC meliputi beberapa tahapan. Hal tersebut sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Lippit (1961) bahwa ada beberapa tahapan dalam memberdayakan masyarakat, anatara lain: kesadaran, menunjukkan adanya masalah, membantu pemecahan masalah, menunjukkan pentingnya perubahan, melakukan pengujian dan demonstrasi, memproduksi dan publikasi informasi dan melaksanakan pemberdayaan. ARC dalam melaksanakan pemberdayaan melakukan beberapa upaya-upaya pokok yang diyakini mampu mengubah kualitas dan taraf hidup petani kopi di Desa Tombo. Hal ini sesuai dengan pandangan teori dari Mardikanto, T., (2010) bahwa ada tiga upaya pokok dalam kegiatan pemberdayaan masyarakat, yang disebut sebagai Tri Bina, yaitu: Bina Manusia, Bina Usaha dan Bina Lingkungan, namun ketiga upaya pokok tersebut tidak akan lengkap jika tidak ada Bina Kelembagaan. Bina Kelembagaan dianggap sebagai hal yang penting karena kegiatan Bina Manusia, Bina Usaha dan Bina Lingkungan akan terwujud seperti yang diharapkan manakala ada dukungan dari beragam kelembagaan yang terkait.

ARC sebagai agen pemberdayaan memiliki banyak peran dalam menciptakan perubahan di Desa Tombo. Peran menurut Soerjono, S. (2012) merupakan aspek dinamis kedudukan (*status*), apabila seseorang melaksanakan hak dan kewajibannya sesuai dengan kedudukannya, maka ia menjalankan suatu peranan. Peran agen perubahan menurut

Havelock (1973) adalah sebagai pembantu proses perubahan dan sebagai penghubung (*linker*), sebagai katalisator dan sebagai pemberi solusi atas masalah yang dihadapi oleh sasaran pemberdayaan. Pada penelitian ini penulis tertarik untuk mengetahui kegiatan pemberdayaan yang dilakukan oleh ARC dan peran ARC dalam pemberdayaan petani kopi di Desa Tombo.

Metode Pelaksanaan

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus. Penelitian ini mendeskripsikan persepsi masyarakat secara utuh dan menyeluruh mengenai agen perubahan dalam melaksanakan pemberdayaan masyarakat. Menurut Bogdan dan Biklen (1982) penelitian kualitatif adalah penelitian yang memiliki ciri-ciri seperti berikut: 1) Dilakukan pada kondisi yang alamiah, langsung ke sumberdata dan peneliti merupakan instrument kunci, 2) Penelitian kualitatif lebih bersifat deskriptif. Data yang dikumpulkan berbentuk kata-kata atau gambar, sehingga tidak menekankan pada angka, 3) Penelitian kualitatif lebih menekankan pada proses daripada produk atau *outcome*, 4) Penelitian kualitatif melakukan analisis data secara induktif, 5) Penelitian kualitatif lebih menekankan makna (dibalik data yang teramati). Penelitian kualitatif juga memungkinkan penelitian dapat dilakukan secara intensif, hal tersebut karena peneliti ikut berpartisipasi selama dilapang, mencatat secara hati-hati apa yang terjadi, melakukan analisis reflektif terhadap berbagai dokumen yang ditemukan dilapang, dan membuat laporan penelitian secara mendetail.

Penelitian ini menafsirkan, menggambarkan dan menguraikan secara sistematis proses pemberdayaan dan peran ARC dalam pemberdayaan petani kopi di Desa Tombo. Penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dari kegiatan wawancara dengan informan yang terdiri dari petani kopi, pengurus ARC, kepala Desa Tombo, perwakilan dari Dinas Pangan dan Pertanian Kabupaten Batang, selain melalui wawancara kegiatan pengumpulan data juga dilakukan melalui kegiatan observasi. Data sekunder diperoleh melalui kegiatan dokumentasi terkait fokus penelitian. Teknik pemilihan informan menggunakan teknik purposive (senaja). Hal tersebut sesuai dengan pendapat Fatchan (2011) bahwa informan ditentukan secara sengaja, bahwa siapa dan berapa jumlah informan dapat ditentukan secara sengaja, tentunya didasarkan pada berbagai pertimbangan dan alasan rasional dari peneliti. Kriteria informan dalam penelitian ini didasarkan pada pertimbangan berikut ini yaitu (1) informan merupakan orang yang dekat dengan agen pemberdayaan, (2) informan merupakan orang yang seharusnya berperan penting dalam menjalankan tugas agen perubahan, dan (3) informan merupakan sasaran dan penerima program pemberdayaan. Berdasarkan kriteria tersebut maka ke lima informan tersebut ditunjuk sebagai perwakilan dari petani kopi untuk memberikan informasi yang dibutuhkan peneliti.

Proses analisis data dari penelitian ini dilakukan selama berada di lapang. Proses analisis data penelitian ini menggunakan teknik analisis data interaktif model Miles dan Huberman. Miles dan Huberman dalam Sugiyono (2012:337) mengemukakan bahwa analisis

data kualitatif dilakukan secara interaktif dan dilakukan secara terus menerus sampai tuntas sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas dalam analisis data yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan simpulan.

Hasil dan Pembahasan

Komoditas kopi merupakan salah satu komoditas yang layak untuk diusahakan dan memberikan keuntungan (Lestari, Ova; Hasyim, Ali Ibrahim; Kasymir. Eka. 2017). Keuntungan yang bisa di dapat jika terjun dalam *bisnis budidaya kopi* yakni harga jual dari kopi dapat dikatakan sangat tinggi di pasaran sehingga keuntungan yang di dapatkan bisa terbilang besar. Di era perdagangan bebas, komoditi kopi merupakan bahan baku utama industri kopi bubuk, oleh karena itu mutu menjadi penentu daya saing di pasar ekspor maupun domestik. Melalui teknik budidaya yang baik dan sesuai, maka bisa dihasilkan mutu produk (biji kopi) yang baik dan sesuai dengan permintaan pasar (Kustiari, 2007).

Di Desa Tombo kopi merupakan komoditas yang sudah lama dibudidayakan. Komodtas kopi pertama kali ditanam di Tombo pada masa penjajahan Belanda, namun kemudian perkebunan kopi tersebut diambil alih oleh PTPN IX. Banyak masyarakat Desa Tombo yang bekerja sebagai buruh tani di PTPN IX. Selain bekerja sebagai buruh tani, petani di Desa Tombo juga banyak yang membudidayakan kopi secara mandiri, meskipun kualitasnya tidak sebaik milik PTPN IX. Adanya permasalahan pada pemasaran kopi di pasar internasional menyebabkan PTPN mengganti komoditas kopi menjadi teh dan karet. Melihat hal tersebut, ARC bermaksud untuk memberdayakan petani kopi di Desa Tombo, agar mereka tetap memanfaatkan potensi yang ada di Desa dengan lebih baik, sehingga mampu memperbaiki kualitas dan taraf hidup masyarakat.

ARC dalam kegiatan pemberdayaan ini dapat dikatan sebagai satu-satunya agen pemberdayaan. As Salwa Resources Center (ARC) merupakan suatu komunitas yang didirikan oleh sekelompok pemuda Desa Tombo yang tergabung dalam sebuah organisasi kemasyarakatan pemuda yang bernama Gerakan Pemuda Ansor (GP Ansor). ARC di ketua oleh Bapak Khalid. Komunitas ARC mulai dibentuk pada tahun 2012. Selain menghidupkan potensi kopi tombo pendirian komunitas ini juga dilakukan untuk mengurangi jumlah pemuda yang merantau ke luar daerah. Komunitas ARC aktif mengembangkan muatan lokal di Desa Tombo, untuk mendorong pemuda supaya kreatif dan inovatif dalam memajukan Desa Tombo.

Dilihat dari struktur organisasinya komunitas ARC memiliki 2 divisi, yaitu divisi kebun yang diketuai oleh Bapak Waris dan divisi kedai yang diketuai oleh Bapak Mujo. Pemuda yang berada di divisi kebun bertugas untuk membina dan membimbing petani di Desa Tombo untuk menghasilkan biji kopi dengan kualitas terbaik, sedangkan pada divisi kedai, bertugas mengolah kopi dari biji matang sampai dengan kopi siap diminum. Jumlah pengurus inti ARC yang aktif saat ini berjumlah 10 orang.

Pengurus komunitas ARC sebenarnya merupakan pemuda desa yang tidak memiliki pengetahuan dan pengalaman terkait pengolahan dan pemasaran kopi, pengetahuan mereka tentang kopi hanya terbatas pada budidaya kopi secara *on farm* yang diperoleh dari orang tua mereka secara turun-temurun. Oleh karena itu, sebelum melakukan kegiatan pendampingan, pengurus ARC mendalami pengetahuan terkait pengolahan pasca panen kopi yang baik sesuai dengan standar kopi berkualitas ke beberapa ahli kopi serta bergabung dan mengikuti kegiatan-kegiatan dari komunitas kopi yang lebih dahulu maju, bahkan ARC juga mengirimkan anggotanya untuk mengikuti sekolah barista agar mampu menyajikan kopi dengan baik hingga siap untuk diminum.

Ada beberapa tahapan yang dilakukan oleh komunitas ARC sebelum melakukan pemberdayaan petani kopi di Desa Tombo, antara lain

a. Penayadaran

Penayadaran merupakan tahap awal yang harus dilakukan oleh seorang agen pemberdayaan. Penayadaran ini dilakukan agar masyarakat menyadari posisinya sebagai individu maupun sebagai anggota masyarakat serta menyadari kondisi lingkungannya baik secara ekonomi, sosial maupun ekologis. Adanya kesadaran yang timbul dalam diri masyarakat diharapkan dapat mendorong mereka untuk berpartisipasi dalam kegiatan pemberdayaan.

ARC sebagai agen pemberdayaan berupaya untuk menyadarkan petani kopi di Desa Tombo, bahwa Desa Tombo memiliki potensi yang untuk budidaya kopi. Hal tersebut terbukti dari PTPN IX pernah menjadikan kopi sebagai komoditas unggulannya. Menurut ARC, meskipun saat ini PTPN IX telah mengganti komoditas kopi menjadi teh dan karet karena adanya permasalahan pemasaran di pasar internasional, namun petani kopi di Desa Tombo justru harus memanfaatkan kesempatan tersebut untuk membuktikan bahwa kopi yang diproduksi oleh petani kopi di Tombo tidak kalah bagus dengan kualitas kopi yang diproduksi oleh PTPN sebagai kopi lokal. Upaya penayadaran ini dilakukan untuk membuat petani bersedia untuk terus membudidayakan kopi serta memotivasi petani untuk memproduksi kopi yang berkualitas, sehingga petani kopi bersedia untuk berpartisipasi dalam kegiatan pemberdayaan yang dilakukan oleh ARC.

b. Menunjukkan adanya masalah

Masalah merupakan suatu kondisi yang tidak diinginkan. Terkadang masyarakat tidak menyadari bahwa sesuatu yang terjadi merupakan suatu masalah yang harus mendapatkan perhatian, agar dapat segera diselesaikan, karena itu dalam kegiatan pemberdayaan masyarakat, seorang agen pemberdayaan harus mampu menunjukkan masalah yang sesungguhnya terjadi kepada masyarakat. Permasalahan tersebut biasanya berkaitan dengan keadaan sumberdaya (alam, manusia, sarana prasarana, kelembagaan, budaya dan aksesibilitas), lingkungan fisik/teknis, sosial budaya dan politis. Seorang agen pemberdayaan juga sebaiknya menunjukkan faktor-faktor yang menyebabkan masalah, baik faktor internal, maupun eksternalnya.

Langkah kedua yang diambil oleh komunitas ARC sebelum melakukan proses pemberdayaan adalah mengajak petani-petani kopi di Desa Tombo untuk berdiskusi memetakan permasalahan yang selama ini dihadapi agar bisa diselesaikan bersama-sama. Kegiatan diskusi ini diharapkan mampu menjadi wadah bagi petani maupun ARC untuk mengemukakan segala keluh kesah yang selama ini dialami. ARC juga berharap dengan diskusi ini dapat melatih petani untuk mengemukakan ide-idenya, sehingga didapatkan kesepakatan bersama untuk menyelesaikan segala permasalahan.

Hasil diskusi diperoleh permasalahan-permasalahan yang selama ini dihadapi petani, yaitu petani belum melakukan petik merah pada saat memanen kopi, petani juga belum melakukan pengolahan pasca panen kopi dengan baik, selama ini petani hanya menjual kopi ke tengkulak dalam bentuk ceri sehingga harga jual kopi masih rendah, selain itu petani kopi juga sering mengalami kerugian saat panen raya tiba karena harga kopi sangat rendah.

c. Membantu pemecahan masalah

Seorang agen pemberdayaan harus dapat membantu masyarakat memecahkan masalah yang mereka hadapi, mulai dari analisis akar permasalahan, analisis alternative yang dapat digunakan untuk pemecahan masalah, memilih alternative penyelesaian masalah yang terbaik, yang sesuai dengan kondisi internal maupun eksternal masyarakat. Berdasarkan pemetaan masalah yang telah dilakukan, komunitas ARC menyimpulkan bahwa kapasitas petani dalam mengolah kopi dan memasarkan kopi masih tergolong rendah. Oleh karena itu untuk menyelesaikan permasalahan tersebut komunitas ARC melakukan pendampingan kepada petani kopi di Desa Tombo agar petani mampu mengolah dan memasarkan kopi dengan baik, sehingga kopi yang dihasilkan berkualitas, memiliki nilai tambah dan mampu dijual dengan harga tinggi.

d. Menunjukkan pentingnya perubahan

Di era perdagangan bebas ini kopi merupakan salah satu komoditas yang memiliki tingkat permintaan yang tinggi di pasar domestik maupun internasional. Oleh karena itu komunitas ARC bersama dengan petani kopi melakukan diskusi terkait pentingnya perubahan sikap petani terhadap teknik panen, pengolahan dan pemasaran kopi. Hal tersebut dilakukan karena selama ini petani kopi di Tombo masih asal-asalan dalam memetik, mengolah dan memasarkan kopi. Akibatnya petani sering mengalami kerugian karena harga jual kopi sangat rendah, terutama saat panen raya tiba. Jika hal tersebut terjadi secara terus menerus lambat laun akan semakin sedikit petani yang mau membudidayakan kopi di Desa Tombo, padahal kopi merupakan salah satu komoditas unggul yang harus terus dikembangkan. ARC juga memberikan pemahaman kepada petani kopi bahwa saat ini kopi merupakan komoditas yang tepat untuk dikembangkan karena kopi merupakan bagian dari gaya hidup masyarakat sehingga permintaan pasar terhadap kopi sangat tinggi. Penerapan teknik budidaya kopi yang baik, mampu membawa kopi tombo untuk bersaing dengan kopi-kopi yang berasal dari daerah lain, sehingga menyebabkan

pendapatan petani akan meningkat dan kesejahteraan petani akan terwujud. Untuk mewujudkan hal tersebut maka ARC mengajak petani untuk mengubah teknik panen, pengolahan dan pemasaran tersebut, karena hanya kopi yang berkualitas yang mampu bersaing dipasar domestik dan internasional.

e. Melaksanakan pemberdayaan / penguatan kapasitas

Pemberdayaan masyarakat adalah upaya meningkatkan kemampuan dan potensi yang dimiliki masyarakat, sehingga masyarakat dapat mewujudkan jati diri, harkat dan martabatnya secara maksimal untuk bertahan dan mengembangkan diri secara mandiri baik di bidang ekonomi, sosial, agama dan budaya (Widjaja, 2003). Pemberdayaan masyarakat sendiri memiliki kaitan erat dengan konsep alternatif pembangunan. Konsep ini menekankan otonomi pengambilan keputusan suatu kelompok masyarakat yang berlandaskan pada sumber daya pribadi, partisipasi, demokrasi, dan pembelajaran sosial melalui pengalaman langsung. Fokusnya adalah lokalitas, karena *civil society* lebih siap diberdayakan lewat isu-isu lokal. Karena itu, pemberdayaan masyarakat tidak hanya sebatas ekonomi, tapi juga politik, sehingga masyarakat memiliki posisi tawar secara nasional maupun internasional (Sumodiningrat, G., 2007: 29).

Berdasarkan rangkaian tahapan diatas maka di hasilkan sebuah visi dan misi dari program pemberdayaan petani kopi di Desa Tombo. Visi dari program pemberdayaan masyarakat yang dilakukan oleh komunitas ARC adalah meningkatnya kualitas dan taraf hidup petani kopi yang berada di Desa Tombo dan sekitarnya, dengan cara mengangkat produk kopi lokal Desa Tombo. Misi dari program pemberdayaan tersebut adalah melakukan pendampingan kepada petani kopi agar mereka mampu mengolah dan memasarkan kopi dengan lebih baik, sehingga dapat menghasilkan kopi yang berkualitas dan dapat memperoleh pendapatan yang lebih tinggi.

Komunitas ARC sebelum melakukan proses pemberdayaan terlebih dahulu mensosialisasikan kembali program pemberdayaan tersebut kepada petani kopi, dengan harapan petani-petani kopi di Desa Tombo bersedia untuk berpartisipasi secara swadaya menjadi anggota komunitas ARC. Namun respon petani kopi terhadap kegiatan pemberdayaan yang dilakukan oleh komunitas ACR beragam, ada yang mendukung, menolak dan ada pula yang acuh tak acuh. Keragaman respon tersebut menunjukkan bahwa belum semua sasaran pemberdayaan berpartisipasi dalam kegiatan pemberdayaan yang dilakuka oleh ARC. Salah satu penyebab kurangnya partisipasi dari sasaran karena kurangnya kontribusi dari stakeholder pemberdayaan yang lain seperti pemerintah desa, Dinas Pangan dan Pertanian Kabupaten Batang, PPL Kecamatan Bandar dan Dinas Perdagangan, Perindustrian, Koperasi dan UMKM. Pihak-pihak tersebut seharusnya dilibatkan dalam kegiatan pemberdayaan karena mereka merupakan pihak yang lebih memahami kondisi petani selain petani itu sendiri. Akibatnya banyak petani yang memiliki persepsi buruk terhadap ARC. Petani menganggap bahwa kegiatan pemberdayaan yang selama ini dilakukan hanya untuk kepentingan pribadi pengurus ARC. Hal tersebut sesuai

dengan pendapat Karsidi, R. & Irianto, H.(2005) bahwa keberhasilan pemberdayaan sangat bergantung pada partisipasi sasaran pemberdayaan sebagai pelaku maupun stakeholder lain yang turut serta dan berperan dalam pengembangannya. Meskipun demikian, tidak menyurutkan semangat komunitas ARC untuk memberdayakan petani kopi di Desa Tombo. Komunitas ARC tetap melakukan pendekatan kepada petani kopi dengan sistem kekeluargaan.

Ada 4 upaya-upaya pokok yang dilakukan ARC dalam memberdayakan petani kopi di Desa Tombo, antara lain bina manusia, bina usaha, bina lingkungan dan bina kelembagaan.

a. Bina Manusia

Lingkup dari pemberdayaan masyarakat melalui bina manusia seringkali fokus pada dua hal yaitu peningkatan kemampuan masyarakat dan perbaikan posisi tawar. Berdasarkan hasil penelitian, peningkatan kemampuan petani yang diupayakan melalui pemberdayaan oleh ARC utamanya adalah menumbuhkan sikap-sikap kewirausahaan, profesionalisme dan kemandirian dari petani kopi. Sikap kewirausahaan yang dimaksud merupakan sikap inovatif, mengacu kepada kebutuhan serta optimasi sumberdaya lokal, dengan demikian kemampuan kewirausahaan diarahkan untuk menggali keunggulan komperatif yang dimiliki dan atau tersedia di Desa Tombo untuk diubah menjadi produk yang memiliki keunggulan bersaing. ARC juga terus mendampingi petani agar petani memiliki sikap profesional, yaitu keinginan untuk terus menerus mengembangkan keahlian sesuai dengan kompetensinya, bangga dan mencintai profesinya. Peningkatan kemampuan ini juga diharapkan akan memunculkan kemandirian pada petani kopi. Kemandirian yang dimaksud salah satunya adalah kemampuan dan keberanian untuk mengambil keputusan yang terbaik bagi dirinya dan masyarakat.

Perbaikan posisi tawar berkaitan erat dengan pengorganisasian masyarakat. Adanya pengorganisasian masyarakat, menyebabkan masyarakat mampu memainkan peran strategis yaitu tidak hanya mampu menyusun kekuatan bersama, tetapi juga dapat membangun jaringan antar pemangku kepentingan. Menurut Nurhadi, Eko (2011) ada beberapa faktor yang berpengaruh positif terhadap kekuatan tawar petani yaitu kuantitas produk yang dijual, kepemilikan modal usahatani, kualitas produk, dan waktu penjualan, sedangkan yang berpengaruh negatif adalah desakan kebutuhan. Oleh sebab itu salah satu upaya yang dilakukan oleh komunitas ARC untuk memberdayakan petani kopi melalui bina manusia adalah mengajak semua petani kopi di Tombo untuk bersatu agar petani kopi dapat bersama-sama menyatukan kekuatan sehingga mampu memperbaiki posisi tawar.

Kenyataannya harapan ARC belum sepenuhnya terwujud karena hanya 12 petani dari 309 petani dari Desa Tombo yang tertarik untuk bergabung dengan ARC. Meskipun demikian ARC tetap melakukan upaya-upaya yang telah menjadi tujuannya

yaitu mendampingi 12 petani tersebut agar memiliki posisi tawar yang tinggi dengan mengajarkan teknik panen, pengolahan dan pemasaran kopi yang baik kepada petani serta membeli kopi yang dihasilkan oleh petani dengan harga lebih tinggi dari tengkulak.

b. Bina Usaha

Tujuan ARC melakukan pemberdayaan petani kopi adalah untuk mengangkat produk kopi lokal yang berasal dari Desa Tombo agar mampu bersaing dengan kopi yang berasal dari daerah lain. Untuk mewujudkan hal tersebut maka dibutuhkan upaya-upaya untuk mengangkat produk tersebut agar mampu menjangkau pasar yang lebih luas dengan cara melakukan bina usaha. Kegiatan bina usaha ini pada dasarnya berorientasi pada perbaikan kesejahteraan (ekonomi), sehingga bina usaha menjadi bagian penting untuk mendukung proses pemberdayaan masyarakat.

ARC sudah melakukan beberapa upaya untuk melakukan bina usaha kepada petani kopi di Desa Tombo. Upaya-upaya tersebut antara lain: ARC melakukan kegiatan pendampingan untuk meningkatkan pengetahuan teknis petani maupun pengurus ARC, terutama dalam perbaikan mutu produk dan nilai tambah produk; ARC melakukan perbaikan manajemen usahatani untuk meningkatkan efisiensi usaha dan pengembangan jejaring kemitraan; ARC mendampingi petani agar petani memiliki jiwa kewirausahaan diantaranya memiliki sifat inovasi yang tinggi, memiliki komitmen terhadap pekerjaan, memiliki tanggung jawab, berani menghadapi resiko, selalu mencari peluang, memiliki tanggung jawab, berani mengambil resiko, memiliki jiwa kepemimpinan, kemampuan dan manajerial, mampu mengembangkan ide-ide kreatif, dan berani mengambil keputusan untuk dirinya sendiri. Namun upaya advokasi kebijakan yang berpihak kepada pengembangan ekonomi rakyat belum dilakukan.

Upaya untuk meningkatkan pengetahuan teknis pada petani, terutama dalam perbaikan mutu produk dan nilai tambah produk dilakukan dengan memberikan penyuluhan kepada petani terkait panen harus petik merah, cara pengolahan kopi yang sesuai dengan standar SNI, cara pengemasan serta penyimpanan kopi yang baik agar kopi yang dihasilkan tidak rusak dan memiliki mutu baik. Tidak berbeda dengan kemampuan mengolah kopi, kemampuan petani untuk memasarkan kopi juga rendah. Hal tersebut disebabkan oleh beberapa hal, antara lain terbatasnya kemampuan petani untuk mengakses sumber informasi terkait pasar. Akibatnya pengetahuan petani terkait pasar rendah, sehingga petani hanya menjual hasil produksinya ke tengkulak. Tengkulak yang ada di Desa Tombo juga tergolong aktif, karena mereka selalu berkeliling kampung untuk mencari petani yang mau menjual hasil produksinya, bahkan mereka tidak segan-segan untuk meminjamkan uang terlebih dahulu kepada petani agar petani mau menjual kopinya ke tengkulak. Berikut adalah dokumentasi kegiatan penyuluhan yang dilakukan oleh ARC:



Gambar 1. Kegiatan Pendampingan dari Komunitas ARC kepada Petani Kopi di Desa Tombo

Hasil dari kegiatan penyuluhan tersebut, saat ini sebagian petani di Desa Tombo telah mampu memproduksi biji kopi dengan kualitas premium. Sayangnya belum semua petani kopi di Desa Tombo mampu merasakan manfaat dari kegiatan pendampingan tersebut, karena sampai saat ini belum semua petani bersedia untuk bergabung ke dalam ARC. Hal tersebut disebabkan oleh beberapa faktor, antara lain: 1) petani merasa syarat yang diberikan oleh ARC terkait produk yang akan dibeli terlalu tinggi, 2) adanya anggapan dari petani bahwa ARC hanya melakukan bisnis pribadi bukan untuk memberdayakan petani kopi, 3) terbatasnya tenaga dan modal yang dimiliki ARC untuk mendampingi petani kopi dan menyerap semua hasil produksi dari petani, karena belum adanya dukungan dari stakeholder yang lain. Petani-petani yang bersedia bergabung dan memiliki komitmen untuk bekerja sama dengan dengan ARC adalah petani-petani yang sudah terlepas dari hutang kepada tengkulak dan memiliki semangat yang tinggi untuk berkembang. Meskipun belum semua petani didampingi, namun komunitas ARC tetap membuka peluang bagi petani kopi baik dari dalam maupun luar Desa Tombo untuk belajar tentang kopi.

Lingkup dari bina usaha yang berikutnya adalah melakukan perbaikan manajemen usahatani untuk meningkatkan efisiensi usaha dan pengembangan jejaring kemitraan. Perbaikan manajemen usahatani untuk meningkatkan efisiensi usaha dilakukan dengan mengubah jaringan pemasaran kopi yang selama ini lakukan oleh petani kopi dengan jaringan pemasaran yang baru. Hal tersebut karena selain harus memperhatikan mutu kopi, petani juga harus memahami strategi pemasaran, agar mereka mampu memiliki posisi tawar yang kuat sehingga mampu mendongkrak pendapatan mereka. Selama ini pemasaran kopi di beberapa daerah masih menjadi masalah, terutama bagi petani kecil, karena petani kopi kecil seringkali mengalami kesulitan dalam mengakses pasar. Petani seringkali hanya menjual kopinya ke pengepul, sedangkan harga yang diberikan oleh pengepul seringkali tergolong murah,

sehingga menyebabkan pendapatan petani kopi menjadi rendah. Oleh karena itulah jaringan pemasaran baru tersebut dibuat agar harga jual kopi toambo dapat lebih tinggi, yang akan mengakibatkan terjadinya peningkatan pendapatan bagi petani.

Sebelum adanya pendampingan oleh komunitas ARC, hampir semua petani kopi di Tombo menjual kopinya ke tengkulak dan ke pasar curah. Hal tersebut karena sumber informasi terkait pasar yang dimiliki petani sangat minim. Sumberdaya petani di Desa Tombo juga memiliki keterbatasan untuk mengakses informasi pasar dan modal. Akibatnya selama ini petani hanya pasrah dengan harga yang ditentukan oleh tengkulak. Oleh karena itu untuk membuat petani berdaya, komunitas ARC mencoba untuk membuat jaringan pemasaran baru. Jaringan pemasaran yang di buat oleh komunitas ARC adalah kopi dari petani dijual ke ARC dalam bentuk ceri, kemudian komunitas ARC mengolah kopi sampai bentuk beras maupun bubuk, lalu dikemas dan dipasarkan kepada konsumen. Adanya jaringan pemasaran baru tersebut menyebabkan harga kopi toambo meningkat, sebelum pendampingan harga kopi toambo dalam bentuk *green bean* berkisar Rp. 15.000 hingga Rp. 20.000 perkilogram untuk kopi jenis robusta, saat ini menjadi Rp. 23.000 hingga Rp. 28.000 perkilogram. Sedangkan harga kopi bubuk kemasan berkisar 40.000-45.000 per 250 gr dan untuk kopi yang siap diminum di kedai kurang lebih Rp. 15.000/cup.

Komunitas ARC, selain membuat jaringan pemasaran juga membuat sarana untuk memasarkan kopi agar lebih efektif dan efisien, antara lain membuat kedai kopi yang diberi nama Tombo Coffee. Berikut adalah dokumentasi terkait kedai toambo coffee:



Gambar 2. Kedai Tombo Coffee

Selain melalui kedai, untuk mengenalkan kopi toambo ke masyarakat komunitas ARC juga sering mengikuti acara vestifa-vestifal kopi, serta aktif mengiklankan kopi

tombo di sosial media salah satunya instagram. Berikut adalah dokumentasi saat ARC mengikuti vestival kopi.



Gamba 3. Dokumentasi saat komunitas ARC mengikuti vestival kopi

Kedai Tombo Coffee merupakan kedai kopi pertama di Kabupaten Batang yang didirikan langsung di tempat produksinya. Adanya kedai Tombo coffee menyebabkan timbulnya respon positif dari masyarakat terhadap kopi tombo. Banyak masyarakat yang datang ke kedai tombo coffee terutama remaja karena penasaran dengan kopi tombo. Di kedai ini pengunjung juga dimanjakan dengan pemandangan pegunungan yang indah dan suasana pedesaan yang asri. Akibatnya kedai Tombo Coffee tak pernah sepi dari pengunjung, terutama pada saat *week end*. Banyaknya pengunjung menyebabkan setiap hari kopi tombo mampu menjual kurang lebih 150 cup kopi, sehingga dalam satu bulan, kedai Tombo Coffee mampu meraup omzet antara 35-50 juta/bulan. Respon positif juga datang dari para pemilik kedai kopi dari sekitar Batang, Pekalongan bahkan sampai Jogja, Bandung, Bogor dan Jakarta, mereka banyak yang melirik kualitas kopi Tombo dan menjadikan kopi tombo sebagai mitra untuk menyediakan kebutuhan kopi di kedai mereka.

Kedai Tombo Coffe, selain menjual kopi juga sering mengadakan acara sarasehan. Tujuannya adalah untuk menjadikan Tombo Coffe bukan hanya sekedar cafe, tetapi juga tempat edukasi kopi. Tidak sedikit kelompok-kelompok masyarakat dari daerah lain, para pelajar dan mahasiswa, hingga para pejabat dan pengusaha yang sering berkunjung ke kedai Tombo untuk belajar tentang kopi. Harapannya acara sarasehan tersebut bisa menjadi wadah untuk menambah ilmu bagi pengunjung maupun petani kopi setempat. Berikut adalah dokumentasi kegiatan sarasehan yang dilakukan oleh ARC,



Gambar 4. Kegiatan Sarasehan

Keberadaan kedai Tombo Coffee yang lokasinya berada di Desa Tombo ini juga menjadi magnet ekonomi baru di Desa Tombo. Banyaknya pengunjung yang datang setiap hari ke kedai ini turut membawa efek lain, yaitu berkembangnya sektor pariwisata dan tumbuhnya usaha-usaha baru di Desa Tombo.

c. Bina Lingkungan

Lingkungan sasaran merupakan hal penting yang tidak boleh diabaikan dalam kegiatan pemberdayaan, oleh karena itu bina lingkungan dalam kegiatan pemberdayaan masyarakat sangat penting dilakukan. Bina lingkungan dalam hal ini tidak hanya berbicara mengenai lingkungan fisik semata, akan tetapi dalam praktik perlu disadari bahwa lingkungan sosial juga sangat berpengaruh. Lingkungan fisik menurut Peter dan Olsen (1996), merupakan semua aspek non manusia dalam lingkungan dimana perubahan perilaku dapat terjadi. Lingkungan sosial menurut Peter dan Olsen (1996), merupakan semua interaksi sosial yang terjadi antara dan di antara masyarakat.

Upaya untuk melindungi lingkungan fisik yang dilakukan oleh ARC adalah dengan cara mengajak petani kopi khususnya dan masyarakat desa tombo umumnya untuk menjaga lingkungan fisik Desa Tombo agar terus produktif sehingga mampu mendukung kehidupan masyarakat Desa Tombo dengan cara menanam tanaman tahunan di wilayah-wilayah yang rawan longsor dan di wilayah-wilayah yang menjadi sumber air. Untuk menjaga kondisi tanah agar tetap produktif petani kopi di Desa Tombo juga lebih memilih untuk mengelola tanaman kopi dengan cara organik, hal tersebut terbukti dari 309 petani kopi yang ada di Desa Tombo 206 orang memilih untuk mengelola tanaman kopi secara organik (Desa Tombo dalam angka, 2015). Sedangkan upaya bina sosial yang dilakukan oleh ARC adalah ARC membina pemuda-pemuda di Desa Tombo untuk menggali kreatifitasnya tidak hanya pada kopi, melainkan pada berbagai bidang salah satunya, komunitas ARC melatih pemuda-

pemuda desa untuk mampu membuat film dokumenter. Tujuannya agar pemuda Desa Tombo mampu mendokumentasikan potensi-potensi yang ada di Desa Tombo untuk menarik wisatawan datang ke Tombo. Selain film, komunitas ARC juga memfasilitasi pemuda-pemuda Desa Tombo untuk berwirausaha kaos. ARC juga ikut serta terlibat dalam kegiatan-kegiatan sosial yang diadakan di Desa Tombo seperti sedekah bumi dan perayaan-perayaan hari besar serta beberapa pengurus ARC juga terlibat dalam kegiatan pendidikan sebagai pengajar di Taman Baca Al-Qur'an (TPA) Daar el Nafi' di Desa Tombo.

d. Bina Kelembagaan

Pemberdayaan masyarakat melalui bina manusia, bina usaha dan bina lingkungan mensyarakatkan tersedianya kelembagaan yang berfungsi efektif. Artinya bina kelembagaan tidak cukup dengan pembentukan lembaga-lembaga yang diperlukan, tetapi jauh lebih penting dari pembentukannya adalah seberapa jauh kelembagaan yang telah dibentuk itu telah berfungsi secara efektif. Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat diketahui bahwa keberadaan ARC sebagai sarana pemberdayaan masyarakat sangat penting.

Kehadiran ARC memberikan pengaruh terhadap pengetahuan, sikap dan keterampilan petani kopi di Desa Tombo. Pernyataan tersebut didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan Dewi, Suwanto dan Wibowo, A. (2016), bahwa dampak dari penyelenggaraan kegiatan pemberdayaan dapat dilihat dari peningkatan pengetahuan, sikap dan keterampilan. Saat ini sudah ada 12 petani yang rutin memanen kopinya dengan petik merah, petani-petani tersebut juga sudah mampu mengolah hasil produksi kopinya sebelum dijual ke pasar, sehingga pendapatan mereka menjadi meningkat. Adanya kegiatan pemberdayaan yang dilakukan oleh ARC juga mampu mengangkat produk kopi tombo. Berikut adalah dampak-dampak yang dihasilkan dari kegiatan pemberdayaan yang dilakukan oleh ARC terhadap kopi tombo: (1) Kopi tombo secara kualitas meningkat yang menyebabkan harga jual kopi juga lebih tinggi (2) Kopi tombo banyak dikenal oleh masyarakat, (3) Peminat kopi tombo semakin banyak, bukan hanya Kabupaten Batang, tetapi sudah sampai ke beberapa kota, seperti Pekalongan, Jogjakarta, Jakarta, Bogor dan Bandung. (5) Desa Tombo dijadikan sebagai rujukan para komunitas atau organisasi yang tertarik dengan kopi.

Berdasarkan uraian diatas dapat diketahuin bahwa ARC memiliki kontribusi yang sangat besar dalam memberdayakan petani kopi di Desa Tombo, antara lain sebagai motivator, fasilitator dan inisiator.

a. Peran ARC Sebagai Motivator

Peran ARC sebagai motivator dapat dilihat dari upaya-upaya yang dilakukan dalam membantu petani kopi memperoleh alternatif-alternatif pemecahan masalah dan membantu petani kopi untuk memutuskan alternatif permasalahan yang sesuai dengan keadaan petani. Komunitas ARC juga mencoba untuk memotivasi petani agar

mau memanfaatkan potensi Desa Tombo terutama pada komoditas kopi agar dapat berkembang menjadi lebih baik, sehingga mampu mengangkat kopi sebagai komoditas unggulan Desa Tombo dan petani kopi di Desa Tombo memiliki kehidupan yang lebih sejahtera. Peran tersebut sesuai dengan pendapat Winata, S. P. (2018) bahwa motivator merupakan orang atau kelompok yang mampu membuat orang lain untuk bisa melakukan sesuatu demi mewujudkan kesejahteraan masyarakat.

b. Peran ARC Sebagai Fasilitator

Peran ARC sebagai Fasilitator dapat dilihat dari usaha komunitas ARC dalam menindak lanjuti permasalahan yang dihadapi oleh petani kopi, komunitas ARC sebagai fasilitator melakukan pendampingan terhadap petani kopi di Desa Tombo. Beberapa kegiatan pendampingan yang dilakukan adalah ARC memfasilitasi petani kopi untuk belajar tentang teknik mengolah kopi yang baik agar mampu meningkatkan kualitas kopi dan mengurangi resiko rusaknya biji kopi, mulai dari kopi yang diolah harus merupakan kopi yang dipetik merah, proses penyortiran, pengupasan, fermentasi, pencucian, proses penjemuran, penggilingan pengemasan, dan penyimpanan. Hasil penelitian tersebut sesuai dengan pendapat Lionberger dan Gwin (1982) bahwa sebagai fasilitator, seorang agen pemberdayaan memiliki peran untuk memfasilitasi sasaran pemberdayaan agar proses adopsi lebih cepat dilakukan dengan cara banyak menghabiskan waktu untuk berdiskusi, bertukar informasi dan pengalaman dengan sasaran.

c. Peran ARC sebagai Inisiator

Peran ini dapat dilihat dari upaya yang dilakukan oleh ARC dalam mengajarkan inovasi baru terkait pengolahan kopi kepada petani, selain itu ARC juga memberikan terobosan baru dalam pemasaran kopi. Terobosan baru tersebut adalah komunitas ARC mendirikan kedai kopi yang letaknya langsung di Desa Tombo, sehingga memudahkan pemasaran kopi. Letak Desa Tombo yang berada di lereng pegunungan dieng menyebabkan Desa Tombo juga menyimpan potensi alam yang sangat indah untuk dikunjungi wisatawan, sehingga adanya kedai kopi di Desa Tombo juga mampu menarik wisatawan ke Desa Tombo. Peran yang dijalankan oleh ARC sudah mencerminkan peran inisiator menurut Effendy, I. (2005) inisiator adalah orang yang membawa/memperkenalkan inovasi untuk disampaikan kepada sasaran dengan tujuan sasaran yang menerima inovasi tersebut mengalami perubahan ke arah yang lebih baik.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa ada 5 tahapan yang dilakukan oleh komunitas ARC dalam proses pemberdayaan petani kopi di Desa Tombo, antara lain tahap penyadaran, menunjukkan adanya masalah, membantu pemecahan masalah, menunjukkan pentingnya perubahan, serta melaksanakan pemberdayaan / penguatan

kapasitas. Dalam melaksanakan kegiatan pemberdayaan setidaknya ada 4 upaya-upaya pokok yang dilakukan ARC dalam memberdayakan petani kopi di Desa Tombo, antara lain bina manusia, bina usaha, bina lingkungan dan bina kelembagaan. ARC dalam kegiatan pemberdayaan petani di Desa Tombo memiliki kontribusi yang sangat besar, yang diyakini sebagai pihak yang mampu menciptakan perubahan terhadap kualitas dan taraf hidup sebagian kecil petani kopi di Desa Tombo. Peran tersebut antara lain sebagai motivator, fasilitator dan inisiator.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disarankan bahwa untuk meningkatkan partisipasi sasaran dalam kegiatan pemberdayaan sebaiknya komunitas ARC juga melibatkan *stakeholder-stakeholder* lain, terutama pemerintah daerah yang terdiri dari Kepala Desa Tombo, Dinas Pangan dan Pertanian Kabupaten Batang, PPL Kecamatan Bandar dan Dinas Perdagangan, Perindustrian, Koperasi dan UMKM. Hal tersebut karena jika dalam kegiatan pemberdayaan terdapat hubungan yang sinergis antar *stakeholder*, maka akan mampu menarik masyarakat untuk lebih berpartisipasi dalam kegiatan pemberdayaan, dan yang lebih penting adalah akan mengubah perspsi masyarakat kepada ARC.

Ucapan Terima Kasih

Terimakasih disampaikan kepada kedua orang tua yang selalu memberikan dukungan moral maupun material, kepada Universitas Sebelas Maret, kepada komunitas ARC, petani kopi dan pemerintah Desa Tombo atas kesempatan dan waktu yang telah diberikan, serta kepada dosen pembimbing yang telah membimbing dengan baik, sehingga dengan dukungan dari semua pihak tersebut penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik.

Daftar Pustaka

- Bogdan, Robert C. dan Biklen Kopp Sari. (1982). *Qualitative Research for Education: An Introduction to Theory and Methods*. Allyn and Bacon, Inc.: Boston London.
- Dewi, S.R., Suwanto, Wibowo, A. (2014). Pemberdayaan Masyarakat Petani terhadap Inovasi Biogas di Desa Dukuh, Kecamatan Sukoharjo, Kabupaten Sukoharjo. *Jurnal Agrista*. Vol 4, No 2.
- Effendi, I. (2005). *Dasar-Dasar Penyuluhan Pertanian*. Fakultas Pertanian Universitas Lampung: Bandar Lampung.
- Fatchan, A. (2011). *Metode Penelitian Kualitatif* (S. Susilo, Ed.). Surabaya: Jengala Pustaka Utama.
- Havelock. (1980). *Training for Change Agent*. America: University of Michigan.
- Karsidi, R. & Irianto, H.(2005). *Strategi Pemberdayaan UMKM Di Wilayah Surakarta*. Disampaikan dalam Diskusi Regional Kerjasama Bank Indonesia Solo Dengan Badan Koordinasi Pembangunan Lintas Kabupaten/Kota Wilayah di Surakarta Propinsi Jawa Tengah. Hotel Sahid Raya Solo Kamis, 30 Juni 2005.

- Kustiari, Reni. (2007). Perkembangan Pasar Kopi Dunia dan Implikasinya Bagi Indonesia. *Jurnal Agro Ekonomi*. Volume 25 No. 1, Juli 2007: 43-55.
- Lestari, Ova; Hasyim, Ali Ibrahim; Kasymir. Eka. (2017). Analisis Usahatani Dan Efisiensi Pemasaran Kopi (*Coffea Sp*) Di Kecamatan Pulau Pangung Kabupaten Tanggamus. *JIA*. Volume 5 No. 1 Februari 2017.
- Lionberger, H. And Gwin PH., (1982). *Communication Strategis*. Linc Canville: The Interstate Printera & Publisher.
- Lippit, R.J. Watson, and B. Westley. (1961). *The Dynamic of Planned Change*. New York: Harcourt, Barance and World. Inc.
- Mardikanto, T. (2010). *Model-model Pemberdayaan Masyarakat*. Surakarta: UNS Press.
- Nurhadi, Eko. (2011). Strategi Penguatan Posisi Tawar Petani Melalui Perbaikan Struktur Pasar Dan Pengembangan Lembaga Ekonomi Pedesaan. *Jurnal Eksekutif*. Volume 8 No. 2 Desember 2011.
- Peter dan Olson, (1996). Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran. D. Sihombing (penerjemah). *Consumen Behavior*. Jakarta: Gelora Aksara Pratama.
- Soerjono, S. (2012). *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: Rineka Cipta
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Afabeta.
- Sumodiningrat, Gunawan, Refika, Aditama. 2007. *Membangun Perekonomian Rakyat*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Tim Pemetaan Spasial dan Sosial. (2015). *Desa Tombo dalam Angka Tahun 2015*. Pekalongan: STAIN Press.
- Widjaja. (2003). *Otonomi Desa Merupakan Otonomi Yang Asli, Bulat dan Utuh*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Winarni, Tri (1998). *Memahami Pemberdayaan Masyarakat Desa Partisipatif dalam Orientasi Pembangunan Masyarakat Desa Menyongsong Abad 21: Menuju Pemberdayaan Pelayanan Masyarakat*. Yogyakarta: Aditya Media.
- Winata, S. P. (2018). Peran Lembaga Pemberdayaan Masyarakat Kelurahan Dalam Memberdayakan Masyarakat Di Kelurahan Sungai Pagar Kecamatan Kampar Kiri Kabupaten Kampar Tahun 2016. *JOM FISIP*. Vol. 5 No.1 - April 2018.

Manajemen Rumah Data Dan Peningkatan Ekonomi Berbasis Potensi Desa

Evy Rahman Utami¹, Muhammad Iqbal², Harjanti Widiastuti³, Evi Rahmawati⁴

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Email: evy.rahman@umy.ac.id

Abstrak

Mitra dalam kegiatan pengabdian adalah Dusun Sawahan Trimurti Srandakan Bantul. Terdapat 2 masalah prioritas yang dihadapi mitra yaitu rumah data dan pengembangan ekonomi dalam rangka menghadapi daerah rawan pangan Trimurti. Terkait rumah data, tim pengabdian mendesain rumah data secara terstruktur dan terkomputerisasi. Disamping itu, tim mendeskripsikan potensi desa yang dimiliki sebagai dasar penyusunan berbagai kegiatan kemasyarakatan. Tim menyusun program-program untuk meminimalkan dampak daerah rawan pangan dengan fokus pada kegiatan kewirausahaan atau peningkatan ekonomi masyarakat. Program-program yang dilakukan yaitu Rumah Data guna memperbaiki tata kelola pemerintah desa dalam memetakan potensi desa. Selanjutnya program Rumah Pangan Lestari (RPL) dilakukan berupa kegiatan pelatihan bagi Kelompok Wanita Tani berupa membuat olahan makanan berbahan baku bayam dan pisang. Program lain yang dilakukan adalah pelatihan pembuatan kerajinan dari bahan sampah plastik dan botol untuk memanfaatkan penggunaan barang bekas atau sampah anorganik terutama botol plastik sebagai media tanam untuk menanam sayuran yang memiliki umur panen dan perakaran yang pendek seperti, bayam, kangkung, selada, seledri, sawi sendok dan pakcoy dengan menggunakan metode vertikultur botol. Program-program ini mampu meningkatkan partisipasi masyarakat melalui berbagai kegiatan vertikultur dan pengolahan pangan dan perbaikan sistem pendataan kependudukan.

Kata Kunci: Rumah Data, Kewirausahaan, Rawan Pangan, Potensi Desa

Pendahuluan

Pembangunan desa telah diatur dalam undang-undang desa, yaitu meningkatkan kesejahteraan hidup manusia serta penanggulangan kemiskinan melalui penyediaan pemenuhan kebutuhan dasar, pembangunan sarana dan prasarana desa, pengembangan potensi ekonomi lokal dan pemanfaatan sumber daya alam dan lingkungan secara berkelanjutan. Pembangunan desa dilaksanakan dengan mengedepankan semangat kebersamaan, kekeluargaan, dan kegotongroyongan guna mewujudkan perdamaian serta keadilan sosial (Ramly, A. R; Wahyuddin, W; Mursyida, J;Mawardati, 2018). Dengan diterapkannya Undang-Undang No. 6 Tahun 2014 tentang Desa telah memberi ruang untuk dipraktikkan pada paradigma baru dalam pembangunan desa di Indonesia. Untuk mewujudkannya diperlukan upaya agar desa mempunyai kemampuan sendiri dalam

membangun desanya. Paradigma pembangunan yang dilakukan sendiri oleh Desa dikenal dengan istilah “Desa Membangun” (Rusnanda, R;Supriadi, E;Reza, 2017).

Paradigma Desa Membangun sudah dipraktikkan oleh desa yang mempunyai agent of change (AC) terutama pada struktur pemerintah desa. Hal ini karena AC dapat langsung memberikan masukan ataupun arahan bagi pembangunan desanya. Berkaca dari hal tersebut diperlukan stakeholder lain yang dapat juga berfungsi sebagai AC (Lestari; Hamzah, 2016). Oleh karena itu diperlukan upaya pengembangan masyarakat untuk memunculkan keberdayaan desa dalam usaha peningkatan kualitas hidup dan ekonomi masyarakatnya. Upaya pemberdayaan masyarakat yang dilakukan tidak hanya bertumpu pada pemerintah tetapi juga stakeholder lain seperti Non Government Organization (NGO), Pemerintah Daerah, Pemerintah Desa dan masyarakat desa sendiri. Peran akademisi sebagai aktor dalam pengembangan masyarakat juga dianggap penting dan memberikan dampak yang signifikan terhadap pembangunan desa.

Dalam pembangunan desa hal yang paling utama adalah peningkatan kesejahteraan masyarakat desa melalui pengentasan kemiskinan dan peningkatan mutu hidup masyarakat (Kusniawati, D; Islami, N. P; Setyaningrum, B; Prasetyawati, 2017). Berdasarkan hasil observasi mitra dapat disimpulkan ada 2 permasalahan yang menjadi prioritas, yaitu mengenai rumah data dan program-program peningkatan ekonomi masyarakat untuk meminimalkan dampak daerah rawan pangan. Pertama, penataan administrasi dusun Sawahan belum sistematis dan manual. Mitra belum memiliki data kependudukan yang baik, kelengkapan struktur organisasi, dan pembukuan berbagai kegiatan kemasyarakatan. Selain itu, dusun Sawahan juga belum mempunyai profile desa, baik secara tertulis maupun digitalisasi. Data kependudukan dan profile desa merupakan data yang penting untuk memetakan potensi desa yang dimiliki. Potensi desa yang sudah dianalisis dapat dijadikan rujukan untuk mengembangkan berbagai kegiatan masyarakat dalam berbagai bidang, seperti bidang perekonomian, sosial, dan budaya. Permasalahan lain yang dihadapi masyarakat dusun Sawahan yaitu mengenai sampah dari bahan plastik dan botol. Penduduk dusun Sawahan yang mencapai 777 orang akan menghasilkan sampah rumah tangga yang melimpah. Hal ini perlu diatasi dengan cara pemberdayaan masyarakat dengan cara menciptakan nilai barang atas sampah dari masyarakat. Program yang akan dilakukan dalam kaitannya dengan peningkatan ekonomi masyarakat yaitu pembuat kerajinan dari bahan plastik dan botol, khususnya untuk mengembangkan vertikultur.

Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memperbaiki sistem administrasi atau data-data kependudukan Dusun Sawahan. Selain itu, program-program ini bertujuan untuk mengedukasi masyarakat untuk mendapatkan alternatif metode bertanam guna mengatasi daerah rawan pangan dan memanfaatkan lahan sempit serta barang bekas.

Metode Pelaksanaan

Prioritas masalah yang telah teridentifikasi di Dusun Sawahan yang ada diselesaikan dengan melibatkan partisipasi masyarakat. Berikut ini adalah metoda yang akan dilaksanakan untuk memecahkan masalah:

3.1 Persiapan dan Pembekalan

Pelaksanaan program pengabdian diawali dengan tahapan persiapan dan pembekalan. Pada tahap persiapan, ketua dan anggota tim melakukan observasi dengan cara wawancara kepada dukuh dan observasi langsung ke lapangan. Materi wawancara diantaranya mengenai profile desa, permasalahan yang dihadapi mitra, masalah-masalah prioritas yang harus segera diselesaikan, dan data-data lain yang diperlukan. Masalah-masalah yang menjadi prioritas kemudian didiskusikan lebih detail dengan dukuh, ketua tim, dan anggota tim. Kegiatan pada tahap pembekalan, ketua tim memberikan pengarahan, pembekalan, dan pelatihan kepada anggota tim. Setiap mahasiswa dijadikan PIC pada program-program yang telah disusun dan menyusun susunan kegiatan secara detail dan lengkap, termasuk bahan yang dibutuhkan dan perkiraan biaya. Setelah itu, PIC mempresentasikan draft kegiatan dan didiskusikan dengan tim pengusul.

3.2 Pelaksanaan

a. Sosialisasi

Kegiatan sosialisasi merupakan kegiatan awal untuk mempresentasikan rencana kegiatan yang akan dilakukan selama 1 bulan oleh tim pengabdian. Tahap sosialisasi ini dibahas beberapa kesepakatan yang berkaitan dengan rencana kegiatan yang sudah disusun oleh tim. Semua pihak didorong untuk bertanggung jawab dan saling bekerjasama untuk mensukseskan program.

b. Rumah Data

Kegiatan rumah data diawali dengan mendata ulang dan mengumpulkan hardcopy buku nikah, kartu keluarga, kartu asuransi kesehatan dan kartu tanda penduduk. Tim pengabdian mendatangi setiap KK. Tim pengabdian kemudian mengentry data pada sistem yang sudah disusun oleh tim dalam bentuk microsoft excel. Data yang harus dientry yaitu NIK, nama, jenis kelamin, umur, pendidikan, pekerjaan, status, dan agama. Tahap selanjutnya yaitu Tim pengabdian memberikan pelatihan kepada dukuh, RT, RW dan perwakilan pemuda mengenai operasional database tersebut. Selain itu, Tim pengabdian dan mitra mendeskripsikan profile dusun dalam berbagai kategori kemudian diupload di media sosial dan cetak dalam bentuk brosur.

c. Rumah Pangan Lestari (RPL)

Pembentukan rumah pangan lestari diawali dengan penyuluhan kepada seluruh masyarakat di Dusun Sawahan. Tujuan dari penyuluhan ini untuk memberikan kesadaran dan pemahaman terhadap pentingnya kegiatan ini. Acara penyuluhan ini

dilanjutkan diskusi interaktif. Materi penyuluhan meliputi cara menanam dalam lahan sempit, persiapan tanah, pemupukan, dan pengolahan hasil Kelompok Wanita Tani (KWT). Selain kegiatan menanam sayuran dan buah-buahan, kegiatan ini dibekali dengan pelatihan kewirausahaan melalui pengolahan hasil KWT atau potensi desa yang ada. Setelah pelatihan pengolahan selesai, mitra diberikan pendampingan cara mempromosikan produk, salah satunya dengan memanfaatkan media elektronik (media sosial).

d. Pelatihan Pembuatan Kerajinan dari bahan sampah plastik dan botol

Mitra diberikan penyuluhan pentingnya hidup sehat dan dampak (baik dan buruk) sampah rumah tangga. Mitra diminta untuk memisahkan sampah plastik dan botol. Sampah-sampah yang dipisahkan harus dalam kondisi kering. Tim pengabdian akan melakukan pendampingan pembuatan kerajinan sebanyak 4x dengan menghadirkan nara sumber yang ahli dalam pembuatan kerajinan dari bahan sampah. Setiap peserta diwajibkan membawa sampah plastik dan botol serta membawa peralatan, misalnya gunting, jarum, lem, dan benang. Tim pengabdian menyediakan berbagai macam aksesoris tambahan untuk mempercantik hasil kerajinan mitra. Hasil kerajinan diupload di web dan media sosial dan sebagian dijual kepada masyarakat. Namun, sampah-sampah dari botol plastic diprioritaskan untuk membuat vertikultur.

Hasil dan Pembahasan

A. Rumah Data

Program ini mengutamakan pendataan data kependudukan warga Dusun Sawahan yang meliputi Kartu Keluarga, Kartu Tanda Penduduk (KTP), Buku Nikah, Jaminan Kesehatan berupa BPJS atau Kartu Indonesia Sehat, dan Kartu Program Keluarga Harapan (PKH) bagi warga yang kurang mampu. Proses pengumpulan data dilakukan dengan mendatangi rumah-rumah warga dan melalui proses *scanning*. Setelah data didapat, dilakukan proses pencetakan dan dikelompokkan sesuai Rukun Tetangga masing-masing. Kemudian, proses digitalisasi data atau data diinput ke dalam *Microsoft Excel* dan dibuatkan grafik terkait data-data kependudukan tersebut. Setelah data terkumpul, maka program berkelanjutan berbentuk pemetaan wilayah Dusun Sawahan. Lalu dibuatkan peta dusun dan diletakkan di tempat-tempat strategis di Dusun Sawahan. Program ini guna membantu para warga dusun dan pendatang atau tamu di Dusun Sawahan mengetahui letak lokasi rumah warga, rumah perangkat dusun, dan fasilitas yang ada di Dusun Sawahan. Hal ini juga ditujukan untuk memperbarui dan melengkapi peta Dusun Sawahan yang sebelumnya dan memperbanyak jumlah cetak. Proses pendataan penduduk telah mencapai 95%. Hasil pendataan menurut usia menunjukkan bahwa 71,52% masyarakat Sawahan berumur produktif dan 28,48% masuk dalam kategori usia non produktif. Data ini menunjukkan bahwa masyarakat berumur sekitar 17-64 tahun. Jumlah penduduk yang berkelamin perempuan dan laki-laki hampir sama, yaitu 50,08% untuk yang berjenis kelamin perempuan dan 49,92 berkelamiin laki-laki.

Mata pencaharian masyarakat sebagai besar buruh tani mencapai 34,76% dan wiraswasta hanya 12,4%. Masyarakat yang tidak bekerja mencapai 12,25% hampir sama dengan jumlah masyarakat yang bekerja sebagai wiraswasta. Jumlah Pegawai Negeri Sipil (PNS) hanya 1,68% dan sisanya pelajar, bekerja di swasta, dan lainnya. Hampir 90% masyarakat di Sawahan sudah memiliki jaminan kesehatan. Masyarakat yang menggunakan BPJS lebih dari 65% dan sisanya menggunakan jaminan non BPJS. Masyarakat yang menerima bantuan Program Keluarga Harapan (PKH) sebesar 7%. Selain itu, masyarakat yang mempunyai buku nikah sebesar 57% dan 43% tidak memiliki buku nikah. Penduduk yang tidak memiliki buku nikah didominasi oleh golongan tua. Dilihat dari perspektif pendidikan, terdapat 38% masyarakat yang lulus SMA dan sangat sedikit yang menempuh pendidikan di perguruan tinggi.

Gambar 1. Proses Pendataan Penduduk



Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2019

B. Rumah Pangan Lestari (RPL)

Pembentukan rumah pangan lestari diawali dengan penyuluhan kepada seluruh masyarakat di Dusun Sawahan. Program ini bertujuan untuk menarik minat warga Dusun Sawahan khususnya Kelompok Wanita Tani (KWT) untuk memanfaatkan potensi yang ada di Dusun Sawahan berupa bayam dan pisang. Pelatihan dilakukan dengan sosialisasi materi oleh Lembaga Pelatihan Kerja (LPK) Kayu Manis dan pendampingan pengolahan makanan. Kegiatan ini berhasil menarik minat warga Dusun Sawahan untuk mengolah potensi-potensi dusun menjadi produk camilan untuk dipasarkan dan menjadi industri rumahan. Kelompok aneka kripik tertarik untuk memproduksi kripik dan mendapatkan pendampingan secara intensif dari tim pengabdian. Strategi pemasaran yang dilakukan yaitu dengan pengemasan yang menarik.

Gambar 2. Kegiatan Sosialisasi dan Pelatihan Rumah Pangan Lestari



Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2019

C. Pelatihan Pembuatan Kerajinan dari bahan sampah plastik dan botol

Program ini berfokus pada usaha meningkatkan kegiatan Kelompok Wanita Tani (KWT) untuk memanfaatkan penggunaan barang bekas atau sampah anorganik terutama botol plastik sebagai media tanam. Mitra menanam sayuran yang memiliki umur panen dan perakaran yang pendek seperti, bayam, kangkung, selada, seledri, sawi sendok dan pakcoy dengan menggunakan metode vertikultur botol. Kegiatan diawali dengan sosialisasi materi vertikultur oleh HIMAGRO UMY dilanjutkan pelatihan. Capaian dari program ini yaitu hampir 60% setiap rumah memiliki vertikultur. Tim pengabdian mewajibkan masyarakat menggunakan botol plastik bekas sebagai media tanam.

Gambar 3. Pelatihan Pembuatan Kerajinan dari bahan sampah plastik dan botol



Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2019

Kesimpulan

Berdasarkan analisis di atas, maka dapat disimpulkan bahwa program rumah data yang diselenggarakan memberikan dampak positif terhadap administrasi dusun sawahan Trimurti. Database yang terbentuk dapat digunakan untuk penyusunan profil dusun dan program-program pemberdayaan masyarakat. Selain itu program pengabdian ini dapat berkontribusi dalam meminimalkan dampak buruk daerah rawan pangan dengan cara menerapkan metode vertikultur. Metode vertikultur yang dilakukan oleh masyarakat mampu mencukupi kebutuhan sayuran sehingga mengurangi pengeluaran masyarakat. Kelompok Wanita Tani (KWT) perlu dimotivasi untuk berwirausaha dengan mengembangkan sumber daya lokal.

Ucapan Terima Kasih

1. Lembaga Penelitian, Publikasi & Pengabdian Masyarakat Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
2. Kepala Desa Desa Trimurti, Kecamatan Srandakan Kabupaten Bantul
3. Kepala Dukuh Dusun Sawahan, Desa Trimurti, Kecamatan Srandakan, Kabupaten Bantul
4. Seluruh masyarakat Dusun Sawahan, Desa Trimurti, Kecamatan Srandakan, Kabupaten Bantul
5. Semua Tim Pengabdian dan Kelompok KKN 072 Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Daftar Pustaka

- Kusniawati, D; Islami, N. P; Setyaningrum, B; Prasetyawati, E. (2017). Pemberdayaan masyarakat berbasis potensi lokal melalui program desa wisata di Desa Bumiaji. *Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Sosiologi*, 2(1), 59-72.
- Lestari; Hamzah. (2016). Rumah Pangan Lestari Organisk sebagai Solusi Peningkatan Pendapatan Keluarga. *Jurnal Akses Pengabdian Indonesia*, 1(1), 65-72.
- Ramly, A. R; Wahyuddin, W; Mursyida, J; Mawardati, M. (2018). The Implementation of Village Fund Policy in Improving Economy of Village Society. *Jurnal Ilmiah Peuradeun*, 6(3), 459-478.
- Rusnanda, R; Supriadi, E; Reza, M. (2017). Kajian Potensi Dan Rekomendasi Desa Lhokrukam Berbasis Desa Wisata, Sebagai Alternatif Pembangunan Kota Tapaktuan. *Jurnal Inotera*, 1(1), 10-16.

Pendampingan Usaha Jamur Tiram pada KWT Langgeng Makmur di Desa Jatirejo, Kulonprogo

Francy Risvansuna¹, Oki Wijaya²

^{1,2} Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Jl. Brawijaya Tamantirto Kasihan Bantul DI Yogyakarta 55183
Email: francy_rf@yahoo.com

Abstrak

Permintaan jamur tiram cukup tinggi, yang dapat dilihat dari indikator konsumsi masyarakat Indonesia untuk produk ini, yaitu 0,197 kg per kapita per tahun (Sarina, 2012). Meningkatkan skala produksi dengan menyediakan baglog sendiri dan membudidayakan jamur tiram sesuai dengan SAP GOP adalah tujuan dari layanan masyarakat ini. Tujuan lain adalah pengolahan jamur tiram menjadi produk makanan untuk meningkatkan nilai jual produk. Metode pelaksanaan kegiatan dimulai dengan observasi, sosialisasi, implementasi, analisis dan evaluasi, dan pendampingan. Pengamatan dilakukan untuk meninjau lokasi kumbung budidaya jamur tiram, wawancara pengurus dan anggota KWT di desa Jatirejo. Berikutnya adalah sosialisasi yang berfungsi menggali lebih dalam tentang masalah yang dialami KWT dan solusi yang dibutuhkan, sehingga hasil sesuai dengan keinginan dan kebutuhan anggota KWT. Lokasi program ini berada di Kelompok Tani Wanita Langgeng Makmur di Desa Jatirejo, Kulonprogo. Rangkaian kegiatan program layanan masyarakat yang dilakukan meliputi beberapa tahap: praktik pembuatan baglog, pengiriman bahan untuk produksi baglog, pembuatan baglog untuk media tanam untuk budidaya jamur tiram, praktik produk makanan olahan kaki naga dan nugget jamur, evaluasi dan bantuan. Dari kegiatan ini dihasilkan produk baglog dan produk makanan olahan jamur tiram sebagai nilai tambah dalam aspek ekonomi untuk meningkatkan pendapatan keluarga.

Kata kunci: Baglog, Jamur tiram, produk olahan

Pendahuluan (*Times New Roman 12 pt, bold, align left*)

Salah satu sub-sektor usahatani yang saat ini berkembang adalah sub-sektor usahatani tanaman hortikultura. Fungsi utama tanaman hortikultura bukan hanya sebagai bahan pangan tetapi juga terkait dengan kesehatan dan lingkungan (Febri dan Indra, 2012). Fungsi tanaman hortikultura yaitu: fungsi penyediaan pangan, terutama dalam hal penyediaan vitamin, mineral, serat, energi, dan senyawa lain untuk pemenuhan gizi; Jamur tiram merupakan makanan yang kaya akan protein, sebagai salah satu alternatif pengganti protein hewani yang harganya jauh lebih mahal. Kandungan proteinnya cukup tinggi, yaitu sekitar 10,5-30,4% setiap 100 gram berat jamur tiram (Alan Randal Ginting dkk, 2013). Fungsi ekonomi yaitu sumber pendapatan petani (pada umumnya komoditas hortikultura mempunyai nilai ekonomi yang tinggi), perdagangan, dan perindustrian; fungsi kesehatan, buah dan sayur dan terutama biofarmaka

dapat digunakan untuk mencegah dan mengobati penyakit; fungsi sosial budaya, sebagai unsur keindahan/kenyamanan lingkungan, upacara-upacara, pariwisata, dan lain-lain.

Salah satu jenis tanaman hortikultura yang mempunyai nilai ekonomis tinggi serta dikelola oleh masyarakat adalah tanaman jamur tiram (*Pleurotus ostreatus*) (JALAKU, 2011).

Permintaan akan jamur tiram di kalangan masyarakat cukup tinggi, Menurut Chazali dan Pratiwi (2009) dalam Yenni Sariasih (2013) menyebutkan bahwa produksi jamur tiram putih hanya mampu memenuhi 50% permintaan konsumen dalam negeri, sehingga masih sangat terbuka lebar kesempatan untuk mengembangkan agribisnis ini. Situasi ini merupakan prospek yang baik untuk usaha produksi jamur tiram putih. Dengan pembinaan dan pendampingan yang baik maka produksi jamur tiram putih ini dapat menjadi agribisnis yang prospektif untuk dikembangkan. Setiap baglog mampu menghasilkan 0,3-0,8 kg jamur tiram putih, jadi 10 baglog bisa menghasilkan 3-8 kg jamur tiram putih segar. Payback Period untuk usaha budidaya jamur tiram adalah 2 tahun 6 bulan (Rizki dkk, 2014)

Salah satu penghasil jamur tiram adalah kelompok wanita tani (KWT) Langgeng Makmur yang berada di Dusun Botokan Desa Jatirejo Kecamatan Lendah Kabupaten Kulonprogo. Ketua KWT bernama Sri Harini. Kelompok Wanita Tani ini beranggotakan 26 orang dan sudah memulai usaha budidaya jamur tiram sejak 2011. Meskipun sudah lebih dari 5 tahun usaha, produksi jamur tiram yang diperoleh tidak tinggi. Usahatani jamur tiram masih dilakukan dengan skala usaha yang kecil, rata-rata pengusahaan 1000-5000 baglog. Baglog merupakan media tanam tempat meletakkan bibit jamur tiram. Bahan utama baglog adalah serbuk gergaji, karena jamur tiram termasuk jamur kayu. Baglog dibungkus plastik berbentuk silinder, dimana salah satu ujungnya diberi lubang. Pada lubang tersebut jamur tiram akan tumbuh menyembul keluar. Pada usaha budidaya jamur tiram skala besar, petani jamur biasanya membuat baglog sendiri. Namun untuk KWT Langgeng Makmur, karena modal terbatas, baglog membeli pada petani lain yang menyebabkan biaya produksi menjadi lebih tinggi serta risiko kegagalan panen tinggi karena kualitas baglog.

Usahatani ini masih bisa dikembangkan karena banyaknya anggota yang ikut dalam kelompok tersebut dan peluang masih terbuka lebar karena permintaan jamur tiram masih cukup tinggi. Peluang pengembangan usaha yang bisa dilakukan antara lain mengusahakan jamur tiram mulai dari bibitnya, produksi jamur tiram mentah, sampai dengan mengolahnya menjadi produk setengah jadi atau produk siap konsumsi.

Metode Pelaksanaan

Program pengabdian pada KWT Langgeng Makmur dilaksanakan dengan beberapa metode, yaitu:

1. Sosialisasi

Sebelum pelaksanaan seluruh rangkaian kegiatan pengabdian masyarakat dimulai, perlu diadakan sosialisasi mengenai program ini pada para anggota kelompok KWT Langgeng Makmur agar anggota memahami program pengabdian ini sekaligus untuk menggali lebih

dalam permasalahan yang dialami kelompok Langgeng Makmur dalam usahatani budidaya jamur tiram. dan solusi yang dibutuhkan. Dengan begitu, diharapkan program pengabdian masyarakat ini dapat memberikan luaran yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan kelompok KWT Langgeng Makmur.

2. Penyuluhan

Untuk meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan kelompok KWT dalam menghasilkan baglog sebagai media tanam jamur tiram dan cara berbudidaya yang sesuai SOP GAP dilakukan beberapa kali penyuluhan agar anggota kelompok paham mengenai hal tersebut. Selanjutnya adalah penyuluhan tentang bagaimana mengolah produk jamur tiram mentah sehingga dapat meningkatkan nilai tambah dan pendapatan anggota kelompok.

3. Pelatihan

Metode ini dilaksanakan setelah penyuluhan selesai. Anggota kelompok langsung melakukan praktek pembuatan baglog dan budidaya jamur tiram dengan “demplot” sebagai percobaan untuk melihat seberapa penguasaan dan ketrampilan membuat baglog dan budidaya jamur tiram yang sesuai SOP GAP. Pelatihan berikutnya adalah praktek pengolahan jamur tiram menjadi produk setengah jadi maupun produk yang siap dikonsumsi. Olahan jamur tiram yang akan ditawarkan pada anggota kelompok adalah jamur krispi dan nugget jamur tiram.

4. Pendampingan

Metode ini dilakukan agar program dapat berlanjut meskipun sudah ditinggal.

Hasil dan Pembahasan

1. Sosialisasi

Sebelum pelaksanaan seluruh rangkaian kegiatan pengabdian masyarakat dimulai, perlu diadakan sosialisasi mengenai program ini pada para anggota kelompok KWT Langgeng Makmur agar anggota memahami program pengabdian ini sekaligus untuk menggali lebih dalam permasalahan yang dialami kelompok Langgeng Makmur dalam usahatani budidaya jamur tiram. dan solusi yang dibutuhkan. Dengan begitu, diharapkan program pengabdian masyarakat ini dapat memberikan luaran yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan kelompok KWT Langgeng Makmur. Program sosialisasi dilakukan pada hari Kamis tanggal 21 Februari 2019 di rumah salah satu warga yang di sebelah rumah tersebut, usaha jamur tiram dilakukan/(kumbung jamur tiram) dengan cara menyewa dari warga tersebut. Dihadiri sekitar 28 anggota KWT Langgeng Makmur, proses sosialisasi dilaksanakan dengan lancar dan dapat menggali banyak hal terkait permasalahan yang dihadapi dalam usaha budidaya jamur tiram tersebut. Pertama, berkaitan dengan masalah baglog yang harganya naik terus, dan kualitasnya belum sesuai dengan yang diharapkan anggota KWT. Kedua, harga sewa rumah untuk kumbung yang juga terus naik. Berikutnya, penguasaan terhadap budidaya jamur yang baik masih belum mereka kuasai, sehingga perlu mendatangkan ahlinya untuk berbagi ilmu bagaimana budidaya jamur yang baik, sehingga hasilnya dapat menguntungkan. Untuk serapan

pasar, sementara ini tidak menjadi masalah, karena sudah ada pedagang yang menampung hasil jamur tiram yang diusahakan. Selesai pelaksanaan sosialisasi, kita melakukan penjadwalan untuk dilakukannya pelatihan pembuatan baglog dengan tujuan KWT dapat memproduksi sendiri baglog sebagai media tanam jamur tiram, sehingga dapat memperkecil biaya produksi dan kualitas baglog dapat terjaga. Sekaligus dengan dilakukannya penyuluhan untuk bagaimana budidaya jamur tiram yang baik dengan mendatangkan praktisi budidaya jamur tiram. Dijadwalkan tanggal 2 maret pelatihan dan penyuluhan dilaksanakan.



Gambar 1. Perkenalan program pengabdian PKM



Gambar 2. Menggali Masalah dalam Budidaya Jamur Tiram



Gambar 3. Melihat usaha budidaya jamur tiram di kumpang

2. Penyuluhan

Pada hari Sabtu tanggal 2 maret kita mengundang 2 orang praktisi budidaya jamur tiram, sekaligus pengusaha baglog dan jamur tiram., bernama Pak Indarto dari Sleman dan Pak Sudaryono dari Kulon progo. Diawali dengan penyuluhan tentang bagaimana mebuat baglog yang benar, mekanisme dan bahan-bahan yang dibutuhkan, kemudian dilanjutkan dengan sharing serta tanya jawab anggota KWT tentang pengalaman dan masalah anggota KWT dalam berbudidaya tanaman jamur tiram.



Gambar 4. Penyuluhan pembuatan baglog

3. Pelatihan

Metode ini dilaksanakan setelah penyuluhan selesai. Praktek pembuatan baglog oleh anggota KWT Langgeng Makmur. Pada saat pelatihan, semua anggota diberi kesempatan untuk mencoba membuat baglog yang benar, muali dari pencampuran serbuk gergaji dan bahan lain, sampai dengan memaskan bahan tersebut ke dalam plastic baglog dan menutupnya dengan benar.

Anggota kelompok langsung melakukan praktek pembuatan baglog dan budidaya jamur tiram dengan “demplot” sebagai percobaan untuk melihat seberapa penguasaan dan ketrampilan membuat baglog dan budidaya jamur tiram yang sesuai SOP GAP.



Gambar 5. Pelatihan pembuatan baglog



Gambar 6. Pelatih sedang mengajari ibu-ibu KWT



Gambar 7. Hasil baglog dari pelatihan

4. Pendampingan

Metode ini dilakukan agar program dapat berlanjut meskipun sudah ditinggal. Salah satu kegiatan yang dilakukan adalah melanjutkan pembuatan/produksi baglog yang dapat digunakan oleh ibu-ibu KWT Langeng Makmur sebagai media tanam dalam budidaya jamur tiram, sehingga mereka dapat memproduksi sendiri, menggunakannya untuk budidaya jamur tiram dan baglog tersebut juga dapat digunakan sebagai produk yang dijual untuk menambah penghasilan. Kegiatan dilaksanakan pada tanggal 1 Mei 2019 yang dihadiri oleh 9 anggota KWT Langeng Makmur. Mekanisme pembuatan baglog adalah sebagai berikut:

- a. Menakar bahan yang terdiri dari 6 ember serbuk gergaji, 12 kg bekatul dan 1.4 kg kapur dolomit.
- b. Mencampur ketiga jenis bahan lalu menambha air sebanyak 60%
- c. Mengemas campuran bahan ke dalam plastic ukuran 35x 20 cm sembari dipadatkan
- d. Memasang cincin dan tutup baglog
- e. Baglog dipasteurisasi selam 8 jam
- f. Baglog diamankan sampai dingin lalu diinokulasi
- g. Masukkan baglog ke ruangan inkubasi selama 1 bulan
- h. Baglog siap dibudidayakan di kumbung jamur

Pada saat pembuatan baglog dilakukan, dapat dihasilkan 117 baglog yang siap digunakan sebagai media tanam budidaya jamur tiram.



Gambar 8. Produksi Baglog

Kesimpulan

- a. Penambahan kapasitas produksi yang berasal dari penambahan jumlah baglog sudah mulai dilaksanakan dengan cara memproduksi sendiri baglog secara bertahap.
- b. Terjadinya peningkatan pengetahuan dan keterampilan dalam berbudidaya jamur tiram setelah diadakannya penyuluhan dan pelatihan budidaya jamur tiram dan pembuatan baglog serta produk olahan jamur tiram.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada Universitas Muhammadiyah Yogyakarta melalui Lembaga LP3M yang telah mendanai dan memfasilitasi program pengabdian PKM sehingga dapat berjalan dengan lancar. Selanjutnya, kami juga menyampaikan terima kasih kepada pengurus beserta anggota KWT Langgeng Makmur yang memberi dukungan penuh dan respon positif pada program PKM ini. Terakhir, kami ucapkan terima kasih kepada Saudara Marbudi atas sumbangan yang sangat berarti sehingga program pengabdian ini bisa dilaksanakan.

Daftar Pustaka

- Abdisobar, Rizky, Abu bakar, Yuniar. 2014. Analisis Kelayakan Usaha Budidaya Jamur Tiram di Desa Cilame Ciwidey Kabupaten Bandung. *Jurnal Reka Integra* vol.02 No.1. Juli 2014. ISSN: 2338-5081.
- Candra, Reki, Dyah Aring Hepiana L, Suriaty Situmorang. 2014. Analisis Usahatani dan Pemasaran Jamur Tiram dengan Cara Konvensional dan Jaringan (Multi Level Marketing) di Provinsi Lampung. *Jurnal Ilmuilmu Agribisnis (JIIA)*.Vol.2, No.1. Januari 2014.p.38-47
- Ginting, Alan Randal, Ninuk Herlina, Setyono Yudo Tyasmoro. 2013. Studi Pertumbuhan dan produksi Jamur Tiram Putih (*Pleurotus ostreatus*) pada media tumbuh gergaji kayu

sengon dan bagas tebu. *Jurnal Produksi Tanaman*. Vol.1 no.2 Tahun 2013. ISSN 2338-3976.p.17-24

JALAKU. 2011. *Modul Budidaya Jamur Tiram*. JALAKU. Bandar Lampung.

Pramudya, Febri Nur. 2012. Analisis Usaha Budidaya Jamur Tiram Putih (*Pleurotus ostreatus*) di Kecamatan Curup Tengah Kabupaten Rejang Lebong. *Jurnal AGRISEP*. Vol. 11 No. 2. September 2012 Hal: 237 - 250. ISSN: 1412-8837.

Sariasih, Yenny. 2013. Pengembangan Budidaya Jamur Tiram Putih sebagai Agribisnis Prospektif bagi Gapoktan Seroja I Kandang Limun Bengkulu. *Jurnal AGRISEP*. Vol. 13 No. 1. Maret 2013. Hal: 11 - 18. ISSN: 1412-8837.

Jajanan *Halal-Thoyyib* Di Kantin Boga Dan Sekitar Kampus UMY; Pemberdayaan Usaha Mikro Dan Perlindungan Konsumen

Hari Widada¹, Salmah Orbayinah¹

¹ Prodi Farmasi Fakultas Kedokteran dan Ilmu Kesehatan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta 55183
Email: hr.widada@gmail.com

Abstrak

Aksi Nasional dalam gerakan menuju pangan jajanan yang aman, bermutu, dan bergizi diharapkan memiliki kemandirian untuk mengawasi di lingkungannya sendiri. Anak sekolah dan mahasiswa sebagai konsumen utama jajanan adalah aset bangsa Indonesia yang harus memperoleh asupan pangan yang aman, bermutu, dan bergizi dalam rangka pertumbuhan dan perkembangan anak-anak kita. Kegiatan ini bertujuan memberikan edukasi sekaligus pengawasan keamanan pangan sebagai salah satu upaya peningkatan pemahaman dan penerapan perilaku dan usaha penjaminan keamanan pangan secara konsisten. Kegiatan ini meliputi sosialisasi tentang pangan yang aman dan sehat sesuai parameter BPOM dan thoyyib menurut ajaran Islam serta sosialisasi terkait isu kehalalan pangan. Sosialisasi dilakukan dengan menghadirkan pakar di bidang kesehatan dan praktisi gerakan Halal Nasional. Uji petik dilakukan dengan pengambilan sampel dan pengujian dari beberapa jenis jajanan yang terdapat di kantin UMY Boga dan lingkungan kampus. Sampel diuji terhadap parameter kandungan boraks, formalin, sakarin dan siklamat. Selanjutnya akan dibentuk komunitas pedagang jajanan/UMKM jajanan dibawah koordinasi Kantin UMY Boga, sehingga dapat disusun suatu system jaminan mutu pangan halal dan thoyyib yang dapat disepakati dan diimplementasikan bersama. Kegiatan sosialisasi dihadiri oleh sebagian besar pedagang, pelaku UMKM dan penanggung jawab Kantin UMY Boga. Peserta mengikuti acara dengan antusias dan menghendaki adanya tindak lanjut dari kegiatan tersebut. Hasil uji petik yang dilakukan terhadap 21 sampel jajanan yang bervariasi terhadap 4 parameter uji, diketahui terdapat 2 produk yang mengandung pemanis buatan yaitu sakarin. Target yang akan dicapai dalam program ini adalah terciptanya satu sistem/ model pengembangan suatu kawasan di lingkungan Kampus dengan kantin yang Halal dan Sehat melalui terciptanya sinergi yang saling menguntungkan. Model yang terbentuk di kawasan Kampus UMY dan sekitarnya akan terpublikasi menjadi proyek percontohan sebagai embrio pengembangan kawasan Halal-Thoyyib di Yogyakarta.

Kata kunci: halal, thoyyib, jajanan, kantin, Boga

Pendahuluan

Gerakan Menuju Pangan Jajanan Anak Sekolah (PJAS) yang Aman, Bermutu, dan Bergizi harus diikuti dengan Aksi Nasional yang melibatkan seluruh pemangku kepentingan terkait, termasuk komunitas sekolah/ kampus dan Lembaga-lembaga non pemerintah yang memiliki kepedulian terhadap kesehatan dan pendidikan. Komunitas sekolah/ kampus yang menjadi kelompok target utama dalam Aksi Nasional diharapkan memiliki kemandirian untuk mengawasi PJAS di lingkungan sekolah. Anak sekolah sebagai konsumen utama PJAS adalah aset bangsa Indonesia yang akan menjadi penerus kita di masa mendatang. Oleh karena itu, mereka harus memperoleh asupan pangan yang aman, bermutu, dan bergizi dalam rangka pertumbuhan dan perkembangan anak-anak kita. Edukasi keamanan pangan menjadi salah satu upaya sehingga masyarakat memahami dan menerapkan perilaku keamanan pangan secara konsisten (BPOM, 2012).

Kantin atau pedagang makanan sekitar sekolah dan kampus harus menerapkan standar minimum praktek-praktek manajerial dan operasional penanganan, pengolahan dan penyajian pangan yang baik untuk menjamin keamanan pangan yang mereka jual. Penjaminan keamanan pangan perlu ditunjang oleh suatu sistem manajemen yang dapat memantau pelaksanaan operasional penyediaan pangan yang aman. Sistem ini memungkinkan sekolah/ kampus secara mandiri dapat menjalankan dan memantau kegiatan-kegiatan dalam penanganan, pengolahan, dan penyajian pangan terutama yang dijual di kantin.

Konsep produk atau makan halal dan thoyyib saat ini sudah menjadi bahan kajian pada tingkatan global, karena telah dianggap sebagai *benchmark* alternatif untuk jaminan keamanan, kebersihan dan mutu yang baik. Produk atau makanan yang diproduksi dalam lini dengan persyaratan halal dan thoyyib telah dapat diterima tidak hanya oleh konsumen Muslim, melainkan juga konsumen dari agama lain. Bagi Muslim, makanan atau minuman yang halal dan thoyyib berarti telah memenuhi ketentuan dalam syariat Islam, sedangkan bagi non-Muslim, produk halal merepresentasikan simbol kebersihan, kualitas dan keamanan, karena diproduksi dibawah Sistem Manajemen Mutu Halal-Thoyyib yang Holistik (Ambalia, 2014).

Bagi konsumen Muslim, membeli produk yang bersertifikat halal dan thoyyib dapat menjamin kebersihan/ higienisitas, dimana konsep tersebut paralel dengan keinginan untuk memenuhi kesadaran hidup sehat (Mathewa, *et al.*, 2012). Produsen dan pengecer produk makanan seharusnya memberikan komunikasi pasar dan displai yang memberi informasi yang jelas dan dapat diakses oleh konsumen. Pengembangan pesan promosi yang dapat mendorong konsumen untuk memikirkan nilai mutu, emosi, moneter, dan sosial terkait logo *halal* dan *thoyyib* dari lembaga pengawasan terkait dalam hal ini Badan POM.

Indonesia sebagai Negara berpenduduk terbesar keempat di dunia, dihuni oleh mayoritas penduduk muslim, sehingga saat ini Indonesia menjadi Negara dengan populasi muslim terbesar di dunia. Suatu keniscayaan apabila Indonesia menerapkan standar halal dan *thoyyib* bagi produk-produk yang beredar di kalangan masyarakatnya. Saat ini Indonesia telah

memiliki system yang mapan dalam menerapkan standar *thoyyib* (mutu) bagi peredaran produk-produk yang dikonsumsi oleh masyarakat, yakni sistem yang dikelola oleh BPOM (Badan Pengawasan Obat dan Makanan). Selanjutnya diharapkan masyarakat dapat memahami bahwa penerapan standar makanan yang *thoyyib* (dalam hal ini jajanan anak sekolah/ kampus) dapat berdampak pada peningkatan kapasitas pasar bagi produk-produknya. Pemahaman masyarakat yang memadai akan pentingnya penerapan standar mutu akan mempermudah jalan bagi terbentuknya zona-zona *halal-thoyyib*, yang secara khusus dalam program ini akan diupayakan di sekitar kawasan Kampus Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY).

Mitra yang terkait secara langsung adalah Kantin UMY Boga yang meliputi para suplier yang menitipkan dagangan di Kantin Boga dan pedagang-pedagang di sekitar kampus UMY yang nantinya akan dikoordinasikan dibawah manajemen Kantin UMY Boga. Kampus UMY diharapkan dapat memberikan kemanfaatan kepada lingkungan sekitar, yang secara khusus fasilitas laboratorium yang ada di lingkungan kampus UMY dapat diakses oleh masyarakat sekitar untuk melakukan pengujian kualitas dan keamanan pangan. Di samping itu juga dapat melakukan pembinaan terhadap usaha kecil agar dapat bersaing dan bertahan di tengah gempuran para pelaku usaha bermodal besar (Alqudsi, 2014).

Dalam kaitannya dengan standarisasi pangan yang bebas dari bahan berbahaya yang diatur dalam Peraturan Menteri Kesehatan maupun Peraturan Kepala Badan POM, terdapat beberapa permasalahan yang dihadapi oleh Mitra, diantaranya adalah:

1. Kesadaran masyarakat pedagang jajanan kantin dan sekitar kampus yang masih rendah terhadap pentingnya persyaratan pangan yang aman, sehat dan bermutu.
2. Ketidaktahuan masyarakat pedagang kecil terhadap berbagai regulasi terkait pangan olahan dan berbagai bahan tambahan pangan yang berbahaya.
3. Ketidaktahuan masyarakat pelaku usaha/pedagang terhadap proses, alur dan metode uji bagi produk pangan yang mereka perdagangkan agar menaikkan kepercayaan konsumen.
4. Belum terwujudnya sinergi yang harmonis antara kantin kampus dengan komunitas pelaku usaha khususnya penjaja jajanan kampus, sehingga terwujud rasa aman bagi konsumen dan meningkatnya tingkat kepercayaan masyarakat terhadap pedagang kecil.

Melihat betapa kompleksnya permasalahan yang masih menghinggapi pedagang kecil dan regulasi ketat terkait penggunaan bahan tambahan pangan serta kekhawatiran terhadap mutu produk jajanan. Perhatian secara khusus pada masyarakat pedagang jajanan di kawasan sekitar kampus UMY, pemahaman terhadap regulasi yang masih rendah, menyebabkan ketidaksiapan dalam penerapan standar mutu bagi produk makanan dan minuman. Oleh karena itu, dirasa perlu untuk menyusun strategi dan skala prioritas dalam mempersiapkan usaha pembinaan tersebut. Melalui program usulan ipteks ini dan berdasarkan analisis kebutuhan yang telah

dilakukan, tim pengabdian mencoba mengajukan solusi terhadap permasalahan tersebut dengan sentuhan ilmu pengetahuan dan teknologi (Sumali, 2009).

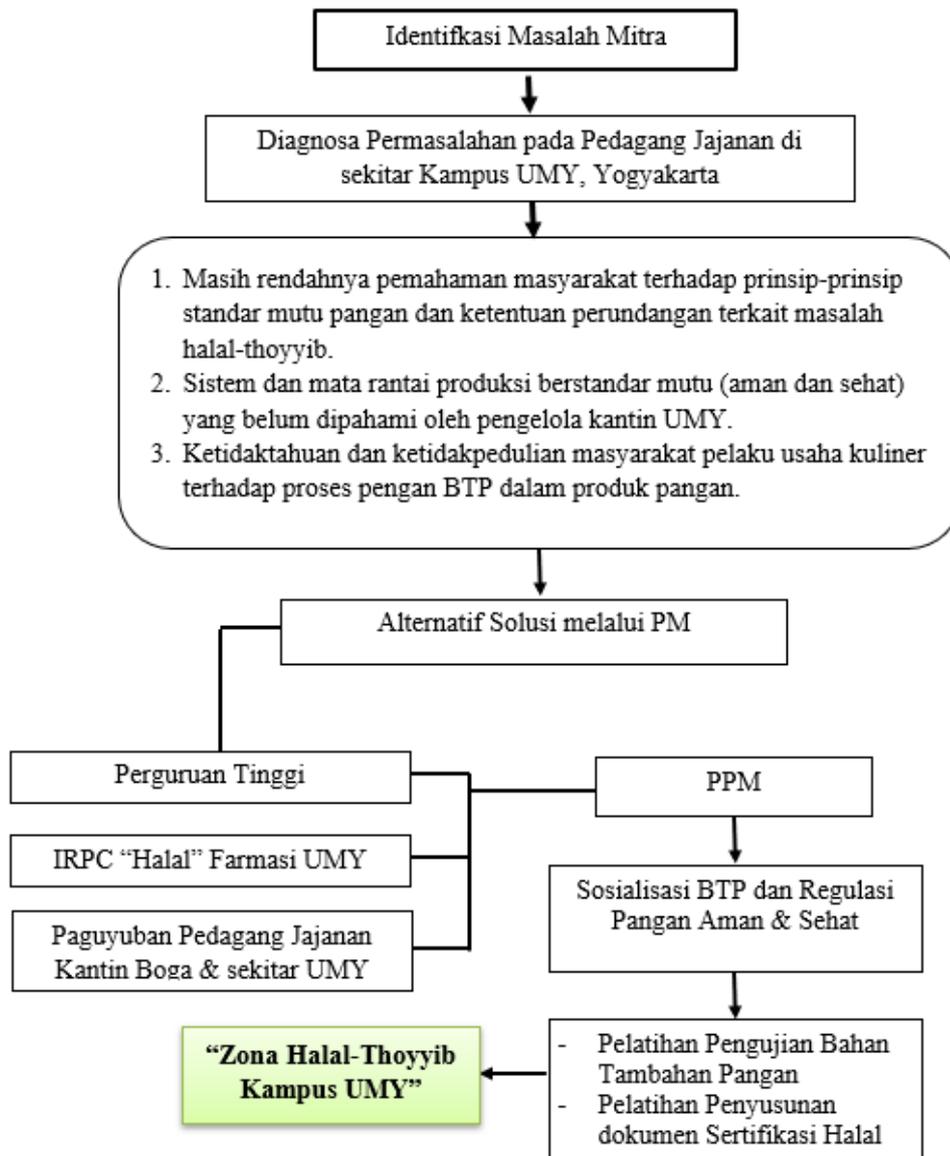
Target luaran yang akan dicapai dalam program ini adalah terciptanya satu sistem/ model pengembangan suatu kawasan di lingkungan Kampus yang berkembang dan bermartabat dengan terciptanya sinergi dan symbiosis yang saling menguntungkan. Model yang terbentuk di kawasan sekitar Kampus UMY dan sekitarnya akan terpublikasi menjadi proyek percontohan sebagai embrio pengembangan kawasan Halal-Thoyyib di Yogyakarta, sehingga meningkatkan citra UMY sebagai kampus yang “Unggul dan Islami”.

Metode Pelaksanaan

Berdasarkan permasalahan yang ditemukan pada Mitra, maka akan dilakukan kegiatan sebagai alternatif pemecahan masalah yaitu melalui kegiatan pokok:

- a. Sosialisasi tentang pangan jajanan yang halal dan sehat (thoyyib), berbagai regulasi terkait penggunaan BTP dan pengenalan berbagai contoh bahan tambahan pangan yang aman;
- b. Workshop proses pengujian kandungan bahan tambahan pangan;
- c. Pengambilan sampel dan pengujian di laboratorium; dan
- d. Tindak lanjut pendampingan bagi yang membutuhkan proses sertifikasi baik izin edar PIRT maupun halal.

Adapun secara sistematis kerangka pemecahan masalah yang akan dilakukan dalam kegiatan ini adalah sebagai berikut:



Gambar 1. Skema Pemecahan Masalah

Rencana kegiatan dalam melaksanakan solusi yang ditawarkan tersebut adalah sebagai berikut:

1. Sosialisasi

Kegiatan sosialisasi terlebih dahulu akan dilakukan dengan pengusul bekerjasama dengan Divisi Halal-Thoyyib IRPC Prodi Farmasi FKIK UMY dan pemangku kepentingan di Kampus UMY. Tim Pengusul berkolaborasi dengan Kelompok Studi Halal-Thoyyib Prodi Farmasi Fakultas Kedokteran dan Ilmu Kesehatan (FKIK) Universitas Muhammadiyah Yogyakarta mengadakan rapat koordinasi di Prodi Farmasi FKIK UMY. Pada tahap sosialisasi disusun rencana aksi sebagai berikut:

- a. Tim Pengusul bersama IRPC UMY akan bekerja sama menyusun bahan sosialisasi berupa materi dan rancangan kegiatan yang akan dilakukan.
 - b. Sosialisasi Regulasi Pangan dan Pangan yang Sehat serta Bahaya BTP bagi kesehatan. Tim Pengusul akan menghadirkan nara sumber dari bidang kesehatan.
2. Pelaksanaan Kegiatan
- Pelaksanaan kegiatan meliputi 2 (dua) kelompok kegiatan yang melibatkan kedua mitra, yakni IRPC UMY dan Paguyuban Pedagang Jajanan sekitar UMY, dengan bentuk kegiatannya adalah sebagai berikut:
- a. Penyusunan dan penerbitan materi sosialisasi keamanan pangan dan bahaya BTP yang melibatkan pengurus IRPC UMY, yang selanjutnya disebarkan ke peserta pelatihan.
 - b. Kegiatan selanjutnya adalah penyampaian materi sosialisasi yang melibatkan Tim Pengusul dibantu mahasiswa kelompok studi Halal-Thoyib IRPC Farmasi UMY bekerja sama dengan Paguyuban Pedagang Jajanan. Kegiatan dilaksanakan di Area Kampus Farmasi FKIK UMY menghadirkan para pedagang, dengan pembicara pakar dari Farmasi/ Kedokteran
 - c. Kegiatan berikutnya berupa sampling dan pengujian terhadap produk jajanan yang dilaksanakan di Laboratorium Kimia Analisis Prodi Farmasi FKIK UMY.
 - d. Kegiatan terakhir berupa rekomendasi dan penyampaian rencana tindak lanjut pembinaan pedagang oleh IRPC Farmasi UMY.

Hasil dan Pembahasan

Pada hari Sabtu tanggal 9 Februari 2019 telah dilaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dalam bentuk “Workshop dan Pendampingan Jajanan Halal-Thoyyib Kantin Boga dan PKL sekitar Kampus UMY serta Pembentukan Komunitas Jajanan *Halal Thoyyib* Binaan Halalal Thoyyiban Center (HTC) UMY. Kegiatan ini bertujuan menjamin kehalalan jajanan di kantin UMY Boga dan sekitar UMY yang disertai dengan pendampingan kepada pedagang-pedagang jajanan dibawah pengawasan *Halal Thoyyiban Center* (HTC). Disamping itu diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan para pedagang mengenai titik kritis *halal* dan *thoyyib* suatu produk makanan ringan di kantin dan warung. Dalam kegiatan ini juga dilakukan pembentukan komunitas jajanan *halalan-thoyyiban* dalam rangka upaya pengawasan berlanjut yang dibawah oleh *Halal Thoyyiban Center* (HTC).

Manfaat yang akan diperoleh dari pelaksanaan kegiatan ini dapat dirasakan secara langsung maupun tidak langsung. Secara langsung masyarakat dapat memperoleh manfaat dari program ini diantaranya adalah:

- a. Semakin meningkatnya pengetahuan dan kesadaran masyarakat kampus terhadap prinsip-prinsip suatu produk aman sehat dan bermutu terutama berbagai ketentuan yang diatur dalam regulasi terkait.

- b. Masyarakat pelaku usaha semakin paham bahwa standar aman suatu produk maupun usaha tidak lagi menjadi beban yang menyulitkan, akan tetapi justru membuka banyak peluang untuk meningkatkan jangkauan pasar bagi produk maupun usahanya.
- c. Pedagang di kawasan sekitar Kampus UMY dan sekitarnya menjadi lebih terbuka wawasannya terhadap alur proses standardisasi sehingga menjadi termotivasi untuk melakukan proses penjaminan mutu produk dan usahanya.

Beberapa manfaat tidak langsung juga dapat dihasilkan dari pelaksanaan program ini, diantaranya adalah:

- a. Dengan kolaborasi antara pihak Paguyuban Pedagang Jajanan Kantin Boga dan sekitar Kampus UMY yang didukung kampus UMY sebagai zona halal-thoyyib dimulai dari sektor usaha kuliner dapat segera terwujud.
- b. Kantin Kampus UMY akan menjadi model Kantin Kampus yang ramah usaha kecil yang halal-thoyyib di Yogyakarta.
- c. Masyarakat Kampus UMY baik konsumen maupun pelaku usaha akan menjadi semakin terdidik, “melek mutu”, dan semakin bermartabat karena menjalankan gaya hidup halal-thoyyib (*halalan-thoyyiban life style*).

Dengan adanya kegiatan ini diharapkan peserta workshop dapat memahami pentingnya mengetahui titik kritis *halal-thoyyib* dalam pembuatan produk makanan ringan dan dapat menerapkan dalam produk-produk makanan ringan yang dijual di kantin dan warung dan cara pembuatan sertikat halal untuk produk-produk tersebut. Berdasarkan studi pendahuluan terhadap peserta pelatihan didapatkan bahwa, sebagian besar peserta sudah mengetahui tentang konsep halal secara syar’i, akan tetapi peserta belum semuanya mengetahui tentang berbagai regulasi dan kebijakan terkait dengan halal, sertifikasi halal dan titik kritis kehalalan produk pangan. Demikian pula dengan aspek thoyyib, peserta memahami konsep thoyyib sama seperti memaknai halal di dalam Al Qur’an, yakni sesuai dengan dengan syariat Islam (Ratanamaneichata & Rakkarnb, 2013). Sementara konsep *thoyyib* secara ilmu pengetahuan masyarakat belum mengetahuinya. Sehingga dalam kegiatan ini perlu dilakukan sosialisasi secara lebih jauh terkait dengan beberapa parameter thoyyib dalam produk pangan. Diantara parameter thoyyib yang dijadikan tolok ukur dalam mengukur kualitas thoyyib/ mutu sediaan jajanan adalah tidak mengandung bahan tambahan yang berbahaya bagi kesehatan antara lain: bahan pengawet (formalin), bahan pengental (boraks), bahan pewarna non pangan (rhodamine B), dan bahan pemanis buatan (sakarín, Na-siklamat). Dalam kegiatan ini peserta diajarkan tentang bahaya dari aspek kesehatan terkait dengan penggunaan bahan tambahan tersebut oleh praktisi kesehatan yaitu, Dr. dr. Iman Permana, M.Kes. Selanjutnya akan dilakukan uji petik terhadap beberapa penjual jajanan di sekitar kampus UMY, dan diuji terhadap parameter kualitas keamanan pangan seperti tersebut diatas.

Dari kegiatan yang telah diselenggarakan didapatkan beberapa daftar nama pedagang makanan ringan di Kantin Boga UMY dan sekitar UMY, yang nantinya akan dikumpulkan dan dijadikan dalam suatu komunitas di bawah binaan HTC. Edukasi dan pembinaan

mengenai kehalalan suatu produk makanan diharapkan juga bisa ditujukan kepada pedagang-pedangan makanan lainnya baik yang di Kantin Boga UMY ataupun sekitar UMY.



Gambar 2. Kegiatan Workshop dan Pendampingan terhadap Kantin UMY Boga dan Pedagang Jajanan sekitar Kampus UMY

Kegiatan selanjutnya setelah dilakukan penyuluhan adalah dilakukan uji petik terhadap beberapa pedagang jajanan di sekitar kampus UMY. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk melakukan pemantauan terhadap pelaku usaha jajanan di kantin UMY Boga dan pedagang di sekitar kampus UMY. Dengan kegiatan pengujian ini menjadi bagian dari upaya untuk mewujudkan zona jajanan *Halal-Thoyyib* di kampus UMY, dengan melaksanakan kegiatan penjaminan mutunya. Uji petik atau inspeksi merupakan salah satu bagian penting dalam usaha penjaminan mutu *Halal-Thoyyib* di Zona Kampus UMY. Dari beberapa tenant yang ada di UMY Boga dan pedagang di sekitar Kampus, diperoleh 21 sampel yang kemudian diuji di Laboratorium Prodi Farmasi FKIK UMY (tabel 1.).



Gambar 3. Proses pengambilan sampel dan preparasi sampel di Laboratorium



Gambar 4. Pengujian beberapa sampel di Laboratorium Prodi Farmasi

Tabel 1. Hasil Pengujian beberapa sampel jajanan di UMY Boga dan sekitar Kampus UMY

No	Produk	Tempat pengambilan sampel	Parameter			
			Formalin	Boraks	Sakarin	Siklamat
1	Tahu Bakso	Boga	N	N		
2	Sate tahu bakso	Boga	N	N		
3	Bolu kukus (merah hijau)	Boga			N	N
4	Bolu kukus (hijau)	Boga			N	N
5	Saos	Boga	N	N		
6	Bakpau	Boga			N	N
7	Sate sosis	Boga	N			

8	Es teh boga	Boga		<u>P</u>	N
9	Cimol	Unires putra	N	N	
10	Cilok (1)	Unires putra	N	N	
11	Tahu Bakso	Unires putra	N	N	
12	Es dung dung	Unires putra		N	N
13	Cilok (2)	Unires putra	N	N	
14	Siomai	Unires putra	N		
15	Batagor	Unires putra	N	N	
16	Cilok	Unires putri	N	N	
17	Cimol	Unires putri		N	
18	Es dawet	Unires putri		N	
19	Bakso tusuk	Unires putri	N	N	
20	Gula es dawet	Unires putri		<u>P</u>	N
21	Saos bakso tusuk	Unires putri	N		

Ke-21 sampel diuji terhadap 4 parameter pengawasan pangan utama yakni terhadap kandungan bahan tambahan berbahaya yaitu: formalin, boraks, sakarin, dan siklamat. Dari 21 sampel yang diuji terdapat 2 (dua) sampel yang positif terhadap parameter yang kandungan sakarin dan siklamat yaitu untuk sediaan berupa minuman es teh dan es dawet.

Kesimpulan

Kegiatan sosialisasi dan pendampingan terkait dengan permasalahan halal dan thoyyib bagi masyarakat pedagang kecil (UMKM) masih sangat diperlukan. Pemahaman para pelaku usaha kecil terhadap pentingnya permasalahan halal dan thoyyib yang berhubungan secara langsung terhadap kepentingan konsumen yang notabene mayoritas muslim masih sangat rendah. Rendahnya pemahaman dan minimnya advokasi terhadap pedagang kecil menyebabkan kerentanan terhadap isu-isu yang dapat menyerang mereka, misalnya isu tentang bahan berbahaya dalam produk pangan dan juga isu tentang kontaminasi bahan haram dalam produk. Dengan memperbanyak kegiatan sejenis dapat meningkatkan pengetahuan dan memberikan jaminan bagi kelangsungan usaha, serta kedepannya dapat meningkatkan kelas usaha dari level UMKM menjadi UKM. Kegiatan PkM ini sedikit banyak telah memberikan gambaran terhadap pengetahuan secara umum pelaku UMKM di Kantin BOGA dan sekitar kampus UMY terkait pengetahuan dan mutu produk yang diperjualbelikan terkait dengan parameter yang diuji. Dari 21 sampel produk yang diuji terdapat 2 produk yang masih positif mengandung bahan pemanis buatan yang harus diwaspadai. Selanjutnya akan dilakukan pemantauan secara periodik sebagai upaya tindak lanjut.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih kepada Lembaga Penelitian, Publikasi dan Pengabdian Masyarakat (LP3M) UMY atas bantuan dana kegiatan ini melalui skema Hibah Pengabdian kepada

Masyarakat Batch I tahun anggaran 2018-2019 dengan Surat Keputusan nomer 2816/SK-LP3M/I/2019.

Daftar Pustaka

Anonim, 2012, Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan republik indonesia nomor hk.03.1.23.04.12.2205 tahun 2012 tentang Pedoman Pemberian Sertifikat Produksi Pangan Industri Rumah Tangga.

Alqudsi, S.G., 2014, (INCOMaR 2013, Awareness and Demand for 100% Halal Supply Chain Meat Products, *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 130. 167 - 178

Ambalia, A.R., dan Bakara, A.N., 2014, INHAC 2012 Kuala Lumpur International Halal Conference, PWTC, Kuala Lumpur, Malaysia, 4-5 September 2012 Awareness on *Halal* Foods and Products: Potential Issues for Policy-Makers, *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 121, (3 - 25)

Mathewa, V.N., Abdullah, A.M.R.A., and Ismail, S.N.M., 2012, INHAC 2012 Kuala Lumpur International *Halal* Conference, PWTC, Kuala Lumpur, Malaysia, Acceptance on *Halal* Food among Non-Muslim Consumers)

Ratanamaneichata, C., Rakkarnb, S., 2013 (Social and Behavioral Sciences Symposium, 4th International Science, Social Science, Engineering and Energy Conference 2012 (I-SEEC 2012) Quality Assurance Development of Halal Food Products for Export to Indonesia, *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 88. 134-141. doi: 10.1016/j.sbspro.2014.01.1127.

Sumali, A. 2009. *Halal* - new market opportunities (Department of Islamic Development, Malaysia), in JAKIM website: <http://www.islam.gov.my/>) 17 November 2006. Available online at: <http://primahalalfoodpark.blogspot.com/2009/02/formation-of-comprehensive-halal.html>. Accessed on 13 May 2012.)

PKM Kelompok Pengrajin Pengolahan Tepung Bete Desa Landonan Kabupaten Banggai Kepulauan

Haruni Ode⁽¹⁾, Ramadhani Chaniago⁽²⁾ dan Yusuf Ayuba⁽³⁾

¹⁾²⁾³⁾ Universitas Muhammadiyah Luwuk, Jl K.H.A Dahlan III/79 Luwuk

Email: umyharun@gmail.com

Abstrak

Tujuan dari kegiatan Program kemitraan Masyarakat ini adalah, tindak lanjut lanjutan dari Pengabdian tahun 2017, kajian ini selain mengangkat potensi ekonomi kelompok usaha bersama yang ada di desa Landonan sekaligus memperkenalkan keaneragaman hayati yang ada di Desa Landonan. Tepung bete adalah hasil olahan dari umbi beta yang diproduksi oleh pengrajin yang dikemas dan dijual pada masyarakat luas melalui media internet yaitu website, adapun tujuan program kemitraan ini selain mempertahankan potensi lokal desa Landonan, tidak menghilangkan budaya kearifan lokal, dengan menggunakan nama bête sebagai bahasa daerah setempat, hal ini senada dengan program pemerintah dalam penguatan ketahanan pangan dengan pendekatan kearifan lokal, tepung bete ini hasil olahan makanan utama masyarakat desa Landonan yang terbuat dari umbi dan sebagai substitusi beras. Persoalan yang dihadapi mitra yaitu pembuatan tepung bete pada tahun sebelumnya, bete yang sudah menjadi tepung tidak mudah diperkenalkan pada masyarakat, sehingga perlunya penguatan pengetahuan lanjutan seperti bidang manajemen dan konsep pemasaran, berangkat dari persoalan ini mitra diberikan pengetahuan tentang ilmu manajemen pemasaran berupa proses packing (kemasan), nama brand/label yang menarik serta penjualan, hasil dari tepung bête ini diolah menjadi berbagai kreatifitas makanan olahan siap konsumsi, tujuan lain adalah selain mendukung sumber pendapatan juga peningkatan ekonomi masyarakat desa Landonan bebeau Buko selatan. Metode yang digunakan adalah tepung bête dikemas dalam kemasan dan diberi nama (brand) diberi brand/label selanjutnya disediakan media penjualan, promosi dan pengenalan melalui media elektronik yaitu website, website dibuat sebagai wadah untuk memudahkan jangkauan masyarakat luar desa Landonan Kecamatan Buko Selatan Banggai Kepulauan untuk dapat mengonsumsi tepung bete.

Hasil yang didapat dalam pengabdian ini adalah bete yang sudah menjadi tepung dengan mudah diperkenalkan kepada masyarakat, sehingga penguatan pengetahuan dibidang manajemen pemasaran, packing (kemasan), pemberian nama label /brand dan website desa menjadi unsur prioritas bagi mitra dan masyarakat desa Landonan, Kecamatan Buko Selatan Banggai Kepulauan.

Unsur yang dijelaskan diatas pada dasarnya ingin mengembangkan penjualan tepung bete ke ranah yang lebih luas sekaligus memperkenalkan desa Landonan melalui website desa sebagai icon atas produk lokal yang telah diciptakan.

Kata Kunci: Tepung Bete, Packing, Manajemen Pemasaran, Brand/label, Website desa.

1. Pendahuluan

Desa Landonan berada dibawah lereng pengunungan dan diapit oleh laut yang jaraknya sekitar 2 Km, sehingga sangat banyak tanaman buah-buahan yang di lingkungan desa tersebut. Jumlah penduduk sebanyak 8.062 jiwa, yang terdiri dari laki-laki 4.034 Jiwa (50,03 %), dan Perempuan: 4.028 Jiwa (49,96 %), dengan jumlah Kepala Keluarga (KK) adalah sebanyak 2.598 KK. (BPS, 2018). Adapun komoditi unggulan yang ada di desa Landonan adalah buah pala, Kemiri, cengkeh, kacang tanah, kelapa, durian, manggis, coklat dan hasil hutan lainnya.

Desa Landonan Kecamatan Buko Selatan, sebagai penghasil bete terbesar di Banggai Kepulauan yang jaraknya ± 56.8 Km dari Kota Luwuk, merupakan sentra penghasil bete dengan produksi berkisar 1,2 ton per musim setiap petani dengan masa panen setiap 6 Bulan. Bete dengan nama latin (*Colocasia esculenta*) sebagian besar orang Indonesia menyebut talas. Bête juga memiliki berbagai nama umum di seluruh dunia, yaitu Taro, Old cocoyam, Abalong, Taioba, Arvi, Keladi, Satoimo, Tayoba, dan Yu-tao. Tanaman ini diklasifikasikan sebagai tumbuhan berbiji (*Spermatophyta*) dengan biji tertutup (*Angiospermae*) dan berkeping satu (*Monocotyledonae*). Bête merupakan tanaman pangan yang termasuk jenis herba menahun. Bete merupakan bahan pangan yang memiliki nilai gizi yang cukup baik dengan komponen makronutrien dan mikronutrien yang terkandung di dalam bete meliputi protein, karbohidrat, lemak, serat kasar, fosfor, kalsium, besi, tiamin, riboflavin, niasin, dan vitamin C. Nilai lebih dari talas adalah kemudahan patinya untuk dicerna. Hal ini disebabkan oleh ukuran granula patinya yang cukup kecil dan patinya mengandung amilosa dalam jumlah yang cukup banyak (20-25%). Sebelum mengalami proses penepungan, bete mengalami proses pengupasan atau *peeling*. Setelah itu, umbi bete yang telah dikupas kemudian diiris dengan mesin *slicer* yang menghasilkan lempengan umbi dengan ketebalan 1-2 mm. Umbi yang telah diiris kemudian direndam dengan air garam 10% selama 30 menit untuk mereduksi kadar oksalat (Mayasari, 2010). Melimpahnya hasil panen bete setelah adanya program pembuatan tepung pada Program Kemitraan Masyarakat 2017, kondisi saat ini bete di desa Landonan sudah bisa dibuat tepung namun masih ada beberapa kelemahan dalam hal penjualan pasca produksi tepung, *packing/* kemasan yang sangat sederhana dan kurangnya pemahaman pengetahuan dalam manajemen pemasaran, kemasana atau ukuran yang disajikan belum begitu jelas ukurannya, faktor lain yang harus dilakukan oleh kelompok bersama selain hal sebelumnya adalah hasil produksi tepung bete belum begitu dikanal masyarakat luas, sehingga perlu mencantumkan *brand* atau nama, faktor lain adalah penyertaan masa kadaluarsa pada kemasan sangat penting untuk menghindari kekwatiran para konsumen dalam menggunakan tepung bete. Hal inilah yang mengurangi minat para konsumen maupun calon konsumen dalam memasarkan tepung bete, faktor yang menarik untuk menjangkau masyarakat luas adalah mempromosikan produksi tepung bete melalui media *website*, sehingga hasil dan penjualannya tidak menjadi rendah. Basu dan Hani (2004:4) sistem keseluruhan dari kegiatan - kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan

barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial. Selain itu umumnya olahan bete saat ini masih sebatas direbus untuk makanan utama sebagai substitusi nasi, dibuat kolak, digoreng sebagai camilan. Jangkauan pemasaran juga terbatas di desa atau dijual langsung kepada tengkulak. Padahal bete dapat dibuat untuk berbagai kreatif masyarakat berupa panganan/kue, manajemen kelompok usaha malas dalam mengolah bete untuk diolah menjadi tepung atau diolah langsung menjadi bentuk jajanan lain. Selain itu jika dibuat tepung, bete dapat dijadikan tepung substitusi tepung terigu. Bete dapat dikonsumsi dengan cara direbus. Selain itu bete dapat juga di olah menjadi beberapa macam bentuk olahan seperti keripik bete, bubur instan (terutama untuk makanan bayi dan orang tua), serta dapat diolah menjadi tepung sebagai bahan dasar pembuat roti (Ammar, 2009).

2. Metode Pelaksanaan

a. Observasi

Observasi dilakukan dalam rangka mengamati langsung kelokasi pengabdian

b. Pembinaan dan pelatihan Pengetahuan pemasaran

Pembinaan dilakukan dalam agar mitra dapat memasarkan hasil produksi tepung bête disesuaikan dengan kemampuan jangkauan konsumen.

c. Pelatihan dan pembinaan *Pakecking* / Kemasan

Pakecking / Kemasan dilakukan dalam rangka pengemasan hasil produksi untuk dapat dibeli oleh konsumen sesuai dengan kemampuan dan harga yang di jangkau oleh konsumen.

d. Pembinaan dan pelatihan Pengetahuan pemasaran

Pembinaan dilakukan dalam agar mitra dapat memasarkan hasil produksi tepung bête disesuaikan dengan kemampuan jangkauan konsumen.

e. Pembinaan pemberian nama produk

Dilakukan agar hasil produksi memiliki label yang jelas.

f. Pembinaan dan Pelatihan operasional *website*

Pelatihan ini dilakukan untuk mempromosikan produk sekaligus mengangkat nama Desa Landonan Kecamatan Buko Selatan Banggai Kepulauan yang memproduksi tepung bete sebagai produk lokal sumber ekonomi masyarakat.

3. Hasil dan Pembahasan

a. Memberikan pembinaan dan pelatihan serta pengetahuan dibidang manajemen pemasaran

Dengan adanya pembinaan dan pelatihan serta pengetahuan mitra dapat mengetahui tata cara dan proses dalam memasarkan produk, kemampuan mitra dalam mengembangkan kreasi dan inovasi sebagai penguatan keterampilan untuk terus dikembangkan sampai pada titik maksimalisasi pengetahuan

- b. Memberikan pembinaan dan pelatihan tentang *Pakecking*/Kemasan, *brand*/ label nama Produk

Setiap produk yang dihasilkan tentunya harus dikemas dalam wadah yang bermerek/*pakecking*/kemasan yang menarik, salah satunya adalah kemasan tepung bête ini, tepung bête yang sudah menjadi produk tentu perlu nama untuk lebih dikenal para konsumen pada semua tingkatan dan level ekonomi masyarakat. Kesempurnaan produk tidak lepas dari pemberian nama/*brand* produk sekaligus akan menjadi ajang promosi produk secara yang tersistem.

- c. Memberikan pengetahuan dan pembinaan tentang kemasan yang menarik minat pembeli serta mempertahankan kekhasan produk.

Kemasan yang menarik sudah tentu akan menarik minat para pembeli baik sebagai pembeli utama maupun pembeli musiman, dalam kegiatan PKM ini mitra di ajak bekerja sama untuk melakukan masukan serta kontribusi terhadap kemasan yang sering masyarakat suka, sehingganya pada proses produksi proses pegemasan sudah tersedia dan masyarakat akan memiliki kesempatan dalam menentukan pilihan dalam membeli produk yang sudah terkemas dengan sempurna

- d. Memberikan pembinaan dan pelatihan tentang cara promosi, penjualan hasil produksi dengan media Teknologi melalui *website*.

Kegiatan PKM ini dilakukan sejalan dengan program pemerintah revolusi 4.0, dimana masyarakat di Desa Landonan Bebeau dapat menampilkan atau memasarkan produk dalam semua jenis atau seluruh hasil karya masyarakat dengan semua jenis inovasi sudah dapat dipasarkan melalui dunia internet. Setelah produknya selesai terbuat mitra dibuatkan pasar internet yaitu *website* desa, yang mana desa senantiasa akan selalu *update* semua hasil kerja, baik dari program desa maupun program pemerintah secara bertahap.

4. Monitoring dan Evaluasi

Monitoring dan evaluasi dilakukan dalam rangka untuk mempererat mitra dengan tim pengabdian setelah pelaksanaan pelatihan, hal ini mengajak masyarakat lain untuk bersinergi dengan pemerintah desa dalam mendukung program desa dalam menciptakan inovasi – inovasi pada tahapan yang lebih berkualitas, sejalan dengan hal ini, pemerintah desa senantiasa bersinergi dengan masyarakat dalam penguatan ekonomi masyarakat desa melalui unit resmi yaitu badan usaha milik desa/BUMDes di dalam kelangsungan pembuatan produk yang bersumber dari atau berbahan dasar umbi bête atau bahan lain yang ada di Desa Landonan Bebeau Kecamatan Buko Selatan Banggai Kepulauan.

Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diperoleh dari Program Kemitraan Masyarakat di Desa Landonan ini Kecamatan Buko Selatan Kabupaten Banggai Kepulauan ini adalah:

- a. Tingkat partisipasi Kelompok Mitra ekonomi bersama - sama masyarakat sangat antusias mengikuti kegiatan ini dan mereka menganggap program ini sangat memberikan dampak yang sangat positif secara khusus bagi kelompok mitra dan secara umum masyarakat dan ibu - ibu PKK dan aparat desa di desa Landonan ini Kecamatan Buko Selatan Kabupaten Banggai Kepulauan.
- b. Hasil kegiatan Iptek bagi Masyarakat diperoleh *output* kegiatan yaitu meningkatnya pengetahuan manajemen pemasaran, keterampilan masyarakat dalam memberika label, packing kemasan pada tepung bete dengan menjadi solusi utama dalam pemasaran.
- c. Tepung bete sebagai alternatif subtitusi terigu.
- d. Masyarakat yang ada diluar Desa Landonan ini Kecamatan Buko Selatan Kabupaten Banggai Kepulauan sudah dapat memesan atau memperoleh tepung bête dengan mudah melalui media elektronik internet dengan mengunjungi *Website* desa Landonan ini Kecamatan Buko Selatan Kabupaten Banggai Kepulauan.

Ucapan Terima Kasih

Syukur Alhamdulillah kami dapat menyelesaikan kegiatan Kemitraan Masyarakat /PKM dengan judul **PKM Kelompok Pengrajin Pengolahan Tepung Bete Desa Landonan Bebeau Kecamatan Buko Selatan Kabupaten Banggai Kepulauan** yang merupakan salah satu persyaratan untuk memperoleh dana penelitian Dikti.

Tim pengabdian kemitraan masyarakat ini tidak mungkin terwujud tanpa adanya dukungan dan suport dari semua pihak, baik instansi maupun perorangan. Oleh karena itu, pada kesempatan ini kami mengucapkan banyak terima kasih yang sebesar-besarnya kepada: Direktur Litabmas Ditjen Kemenristek Dikti, Rektor Universitas Muhammadiyah Luwuk, Ketua LP3M Universitas Muhammadiyah Luwuk, Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Muhammadiyah, Luwuk, Kepala Desa Landonan Bebeau Kecamatan Buko Selatan Kabupaten Banggai Kepulauan, Ketua dan Anggota mitra Kelompok Miantabete Desa Landonan Bebeau Kecamatan Buko Selatan Kabupaten Banggai Kepulauan, Semua Anggota tim Program Kemitraan Masyarakat /PKM dan tenaga lainnya yang telah membantu keberhasilan kegiatan pengabdian ini, Semua pihak yang telah bersama - sama bekerjasama dalam kegiatan ini sampai tersusunnya laporan akhir ini.

Semoga Allah SWT, memberikan balasan pahala atas segala amal yang telah diberikan kepada kami dan semoga kegiatan Pengabdian Kemitraan Masyarakat ini dapat memberikan manfaat khususnya masyarakat yang ada di Desa Landonan Bebeau Kecamatan Buko Selatan Kabupaten Banggai Kepulauan sekaligus sebagai kontribusi nyata bagi Universitas Muhammadiyah Luwuk

Daftar Pustaka

- Ammar, MS, AE Hegazy dan SH Bedeir. 2009. *Using of taro flour as partial substitute of wheat flour in bread making*. World Journal of Dairy & Food Sciences 4 (2): 94-99. IDOSI Publications.
- Anonim 2010. *Volume dan Nilai Export Inport Komoditi Pertanian Indonesia 2005-2009*, Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Basu Swasta dan T. Hani Handoko, William J. Stanton. 2004. *Management Pemasaran Modern*. PT. Grasindo Persada. Jakarta.
- BPS. 2008. *Statistik Indonesia 2007 (Produksi Umbi-umbian di Indonesia)*. Jakarta.
- Haruni, Winarto, Mukhtar, 2018. *Usaha Ekonomi Kreatif Tepung Bête Desa Lumbi – Lumbia Kabupaten Banggai Kepulauan*. Prosiding, LLPM STIKES PKU Muhammadiyah Surakarta. Indonesia 2014-2018, Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Jusuf, M; St. A. Rahayuningsih; dan Erliana Ginting. 2008. *Ubi Jalar Ungu*. Balai Penelitian Tanaman Kacang-kacangan dan Umbi-umbian, Malang. *Warta Penelitian dan Pengembangan Pertanian* Vol. 30, No. 4.
- Mayasari, N. 2010. *Pengaruh Penambahan Larutan Asam dan Garam sebagai Upaya Reduksi Oksalat*. Skripsi. Fakultas Teknologi Pertanian-IPB. Bogor.
- Lies, Suprapti. 2003. *Pembuatan dan pemanfaatan tepung*. Yogyakarta: Kanisius
- Notosiswojo, Sudarto, dkk. 2006. *Metode Perhitungan Cadangan*. http://www.mining.itb.ac.id/file/bahan_kuliah.pdf.(diakses tanggal 12 oktober 2016)
- Pengembangan Biskuit dari Tepung Ubi Jalar Oranye – Claudia, dkk* *Jurnal Pangan dan Agroindustri* Vol. 3 No 4 p.1589-1595, September 2014
- Suismono, 2001. *Teknologi Pembuatan Tepung dan Pati Ubi-ubian Untuk Menunjang Ketahanan Pangan*. Di dalam: *Majalah Pangan* Vol. X No. 37:37-49. Puslitbang Bulog, Jakarta.

Lampiran





esa-landonanbebeau.id

Desa Landonan Bebeau
Kabupaten Banggai Kepulauan

Penyuluhan dan Pelatihan Pembuatan Tepung Bete

02-08-2019 admin

Hari ini bertempat di gedung Balai Latihan Kerja Desa Landonan Bebeau Kabupaten Banggai Kepulauan telah dilaksanakan penyuluhan tentang pembuatan tepung bete. Penyuluhan

Branding Dan Inovasi Packaging Pengrajin Minuman Jamu Tradisional

Hasnah Rimiyati ¹ Munjiati Munawaroh ²

¹ Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

² Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Jalan Brawijaya, Tamantirto, Kasihan, Bantul, Yogyakarta, 55183
hasnahrimiyati@umy.ac.id hasnahrimiyati@yahoo.com

Abstrak

Tujuan kegiatan yang dilakukan melalui Program Kemitraan Masyarakat (PKM) LP3M UMY ini adalah untuk meningkatkan usaha kecil pengrajin jamu tradisional di kota Yogyakarta, merupakan usaha rumahan yang mempunyai prospek kedepan lebih menguntungkan, sehingga dapat meningkatkan pendapatan keluarga bapak Rizal di Yogyakarta. Melalui kegiatan ini dapat memecahkan permasalahan ekonomi yang dihadapi oleh pemilik usaha jamu tradisional dalam hal: 1) kurangnya pengetahuan dalam mengelola usaha dengan baik; 2) aspek produksi: diperlukan pengetahuan cara mengelola proses produksi agar produk bernilai jual bagi pasar; 3) aspek pemasaran: masih kurangnya pengetahuan tentang pentingnya merek (brand), membangun merek, pentingnya pengemasan (packaging), dan bagaimana cara memasarkan produk. Penyelesaian permasalahan tersebut telah dilakukan beberapa hal, yaitu: 1) tahap awal pembekalan materi dalam mengelola usaha; 2) membekali ketrampilan dalam melakukan proses produksi agar menghasilkan produk yang sehat; 3) membekali pengetahuan tentang pemahaman pentingnya merek bagi produk minuman saat melakukan kegiatan pemasaran; pentingnya kemasan dan label yang menarik dan higienis khususnya untuk produk minuman jamu tradisional yang dipasarkan untuk kalangan menengah dengan memperhatikan kemasan yang sehat, paktis dan menarik dimata konsumennya.

kata kunci: inovasi, brand, branding, packaging

Pendahuluan

Semakin berkembangnya industri jamu memberikan manfaat kepada para petani karena semakin banyaknya para petani yang perlu menyediakan atau menghasilkan bahan baku utama untuk produksi produk jamu tersebut, disamping itu juga dapat merupakan lahan bagi para ilmuwan untuk melakukan penelitian baik dibidang teknologi pangan dan pihak-pihak lain-lainnya yang terkait dengan produk jamu tersebut. Disamping itu industri jamu ini memberikan kontribusi dampak ekonomi maupun social yang cukup besar dalam menciptakan kesempatan kerja dan lapangan pekerjaan kepada tenaga kerja Indonesia, juga

dapat terjalin kemitraan kepada para penjual jamu tradisional baik jamu gendong maupun penjual yang berjualan menetap disatu tempat di warung maupun dengan cara menyewa teras-teras toko, disamping itu juga merangsang tumbuhnya industri yang menjual bahan baku olahan.

Produk jamu, meskipun telah menjadi bagian dari industri namun tak dapat dilepaskan tetap saja merupakan bagian dari budaya masyarakat Indonesia. Hal ini lah yang menyebabkan banyak perusahaan jamu besar yang menggabungkan falsafah kuno tentang jamu dan obat-obatan dengan teknologi manufaktur. Produk Jamu yang merupakan obat tradisional Indonesia telah menjadi budaya masyarakat Indonesia sejak berabad-abad silam sebagai bagian dari upaya menjaga kesehatan, menambah kebugaran, serta merawat kecantikan bagi para wanita.

Hasil temuan dari suatu penelitian ditemukan bahwa pada rimpang kencur terdapat senyawa minyak atsiri yang sangat bermanfaat bagi tubuh manusia. Senyawa ini berfungsi sebagai zat analgesic, yaitu bahan yang memiliki kemampuan untuk mengurangi rasa sakit pada tubuh manusia (<http://biofarmaka.ipb.ac.id/phocadownloadpap/userupload/Info/2012>). Sedangkan manfaat jamu beras kencur bagi tubuh adalah untuk menambah stamina, menyegarkan tubuh, meredakan sakit, mengobati masuk angin, migrain, hingga mencegah tumbuhnya jerawat. Selain itu, jamu beras kencur memiliki kemampuan untuk menambah tenaga karena memiliki sifat stimultan dan penambah nafsu makan. Jamu beras kencur juga bermanfaat dapat menghilangkan beberapa penyakit, seperti batuk, sariawan, radang lambung, perut kembung, bahkan menetralsisir keracunan makanan.

Semakin banyaknya manfaat dari jamu tradisional bagi kesehatan tubuh membuktikan bahwa jamu yang merupakan pengobatan tradisional Indonesia jika dikembangkan secara intensif akan mampu meningkatkan derajat kesehatan masyarakat Indonesia bahkan dunia. Dengan demikian usaha jamu sangat perlu dilestarikan dan dikembangkan, apalagi didukung dengan tersedianya bahan baku yang cukup banyak dari para petani di Indonesia.

Pengembangan usaha dapat dilakukan dengan cara membangun *branding* dan *packaging* (pengemasan). Bayangkan saja jika kita adalah pemilik bisnis suatu produk yang sangat laris dan sedang naik daun, namun kita tidak memiliki merek atau *brand*, tiba-tiba ada kompetitor datang dan bergerak pada bisnis yang sejenis, dengan kondisi yang seperti itu pastinya pasar pun dapat terbagi. Hal ini tentu saja bisa menurunkan penjualan kita, karena konsumen tidak bisa membedakan mana produk milik kita dan produk milik kompetitor. Akan berbeda jika produk milik kita mempunyai merek atau *brand* yang dilengkapi juga dengan label produk, maka para konsumen pastinya dapat dengan mudah mengenali produk kita dan tidak gampang berpaling ke produk lain yang sejenis karena mereka telah percaya dengan brand atau merek kita, sekaligus telah mengetahui kualitas rasa dari produk milik kita. Hal inilah yang menunjukkan betapa pentingnya *branding* dan *packaging* bagi suatu produk.

Berikut alasan mengapa *branding* dan *packaging* itu penting bagi usaha kecil menengah. Menurut Kotler dan Keller (2015) terdapat lima alasan mengapa *branding* dan *packaging* itu penting bagi usaha kecil menengah, yaitu:

1. *Branding* dan kemasan membuat *brand* lebih dikenal.
Agar *brand* dan produk lebih kuat dalam bersaing, perlu dimunculkan potensi dan keunggulan yang terdapat di dalamnya. hal tersebut dapat dilakukan dengan cara *branding*.
2. *Branding* dan *packaging* menarik perhatian pelanggan.
Desain yang menarik pada kemasan produk dapat membuat konsumen memilih sebuah *brand* atau produk.
3. *Branding* dan *packaging* memfasilitasi keputusan pembelian.
Setelah konsumen tertarik dengan produk melalui kemasan dan desainnya, selanjutnya *packaging* bertugas memberikan informasi yang akan lebih meyakinkan konsumen.
4. *Branding* dan *packaging* memainkan peranan penting dalam promosi.
Jika kita menghendaki penjualan produk kita meningkat maka hal perlu dilakukan adalah mengkomunikasikan produk itu kepada audiens. Membuat kemasan sebagai wadah produk dan sekaligus sebagai media promosi dapat memberikan efektifitas dalam promosi dan produksi. Hal ini mengarahkan produk anda pada kesuksesan secara penjualan.
5. *Branding* dan *packaging* membuat produk berbeda dengan produk yang lain.
Dalam persaingan bisnis kita dituntut mempunyai perbedaan (*deferensiasi*) dengan yang lain untuk sukses. Begitu juga dengan produk, jika *branding* dan kemasannya berhasil membuat produk kita berbeda dari produk yang lain dan tepat kepada target konsumennya maka hasil yang positif dapat dirasakan. Melalui strategi *branding* dan *packaging* produk mendapat perhatian dari masyarakat dan berdampak penjualan akan meningkat.

Melakukan inovasi produk sudah menjadi tuntutan dalam pengembangan bisnis termasuk untuk bisnis minuman jamu tradisional perlu mendapatkan sentuhan inovasi, diantaranya dilakukan pengembangan proses produksi dengan memanfaatkan teknologi peralatan yang modern, menjadikan peluang bisnis yang menguntungkan karena dengan membuat jamu modern agar bisa lebih diterima oleh pasar, termasuk juga dalam pengemasan perlu menyajikan produk minuman dalam kemasan yang baik dan higienis. Sehingga tujuan dari kegiatan ini adalah: 1) tahap awal pembekalan materi dalam mengelola usaha; 2) membekali ketrampilan dalam melakukan proses produksi agar menghasilkan produk yang sehat; 3) membekali pengetahuan tentang pemahaman pentingnya merek bagi produk minuman saat melakukan kegiatan pemasaran; pentingnya kemasan dan label yang menarik dan higienis khususnya untuk produk minuman jamu tradisional yang dipasarkan

untuk kalangan menengah dengan memperhatikan kemasan yang sehat, praktis dan menarik dimata konsumennya.

Metode Pelaksanaan

Langkah-langkah pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, antara lain diawali dengan pembekalan materi dalam mengelola usaha, ketrampilan dalam proses produksi, lalu proses *branding* dan *packaging* produk minuman jamu tradisional.

Tahapan yang dilakukan dalam pengembangan di bidang produksi yaitu:

1. Merancang desain merek produk minuman jamu
2. Merancang pengemasan produk dengan menggunakan wadah kemasan yang sehat
3. Merancang label untuk keterangan komposisi bahan yang digunakan
4. Mendesain spanduk untuk menyampaikan informasi produk kepada konsumen dan calon konsumen
5. Mendisplay produk minuman yang menarik
6. Memperluas saluran distribusi produk minuman jamu tersebut, dengan cara bekerjasama dengan mitra.

Khalayak sasaran

Pemilik usaha minuman jamu ini telah menekuni usaha tersebut lebih kurang selama tiga tahun. Perolehan penjualannya perhari rata-rata dapat menjual minimal 80-100 botol perhari, dan selalu habis terjual dengan harga jual Rp 10.000 per-botol kemasan isi 600 ml. Dari pendapatan tersebut beliau perlu mencukupi kebutuhan biaya hidup keluarganya, serta biaya pendidikan bagi putra-putrinya. Tentunya jika usaha ini dikelola dengan baik, diharapkan dapat berkembang dan meningkatkan pendapatannya, sehingga dapat mencukupi kebutuhan biaya hidup dan pendidikan keluarganya.

Bahan dan alat-alat spesifik yang digunakan

Sebelumnya kemasan produk minuman jamu ini menggunakan botol bekas minuman air mineral yang sudah dibersihkan, walaupun sudah dibersihkan tetap merupakan botol bekas yang imagenya dimata konsumen tidak higienis. Kemasan yang digunakan harus dirubah diganti dengan wadah yang sehat dan bersih tidak lagi menggunakan botol bekas. Kemasan saat ini adalah menggunakan wadah minuman yang memang khusus untuk mawadahi minuman yang dijual resmi di toko perlengkapan aneka wadah minuman, berupa cup plastik khusus minuman. Untuk menampung dalam jumlah banyak menggunakan Dispenser Air, yang dapat menampung isi minuman lebih banyak, yang dilengkapi dengan fasilitas kran yang memudahkan dalam menuangkan minuman jamu kedalam gelas-gelas cup (cup plastic minuman) yang standar dan di segel plastik khusus dengan menggunakan *Power Pack* alat penyegel plastic berteknologi modern, sehingga lebih aman dan higienis.

Hasil dan Pembahasan

Pembekalan materi dalam mengelola usaha, dilakukan dengan memberikan materi pelatihan mengenai entrepreneur, bagaimana cara menumbuhkan jiwa seorang entrepreneur. Pedagang dengan entrepreneur tidaklah sama, seorang pedagang hanya berfikir bagaimana cara agar produk yang dihasilkannya dapat terjual. Sedangkan seorang entrepreneur berfikir bagaimana agar usahanya dapat maju berkembang dengan cara menciptakan kreatifitas dan inovasi terhadap produk yang dihasilkannya, memiliki jiwa seorang entrepreneur yang pantang menyerah, mampu meng-create bisnisnya, serta mampu mengambil risiko yang terukur.

Selanjutnya memberikan ketrampilan dalam proses produksi agar dapat melakukan pengolahan produk yang sehat dan bersih. Dalam proses pengolahan bahan baku produk jamu dimulai dari cara memilih bahan baku, memasak dan mengolah produk minuman jamu tersebut, sampai pada penggunaan peralatan masak yang bersih, agar dapat menghasilkan produk minuman jamu tradisional yang higienis.

Tahap selanjutnya adalah pemberian *brand* dan label produk. Dalam hal ini muncul satu pertanyaan, mengapa merek suatu produk sangat penting?

Terdapat beberapa alasan mengapa merek sangat penting bagi keberhasilan usaha kecil, diantaranya adalah:

1. Merek membedakan produk dengan produk pesaing. Merek dapat mengidentifikasi bahwa sebuah produk berbeda dengan produk lainnya. Identifikasi produk juga bermanfaat dalam hal iklan dan promosi.
2. Menambah nilai produk, konsumen melihat merek sebagai sebuah tolok ukur dan menambah nilai sebuah produk.
3. Merek bisa menambah *image* sebuah produk. Konsumen juga cenderung memilih produk yang bermerek karena lebih bisa dipercaya, asal-usul produk bisa diurut.
4. Kebutuhan untuk mengelola merek lebih dirasakan oleh pengusaha usaha kecil yang berencana untuk membuka cabang.

Melalui beberapa manfaat merek tersebut diatas, merupakan salah satu kiat sukses membangun bisnis adalah dengan mengelola merek untuk produk-produk yang dihasilkan. Produk yang baik lebih mudah dikenal jika memiliki merek tertentu. Oleh karena itu telah di desain merek (*brand*) untuk produk minuman jamu tersebut. Berikut ini disajikan desain merek untuk produk minuman jamu tradisional, yang telah ditetapkan sebagai merek (*brand*) produk yang dipasarkan. Gambar 1 adalah gambar produk jamu dengan masih menggunakan kemasan botol-botol bekas tanpa merek (*brand*), sedangkan gambar 2 adalah desain merek (*brand*) dan label produk yang menjelaskan komposisi dari bahan-bahan yang digunakan dalam proses produksi produk minuman jamu tradisional yang dihasilkan.



Gambar 1
Produk tanpa Brand & Label



Gambar 2
Desain Brand & Label Produk

Branding dan desain kemasan untuk produk minuman jamu tradisional sangat penting, masih banyak pelaku bisnis yang berfikir bahwa produk hasil usaha kecil belum memerlukan brand, karena eksistensi brand hanya diperlukan oleh perusahaan besar saja, namun pikiran seperti itu sangat keliru. Produk jamu minuman tradisional yang merupakan produk hasil usaha kecil sudah perlu membenahi produk mereka. Karena dengan pemahaman tentang pentingnya branding dan kemasan untuk produk usaha kecil maka brand produk minuman jamu tradisional merek “Gamelan” lebih dikenal oleh masyarakat luas, dilengkapi pula dengan label yang menjelaskan komposisi bahan-bahan yang digunakan.

Pentingnya packaging produk adalah untuk menarik perhatian konsumen ini berkaitan dengan kebutuhan suatu kreativitas dan inovasi dalam menjalankan. Bagaimana tidak, daya saing yang tinggi dan beraneka ragam permintaan pasar yang cukup banyak ini membuat para pelaku bisnis harus mampu memutar strateginya untuk mempertahankan bahkan meningkatkan bisnisnya. Selain itu, sebagai pelaku bisnis juga harus mampu memikirkan hal-hal kecil yang berkaitan dengan bisnis akan tetapi berdampak besar untuk kemajuan bisnisnya. Packaging sendiri dapat dikatakan suatu yang penting pada sebuah produk dikarenakan salah satu pemicu ketertarikan konsumen terhadap produk terletak pada sebuah *packaging* atau biasa disebut dengan kemasan.

Membuat *packaging* tidak hanya berkaitan dengan warna dasar yang digunakan tetapi juga desain dan informasi yang ada dimuat beserta *packaging* produk. Untuk itu, pelaku bisnis juga harus memikirkan bagaimana informasi dari produk tersebut tersampaikan dengan baik. Manfaat packaging selain sebagai wadah dan pelindung produk juga memiliki peran sebagai sarana untuk memberikan informasi dan memasarkan produk. Selain itu, packaging juga mampu mengarahkan konsumen untuk memilih dari sekaian banyak produk yang memiliki jenis sama. Perannya yang penting ini membuat pelaku bisnis sangat memperhatikan packaging dari produk yang ditawarkan. Poin utama dari pentingnya pengemasan (*packaging*) produk adalah untuk menarik perhatian konsumen.

Berikut 5 alasan pentingnya branding dan kemasan untuk usaha kecil:

1. Branding dan kemasan membuat brand lebih dikenal
2. Branding dan Kemasan menarik perhatian customer
3. Branding dan Kemasan memfasilitasi keputusan pembelian
4. Branding dan Kemasan memainkan peranan penting dalam promosi

Perubahan yang dihasilkan dari kemasan produk minuman jamu tradisional yang diberi merek “Gamelan” saat ini disajikan dalam gambar 3 berikut ini:



Gambar 3

Tampilan Wadah dan Kemasan yang higienis & Power Pack

Simpulan

Berdasarkan proses kegiatan pengabdian pada masyarakat yang telah dilakukan pada Mitra dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Memiliki pemahaman dalam mengelola usaha dengan kemampuan *entrepreneurship*, melalui kreativitas dan inovasi sehingga dapat meningkatkan usaha. Menjaga kualitas produk didukung dengan melakukan proses produksi yang bersih higienis, diawali dengan menyeleksi bahan-bahan baku yang digunakan dalam kondisi fresh sehingga menghasilkan produk minuman jamu yang lebih nikmat rasanya.
2. Produk yang dihasilkan didukung dengan kemasan yang menarik, karena kemasan mempunyai peran penting dalam bisnis dan persaingan.
3. Brand atau merek menjadi bagian yang penting bagi suatu produk, agar mudah dikenali, sebagai pembeda dengan produk pesaing, menambah nilai suatu produk, memudahkan pelaku bisnis dalam melakukan promosi dan pengembangan bisnis.
4. Memperluas distribusi produk melalui bekerjasama dengan para mitra pengelola catering dengan menyajikan kemasan produk yang minimalis.

Saran

1. Untuk meningkatkan volume penjualan produk kedepannya dapat melakukan peningkatan kapasitas produksi, tentunya perlu didukung dengan peralatan produksi yang tepat guna agar proses produksi maksimal.
2. Untuk perluasan saluran distribusi dapat melakukan banyak kerjasama dengan pihak mitra, diantaranya pelaku bisnis catering dan para pengecer aneka produk makanan dan minuman.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Pimpinan UMY dan LP3M UMY yang telah memberikan dukungan finansial berupa dana hibah pengabdian pada masyarakat melalui program PKM. Terima kasih juga kepada Bapak Rizal selaku pemilik usaha yang telah bersedia bekerjasama dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini.

Daftar Pustaka

- Anoraga, P (2014), *Pengantar Bisnis: Pengelolaan Bisnis dalam Era Globalisasi*, Jakarta, Rineka Cipta
- Departemen Kesehatan Republik Indonesia, 2009, *Farmakope Herbal Indonesia*, Departemen Kesehatan RI, Jakarta.
- Fea Prihapsara¹, Anif Nur Artanti¹ (2016), "Inovasi Jamu dalam Kemasan Siap Minum Sebagai Upaya Meningkatkan Pola Konsumsi Jamu dan Pemberdayaan Masyarakat Di Kecamatan Jaten", *Senaspro, Seminar Nasional dan Gelar Produk*
- Kotler, Philip & Keller (2015), *Manajemen Pemasaran*, Penerbit Erlangga.
- Subanar, Harimurti (2012), *Manajemen Usaha Kecil*, BPFE Yogyakarta
- <http://biofarmaka.ipb.ac.id/phocadownloadpap/userupload/Info/2012>
- <http://blog.sribu.com/id/5-alasan-pentingnya-branding-dan-kemasan-untuk-produk-usaha-kecil>

Strategi Pengembangan Dan Inovasi Kue Tradisional Jipang Melalui Pembuatan Mesin Pond Hidrolik

Immas Nurhayati^{1*}, M. Hariansyah² dan Titing Suharti³

^{1,2,3} Universitas Ibn Khaldun Bogor

Email: immasnurhayati1@gmail.com, 087870696058

Abstrak

Kue jipang merupakan salah satu kue tradisional yang rasanya enak, manis, sedikit asam dan renyah. Meskipun tidak menggunakan bahan pengawet, kue jipang dapat bertahan sampai dengan enam bulan. Kue jipang kurang familiar di kalangan anak-anak dan remaja diantaranya dikarenakan bentuk dan rasanya yang kurang menarik serta keberadaannya sebagai jajanan pasar sulit ditemukan di toko-toko atau di warung-warung makanan. Biasanya kue ini hanya diproduksi jika ada moment khusus misalnya hari raya atau perayaan pernikahan. Tujuan dilaksanakannya kegiatan pengabdian kepada masyarakat(PKM) ini adalah untuk memasyarakatkan kembali kue jipang, berinovasi, mengembangkan produk dengan menambahkan beberapa varian rasa, membungkusnya dengan kemasan yang menarik sehingga lebih tahan lama serta melalui pembuatan alat produksi sederhana berupa mesin pond hidrolik yang berfungsi sebagai pencetak dan pemotong kue jipang. Dalam sekali proses, mesin pond hidrolik dapat mencetak kue jipang sebanyak 100 buah dengan ukuran 2cmx4cmx2cm. Besar harapan kami, produksi kue jipang hasil inovasi dapat memberikan peluang usaha yang lebih luas, mampu bersaing di pasaran, memberikan keuntungan yang lebih besar bagi masyarakat produsen serta menjadi produk kebanggaan daerah.

Kata Kunci: *Kue Tradisional, Kue Jipang, Inovasi, Mesin Pond Hidrolik.*

Pendahuluan

Jawa Barat meliputi 18 kabupaten dan sembilan kota, diantaranya adalah Kabupaten Bogor. Kabupaten Bogor memiliki 40 kecamatan, 417 desa dan 17 Kelurahan, salah satunya adalah Desa Antajaya kecamatan Tanjungsari Kabupaten Bogor. Sebagian besar sumber mata pencaharian masyarakat di Desa Antajaya adalah petani, baik sebagai pemilik maupun penggarap. Hasil pertanian terbesarnya adalah padi. Melimpahnya beras sebagai hasil pertanian masyarakat setempat memotivasi ibu-ibu rumah tangga untuk berkeaktivitas membuat makanan atau kue berbahan baku beras sebagai peluang usaha di bidang agroindustri dan upaya melestarikan kue tradisional. Agroindustri menurut Sjarkowi & Sufri (2004) adalah setiap usaha yang berkaitan dengan kegiatan produksi pertanian yang meliputi pengusahaan input pertanian dan atau pengusahaan produksi itu sendiri atau pengusahaan pengelolaan

hasil pertanian. Pengembangan agroindustri merupakan upaya mendayagunakan sumberdaya alam yang mendatangkan lapangan pekerjaan dan meningkatkan pendapatan.

Tujuan dilakukannya kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) ini adalah untuk memasyarakatkan kembali kue jipang terutama di kalangan anak-anak dan kaum muda dengan memproduksi kue jipang dalam berbagai varian rasa berukuran 2cm x 4cm x 2cm perunit, menyajikan dalam kemasan tertutup sehingga lebih tahan lama serta membuat inovasi alat produksi sederhana berupa mesin pond hidrolik. Mitra yang bekerjasama dalam kegiatan PKM ini adalah kelompok pengrajin pembuat kue jipang di desa Antajaya Kecamatan Tanjung Sari Kabupaten Bogor.

Pengembangan kue tradisional merupakan salah satu langkah membangun kemandirian bangsa melalui peningkatan ketahanan pangan lokal serta meningkatkan pendapatan asli daerah yang pada akhirnya dapat meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat. Program kemitraan masyarakat ini diharapkan dapat membentuk kelompok masyarakat yang mandiri secara ekonomi dan sosial, membantu menciptakan ketentraman, dan kenyamanan dalam kehidupan bermasyarakat. dan meningkatkan keterampilan berpikir, berinovasi dan berkarya, menyediakan lapangan kerja bagi para pencari kerja di wilayah binaan serta menambah pengetahuan pengrajin dalam mengelola usaha secara professional. Penelitian terdahulu terkait inovasi dan Produk kuliner unggulan masyarakat di Buleleng Bali menunjukkan bahwa pemanfaatan produk menjadi produk wisata kuliner bukan semata-mata mengembangkan diversifikasi produk wisata, akan tetapi sekaligus menumbuhkan ekonomi kreatif di kalangan anggota masyarakat (Margi et al., 2013). Kuliner bisa dijadikan sebagai media yang tepat untuk mengenalkan Indonesia pada dunia internasional dalam mewujudkan keanekaragaman pangan dan meningkatkan daya saing. Penelitian tentang pengembangan makanan tradisional di Dili memberikan kontribusi terhadap keberlanjutan pariwisata di Timor-Leste. Teridentifikasi sebagai jenis makanan tradisional yang perlu dikelola dan dikembangkan sebagai daya tarik wisata kuliner (Araujo, 2016).

Pengembangan, inovasi serta penemuan produk baru merupakan kunci pertumbuhan dan kelangsungan hidup perusahaan dan untuk menjaga kelestarian produk terutama yang telah mengalami masa penurunan, jangan sampai produk hilang dari pasaran (Assauri, 2002). Oleh karena itu unit penelitian dan pengembangan (*research and development/R&D*) memegang peranan yang sangat vital untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan. Berbagai produk berteknologi yang digunakan saat ini seperti komputer, camera, handphone, televisi, mesin fotocopy, pesawat terbang, kendaraan bermotor, sinar laser, insektisida dan ribuan produk lainnya merupakan temuan yang dihasilkan departemen R & D tersebut. Keputusan mengenai produk atau teknologi apa yang akan dikembangkan merupakan salah satu bagian dari perencanaan produk. Perencanaan produk merupakan perencanaan tentang produk apa, berapa dan bagaimana yang akan diproduksi dengan mempertimbangkan aspek teknis seperti disain dan bentuk produk, kegunaan produk, standar bahan yang digunakan, kualitas, kuantitas, penyediaan fasilitas dan efisiensi dalam kegiatan operasional. Perencanaan produk

baru merupakan suatu keharusan bagi perusahaan untuk mempertahankan eksistensinya, baik perencanaan produk baru yang benar-benar baru (hasil inovasi) maupun produk baru yang merupakan hasil modifikasi (Ginting, 2010).

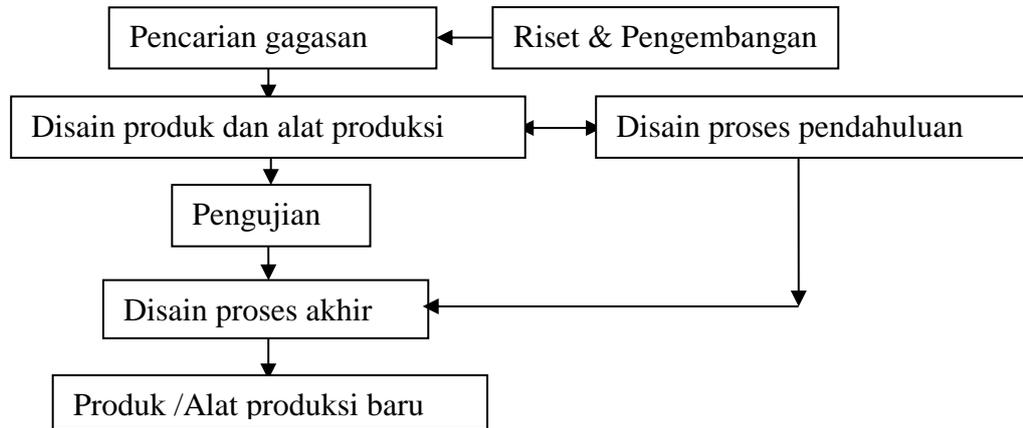
Banyak perusahaan semakin menyadari bahwa pengembangan dan perbaikan produk secara terus menerus merupakan kunci pertumbuhan dan kelangsungan hidup produk dan perusahaan. Menurut Kotler (2000), siklus hidup produk atau *product life cycle (PLC)*, melewati empat tahapan yaitu tahap pengenalan (*introduction*) dimana pada tahap ini volume penjualan masih relatif rendah karena pada umumnya masyarakat yang membeli adalah yang ingin mencoba. Tahap pertumbuhan (*growth*) merupakan tahap perbaikan dan standarisasi produk. Pada tahap ini volume penjualan meningkat cukup besar. Tahap kejenuhan/kedewasaan (*maturity*) merupakan tahap dimana produk telah memiliki keandalan dalam *performance*, harga wajar dan tidak banyak perubahan. Volume penjualan kadang mengalami penurunan. Kalaupun terkadang, terjadi peningkatan dalam penjualan itu pun hanya sedikit. Kenaikan ini disebabkan karena adanya inovasi baru dan penambahan penduduk. Produk- produk perabotan rumah tangga seperti seperti televisi, radio, mobil dan lain sebagainya berada dalam tahap ini. Tugas manajemen operasional pada tahap ini adalah memodifikasi produk (peningkatan kualitas, penambahan model) dan mengusahakan inovasi produk baru. Tahap penurunan (*decline*) merupakan tahap penurunan dalam permintaan, apabila produk-produk digantikan oleh yang baru. Oleh karena itu, inovasi produk sangat dibutuhkan dalam menjaga kelestarian produk terutama yang telah mengalami masa penurunan.

Metode Pelaksanaan

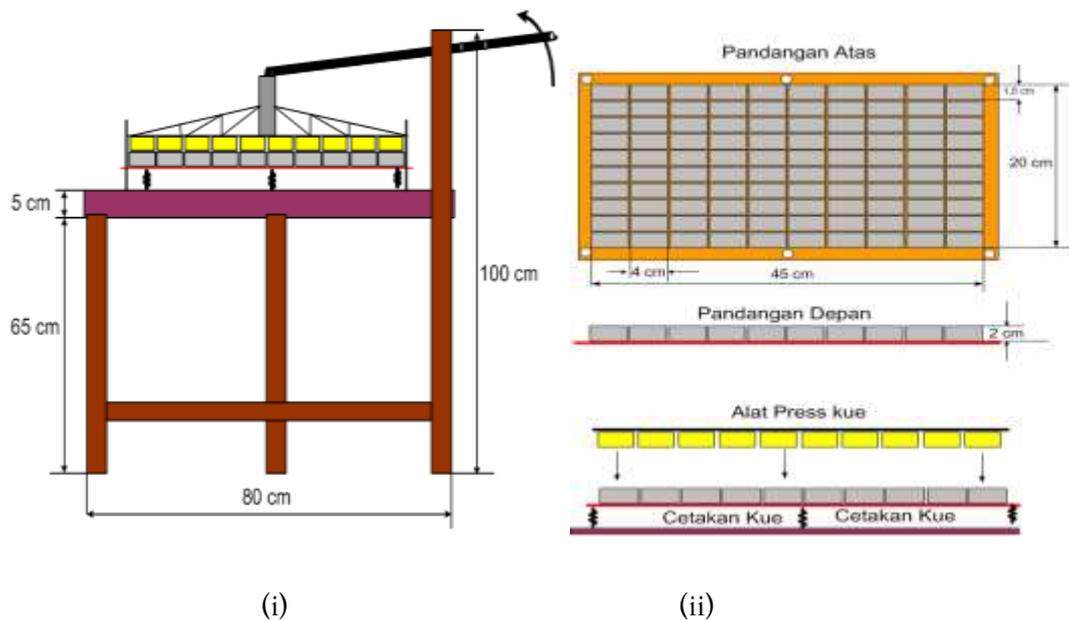
Inovasi pada Kegiatan Program Kemitraan Masyarakat (PKM) ini adalah pembuatan mesin pond hidrolis manual sebagai alat pencetak dan pemotong kue jipang berukuran lebar 2cm, panjang 4 cm dan tebal 2 cm, memproduksi kue jipang dengan 3 varian rasa yaitu strawberry, keju dan coklat serta menciptakan pembungkus jipang dengan disain yang menarik. Gambar 1 berikut ini menunjukkan prosedur pengembangan dan inovasi kue tradisional jipang dan pembuatan mesin pond hidrolis.

Pencarian gagasan untuk sebuah inovasi dapat diperoleh melalui kegiatan *research and development* dan dituangkan dalam disain atau rancangan produk dan alat produksi. Setelah ditentukan satu gagasan kemudian dikembangkan alternatif spesifikasi produk misalnya kualitas bahan, daya kekuatan / ketahanan produk dsb melalui disain pendahuluan. Tahap selanjutnya adalah pengujian sampai dengan disain akhir yaitu disain produk dan alat produksi yang sesuai dengan rancangan. Apabila disain akhir disetujui, maka kemudian dibuat dalam bentuk prototype. Prototype ditujukan untuk uji pasar guna memastikan apakah produk akan ditindaklanjuti pada disain produk akhir. Apabila uji pasar berhasil positif maka langkah berikutnya adalah mengoperasional produk baru barang atau jasa kemudian menjualnya ke pasar.

Gambar 1. Prosedur Pengembangan dan Inovasi Kue Tradisional Jipang dan Pembuatan Mesin Pond Hidrolik



Gambar 2. Meja produksi, mesin pencetak dan pemotong kue jipang dan pisau pencetak dan pemotong kue jipang dari arah atas dan depan.



Gambar 2 menunjukkan disain awal alat produksi sederhana yang berfungsi sebagai meja produksi, mesin pencetak dan pemotong kue jipang (i) dan pisau pencetak dan pemotong kue jipang dari arah atas dan depan (ii). Alat pencetak kue terbuat dari bahan stainless steel berbentuk segi empat dengan ukuran panjang 80 cm lebar 60 cm dan tinggi 100 cm, yang dalam sekali cetak dapat menghasilkan 100 buah kue tengteng. Cara kerja alat dijelaskan

sebagai berikut: kue jipang yang telah dimasak dimasukkan kedalam cetakan kue hingga terisi penuh, kemudian dipasangkan pada alat press, tekan tuas secara maksimal kearah bawah hingga kue jipang terpotong sempurna. Selanjutnya keluarkan cetakan dari mesin dan pisahkan kue dari cetakan. Masukan kue kedalam pembungkus dan siap untuk disajikan atau disimpan.

Hasil dan Pembahasan

Proses Pembuatan Kue Jipang

Proses pembuatan kue jipang melalui beberapa tahapan yaitu

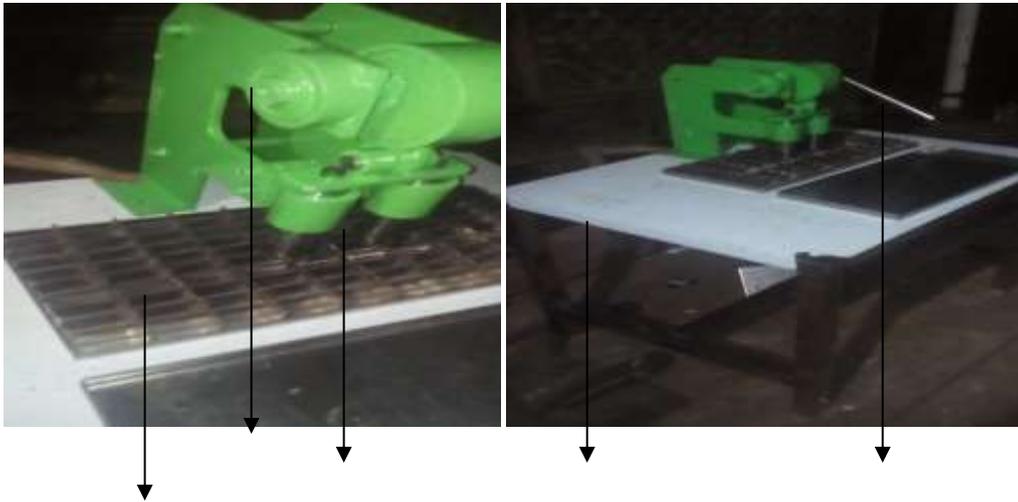
1. Beras atau beras ketan yang telah direndam selama 24 jam dan dicuci bersih kemudian dikukus hingga matang (menjadi nasi). Setelah dingin, dijemur dibawah sinar matahari sampai kering selama 2 hari
2. Goreng ketan pada minyak yang sangat panas hingga matang dan merekah lalu angkat dan tiriskan.
3. Buat larutan asam dengan perbandingna, jika asamnya setengah kilogram, maka airnya empat gelas. Campurkan gula pasir dan larutan asam kedalam penggorengan dengan perbandingan 1 gelas air asam dan 1 gelas gula pasir. Masak diatas api yang paling kecil, diaduk hingga mengental (gantung). Masukan keju, coklat atau perasa strawberry secukupnya kemudian campurkan nasi kering atau nasi ketan kering yang sudah digoreng dan diaduk rata, Segera masukkan dalam cetakan yang telah diolesi mentega dan ratakan.
4. Gilas permukaan hingga merata dan padat. Lakukan proses ini dengan cepat. Kemudian potong jipang saat masih hangat menggunakan mesin pemotong. Biarkan dingin dan masukan kedalam kertas pembungkus.

Pembuatan Mesin Pond Hidrolik

Mesin pond hidrolik merupakan mesin yang berfungsi sebagai pencetak sekaligus pemotong kue jipang yang dioperasikan secara manual. Vendor yang membantu merancang mesin ini adalah pengrajin loyang kue yang beralamat di Jl. Industri No. 30 Kp. Tonggoh RT 05 RW 01 Desa Gunung Sari Kecamatan Citeureup Kabupaten Bogor Jawa Barat. Pembuatan mesin pond hidrolik melalui beberapa tahapan uji coba serta mengalami beberapa kali perubahan disain. Disain Mesin pond awal dirancang tanpa menggunakan hidrolik. Rangka mesin terdiri dari dua bagian pokok, yaitu bagian atas dan bagian bawah. Bagian atas merupakan bagian mesin pond itu sendiri yang meliputi beberapa bagian seperti as, bearing dan pegangan mesin. As dan pegangan mesin terbuat dari besi sedangkan bearings terbuat dari stainless steel. Bearings adalah perangkat keras mekanik yang memungkinkan dibatasi gerak relatif antara dua bagian, biasanya linier atau gerakan rotasi yang mendukung dua bagian dan mengurangi gesekan. Tujuan utama dari bearings adalah untuk memungkinkan gerakan relatif halus antara dua benda atau bagian yang berbeda dari objek yang sama, sehingga naik turun naiknya mesin

tidak berat. Mesin bagian bawah meliputi meja, pisau, loyang, mesin potong. Alas meja, pisau, loyang dan mesin potong terbuat dari stainless hairline sedangkan kaki meja terbuat dari stainless monel. Gambar mesin pond tanpa hidrolis disajikan pada gambar 3.

Gambar 3
Mesin Pond tanpa hidrolis



Bearings As Meja Pegangan Mesin (Tuas) Cetakan sekaligus pisau pemotong

Uji coba mesin pond untuk pertama kalinya dilakukan bersamaan dengan proses produksi kue jipang dengan beberapa varian rasa diantaranya original, strawberry, coklat dan keju. Pada uji mesin kali ini, didapati mesin belum dapat memotong kue jipang secara merata serta adanya kesulitan untuk mengeluarkan kue jipang dari loyang serta pegangan tidak dapat diturunkan secara maksimal karena mentok dengan alas meja. Oleh karena itu, dibuatkan disain baru untuk memperbaiki mesin pond manual tanpa hidrolis ini. Perubahan yang dilakukan pada disain mesin pond kedua adalah dengan melepaskan cetakan kue bagian atas dari mesin penekan dengan tujuan agar mudah melepaskan kue dari alat cetakan dan mudah dalam membersihkannya.

Uji coba mesin pond kedua dilakukan pada tanggal 2 Juli 2019 dengan hasil yang belum sesuai harapan. Meskipun telah diperbaiki, tetapi mesin pond belum dapat memotong keseluruhan bagian kue secara merata. Ketidakmampuan mesin pond dalam memotong kue sesuai yang diinginkan disebabkan karena daya tekan alat sangat lemah, oleh karena itu mesin pond akan didisain ulang, menggantinya dengan sistem hidrolis. Meskipun demikian, loyang pencetak dan pemotong sudah tersendiri tidak menyatu lagi dengan alat press nya sehingga mudah dalam membersihkannya.

Uji coba mesin pond hidrolis dilakukan pada tanggal 18 Juli 2019 dengan tidak menemui kendala yang berarti dan cukup berhasil. Mesin dapat memotong seluruh bagian kue jipang.

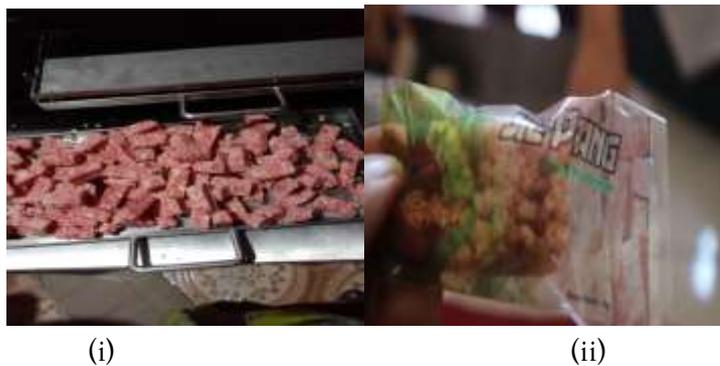
Mesin pond hidrolik terdiri dari dua bagian pokok, yaitu bagian atas dan bagian bawah. Bagian atas merupakan bagian mesin pond hidrolik itu sendiri yang keseluruhan badan mesinnya terbuat dari besi. Mesin bagian bawah meliputi meja, loyang pemotong, loyang penekan, loyang penyanggah, alas meja yang kesemuanya terbuat dari stainless hairline sedangkan kaki meja terbuat dari stainless monel. Modifikasi mesin pond menggunakan sistem hidrolik ditunjukkan pada gambar 4.

Gambar 4. Mesin Pond Hidrolik



Jipang yang telah diproduksi, dicetak dan dipotong selanjutnya dikemas dalam wadah pembungkus yang terbuat dari bahan plastik yang dilapisi alumunium foil berukuran 2cm x 4cm x 2cm. Pembungkus dilapisi alumunium foil agar kue jipang yang ada didalamnya dapat bertahan lama hingga 6 bulan meskipun tidak menggunakan bahan pengawet. Gambar 5 menunjukkan kue jipang yang telah dipotong (i) dan kue jipang yang siap dipasarkan (ii). Selanjutnya kegiatan sosialisasi dan pelatihan produksi dan pengemasan kue jipang aneka rasa serta penggunaan mesin pond hidrolik pada pengrajin kue jipang di Desa Antajaya Kecamatan Tanjung Sari Kabupaten Bogor dilaksanakan pada tanggal 30 Juli 2019.

Gambar 5. Kue Jipang yang sudah telah dipotong dan Siap Dipasarkan.



(i)

(ii)

Kesimpulan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat pada skema program kemitraan masyarakat dari proses perancangan alat produksi hingga pelatihan dan sosialisasi kepada masyarakat dilaksanakan selama kurang lebih tiga bulan lebih cepat dari yang direncanakan sebelumnya. Disamping kegiatan pembuatan kue jipang dengan menambahkan beberapa varian rasa, kegiatan program kemitraan masyarakat kali ini adalah membuat alat produksi sederhana. Pembuatan alat produksi sederhana sampai dengan menghasilkan mesin pond hidrolik melalui beberapa tahap uji coba dan perbaikan alat. Uji coba dan perbaikan tahap 1 menghasilkan mesin pond manual yang dirancang tanpa menggunakan hidrolik tetapi digerakkan dengan bantuan bearing dan as. Kelemahan yang ditemukan adalah ketidakmampuan mesin untuk memotong kue secara serentak dan merata, oleh karena itu pada uji coba dan perbaikan mesin tahap kedua dapat menghasilkan mesin pond hidrolik yang memiliki kemampuan memotong dengan lebih baik. Uji coba mesin dilakukan bersamaan dengan uji coba penambahan varian rasa. Berbagai program yang dicanangkan telah dapat disampaikan dan disosialisasikan kepada beberapa perwakilan pengrajin di desa Antajaya Kecamatan Tanjung Sari Kabupaten Bogor, selanjutnya masyarakat dapat menindaklanjutinya untuk mengembangkan ruang lingkup usahanya.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih disampaikan kepada semua pihak yang telah membantu terselenggaranya kegiatan ini, kepada pemberi dana hibah Program Kemitraan Masyarakat Kemenristek DIKTI, Universitas Ibn Khaldun Bogor dan Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Ibn Khaldun Bogor. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada seluruh tim yang telah membantu memberikan sumbangan baik tenaga maupun pemikiran yang sangat berarti bagi terselesainya program pengabdian kepada masyarakat ini.

Daftar Pustaka

- Araujo, E. B. (2016). Pengembangan Kuliner Lokal Sebagai Daya Tarik Wisata di Dili Timor Leste, 3(2), 15-27.
- Assauri, S. (2002). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT.Rajagrafindo Persada.
- Ginting, R. (2010). *Perancangan Produk*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Kotler, philip. (2000). *Prinsip-prinsip Pemasaran Manajemen*. Jakarta: Prenhalindo.
- Margi, I. K., Panti, R., Ni, A., Ary, M., Ni, W., & Suriani, M. (2013). Identifikasi Potensi Wisata Kuliner Berbasis Bahan Baku Lokal di Kabupaten Buleleng Bali, 2(2), 257-264.
- Sjarkowi, F., & Sufri, M. (2004). *No Title*. Palembang: C.V. Baldad Grafiti Press.

Pendampingan Perintisan Usaha Kuliner Bagi Anggota Muhammadiyah Gamping Yogyakarta

Munjiati Munawaroh ¹ Hasnah Rimiati ²

^{1,2} Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Jalan Brawijaya, Tamantirto, Kasihan, Bantul, Yogyakarta, 55183
munjiatim@yahoo.com, hasnahrimiyati@yahoo.com

Abstrak

Tujuan Program Kemitraan Masyarakat (PKM) berupa pendampingan perintisan usaha kuliner bagi anggota Muhammadiyah Gamping Yogyakarta adalah memanfaatkan potensi yang dimiliki oleh anggota Muhammadiyah dengan membantu merintis usaha agar menjadi wirausaha mandiri dan menjadi percontohan bagi anggota Muhammadiyah khususnya, dan masyarakat pada umumnya. Warga Muhammadiyah khususnya dan masyarakat pada umumnya sebenarnya memiliki potensi, namun belum dimanfaatkan untuk meningkatkan perekonomian keluarga khususnya dan masyarakat pada umumnya. Oleh karena itu dibutuhkan adanya pendampingan dalam merintis usaha kuliner, sehingga terwujud usaha baru yang mandiri.

Kata Kunci: usaha kecil, kuliner,

Pendahuluan

Pendampingan perintisan usaha kuliner dengan mitra anggota Muhammadiyah Gamping Yogyakarta diselenggarakan dalam rangka Program Kemitraan Masyarakat (PKM) Universitas Muhammadiyah Yogyakarta tahun 2018/2019. Program Kemitraan Masyarakat (PKM) pendampingan perintisan usaha kuliner bagi anggota Muhammadiyah Gamping Yogyakarta adalah memanfaatkan potensi yang dimiliki oleh anggota Muhammadiyah dengan membantu merintis usaha agar menjadi wirausaha mandiri dan menjadi percontohan bagi anggota Muhammadiyah khususnya, dan masyarakat pada umumnya.

Saat ini pemerintah mendorong terciptanya kemandirian masyarakat melalui kegiatan wirausaha. Sekretaris Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Susiwijono mengatakan bahwa momentum pertumbuhan dan pemerataan ekonomi saat ini harus diperkuat dengan menciptakan masyarakat yang mandiri secara ekonomi. Mental dan pola pikir masyarakat perlu diubah dari pola pikir yang sederhana hanya pada pemenuhan kebutuhan saja meningkat berkembang lebih memiliki jiwa wirausaha. (<https://www.antarane.ws.com/berita/762315/pemerintah-dorong-kemandirian-ekonomi-masyarakat-melalui-wirausaha>).

Upaya pemerintah ini juga seiring dengan hasil Muktamar di Makassar pada tahun 2016 lalu, yang menetapkan gerakan ekonomi dan kewirausahaan sebagai pilar ketiga dakwah Muhammadiyah. Membangun kemandirian, kesejahteraan dan keberlanjutan merupakan langkah menuju peningkatan ekonomi warga dan amal usaha Muhammadiyah. Hal itu disampaikan oleh Muhammad Nadjikh selaku ketua Majelis Ekonomi dan Kewirausahaan (MEK) dalam sambutan pembukaan Rapat Kerja Nasional (Rakernas) MEK di gedung AR. Fachrudin Universitas Muhammadiyah (UMY) Yogyakarta Kamis (12/5). (<http://www.muhammadiyah.or.id/id/news/print/5938/mek-dorong-kemandirian-ekonomi-muhammadiyah.html>).

Peluang usaha di Indonesia masih cukup besar, didukung oleh tumbuhnya rata-rata belanja konsumen sekitar 11,8% periode 2012-2015. Pada 2015, belanja konsumen untuk makanan diperkirakan Rp 1.930 triliun, sementara produk di luar makanan sebesar Rp 4.369 triliun. (<http://duniaindustri.com>). Fenomena ini merupakan peluang yang sangat menarik bagi masyarakat untuk menciptakan usaha baru dengan mengoptimalkan potensi warga yang belum tergarap.

Merintis usaha adalah bukan sesuatu yang mudah bagi masyarakat. Oleh karena itu dibutuhkan pendampingan mulai dari studi kelayakan, perencanaan hingga pelaksanaan usahanya serta pemasarannya. Anggota Muhammadiyah yang memiliki potensi dalam menciptakan produk, khususnya produk kuliner dapat dioptimalkan menjadi produk yang bersifat komersial, sehingga meningkatkan kemandirian ekonomi warga Muhammadiyah khususnya dan warga masyarakat pada umumnya.

Salah satu warga Muhammadiyah yang berdomisili di Gamping Yogyakarta, saat ini belum memiliki usaha yang dapat digunakan untuk menopang perekonomian keluarganya, khususnya. Warga tersebut memiliki kemampuan memasak berbagai makanan yang merupakan potensi yang saat ini belum dikembangkan secara optimal. Saat ini warga tersebut sudah mulai mengirimkan makanan ke kantin UMY, namun karena produk makanan tersebut belum sesuai dengan selera konsumen, maka pengiriman tersebut belum rutin, karena banyak yang belum terjual. Masalah lain yang dihadapi adalah kemampuan analisis studi kelayakan bisnis, termasuk dalam aspek pasar dan pemasaran, keuangan. Warga belum mampu menggunakan strategi pemasaran yang tepat, serta belum mampu melakukan riset pasar untuk memahami selera pelanggan. Warga tersebut juga mengalami kesulitan modal untuk memulai usaha secara lebih serius.

Oleh karena itu dibutuhkan upaya pendampingan dalam merintis usaha, agar nantinya usaha bisa beroperasi hingga menghasilkan pendapatan yang dapat menyokong kebutuhan keluarganya, serta menciptakan wira usaha mandiri yang bermanfaat bagi keluarga dan masyarakat pada umumnya.

Mitra adalah warga Muhammadiyah yang memiliki potensi dalam hal menciptakan produk kuliner, yang selama ini belum dimanfaatkan secara optimal. Keterbatasan yang dimilikinya dalam hal kemampuan pemasaran serta permodalan, membuat mitra tidak dapat merintis

usahanya secara benar. Oleh karena itu mitra sangat membutuhkan adanya pendampingan dalam memulai usahanya, agar usaha dapat beroperasi secara terus-menerus, sehingga tercipta wira usaha baru yang mandiri, yang diharapkan ke depannya juga akan menciptakan lapangan pekerjaan baru bagi warga masyarakat dan bisa dijadikan percontohan bagi masyarakat sekitarnya dalam memulai usaha baru.

Metode Pelaksanaan

Metode pelaksanaan program pendampingan ini diawali dengan melakukan studi kelayakan bisnis yang terdiri dari aspek pasar, aspek produk, aspek keuangan serta aspek sumber daya manusia. Aspek pasar, meliputi seberapa potensi pasar yang dimiliki oleh produk kuliner, sedangkan aspek produk, menyangkut produk apa yang dihasilkan oleh usaha tersebut dan bagaimana proses produksinya. Aspek keuangan, menyangkut kebutuhan dana yang diperlukan untuk memulai usaha kuliner serta sumber dana yang diperoleh untuk memenuhinya dan aspek sumber daya manusia, meliputi pelaksana usaha mulai dari yang memproduksi, keahlian sumber daya di bidang kuliner, hingga mengemas dan memasarkan produknya.

Tahap selanjutnya setelah melakukan studi kelayakan bisnis adalah melakukan uji produk. Uji produk dilakukan dengan melakukan berbagai eksperimen produk yang nantinya layak untuk dipasarkan dilanjutkan dengan uji pasar yang dilakukan dengan meluncurkan produk ke pasar, melakukan evaluasi pasar dan perbaikan produk.

Uji pasar dilakukan setelah uji produk selesai dijalankan. Pada uji pasar ini dilakukan dengan mencoba memasarkan dan mengevaluasi reaksi pasar atas produk yang dipasarkan dalam skala yang masih sedikit.

Tahap terakhir adalah pemasaran, yaitu produk benar-benar dipasarkan ke berbagai tempat.

Hasil dan Pembahasan

Proses pendampingan yang telah dijalankan adalah sebagai berikut:

1. Studi Kelayakan Bisnis

Studi kelayakan bisnis terdiri dari aspek pasar, aspek produk, aspek keuangan serta aspek sumber daya manusia. Aspek Pasar, meliputi seberapa potensi pasar yang dimiliki oleh produk kuliner, sedangkan aspek Produk, menyangkut produk apa yang dihasilkan oleh usaha tersebut dan bagaimana proses produksinya. Untuk mendapatkan inspirasi mengenai jenis produk yang bisa dihasilkan, maka pada program pendampingan ini melakukan survey produk ke berbagai lokasi yaitu Mirota Bakery, Parsley, Trubus bahkan mensurvey snack yang digunakan untuk pengajian.

Aspek keuangan, menyangkut kebutuhan dana yang diperlukan untuk memulai usaha kuliner serta sumber dana yang diperoleh untuk memenuhinya dan aspek sumber daya manusia, meliputi pelaksana usaha mulai dari yang memproduksi, keahlian sumber daya di bidang kuliner, hingga mengemas dan memasarkan produknya.

Gambar 1 menunjukkan dokumentasi studi kelayakan bisnis berdasarkan aspek pasar, yang menunjukkan situasi pasar/pembeli potensial di UMY Boga dan gambar 2 menunjukkan pembeli potensial di Kantin di gedung E 7 UMY.

Gambar 2 Pembeli potensial



Pembeli potensial di UMY



Pembeli potensial di Kantin gedung E.

Sumber: Dokumen penulis

Gambar 3 menunjukkan contoh produk makanan kecil yang bisa dipasarkan berdasarkan survey di UMY Boga, Mirota Bakery, Parsley, Trubus dan snack pengajian.

Gambar 3 Contoh produk makanan kecil hasil survey



Produk di UMY Boga



Produk di Mirota Bakery



Produk di Parsley



Produk di Trubus

Sumber: Dokumen penulis

2. Uji produk

Uji produk dilakukan dengan melakukan berbagai eksperimen produk yang nantinya layak untuk dipasarkan dilanjutkan dengan uji pasar yang dilakukan dengan meluncurkan produk ke pasar, melakukan evaluasi pasar dan perbaikan produk. Produk yang diujikan meliputi roti gulung, roti bolu kukus, roti sandwich, resoles, tahu bacem, tahu isi, emping bumbu, castengel, kacang goreng. Disamping itu, pihak yang didampingi mencoba juga

mengemasi makanan kecil, seperti pang- pang dan pangsit.

3. Uji Pasar

Produk ini dipasarkan ke berbagai alternative, yaitu di UMY boga, Kantin gedung E 7 UMY, serta masyarakat. Berdasarkan diskusi dengan direktur UMY Boga, Dr. Rr. Sri Handari Wahyuningsih, S.E., M.Si beberapa potensi pasar yang mungkin dicapai meliputi makanan kecil yang diperuntukkan bagi mahasiswa yang mengunjungi UMY Boga untuk membeli makanan. Beberapa makanan yang dikonsinyasikan di UMY boga rata-rata habis terjual. Hanya saja, UMY Boga sepi saat mahasiswa liburan, karena pasar potensialnya adalah mahasiswa. Selain itu UMY Boga juga membutuhkan mitra yang menyediakan snack yang diperuntukkan bagi unit-unit di UMY seperti rapat fakultas, rapat prodi, rapat kemahasiswaan, tamu-tamu universitas dan sebagainya. Saat ini UMY Boga masih mencari mitra yang cocok untuk menyediakan semua kebutuhan UMY Boga. Pasarnya cukup potensial, karena semua kegiatan di UMY diharuskan membeli melalui UMY Boga.

4. Pemasaran

Program pendampingan perintisan usaha kuliner ini telah berhasil memasarkan produk ke UMY Boga berupa snack titip jual maupun pesanan snack untuk tamu SMA sejumlah 315 box, snack pengajian, serta beberapa produk yang dititip jual di berbagai lokasi, serta menerima pesanan-pesanan khusus seperti roti ulang tahun, pesana pribadi berupa kue-kue untuk arisan, dan sebagainya.

Gambar 4. Berbagai produk yang sudah dipasarkan



Bolu kukus



Bolu kopi



rainbow cake, arem-arem



Cake Keju Premium



Cake Keju, coklat



Sandwich

Sumber: Dokumen penulis

Berdasarkan hasil dari pendampingan perintisan usaha tersebut, pihak yang didampingi menjadi memiliki pengalaman, motivasi dan keberanian merintis usaha. Disamping itu, pendamping juga melibatkan beberapa pihak di masyarakat untuk ikut terlibat dalam proses

merintis usaha, sehingga program ini tidak hanya dirasakan oleh pihak yang didampingi, namun juga masyarakat sekitarnya. Pihak lain yang terlibat ikut merintis usaha adalah mereka ikut memanfaatkan saluran distribusi yang sudah diawali oleh pihak yang didampingi. Masyarakat ikut mengirimkan hasil karya makanan mereka ke kantin UMY dan juga memproduksi snack untuk pesanan dari beberapa pihak. Beberapa produk yang sudah dipasarkan bisa dilihat pada gambar 4.

Simpulan

Berdasarkan proses perintisan usaha dapat dilihat bahwa usaha kuliner ini memiliki prosek yang bagus, dengan pembeli potensial yang masih cukup besar. Pada proses merintis usaha ini, masih ada yang perlu dievaluasi, seperti kualitas yang belum konsisten, jumlah produksi yang belum memenuhi skala ekonomi sehingga masih belum mencapai BEP. Seiring dengan perkembangan usaha ke depan, permasalahan ini insya Allah akan dapat diatasi, sehingga terwujudlah usaha baru kuliner yang mandiri.

Ucapan Terima Kasih

Terimakasih kepada LP3M UMY atas dukungan finansial berupa hibah pengabdian PKM tahun 2018 sehingga pengabdian ini dapat terlaksana dengan baik.

Daftar Pustaka

<http://duniaindustri.com> <https://www.antaranews.com/berita/762315/pemerintah-dorong-kemandirianekonomi-masyarakat-melalui-wirausaha>
<http://www.muhammadiyah.or.id/id/news/print/5938/mek-dorong-kemandirianekonomi-muhammadiyah.html>

Peningkatan Kapasitas Dan Kualitas Layanan Bengkel Las Dan Cat Mobil “Dadi Mandiri” Di Dusun Bakungan, Wedomartani, Ngemplak, Sleman

Sudarja^{1,a}

¹Prodi teknik Mesin, Fakultas Teknik, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

^a Email: sudarja@umy.ac.id

Abstrak

Bengkel “Dadi Mandiri” (mitra) didirikan pada tahun 2009. Bengkel ini beralamat di Dusun Bakungan, Wedomartani, Ngemplak, Sleman. Posisi bengkel ini berada di pinggir jalan gang di dalam dusun, bukan di pinggir jalan raya. Pekerjaan yang dapat dikerjakan/dilayani di bengkel saat ini adalah *auto body repair* dan poles bodi kendaraan. Permasalahan utama yang dihadapi mitra antara lain adalah: kapasitas bengkel rendah sehingga tidak dapat menerima pekerjaan/order dalam jumlah besar, kualitas pekerjaan belum sepenuhnya memuaskan pelanggan, masih sering mendapatkan *complain* dari customer, sumber daya manusia (SDM) yang bekerja di bengkel ini belum sepenuhnya menguasai ilmu yang berkaitan dengan pekerjaannya (metalurgi, teknik pengelasan, dan perlakuan permukaan logam), serta manajemen bengkel kurang memadai. Kondisi-kondisi tersebut menyebabkan terbatasnya jumlah pelanggan dan tidak optimalnya pekerjaan di bengkel. Solusi yang ditawarkan untuk Bengkel “Dadi Mandiri” adalah: peningkatan kapasitas bengkel dengan cara *upgrading* dan diversifikasi peralatan kerja, *upgrading* kemampuan SDM dengan memberikan berbagai pelatihan, peningkatan kualitas manajemen bengkel. Program Pengabdian kepada Masyarakat ini dilaksanakan dengan tahapan: koordinasi dengan mitra (pemilik bengkel), peningkatan kapasitas bengkel dengan cara *upgrading* dan diversifikasi peralatan kerja, *upgrading* kemampuan SDM, peningkatan kualitas pemasaran, penyusunan laporan kegiatan, publikasi ilmiah. Luaran dan dampak dari program ini adalah terjadinya *transfer of knowledge* tentang hal-hal yang berkaitan dengan perbengkelan dari Tim Pengabdian kepada mitra, terjadinya peningkatan kualitas pekerjaan di bengkel “Dadi Mandiri”, meningkatnya *income* bengkel, serta publikasi ilmiah dari pelaksanaan program ini.

Kata kunci: Bengkel “Dadi Mandiri”, *transfer of knowledge*, sumber daya manusia, kapasitas bengkel, *income* bengkel.

PENDAHULUAN

Bengkel “Dadi Mandiri” (mitra) didirikan pada tahun 2009. Bengkel ini beralamat di Dusun Bakungan, Wedomartani, Ngemplak, Sleman. Posisi bengkel ini berada di pinggir jalan gang di dalam dusun, bukan di pinggir jalan raya. Pekerjaan yang dapat dikerjakan/dilayani di bengkel saat ini adalah *auto body repair* dan poles bodi kendaraan. Permasalahan utama yang dihadapi mitra antara lain adalah: kapasitas bengkel rendah sehingga tidak dapat menerima

pekerjaan/order dalam jumlah besar, kualitas pekerjaan belum sepenuhnya memuaskan pelanggan, masih sering mendapatkan *complain* dari *customer*, sumber daya manusia (SDM) yang bekerja di bengkel ini belum sepenuhnya menguasai ilmu yang berkaitan dengan pekerjaannya (metalurgi, teknik pengelasan, dan perlakuan permukaan logam), serta manajemen bengkel kurang memadai. Kondisi-kondisi tersebut menyebabkan terbatasnya jumlah pelanggan dan tidak optimalnya pekerjaan di bengkel. Solusi yang ditawarkan untuk Bengkel “Dadi Mandiri” adalah: peningkatan kapasitas bengkel dengan cara *upgrading* dan diversifikasi peralatan kerja, *upgrading* kemampuan SDM dengan memberikan berbagai pelatihan, peningkatan kualitas manajemen bengkel.

METODE PELAKSANAAN

Program pengabdian masyarakat ini dilaksanakan dengan tahapan-tahapan: koordinasi dengan mitra (pemilik bengkel), peningkatan kapasitas bengkel dengan cara *upgrading* dan diversifikasi peralatan kerja, *upgrading* kemampuan SDM, peningkatan kualitas manajemen bengkel, peningkatan kualitas pemasaran, penyusunan laporan kegiatan, penyusunan naskah publikasi ilmiah. Pada pertemuan antara tim pengabdian dengan mitra, dijelaskan rencana kerja dan jadwal dari seluruh rangkaian program, mitra memberikan masukan-masukan. Hasil diskusi ini dijadikan bahan untuk penyempurnaan program kerja. Di bengkel ini banyak peralatan yang sudah dalam kondisi tidak sempurna atau rusak, bahkan tidak tersedia, misalnya kompresor, dongkrak buaya, spray gun, mesin las SMAW, alat poles, kunci pas, kunci ring, kompor pengelupas cat/dempul, kabel jumper aki. Oleh karena itu perlu dilakukan pengadaan peralatan yang memadai.

Kegiatan *upgrading* kemampuan SDM berupa pelatihan-pelatihan dan pendampingan kerja terhadap pekerja bengkel. Pelatihan yang diberikan meliputi: metalurgi, *welding*, perlakuan permukaan, dan pengecatan logam. Di samping itu, juga diberikan pelatihan tentang penggunaan peralatan kerja. Dalam waktu dekat, dusun Bakungan akan membuat *website* dusun terpadu. Bengkel “Dadi Mandiri” ikut memanfaatkan *website* ini untuk pemasarannya. Konten pemasaran di dalam *website* akan selalu di-*update* dan di-*upgrade*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Koordinasi dengan Mitra (Pemilik Bengkel)

Pada pertemuan koordinasi ini tim pengabdian menjelaskan rencana kerja dan jadwal dari seluruh rangkaian program, mitra memberikan masukan-masukan. Dari pertemuan tersebut disimpulkan bahwa mitra merasa sangat kurang dalam hal perbengkelan, terutama dalam hal ilmu pengelasan dan perlakuan permukaan. Oleh karena itu, mitra mengulangi lagi keinginan dan harapannya untuk mendapatkan bantuan dan bimbingan teknis dari akademisi (tim pengabdian). Dengan demikian, disepakati bahwa program pengabdian ini segera dilaksanakan. Pertemuan antara tim pengabdian dengan mitra ditunjukkan pada Gambar 1.



Gambar 1. Pertemuan antara ketua tim pengabdian dengan mitra

Peningkatan kapasitas bengkel dengan cara *upgrading* dan diversifikasi peralatan

Sub aktifitas ini dilaksanakan dengan pengadaan alat-alat perbengkelan yang dibutuhkan. Alat-alat tersebut sebagian merupakan pengganti dari alat-alat lama yang sudah tidak dapat berfungsi dengan baik, sebagian lagi merupakan alat baru yang digunakan untuk pengembangan kapasitas bengkel. Alat-alat baru yang menggantikan alat lama adalah kompresor, dongkrak buaya, *spray gun*, alat poles, kunci pas, kunci ring, kompor pengelupas cat/dempul, kabel jumper aki, sedangkan alat untuk pengembangan kapasitas adalah mesin las *Shield Metal Arc Welding* (SMAW). Dengan adanya mesin las ini, saat ini Bengkel “Dadi Mandiri” menerima atau dapat melayani pekerjaan yang membutuhkan pengelasan dengan mesin las dengan busur listrik elektroda terbungkus, misalnya pengelasan *chasis* mobil. Banyak jeep dari “Merapi Lava Tour” yang masuk ke bengkel ini untuk reparasi *chasis*. Peralatan bengkel yang diadakan dari program ini ditunjukkan pada Gambar 2. Mobil Jeep yang diperbaiki di bengkel ini ditunjukkan pada Gambar 3.



Gambar 2. Peralatan bengkel yang diadakan dari program ini



Gambar 3. (a) Mobil Jeep dari Merapi Lava Tour, (b) Pengerjaan *chasis* dan *body* Jeep

Upgrading kemampuan SDM.

a. Pelatihan Teknik Pengelasan

Pelatihan ini diikuti oleh pemilik bengkel, seorang karyawan bengkel (adik dari pemilik bengkel), putra dari pemilik bengkel (mahasiswa Prodi Teknik Mesin UNY) yang sering membantu pekerjaan bengkel, dan putri dari pemilik bengkel (baru lulus SMA) yang menangani pekerjaan pembukuan bengkel. Pemateri dalam pelatihan ini adalah Ketua Tim Pengabdian (Dr. Ir. Sudarja, M.T.) yang merupakan dosen di prodi Teknik Mesin UMY. Materi pelatihan meliputi: klasifikasi cara-cara pengelasan, teknik pengelasan, dan hal-hal yang harus diperhatikan dalam pengelasan (Wiryosumarto, 2004). Materi disampaikan secara sederhana menggunakan bahasa yang mudah dipahami. Metode yang digunakan adalah metode ceramah dan diskusi. Peserta terlihat antusias mengikuti pelatihan ini, terlihat dari diskusi yang sangat hangat dan dinamis. Suasana pelatihan teknik pengelasan ditunjukkan pada Gambar 4.



Gambar 4. Pelaksanaan Pelatihan Teknik Pengelasan



Gambar 5. Pelaksanaan Pelatihan Metalurgi, Perlakuan Permukaan, dan Pengecatan

b. Pelatihan Metalurgi, Perlakuan Permukaan (*Surface Treatment*), dan Pengecatan.

Pelaksanaan pelatihan ini sama dengan pelatihan teknik pengelasan, yaitu *indoor* dengan metode ceramah dan diskusi. Materi pelatihan meliputi: jenis-jenis logam dan sifatnya, jenis-jenis perlakuan permukaan, dan teknik pengecatan. Pemateri dalam pelatihan ini adalah Ketua Tim Pengabdian. Gambar 5 memberikan ilustrasi suasana pelatihan ini. Pemateri menekankan pada beberapa hal: Sebaiknya dilakukan *stress releasing* pada bagian yang dilas untuk menghindari adanya tegangan sisa yang pada bagian tersebut, bagian permukaan yang akan dicat harus betul-betul bersih dari segala kotoran maupun percikan las serta kondisinya kering, pada saat pengecatan kondisi udara sekitar tidak basah.

c. Pelatihan Pembukuan dengan Microsoft Excel

Microsoft Excel merupakan suatu program aplikasi bagian dari Microsoft Office yang mudah digunakan dan dapat diperoleh dengan tanpa bayar. Di samping itu, Microsoft Excel juga memiliki fitur yang lengkap dan memadai untuk pembukuan keuangan maupun kepentingan yang lain. Fitur-fitur tersebut antara lain adalah kemampuan menghitung, mengelompokkan data, menggambar grafik, maupun menyajikan data yang baik (Kurniawan, 2013).

Pelatihan Microsoft Excel kepada pemilik dan staf bengkel “Dadi Mandiri” ini dimaksudkan agar pengelola bengkel dapat melakukan pencatatan atau pembukuan keuangan bengkel dengan mudah, cepat dan akurat. Materi pelatihan adalah: membuat dan membuka *worksheet*, menuliskan (*entry*) data, perhitungan (dengan rumus), pengelompokan data, mengatur kolom dan baris, menyajikan atau menampilkan data, dan mencetak (*print*). Pelatihan dilakukan dengan cara tutorial dan langsung praktek, didampingi oleh pemateri dari Tim Pengabdian kepada Masyarakat. Salah satu putri dari pemilik bengkel (Sdri Devi) sangat

serius dan antusias mengikuti pelatihan ini (Gambar 6), karena dialah yang selama ini diberi amanat memegang pekerjaan pembukuan.



Gambar 6. Pelatihan Microsoft Excel

Pendampingan di Lapangan

Selain pelatihan yang sifatnya tutorial, Tim Pengabdian kepada Masyarakat juga melakukan pendampingan di bengkel (Gambar 7). Hal-hal yang menjadi perhatian adalah: Cara penggunaan alat secara benar (misalnya: menentukan arus pada mesin las listrik, memilih elektroda yang tepat), perlakuan permukaan (*surface treatment*) yang sudah dilas sebelum dicat, dan cara pengecatan.



Gambar 7. Kegiatan pendampingan di bengkel

Peningkatan kualitas pemasaran

Selama ini pemasaran dari bengkel ini hanya melalui informasi para pelanggannya (dari mulut ke mulut). Dengan adanya *website* Dusun Bakungan dengan alamat <http://bakungan.com> yang memberikan ruang (menu) untuk beriklan secara gratis, maka

pemasaran bengkel saat ini memanfaatkan *website* tersebut pada menu “Produk & Jasa” (Gambar 8).



Gambar 8. Tampilan *website* Dusun bakungan dengan alamat <http://bakungan.com>

Luaran (*output*) dari Program Pengabdian kepada Masyarakat ini adalah peningkatan kapasitas bengkel, peningkatan pengetahuan dan *skill* dari pemilik dan staf bengkel, serta pemasaran berbasis *website*, yaitu di situs <http://bakungan.com>. Dari luaran tersebut, Program Pengabdian kepada Masyarakat ini memberikan dampak positif (*outcome*) terhadap bengkel “Dadi Mandiri”. Dampak tersebut adalah: layanan bengkel semakin cepat dan hasil kerja bengkel semakin baik sehingga kepuasan pelanggan meningkat (*complain* dari pelanggan menurun). Di samping itu juga diharapkan akan meningkatkan *income* bengkel yang berpengaruh pada meningkatnya kesejahteraan pemilik bengkel dan staf-stafnya. Dari data keuangan selama bulan Februari sampai dengan Juli 2019.

KESIMPULAN

Dari uraian tentang pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat di Bengkel “Dadi mandiri” di atas dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- a. Pelaksanaan pengabdian berjalan dengan baik dan tepat waktu. Hal ini karena terjalinnya kerja sama yang baik antara tim pengabdian dan mitra. Mitra selalu bersikap pro-aktif dan kooperatif.
- b. Kemampuan SDM mitra meningkat, terutama dalam hal pengetahuan dan *skill* pengelasan dan pengecatan.
- c. Kapasitas bengkel meningkat, kualitas layanan juga meningkat, sehingga *complain* dari *customer* turun secara signifikan.
- d. Kepercayaan *customer* terhadap bengkel ini meningkat, dengan indikasi naiknya jumlah pelanggan. Hal ini berakibat naiknya *income* bengkel.

e. Mitra merasakan adanya dampak positif dari program pengabdian ini.

UCAPAN TERIMAKASIH

Tim Pengabdian kepada Masyarakat mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada LP3M Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, atas penyediaan dana pengabdian dan atas bimbingan pelaksanaannya.

REFERENSI

- Kurniawan, Y., dan Yuliati, S. H., 2013, Belajar Sendiri Microsoft Excel 2013, Alex Media Komputindo.
- Wiryo Sumarto, H., Okumura, T., 2004, Teknologi Pengelasan Logam, Pradnya Paramita, Jakarta.

Peningkatan Pendapatan Petani Melalui Aplikasi Teknologi Pengemasan Gula Aren Yang Diproduksi Di Hargomulyo, Kulonprogo

Taufiq Hidayat^{1*}

¹ Program Studi Agroteknologi, Fakultas Pertanian, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Email: taufiqre08@umy.ac.id

Abstrak

Desa Hargomulyo terletak di Kecamatan Kokap Kabupaten Kulon Progo. Sebagian besar berada di daerah perbukitan menoren dengan ketinggian antara 500-1000 dpl. Tanaman dominan di desa Hargomulyo adalah tanaman kelapa yang telah menjadi sumber pendapatan mayoritas penduduk di desa tersebut. Masyarakat menggantungkan hidupnya dengan memanen getah tanaman kelapa yang keluar dari manggar kelapa untuk diolah lebih lanjut menjadi gula jawa. Sejauh ini, produk lokal Desa Hargomulyo khususnya Dusun Tangkisan 1 hanya sebatas penjualan produk setengah jadi dan barang jadi (produk) tanpa pengemasan dan pemasaran paten. Metode yang digunakan dalam peningkatan kualitas gula jawa dusun tangkisan I, Hargomulyo merupakan kombinasi antara penyuluhan dan pendampingan. Penyuluhan atau sosialisasi terdiri dari penyuluhan mengenai sistem pembukuan sederhana, penyuluhan tentang pemasaran dan penyuluhan tentang pengemasan dan pengolahan gula jawa. Pendampingan yang dilakukan berupa proses produksi gula jawa yang higienis serta proses pengajuan No. P. IRT ke dinas kesehatan. Perbaikan pengemasan dilakukan dengan menggunakan plastik Aluminium Vakum dengan bobot bersih 1 Kg, penjualan dikelola secara langsung oleh Karang taruna di dusun Tangkisan 1. Produk Dusun Tangkisan I sudah dipasarkan di jejaring toko TOMIRA dan beberapa koperasi milik daerah dengan merk dagang Gunung Gondong. Produk tersebut memiliki No PIRT 2093401010648-24 dengan bobot 1 kg dan harga jual Rp. 25.000 dari produsen. Harga tersebut jauh diatas harga tanpa kemasan yang hanya dijual dengan harga Rp. 18.000 per kg.

Kata Kunci: gula jawa, kemasan, pemasaran

Pendahuluan

Kelurahan Hargomulyo merupakan bagian dari kecamatan Kokap, Kabupaten Kulonprogo. Kelurahan Hargomulyo memiliki luas lahan sebesar 1.532 ha dengan penggunaan wilayah didominasi oleh hutan dengan luasan sebesar 434 ha serta lahan pertanian dengan luasan sebesar 195 ha (BPS Kabupaten Kulonprogo 2018). Penggunaan lahan tersebut memungkinkan terdapatnya 2 juta batang pohon yang sangat potensial sebagai pondasi dasar usaha gula jawa. Gula jawa tersebut diproses dari pengolahan nira kelapa (Santoso 1993).

Gula Jawa di Kelurahan Hargomulyo sebagian besar dikerjakan oleh masyarakat lokal terutama yang berada diatas umur 50 tahun. Pemuda umur produktif memilih keluar daerah sekedar untuk menentuk ilmu maupun bekerja. Sehingga latar belakang pendidikan yang minim membuat pengolahan gula jawa hanya dilakukan hingga tahapan produksi. Dengan demikian, perlu dilakukan penerapan teknologi pengemasan dan strategi pemasaran agar menambah nilai jual produksi. Hal ini ditunjuang oleh perbedaan antara harga jual gula kiloan dengan gula dalam kemasan.

Gula jawa kiloan dijual dengan harga Rp. 17.000/kg ke toko kelontong dan dijual dengan harga Rp. 18.000 - 19.500/kg. Sedangkan gula jawa dalam kemasan dapat dijual ke jejaring toko TOMIRA dapat dibeli dengan harga Rp. 22.000/kg dengan harga jual Rp. 25.000. Namun, sangat disayangkan belum ada produsen Gula jawa di Hargomulyo yang mampu memasarkan produknya di jejaring toko TOMIRA. Penolakan dari toko TOMIRA memiliki dua alasan utama yaitu tidak adanya pengemasan yang layak, kualitas gula jawa serta tidak adanya perizinan dari Lembaga terkait. Pengemasan gula jawa selama ini menggunakan plastik 1 kg tanpa ada label yang layak. Sedangkan kualtias gula jawa dapat dilihat dari warna gula jawa, warna gkuning cerah keputihan menunjukkan adanya campuran bahan sintetik pada gula, warna coklat agak kehitaman menunjukkan gula jawa dicampur dengan gula putih. Warna terbaik adalah agak kekuningan emas yang menunjukkan murni dibuat dari nira kelapa.

Metode Pelaksanaan

Metode yang digunakan dalam peningkatan kualitas produk gula jawa dusun tangkisan I, Hargomulyo merupakan kombinasi antara penyuluhan dan pendampingan. Penyuluhan atau sosialisasi terdiri dari penyuluhan mengenai sistem pembukuan sederhana, penyuluhan tentang pemasaran dan penyuluhan tentang pengemasan dan pengolahan gula jawa. Pendampingan yang dilakukan berupa proses produksi gula jawa yang higienis serta proses pengajuan No. P. IRT ke dinas kesehatan.

Sosialisasi manajemen keuangan disampaikan oleh perwakilan Dinas perindustrian dan Perdagangan Kulon Progo. Materi yang diberikan meliputi arus kas (pengeluaran dan pemasukan), Neraca harta-utang dan modal, serta pendapatan-biaya atau yang lebih dikenal dengan istilah Laba/Rugi. Sosialisasi pemasaran disampaikan oleh koperasi daerah Kulon Progo berisikan meteri mengenai syarat-syarat memasukkan produk desa ke koperasi daerah dan toko jejaring TOMIRA. Luaran dari sosialisasi pemasaran adalah kemasan yang menarik dan harus adanya nomor produk industry rumah tangga. Kegiatan sosialisasi pengemasan dan pengolahan gula jawa disampaikan oleh perwakilan dari Dinas Pertanian dan Pangan Kulon Progo. Materi yang disampaikan berisikan kiat-kiat pengolahan Gula jawa secara higienis agar lolos uji dari Dinas kesehatan, dilanjutkan dengan cara pengemasan yang menarik agak masyarakat mengenal produk gula jawa, serta kiat-kiat khusus bagaimana mendapatkan No. P.IRT.

Pendampingan proses produksi gula jawa yang higienis dilakukan oleh Dinas Pertanian dan Pangan Kulon Progo. Pendampingan dimulai dari proses panen nira, penyimpanan, dan pemasakan nira, serta penyimpanan gula jawa. Pendampingan proses pengajuan No P.IRT ke Dinas Pertanian dimulai dari pendaftaran, pengisian formulir, penyuluhan, survey lokasi dan pengambilan sertifikat. Kegiatan ini dikatakan berhasil jika produk gula jawa telah dipasarkan di koperasi ataupun toko TOMIRA.

Hasil dan Pembahasan

Sosialisasi yang pertama dilaksanakan adalah sosialisasi mengenai manajemen keuangan yang diikuti oleh 23 peserta. Keseluruhan peserta yang mengikuti pelatihan merupakan anggota karang taruna Tangkisan I dengan rentang umur 15 tahun sampai 25 tahun. Pemahaman mereka tentang manajemen keuangan sangat kurang dengan hanya kepemahaman sebesar 10% dari 100%, bahkan setelah penyuluhan kepemahaman tersebut hanya meningkat menjadi 53%. Alasan rendahnya pemahaman tersebut mengingat kurangnya pengalaman praktis para peserta serta latar belakang pendidikan yang sebagian besar berasal dari IPA dan hanya sedikit yang IPS. Namun, diantara keseluruhan peserta ada tiga orang yang memiliki tingkat praktik yang cukup bagus dan dapat mempraktikkan keseluruhan langkah manajemen keuangan walaupun secara teori mereka tidak lebih baik dari peserta yang lain. Salah satu peserta terbaik tersebut adalah bendahara karang taruna. Berdasarkan penelitian Murina dan Rahmawati (2017) menyatakan bahwa pemahaman laporan keuangan ditentukan oleh tingkat Pendidikan, kualitas pelatihan dan pengalaman kerja.

Sosialisasi kedua yang dilaksanakan adalah strategi pemasaran yang diikuti oleh 57 peserta yang terdiri dari anggota karang taruna dan ibu-ibu rumah tangga. Diawal penyuluhan peserta hanya memiliki kepemahaman sebesar 20% namun pada saat akhir kegiatan kepemahaman tersebut meningkat menjadi 72%. Sebagai besar peserta memahamai mengenai beberapa strategi pemasaran, hal baru bagi peserta adalah berkaitan dengan pembuatan P.IRT. sebagian besar peserta beranggapan bahwa pembuatan P.IRT merupakan langkah yang sangat sulit. Pengajuan P.IRT terdiri dari beberapa langkah yang harus dilakukan yaitu mengikuti seminar mengenai P.IRT, pendaftaran, dan kunjungan dinas kesehatan (Naimah and Soesilo 2015). Menurut Naimah dan Soesilo (2015) menyatakan bahwa terdapat beberapa keuntungan yaitu adanya alat perlindungan hukum serta memudahkan pemasaran.

Sosialisasi terakhir adalah pengemasan dan produksi gula jawa yang diikuti oleh 39 peserta yang terdiri dari bapak dan ibu warga tangkisan I yang memiliki profesi berkaitan dengan gula jawa. Secara mengejutkan pemahaman peserta tentang pengemasan dan produksi gula jawa pada awal sosialisasi mencapai 76%. Pada akhir sosialisasi pemahaman meningkat menjadi 89%. Bagian yang paling sulit dimengerti oleh sebagian besar peserta adalah mengenai pengemasan. Hal ini mengingat peserta pelatihan tidak melakukan pengemasan produk gula jawa dengan baik sebelumnya.ada bebarap syarat yang harus dipenuhi dalam membuat kemasan yaitu tidak toksik, harus cocik dengan bahan yang dikemas, sanitasi dan syarat-syarat

kesehatan terjamin, dapat mencegah pemalsuan, kemudahan membuka dan menutup, kemudahan dan keamanan dalam mengeluarkan isi, kemudahan pembuangan kemasan bekas, ukuran, bentuk dan berat, penampilan dan pencetakan, serta biaya rendah (Rahmawati 2013)

Teknik yang dilakukan untuk mengambil nira atau bahan baku dari gula jawa disebut *nderes*. *Nderes* juga dilakukan sambal memasang tempat untuk panen berikutnya. *Ndedes* dilakukan setiap hari pada pagi hari pukul 5.30 dan sore hari pukul 16.00 dengan memanjat pohon kelapa untuk mengambil nira. Pengolahan nira menjadi gula jawa dilakukan pada hari senin-kamis. Alat penampung nira selama ini dibuat dari ember plastik yang tidak terjamin kualitasnya. Sehingga disarankan menggunakan ember dari bamboo yang dilapisi plastik makanan sekali pakai.



Gambar 1. Desain kemasan gula jawa produksi Tangkisan I.

Selama ini warga menyimpan nira dengan menambahkan bahan kimia agar tahan lama dan tidak berbau. Bahan kimia yang digunakan merupakan Natrium Metabisulfit ($\text{Na}_2\text{S}_2\text{O}_5$). Bahan kimia ini merupakan pengawet anorganik yang berfungsi sebagai desinfektan, antioksidan dan pengawet makanan, bahan ini dapat menyebabkan reaksi alergi pada orang yang sensitif terhadap sulfit (Praja, 2015). Hasil pendampingan diperoleh penggunaan ekstrak manggis dan kapur sirih dapat berperan sebagai pengganti bahan kimia tersebut. Pengolahan gula jawa biasanya dilakukan dengan merebus nira diatas wajan. Hasil pendampingan mendapatkan selama ini warga menggunakan kawat besi dan detergen untuk mencuci wajan, selain itu sebagai campuran digunakan parutan kelapa. Ternyata penggunaan detergen dapat mengurangi mutu gula jawa, penggunaan kawat besi menyebabkan serpihan kawat menempel pada wajah sehingga bercampur pada gula jawa.

Pengajuan No P.IRT ke Dinas Kesehatan berlangsung dengan lancar. No.P.IRT telah diperoleh dengan no PIRT 2093401010648-24. Berbekal nomer tersebut maka kemasan didesain menggunakan plastik aluminium foil dan plastik transparan yang disegel bagian atas. Desain kemasan dapat dilihat pada gambar 1. Produk tersebut dipasarkan dengan merk dagang Gunung Gondong dengan bobot 1 kg dan harga jual Rp. 25.000 dari produsen. Harga tersebut jauh diatas harga tanpa kemasan yang hanya dijual dengan harga Rp. 18.000 per kg. Naimah dan Soesilo (2015) menjelaskan bahwa no P.IRT memiliki banyak manfaat salah satunya adalah promosi, produk yang telah memperoleh no P.IRT tidak perlu sembunyi dari pengawasan pemerintah.

Kesimpulan

Rangkaian kegiatan penyuluhan mengenai sistem pembukuan sederhana, penyuluhan tentang pemasaran dan penyuluhan tentang pengemasan, pengolahan gula jawa serta pendampingan proses produksi gula jawa yang higienis serta proses pengajuan No. P. IRT ke dinas kesehatan telah dilakukan. Hasil akhir dari pengabdian ini adalah adanya Produk Dusun Tangkisan I sudah dipasarkan di jejaring took TOMIRA dan beberapa koperasi milik daerah dengan merk dagang Gunung Gondong. Produk tersebut memiliki No PIRT 2093401010648-24 dengan bobot 1 kg dan harga jual Rp. 25.000 dari produsen. Harga tersebut jauh diatas harga tanpa kemasan yang hanya dijual dengan harga Rp. 18.000 per kg.

Ucapan Terima Kasih

Terima kasih kepada Lembaga Penelitian, Publikasi, Dan Pengabdian Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan hibah pengabdian kepada Masyarakat dengan no SK 2816/SK-LP3M/I/2019 Tahun Akademik 2018/2019. Terima kasih juga dihaturkan kepada Asmuni Ari selaku kepala dusun Tangkisan I, bapak Supardi selaku ketua karang taruna dan kelompok KKN 31.

Daftar Pustaka

- BPS Kabupaten Kulonprogo. 2018. *Kecamatan Kokap Dalam Angka*. PT. Solo Grafika Utama.
- Murina, Sasha, and Rahmawati. 2017. "Pengaruh Tingkat Pendidikan, Kualitas Pelatihan, Dan Pengalaman Kerja Aparatur Desa Terhadap Pemahaman Laporan Keuangan Desa (Studi Pada Kecamatan Banda Raya Kota Banda Aceh)." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi Unsyiah* 2(3): 111-21.
- Naimah, and Soesilo. 2015. "Manfaat Legalitas P-IRT Bagi Pengembangan Usaha Dalam Prrogram IbM Kripik Pisang Berkulit." *Jurnal Pengabdian Masyarakat IPTEKS* 1(2): 51-63.
- Rahmawati, Fitri. 2013. *Pengemasan Dan Pelabelan*.
- Santoso, Hieronymus Budi. 1993. *Pembuatan Gula Kelapa*. Kanisius.

Pengembangan Usaha Gitar Sebagai Wisata Industri Kreatif Unggulan Daerah

Wahyu Tri Hastiningsih^{1*}, Junaedi², A.Anditha Sari³ dan Ichwan Prastowo⁴

¹ Politeknik Indonusa Surakarta, Jl. KH. Samanhudi No.31 Mangkuyudan, Laweyan

² Politeknik Indonusa Surakarta, Jl. KH. Samanhudi No.31 Mangkuyudan, Laweyan

³ Politeknik Indonusa Surakarta, Jl. KH. Samanhudi No.31 Mangkuyudan, Laweyan

⁴ Politeknik Indonusa Surakarta, Jl. KH. Samanhudi No.31 Mangkuyudan, Laweyan

Jl. Kemasan 1 No 8 Kepatihan Kulon 57129, 087835154343

Email: wahyutri@poltekindonusa.ac.id

Abstrak

Tujuan dari pelaksanaan PPPUD 2019 ini adalah untuk memecahkan permasalahan dari mitra yaitu masih kurangnya kapasitas produksi, belum adanya pengelolaan manajemen keuangan, belum adanya merek, serta belum adanya pemasaran yang maksimal terutama pada segmen pasar ekspor dan pemasaran melalui media internet. Berdasarkan permasalahan diatas, maka tim PPPUD ini pada tahun pertama memberikan bahan dan alat untuk meningkatkan produksi gitar, pelatihan pembukuan online, pembuatan merek dagang yaitu Javaguitar, pembuatan alat promosi berupa kartu nama dan nota penjualan serta masuk pada market place yaitu Tokopedia dan Bukalapak. Pembuatan Facebook, Instagram serta adanya website. Hal ini semua diharapkan akan berdampak pada terciptanya kualitas produk yang baik, pengelolaan keuangan/akutansi terkomputerisasi, branding yang kuat dan pemasaran secara global. Luaran wajib yang telah dihasilkan adalah publikasi media cetak, peningkatan produksi, peningkatan pemasaran, dan peningkatan nilai asset mitra.

Kata kunci: Industri gitar, manajemen usaha, media online

Pendahuluan

Desa Mancasan merupakan salah satu desa dengan akses listrik dan jalan raya yang cukup baik dimana sebelum memasuki desa Mancasan, melewati sebuah pabrik tekstil yang cukup besar, yang terletak pada 12 Km arah Selatan pusat Kota Solo atau bisa ditempuh kurang lebih 30 menit dengan lalu lintas normal. Dengan jumlah penduduk lebih dari 6000 orang dengan mata pencaharian yang terbanyak sebagai petani, hal ini tetap menjadikan masyarakat sebagai pengrajin industry rumah tangga berupa gitar menduduki urutan nomer 3 (profil desa 2013). Industri kerajinan gitar ini mulai berkembang sejak tahun 1975 dimana musik keroncong masih berjaya. Hingga sekarang jumlah pengrajin masih bertahan. Alat musik yang diproduksi yaitu bass, cello, gitar dan alat gitar dengan bahan kayu yang lainnya. Kemampuan ini dimiliki warga secara turun temurun baik dari peralatan ataupun teknik yang digunakan. Bahan-bahan gitar dapat diperoleh dengan mudah disekitar desa Mancasan baik dari bahan utama, bahan pendukung hingga *packaging*.

Keahlian pengrajin dan bahan baku telah dimiliki oleh para pengrajin namun dalam pengembangan industri dalam taraf UMKM perlu adanya modal dan motivasi yang kuat. Pada penelitian yang telah dilakukan oleh ketua peneliti Wahyu dalam jurnal *Hotelier* (2015) di Sentra Industri gitar Sukoharjo bahwa dalam hal kedisiplinan dan motivasi pengrajin gitar masih perlu adanya dukungan yang kuat dari diri sendiri serta adanya system yang baik dalam guna menunjang produktifitas. Dengan adanya disiplin serta motivasi yang baik akan menselaraskan hasil produksi. Hal ini perlu adanya kesinambungan yang selaras yang berujung pada peningkatan nilai produktivitas pengrajin gitar.. Hal inilah yang menjadi latar belakang dilaksanakannya kegiatan ini oleh ketua pengusul melalui Program Pengembangan Produk Unggulan Daerah (PPPUD).

Dalam penelitian sebelumnya, Wahyu Tri H (2015:50-51) menjelaskan ada faktor-faktor yang mempengaruhi produk gitar. Pertama, proses produksi gitar membutuhkan ketelitian mulai dari pemilihan bahan sampai proses akhir. Setiap alat musik mempunyai cara pembuatan yang berbeda-beda, mulai dari bahan baku yang digunakan sampai proses pengerjaannya. Produksi merupakan segala kegiatan dalam menciptakan dan menambah kegunaan (*utility*) sesuatu barang atau jasa. Kelompok usaha gitar ini terus berupaya melakukan proses produksi namun keterbatasan peralatan dan stock bahan menjadikan adanya kapasitas produksi tidak maksimal.

Faktor kedua adalah tenaga kerja. Tenaga kerja banyak yang tidak memiliki ketrampilan yang lebih spesifik pada industri gitar. Tenaga kerja mendapatkan ketrampilan dari dasar yang diperoleh dari turun temurun. Tenaga kerja juga hanya memiliki pendidikan formal minimal SD hingga SMA. Faktor ketiga adalah pemasaran dan manajemen. Di bidang pemasaran, mitra dalam memasarkan produknya belum memiliki merek (*brand*) Seringkali dari pihak pengepul/distributor yang akan memberikan *brand* sebelum di packing atau dari konsumen pribadi pula yang akan memberikan *brand* tersendiri. Keberadaan merek menurut Rangkuti (2012) bukan sekedar simbol namun memiliki 5 fungsi yaitu atribut, nilai, manfaat, kepribadian dan pemakai. Dalam cara pemasaran mitra masih menerima pesanan melalui telepon belum melalui media online.

Mitra belum memahami pembukuan dan pengelolaan manajemen. Tidak ada penyimpanan untuk nota-nota pembelian. Mitra masih mengandalkan daya ingat dikarenakan hal ini telah menjadi kebiasaan harian. Modal usaha dan kebutuhan pribadi sering kali menjadi satu sehingga sehingga pengelolaan keuangan tidak terkontrol dengan baik. Oleh karenanya perlu diadakannya pelatihan bagi mitra agar seluruh proses tersebut dapat menentukan pendapatan usaha dan meminimalkan biaya serta dalam penggunaan dan pengalokasian dana menjadi efisien untuk memaksimalkan nilai perusahaan.

Berdasarkan pada permasalahan yang dihadapi oleh mitra tersebut, tim PPPUD sepakat untuk menyelesaikan permasalahan tersebut dengan prioritas pada aspek produksi dengan memberikan penambahan peralatan dan bahan, memberikan pelatihan pembukuan dan

memberikan pelatihan pemasaran meliputi produk, promosi, distribusi dan harga (4P) guna meningkatkan omset mitra.

Metode Pelaksanaan

Berdasarkan analisis dari pembuatan gitar dari mitra Ari Kustanto yang merupakan mitra PPPUD anggaran 2019 Desa Mancasan Sukoharjo maka peluang yang didapat akan memberikan keuntungan yang ekonomis, maka permasalahan baik dari sisi produksi hingga pemasaran, perlu adanya pemecahan masalah yang terjadi dilokasi mitra. Di bidang produksi, keterbatasan peralatan dan stock bahan menjadikan adanya kapasitas produksi tidak maksimal. Keterbatasan peralatan dikarenakan terbatasnya permodalan untuk membeli peralatan dikarenakan harganya relative cukup tinggi dan jenis peralatan yang cukup banyak sehingga hanya beberapa peralatan yang dianggap penting yang terbeli dan sisanya menggunakan manual. Solusi permasalahan di bidang produksi adalah perlu adanya penambahan alat dan bahan. Dalam bidang produksi peneliti juga melaksanakan pelatihan Keselamatan Kesehatan Kerja (K3). Pelatihan ini berguna lebih mensupport teknik dan system produksi yang lebih baik sehingga dari sisi waktu produksi dapat terselesaikan lebih cepat dan hasilnya lebih baik.

Dalam bidang manajemen, mitra tidak memahami pembukuan dan pengelolaan manajemen. Setiap kali transaksi dan produksi, mitra hanya mencatat pada buku tulis seadanya. Jauh dari kata pengelolaan keuangan yang baik, hal ini juga dikarenakan latar belakang pendidikan yang rendah bahkan tidak ada kemampuan ketrampilan dalam bidang pembukuan. Modal usaha dan kebutuhan pribadi sering kali menjadi satu sehingga sehingga pengelolaan keuangan tidak terkontrol dengan baik. Melihat permasalahan ini, peneliti melaksanakan pelatihan akuntansi online.

Dalam bidang pemasaran yaitu penjualan lebih banyak diambil oleh pihak pengepul, belum adanya penataan gitar yang baik di *showroom*, dalam hal branding, mitra masih belum memiliki brand untuk ditempel sebagai identitas gitar hasil produksi, Maka solusi dari permasalahan tersebut peneliti melaksanakan pelatihan pemasaran secara online di Tokopedia dan Bukalapak serta membuatkan Instagram, Facebook serta web dan mengadakan merek dagang bagi mitra.

Hasil dan Pembahasan

Industri gitar yang terletak di Mancasan, Baki Sukoharjo telah masuk sebagai usaha unggulan daerah. Hal ini nampak dari pekerjaan di setiap rumah tangga yang ada di daerah ini adalah sebagai pembuat gitar. Sayangnya, sebagai Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) pengembangan usaha terhambat oleh faktor produksi, pembukuan dan pemasaran. Salah satunya dialami oleh mitra yaitu Ari Kusnanto. Peneliti melalui Program Pengembangan Produk Unggulan Daerah (PPPUD) yang didanai Kemenristekdikti tahun anggaran 2019 mengadakan pelatihan, pengadaan barang, perbaikan tempat produksi dan peningkatan produksi pada tahun pertama bagi mitra. Sebagai UMKM tentu membutuhkan produksi

barang atau jasa bagi kelangsungan usahanya. Dalam pengelolaan produksi, mitra harus mampu melakukan pengadaan barang untuk bisa memprediksi berapa jumlah produksi yang bisa dihasilkan. Hal ini menurut Hendro yang dikutip oleh Layaman (2016:114) dalam artikelnya bahwa kekurangan dan kelebihan bahan baku produksi akan mempengaruhi proses produksi. Mitra dalam hal produksi memiliki keterbatasan bahan baku serta komponen pendukung. Hal ini bukan karena ketidakaadanya penjual namun lebih karena adanya keterbatasan dana. Mitra Ari membeli bahan sesuai untuk 1x produksi. Bilamana adanya pesanan dalam jumlah besar, dapat dilakukan namun sering kali tidak sesuai dengan waktu yang telah disepakati. Hal ini karena pembeli hanya memberikan *down payment* dan akan dibayar lunas setelah pesanan gitar diselesaikan oleh mitra Ari.

Pelaksanaan program PPPUD yang berjalan dari bulan April 2019 ini telah menghasilkan beberapa capaian. Capaian dalam proses produksi, peneliti melakukan pengadaan bahan baku produksi. Bahan bakunya seperti kayu mahoni, kayu maple, kayu sonokeling dan triplek. Alat produksi juga disediakan agar proses produksi berjalan lebih cepat dan efisien. Alat-alat tersebut seperti mesin pasah, grenda tangan, bor tangan, compressor dan gergaji listrik. Peneliti juga menyediakan Assesories pendukung puteran gitar, fred gitar, senar gitar, nut atas, nut bawah, dan lubang resonansi.



Gambar 1. Penyerahan bahan dan alat produksi

Dalam proses produksi keselamatan dan kesehatan kerja (K3) yang ada di mitra tidak mendapatkan perhatian dengan layak. Setiap pekerja produksi dalam melaksanakan produk tidak menggunakan alat keselamatan kerja. Mulai dari pembuatan body, stang, pendempulan body, amplas, cat warna dan finishing. Melihat pentingnya keselamatan dan kesehatan bagi pekerja, maka diadakan pemahaman melalui pelatihan K3 yang dilaksanakan oleh Ichwan Prastowo sebagai anggota peneliti. Dalam pemaparannya Ichwan menjelaskan tujuan K3 dan alat-alat pengaman apa saja yang digunakan oleh pekerja bagian produksi gitar.

Mitra yang merupakan UMKM dalam pencatatan administrasi keuangan ternyata tidak berjalan. Ari Kusnanto selaku pelaku usaha setiap bertransaksi atau mendapatkan dana (*down payment*) segera dibelanjakan bahan disekitar tempat tinggal. Nota pembelian bahan oleh mitra berupa body gitar, amplas, cat, dan komponen lainnya tidaklah disimpan dan dicatat. Tidak

ada penyimpanan untuk nota-nota pembelian. Hal ini karena tidak ada personil yang khusus untuk melakukan pencatatan pembelian. Mitra masih mengandalkan daya ingat dikarenakan hal ini telah menjadi kebiasaan harian. Bila produksi telah selesai, mitra hanya menerima sisa uang pelunasan dan mitra pun tidak melakukan pencatatan di buku khusus. Kondisi ini ternyata tidak hanya dialami oleh mitra. Seperti yang disampaikan suharni dikutip oleh Yuli Setyawati (2018:162) bahwa kelemahan UMKM dalam penyusunan laporan keuangan disebabkan rendahnya pendidikan, kurangnya pemahaman terhadap Standar Akuntansi Keuangan (SAK), dan pelatihan penyusunan laporan keuangan. Sadar akan hal ini, peneliti mengadakan pelatihan pembukuan sederhana dan bisa dilakukan setiap saat dengan memanfaatkan android. Capaian dalam pembukuan diberikannya pelatihan akuntansi oleh Junaedi selaku anggota melalui aplikasi akuntansi UKM dan cara pembukuan diberikan kepada mitra agar segala transaksi dapat dapat tercatat dengan baik dan rapi dan memudahkan mitra untuk mengelola keuangan secara online melalui aplikasi akuntansi UKM.

Sebagai Mitra, Ari Kusnanto dalam memasarkan produk gitarnya tidak menggunakan merek dagang. Ari memproduksi sesuai dengan pesanan merek dari pengepul atau distributor. Hal ini tentu merugikan Ari sebagai pelaku industri karena produk yang dihasilkan tidak memiliki *value* dan tidak dapat diidentifikasi. Merek menurut Muhammad Amirulloh (2017:29) berfungsi sebagai alat promosi produk sehingga masyarakat dapat dengan cepat mengidentifikasi produk kesukaannya berdasarkan merek. Melihat hal ini, dengan memperhatikan hal ini adanya perlindungan merek barang-barang yang akan diproduksi oleh suatu UMKM yang berdasarkan Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis berfungsi sebagai alat promosi produk sehingga masyarakat dapat dengan cepat mengidentifikasi produk kesukaannya berdasarkan merek. Capaian dalam hal pemasaran, peneliti bersama dengan mitra menghasilkan merek dagang dengan nama "Java Guitar".



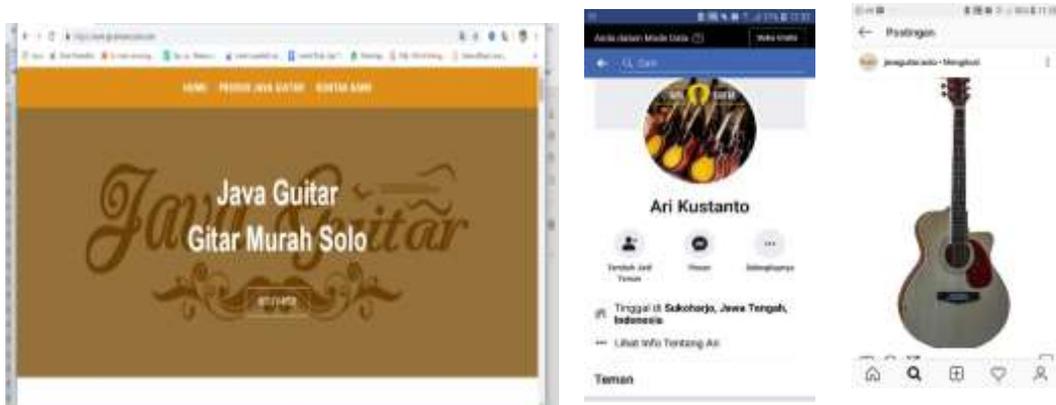
Gambar 2. Merek dagang mitra

Sebagai merek baru tentu membutuhkan media untuk menyebarkannya. Media yang telah dicapai oleh peneliti yaitu alat promosi melalui pembuatan kartu nama, pembuatan label dan nota pembelian. Media secara online, peneliti bersama mitra telah menghasilkan website di alamat www.gitarmancasan.com, facebook dan instagram dengan nama Java Guitar dan mendaftarkan di *marketplace* yaitu Tokopedia. Pencapaian yang dilakukan dalam hal

pemasaran dilaksanakan melalui proses pelatihan dan pendampingan secara berkelanjutan oleh Anditha Sari.



Gambar 3. Pembuatan Alat Promosi



Gambar 4. Media Promosi Melalui Online



Gambar 6. Marketplace Java Gitar

Capaian lain di tahun pertama adalah publikasi di media cetak yang telah terbit di Harian umum Solopos 20 Juli 2019 kolom Sukoharjo Pengabdian masyarakat dengan judul “Politeknik Indonusa Beri Pelatihan Pengrajin Gitar.

Kesimpulan

Pada tahun pertama pelaksanaan Program Pengembangan Produk Unggulan Daerah (PPPUD) yang dilaksanakan mulai bulan April 2019 telah mencapai beberapa target di bidang produksi, manajemen dan pemasaran. Harapannya ditahun ke dua, peneliti bisa ikut serta dalam pameran baik dalam kota maupun luar kota sehingga pemasaran semakin meningkat. Hal ini tidak berhenti begitu saja, namun pada tahun ketiga adanya pemberian dana untuk pengembangan desa sebagai tujuan wisata industry. Hal ini dengan pembuatan showroom bagi pengrajin gitar yang tidak mempunyai tempat. Tidak hanya sebagai showroom saja namun menjadi tempat bagi kelompok pecinta music sebagai tempat berkumpul untuk menyatukan rasa sehingga dapat ditonton oleh warga sekitar dan harapannya sebagai tontonan bagi wisatawan yang berkunjung. Hal ini sepadan sehingga yang datang tidak hanya membeli gitar namun dapat menonton sebuah pertunjukan music secara langsung. Perbaiki sarana dan prasana bagi wisatawan yang akan berkunjung dalam hal kebersihan lingkungan sekitar patut menjadi dasar yang penting sehingga dapat menjadi sebuah daya tarik.

Ucapan Terima Kasih

1. Kementerian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi yang telah mendanai kegiatan Program Pengembangan Produk Unggulan Daerah (PPPUD) dengan No: 01/UPPM-INDO/IV/ABDIMAS/2019
2. Ir. Suci Purwandari, MM sebagai Direktur Politeknik Indonusa Surakarta
3. Ari Kusnanto sebagai mitra yang telah kegiatan Program Pengembangan Produk Unggulan Daerah (PPPUD)

Daftar Pustaka

- Freddy Rangkuti.2012. Studi Kelayakan Bisnis & Investasi. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Layaman & Nurlatifah.(2016).Strategi Meningkatkan Produksi UMKM di Kabupaten Cirebon Melalui Efektifitas Persediaan Bahan Baku dan Modal Usaha.*Jurnal Al-Mustashfa*,4(2),112-123.
- Muhammad Amirulloh & Helitha Novianty Muchtar.(2017).Strategi Peningkatan Usaha Melalui Perlindungan Merek Bagi UMKM Sale Pisang.Dharmakarya,*Jurnal Aplikasi Iptek untuk Masyarakat*,6(1).29-32

- Yuli Setyawati & Sigit Hermawan.(2013).Persepsi Pemilik dan Pengetahuan Akuntansi Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Atas Penyusunan Laporan Keuangan.*Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan Indonesia*,3(2),161-2014.
- Wahyu Tri Hastiningish.(2015).Peningkatan Sumber Daya Manusia Pengrajin Gitar Sebagai Industri Kreatif Dukuh Kembangan Sukoharjo Jawa Tengah.*Jurnal Hotelier*,1(2),47-59.

Perencanaan Infrastruktur Dan Digital Marketing Sebagai Sarana Membangun Wisata “Gerojokan Sewu”

Zaini Muchlis

Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB), Prodi Ilmu Ekonomi UMY
 Jl. Brawijaya Taman Tirto Kasihan Bantul Yogyakarta
Zaini.muchlis@umy.ac.id

Abstrak

Kulonprogo memiliki potensi yang sangat tinggi terhadap pengembangan desa wisata, salah satunya berada di dusun Beteng yang memiliki wisata alam Grojokan Sewu. Tempat tersebut memiliki pesona alam yang sangat indah akan tetapi belum memiliki infrastruktur yang baik dan aman sebagai obyek wisata. Disisi lain kurangnya pengetahuan masyarakat sekitar dalam memasarkan obyek wisata ini menjadi kendala besar yang menyebabkan berkurangnya wisatawan yang berkunjung ke desa wisata tersebut. Perencanaan pembangunan infrastruktur terhadap obyek wisata tersebut dan pemasaran melalui digital marketing dipandang sangatlah perlu guna meningkatkan minat wisatawan yang berkunjung ke lokasi tersebut. Metode pelaksanaan program ini dilaksanakan dengan cara penyuluhan, fasilitasi peralatan dan transfer teknologi, pelatihan dan praktek aplikasi teknologi, serta pendampingan dan monitoring evaluasi terhadap masyarakat dusun Beteng. Adapun hasil dari pengabdian masyarakat ini adalah terbentuknya siteplan dan denah objek wisata serta website Grojokan sewu sebagai sarana marketing desa wisata. Sehingga dapat meningkatkan wisatawan yang berkunjung ke Grojokan Sewu, yang berdampak pula terhadap meningkatkan perekonomian warga dusun Beteng.

Kata Kunci: *Grojokan Sewu, Dusun Beteng, Siteplan, Digital Marketing*

Pendahuluan

Dusun Beteng terletak di Desa Jatimulyo kecamatan Girimulyo, Kulon Progo, Daerah Istimewa Yogyakarta. Desa ini terletak di barisan perbukitan Menoreh wilayah utara Kabupaten Kulon Progo, Daerah Istimewa Yogyakarta dengan ketinggian sekitar 700 meter di atas permukaan laut. Jumlah Penduduk desa ini sekitar 4.000 jiwa. (Wikipedia). Wilayah ini memiliki berbagai objek wisata alam yang sedang exist saat ini, adapun beberapa tempat wisata tersebut yaitu Air terjun Grojokan Sewu, Air Terjun Nggembor, Kembang soka, Sungai Mudal, Goa Keskiendo dan lain-lain. Desa ini juga kaya akan berbagai macam kebudayaan lokal yang masih asri dan menarik untuk dikunjungi seperti jatilan, jaran kepeng, Kirab Sapanan dll. Pengembangan destinasi pariwisata, maupun pengembangan daya tarik wisata pada umumnya merupakan bagian dari sebuah strategi dalam upaya memajukan, memperbaiki, dan meningkatkan kondisi riil daerah setempat, sehingga memberikan nilai tambah dan bermanfaat bagi masyarakat sekitar, pemerintah daerah dan wisatawan. Pembangunan suatu

wilayah atau desa menjadi desa wisata merupakan inovasi atau program baru dalam perencanaan pembangunan, dalam hal ini dilakukan pengembangan pariwisata yang tidak terlepas dari ciri kegiatan masyarakat pedesaan yang telah ada, baik kondisi potensi desa, potensi fisik, sosial ekonomi dan sosial budaya.(Agus Winasis, 2016)

Seiring dengan tumbuh pesatnya objek wisata maka diperlukan berbagai macam inovasi agar dapat menarik para wisatawan yang berkunjung ke lokasi wisata tersebut. inovasi merupakan sebuah cara dalam merespon perubahan dan perkembangan zaman yang sangat cepat saat ini. Desa memiliki peran yang sangat penting guna mendorong masyarakatnya untuk terus melakukan inovasi baik dari segi ekonomi, pemberdayaan masyarakat hingga teknologi yang digunakan untuk mempermudah serta meningkatkan taraf kehidupan masyarakat desa. Perencanaan infrastruktur dan siteplan dalam pengembangan sebuah obyek wisata merupakan inovasi yang sangat dibutuhkan dalam mengembangkan objek wisata. Disamping itu juga perlu adanya sebuah pengembangan konsep marketing dalam memasarkan objek wisata tersebut, yakni sebuah pemasaran yang mudah, efektif dan efisien melalui teknologi informasi digital marketing seperti website dan media sosial yang sudah banyak dikenal oleh khayalak seperti *Facebook, Twitter, Instagram, WhatsApp, Line* dan lain sebagainya yang belum dimanfaatkan secara utuh oleh masyarakat. (Stevanus, 2016).

Saat ini masyarakat sekitar belum dapat memaksimalkan potensi yang ada pada desa tersebut baik dari segi potensi alamnya ataupun sumberdaya manusianya, hal tersebut dikarenakan kurangnya pengetahuan masyarakat akan pengelolaan tempat wisata baik dalam hal penyediaan sarana dan prasarannya ataupun dalam memasarkannya kepada masyarakat yang lebih luas. Sehingga berdampak pada kurangnya wisatawan yang berkunjung ke objek wisata tersebut dikarenakan ketidaktahuannya akan informasi objek wisata yang dimiliki dusun Beteng. Oleh karenanya, melalui program pengabdian KKN-PPM ini pengabdian mencoba memberdayakan masyarakat dengan memberikan ide dalam membuat perencanaan infratraktur serta mengintegrasikan pemanfaatan teknologi website portal informasi yang terintegrasikan ke media sosial sebagai upaya peningkatan kunjungan wisatawan terhadap objek wisata “Grojokan Sewu” di Dusun Beteng Girimulyo Kulonprogo. Perencanaan sebuah infrastruktur dan konsep pemasaran yang ideal melalui digital marketing seperti website dan media sosial dipandang sangatlah penting dalam meningkatkan dan memajukan sebuah objek wisata.(Wanatirta.com). Sebab selain bisa menyebar luaskan informasi secara cepat dan efisien, wisatawan juga merasa terjamin keamanan dan kenyamanannya.

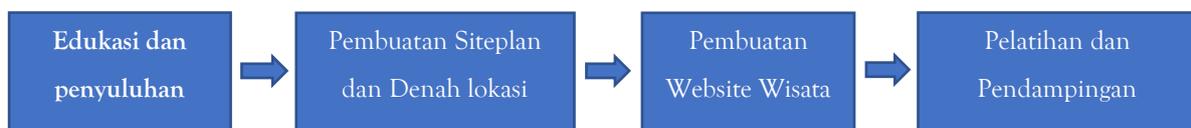
Metode Pelaksanaan

Pengelolaan objek wisata bukanlah perkara yang mudah, selain memiliki banyak permasalahan yang harus diselesaikan didalamnya, proyek pengembangan wisata ini merupakan program berkelanjutan yang harus dibangun oleh seluruh pemangku kepentingan yang terkait sebab menyangkut kepentingan masyarakat luas khususnya para wisatawan yang berkunjung.(Neno Rizkianto, 2018) maka perlu adanya sebuah program yang matang untuk

mengatasi permasalahan tersebut. Dalam rangka mencapai tujuan program usaha diperlukan sebuah metode dalam implementasinya. Adapun metode pelaksanaan yang akan digunakan dalam program ini yaitu:

- Pertama adalah melakukan penyuluhan terhadap masyarakat, yaitu dengan mengumpulkan semua masyarakat di Pendopo Dusun Beteng untuk mengikuti penyuluhan akan arti pentingnya membuat infrastruktur perencanaan dan juga konsep marketing yang baik dengan menggunakan media online. Beberapa materi yang diberikan antara lain arti penting sebuah perencanaan dan juga pemasaran melalui website dan media sosial dalam memajukan desa wisata Grojokan Sewu.
- Kedua adalah mendorong masyarakat dalam perencanaan perbaikan sarana dan prasarana yang akan digunakan dalam memajukan wisata Grojokan Sewu, yaitu dengan memfasilitasi pembuatan siteplan dan denah lokasi pada objek wisata tersebut. Dengan adanya perencanaan yang matang akan memaksimalkan pemberdayaan masyarakat melalui sumberdaya manusia yang ada pada dusun tersebut untuk dapat saling mendorong dalam mewujudkan kawasan desa wisata.
- Ketiga adalah melakukan transfer ilmu pengetahuan akan teknologi informasi yang digunakan untuk memasarkan objek wisata Gorjokan Sewu, yaitu dengan membantu masyarakat khususnya karang taruna dalam pembuatan website serta pengelolaan media social lainnya agar dapat mempublikasikan potensi yang dimiliki oleh dusun Beteng khususnya dalam hal wisata.
- Keempat adalah Melakukan pelatihan dan pendampingan pengelolaan website serta media social terhadap masyarakat yang akan mengelola kawasan wisata Grojokan Sewu dengan mendalami materi yang telah dimiliki oleh masyarakat Dusun Beteng.

Adapun tahapan metode pelaksanaan kegiatannya adalah sebagai berikut:



Program kerja utama dalam mengembangkan kawasan wisata ini berada dalam ruang lingkup dusun, hal ini dikarenakan objek wisata tersebut berada di kawasan pedukuhan yang ditangani langsung oleh kepala dusun sebagai pelindungnya dan masing-masing ketua RT menjadi penanggung jawab dari pengelolaan objek wisata ini, sehingga masyarakat itu sendiri yang nantinya yang akan mengembangkan lokasi wisata milik dusun Beteng.

Hasil dan Pembahasan

Pelaksanaan program pengelolaan infrastruktur dan marketing lokasi wisata Grojokan Sewu melalui website dan media sosial ini memiliki beberapa hasil positif dalam halnya memviralkan potensi wisata di dusun Beteng kepada masyarakat dan juga meningkatkan perekonomian masyarakat melalui para wisatawan yang berkunjung di wilayah tersebut. Adapun beberapa hasil dari berjalannya program ini adalah:

a. Edukasi masyarakat melalui penyuluhan pemberdayaan masyarakat

Pengelolaan pariwisata berbasis masyarakat merupakan pengelolaan wisata yang dilaksanakan dengan melibatkan masyarakat sekitar yaitu dengan cara memberdayakan masyarakat sekitar dengan mengedepankan partisipasi aktif masyarakat dengan tujuan untuk memberikan kesejahteraan bagi mereka dengan tetap menjaga kualitas lingkungan, serta melindungi kehidupan sosial dan budayanya. (Purmada, 2016) Maka memberikan edukasi dan menyadarkan masyarakat dalam pengelolaan lokasi wisata menjadi bagian penting agar warga memahami perannya dalam memajukan desa serta perekonomian masyarakat. Melihat kondisi masyarakat saat ini belum banyak yang mengetahui bagaimana tata cara mengelola tempat wisata baik dari segi pengelolaan tata ruang, marketing, administrasi dan juga perencanaan jangka panjang. Tantangan utama dalam memajukan desa wisata grojokan sewu ini adalah bagaimana semua lapisan masyarakat bisa berperan dan bersinergi secara tepat agar dapat mendatangkan wisatawan yang berkunjung ke lokasi tersebut. Sebab sampai saat ini masyarakat masih belum bisa merasakan hasil daripada adanya lokasi wisata di wilayah mereka. Hal yang demikian itu disebabkan sebagian besar dari mereka masih menjadikan bercocok tanam sebagai mata pencaharian utama mereka sehingga mereka tidak dapat focus terhadap kemajuan desa yang memiliki potensi yang besar dalam sektor wisata.



Gambar 1: Penyuluhan terhadap masyarakat di balai dusun Beteng

Implementasi pemberdayaan masyarakat dalam hal ini dapat dilakukan melalui penyuluhan terhadap masyarakat, yaitu dengan cara mengumpulkan masyarakat di balai dusun Beteng untuk mengikuti penyuluhan dan menyadarkan masyarakat akan arti pentingnya tata kelola desa wisata dan juga pemasarannya dalam memajukan perekonomian warga. Hal

tersebut bisa berjalan dan dapat dilakukan oleh sebagian besar warga dengan cara berkomitmen bersama dan memfokuskan ide-ide mereka dalam mengelola serta memasarkan wisata Grojokan sewu yang ada di dusun mereka, serta bekerjasama dengan perangkat desa dalam hal administrasi, marketing ataupun yang berkaitan dengan peraturan-peraturan daerah yang berlaku. Dengan demikian warga bisa mendapatkan keuntungan yang akan menambah penghasilan mereka dari pengelolaan lokasi wisata yang telah mereka kelola secara baik.

b. Pembuatan siteplan dan petunjuk lokasi wisata Grojokan sewu

Ketiadaan denah petunjuk lokasi wisata dan perencanaan tata kelola ruang wisata akan berdampak terhadap berkurangnya wisatawan yang berkunjung ke lokasi tersebut, hal tersebut dikarenakan kurangnya informasi yang didapat oleh wisatawan mengenai fasilitas yang ada pada lokasi wisata. (Farid Said dkk, 2017) Maka dalam hal ini siteplan dan juga petunjuk lokasi wisata dianggap perlu untuk perencanaan perbaikan sarana dan prasarana yang akan digunakan dilokasi wisata juga dalam memfasilitasi para wisatawan dengan memberikan informasi yang jelas kepada mereka sehingga dengan demikian diharapkan dapat memajukan wisata Grojokan Sewu. Akan tetapi hal tersebut haruslah didukung dengan memaksimalkan pemberdayaan masyarakat dari sumberdaya manusia yang ada pada Dusun Beteng untuk dapat saling gotong royong dalam mewujudkan kawasan desa wisata. Adapun contoh siteplan dan petunjuk lokasi yang telah dibuat melalui program pengabdian masyarakat ini adalah sebagai berikut:



Gambar 2: Siteplan dan petunjuk lokasi wisata Grojoka Sewu

c. Pembuatan website wisata Grojokan sewu dan publikasi Media sosial

Era modern ini website dan media social menjadi salah satu alat paling efektif yang dapat digunakan untuk memasarkan segala produk yang ada kepada masyarakat luas, sebab jaringan internet pada saat ini sebagai jembatan komunikasi yang dapat memberikan informasi kepada setiap orang dimanapun ia berada. Website sudah menjadi komponen wajib bagi para pengelola usaha, tak terkecuali dalam sektor pariwisata yang dengannya para wisatawan dapat mencari informasi terkait lokasi wisata yang akan dikunjunginya. Maka pembuatan website

wisata Grojokan sewu ini dipandang perlu guna mengenalkan, memasarkan dan memajukan potensi wisata yang ada di Dusun Beteng ini. Dalam hal ini UMY melalui LP3M telah mengutus mahasiswanya melalui program KKN bekerjasama dengan perangkat dusun beteng dalam mengenalkan lokasi wisata tersebut dengan membuat website wisata grojokan sewu, yang kemudian akan dikelola oleh para pemuda karang taruna yang ada di dusun tersebut. Dengan adanya system informasi tersebut diharapkan dapat meningkatkan wisatawan yang berkunjung di lokasi grojokan sewu. Masyarakat dapat mengakses langsung website wisata tersebut di alamat: grojokansewukp.wordpress.com. Adapun contoh laman website dan publikasi media social tersebut sebagai berikut:

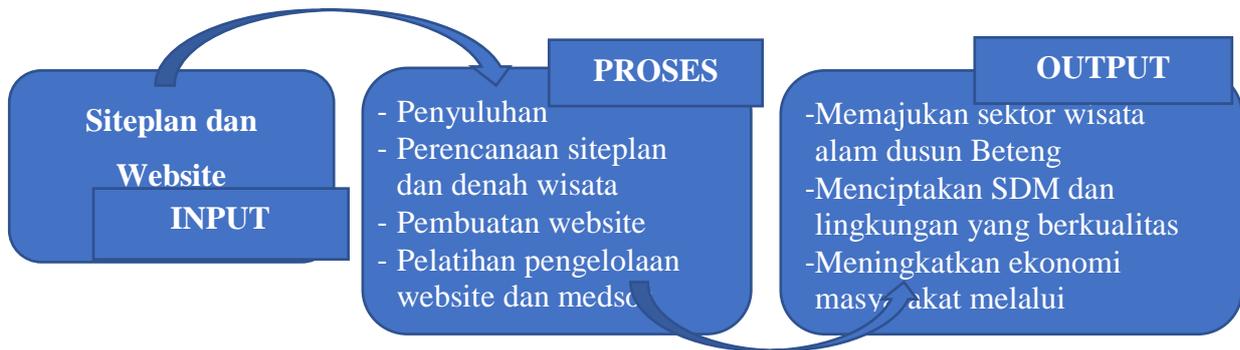


Gambar 3: Website Grojokan sewu dan publikasi melalui channel youtube

d. Pelatihan dan pendampingan dalam pengelolaan website dan media sosial

Masyarakat memiliki peran besar dalam melakukan pengembangan desa wisata dan pengelolaan daya tarik wisata di dusun Beteng. Pada tahap perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi masyarakat selalu terlibat sesuai tugas dan porsinya masing-masing. Begitu juga dengan pemasaran yang dilakukan melalui website, video dan perencanaan pengembangan kawasan wisata, hal tersebut harus dapat dilaksanakan dan dilanjutkan oleh masyarakat dusun Beteng, sebab ini merupakan sebuah program jangka panjang. Akan tetapi pengetahuan dalam mengelola website sangatlah jarang diketahui oleh masyarakat, begitu juga terhadap media social seperti twitter, Instagram dan lain-lain. Sebagian besar masyarakat menggunakan internet hanya sekedar untuk mencari informasi, akan tetapi banyak diantara mereka yang tidak mengerti bagaimana membuat, mengupload, mengisi data serta menjalankan website dan medsos tersebut. Dalam hal ini, kami berusaha untuk memberikan beberapa pelatihan dan pendampingan tentang tata cara pengelolaan website grojokan sewu kepada para pemuda karang taruna yang menjadi pengelola dalam mengembangkan lokasi wisata tersebut. Diharapkan kedepannya mereka dapat mandiri dan dapat memaksimalkan potensi alam yang ada pada wilayah mereka, sehingga dapat memajukan dusun beteng sebagai bagian daripada desa wisata alam yang ada di Indonesia, yang pada akhirnya juga dapat meningkatkan perekonomian warga sekitar dengan bertambahnya para wisatawan yang berkunjung ke lokasi

wisata tersebut. Berikut tabel proses dan output yang dihasilkan dari program perencanaan infrastruktur dan digital marketing di dusun Beteng.



Kesimpulan

Program Pemberdayaan masyarakat (PPM) melalui program perencanaan infrastruktur dan digital marketing mampu memberikan solusi alternatif dalam mengatasi permasalahannya. Solusi yang telah terlaksanakan diantaranya:

1. Memajukan sektor wisata alam yang dimiliki dusun Beteng dengan adanya sebuah perencanaan melalui siteplan serta perbaikan sarana dan prasarana di lokasi objek wisata.
2. Membuat system teknologi informasi digital yang digunakan untuk memasarkan potensi desa wisata grojokan sewu terhadap masyarakat luas.
3. Menciptakan sumberdaya manusia dan lingkungan yang berkualitas yang dapat memaksimalkan segala potensi yang dimiliki desa khususnya dibidang wisata.
4. Bertambahnya jumlah wisatawan yang berkunjung ke desa wisata grojokan sewu kulon progo yang secara tidak langsung meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar.
5. Meningkatkan peran masyarakat atas kepeduliannya terhadap pengembangan objek wisata alam serta pengetahuannya dalam memasarkan desa wisata ke masyarakat luas.

Saran kami kepada pengelola lokasi wisata dan juga website grojokan sewu untuk dapat terus mengupdate segala sesuatu yang menjadi potensi desa tersebut, baik dari sarana prasarana maupun informasi yang dapat disampaikan ke masyarakat luas. sehingga bisa memajukan sektor wisata secara professional. Dan juga kepada jajaran perangkat dusun Beteng untuk dapat berkolaborasi dengan seluruh jajaran masyarakat dalam menjalankan program memajukan wisata Grojokan sewu ini dengan saling bahu membahu dalam membenahi dan memasarkan lokasi wisata tersebut, sehingga kedepannya dapat memajukan perekonomian masyarakat sekitar secara tidak langsung.

Ucapan Terima Kasih

1. Lembaga Pendidikan, Penelitian, dan Pengabdian pada masyarakat (LP3M) Universitas Muhammadiyah Yogyakarta atas Kemitraan Pelaksanaan KKN PPM di dusun Beteng desa Jatimulyo Kulonprogo.
2. Kepala Dusun Beteng, Jatimulyo, Kulonprogo Yogyakarta atas Kemitraan Program KKN PPM
3. Warga Dusun Beteng, Desa Jatimulyo yang telah bersedia bermitra untuk Pelaksanaan program pengelolaan infrastruktur dan marketing lokasi wisata Grojokan Sewu melalui website dan media social.
4. Mahasiswa KKN Universitas Muhammadiyah Yogyakarta kelompok 049.

Daftar Pustaka

<http://www.wanatirta.com/pembuatan-master-plan-pengembangan-desa-wisata>

https://id.wikipedia.org/wiki/Jatimulyo,_Girimulyo,_Kulon_Progo

Purmada, Dimaz Kurnia dkk. 2016. *Pengelolaan Desa Wisata Dalam Perspektif Community Based Tourism*. JAB: Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 32 No. 2 Maret 2016. Malang

Rizkianto Neno, Topowijono. 2018. *Penerapan Konsep Community Based Tourism Dalam pengelolaan daya Tarik Wisata Berkelanjutan*. JAB: Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 58 No. 2 Mei 2018. Malang

Said, Farid dkk. 2017, *Pengembangan daya Tarik wisata melalui perancangan petawisata pantai berbasis Google Scetch up*. Jurnal Pekommas, Vo 2, No 2, Okt 2017. Makassar

Wijaya, Stevanus. 2016. *Media Sosial bagi Desa Wisata: Sebuah Kajian Konseptual*. Media Teknika Jurnal Teknologi Vol. 11, No. 1, Juni 2016. Yogyakarta.

Winanis, Agus & Dody Setyawan. 2016. *Efektivitas Program Pengembangan Desa Wisata Melalui Kelembagaan Dalam Peningkatan Sumber Daya Alam (SDA)*. JISIP: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Vol. 5, No. 2 (2016). Malang

Peningkatan Kualitas Produk Biji Kopi Robusta Di Desa Nglinggo Barat, Kelurahan Pagerharjo, Kecamatan Samigaluh, Kabupaten Kulon Progo

Zuhri Nurisna¹, Sotya Anggoro²

¹. D3 Teknik Mesin UMY, Jalan Brawijaya Tamantirto Kasihan Bantul, D.I. Yogyakarta 55183, (0274) 387686

² D3 Teknik Mesin UMY, Jalan Brawijaya Tamantirto Kasihan Bantul, D.I. Yogyakarta 55183, (0274) 387686

Email: zuhrinurisna@umy.ac.id

Abstrak

Kopi adalah komoditas perdagangan internasional terbesar kedua setelah minyak bumi. Potensi itu ditunjukkan dengan peringkat ekspor kopi Indonesia yang mencapai peringkat ke 4 terbesar dunia setelah Brazil, Vietnam dan Kolombia. Desa Nglinggo Barat Kelurahan Pagerharjo, Kecamatan Samigaluh, Kabupaten Kulon Progo mayoritas penduduknya bekerja sebagai petani kopi. Pembinaan pada petani kopi ini perlu dilakukan untuk menambah wawasan dan meningkatkan kualitas produksi hasil biji kopi. Masalah yang dihadapi petani tradisional ini adalah kesulitan untuk penanganan pasca panen saat panen raya. Pengelolaan pasca panen kopi masih manual dan membutuhkan waktu yang lama sehingga menurunkan produktivitas pengolahan biji kopi, selain itu pengolahan biji kopi yang masih manual dengan cara ditumbuk dapat merusak kualitas biji kopi yang dihasilkan. Tahapan pelaksanaan program meliputi sosialisasi program kegiatan, mengundang pakar yang kompeten pada bidang pengolahan produk biji kopi, dan memberikan bantuan alat pengupas kulit ari biji kopi sehingga dapat meningkatkan kualitas produksi biji kopi yang dihasilkan dan nilai ekonominya tetap tinggi.

Kata Kunci: *Pengupasan buah kopi, Kopi Robusta, Teknologi tepat guna.*

Pendahuluan

Desa Nglinggo Barat yang terletak di Kelurahan Pagerharjo, Kecamatan Samigaluh, Kabupaten Kulon Progo berjarak 34 km dari kampus Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Desa Nglinggo Barat merupakan salah satu desa wisata di Yogyakarta yang berada pada ketinggian 900-1000m dpl sehingga sehari-hari desa ini berhawa sejuk disiang hari dan dingin di malam hari. Kondisi tersebut membuat tanaman kopi mampu tumbuh subur dan berbuah sempurna. Sementara itu salah satu keunggulan kopi produksi warga Nglinggo Barat ini adalah cita rasa yang khas. Kopi dari desa Dlinggo ini sudah ada sejak jaman kolonial dan memiliki cita rasa yang khas karena ditanam di perkebunan bersistem tumpang sari. Ditanam pada satu lahan dengan tanaman lainnya. Kopi yang ditanam di desa Dlinggo ini sebagian besar merupakan kopi jenis robusta. Para pemilik lahan kopi di Dlinggo tergabung dalam

kelompok tani “Mekar Tani”. Meski kondisi iklim yang sangat mendukung untuk lahan pertanian kopi akan tetapi banyak lahan kopi milik masyarakat yang kurang terawat dengan baik. Hal tersebut dikarenakan masih minimnya pengetahuan masyarakat tentang pengelolaan kopi yang tepat, terutama pengelolaan kopi pasca panen (Yanuar, 2018).

Permasalahan minimnya pengetahuan dalam pengelolaan pasca panen menjadi penyebab minimnya produksi kopi di desa Dlinggo. Pengabdian kepada Masyarakat merupakan salah satu bentuk kepedulian civitas akademika terhadap masyarakat yang dilakukan di Desa Dlinggo, Pagerharjo, Samigaluh, Kulon Progo sebagai salah satu upaya untuk memberikan pelatihan dan penerapan teknologi tepat guna untuk membantu petani kopi melakukan pengelolaan kopi pasca panen secara efektif dan efisien.



Gambar 1. Kelompok tani “Mekar Tani” dalam salah satu kegiatan di kelompoknya.

Berdasarkan potensi perkebunan kopi Indonesia yang sangat tinggi, sangat disayangkan apabila penanganan dan pengelolaan yang kurang baik tetap dibiarkan karena akan mengurangi kualitas produk. Salah satu yang kurang dalam pengelolaan kopi di Desa Nginggo adalah pengelolaan pasca panen produk seperti kegiatan pasca panen masih banyak dilakukan dengan cara manual sehingga memakan waktu yang panjang dan lama. sehingga perlu dikembangkan teknologi tepat guna yang mampu mengatasi dan menyelesaikan masalah seputar kegiatan pasca panen tanaman kopi yang selama ini terbilang masih kurang baik (Marhaenanto, 2015).

Proses pengupasan dan penggilingan buah kopi basah di Indonesia masih banyak digunakan secara manual dengan peralatan yang sangat sederhana. Salah satu cara yang dilakukan untuk memisahkan antara inti biji kopi dengan kulitnya yaitu dengan penumbukan kopi. Penumbukan menggunakan alat tumbuk yang terbuat dari kayu dengan sumber tenaga

dari tenaga manusia membuat hasil tumbukan berkualitas rendah. Inti biji kopi yang yang ditumbuk sering pecah dan tercampur dengan bagian kulit luarnya sehingga perlu dilakukan penanganan lebih pada produk untuk melakukan pemisahan antara inti biji dan kulit luarnya (Hariyanto dkk, 2019). Selain itu biji kopi yang pecah dan rusak akan menurunkan nilai jual dari biji kopi tersebut. Biji kopi yang baik (utuh) dijual Rp. 50.000 per kg sedangkan biji kopi yang pecah nilai jualnya hanya Rp. 30.000 per kg, hal tersebut jelas sangat merugikan petani apabila produksi biji kopi banyak yang pecah. Biji kopi yang pecah bernilai jual rendah karena apabila biji kopi rusak tadi di roasting akan menyebabkan tingkat kematangan dari roasting biji kopi berbeda-beda.

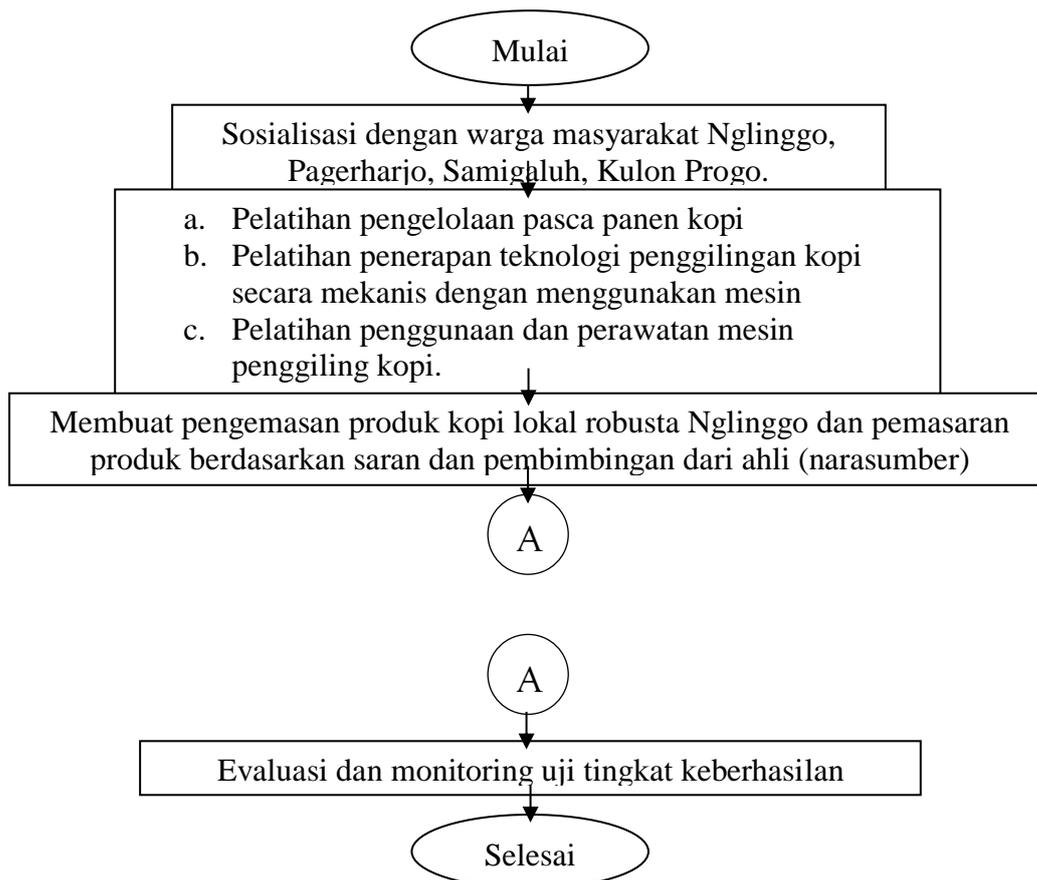


Gambar 2. Proses Penumbukan biji kopi yang menyebabkan biji kopi rusak.

Masalah yang umum terjadi pada petani tradisional perkebunan kopi ini adalah ketika memasuki masa panen raya yang membuat mereka kesulitan untuk penanganan pasca panen. Hal tersebut disebabkan proses pengolahan buah kopi masih digunakannya cara manual untuk melakukan pengupasan buah kopi dengan bijinya sehingga membuat waktu pengupasan menjadi lama dan membutuhkan energi lebih. Untuk mengatasi permasalahan ini pengupasan kulit kopi secara industri dapat dilakukan dengan menggunakan mesin pengupas dan penggiling kulit kopi. Mesin pengupas ini dibedakan menjadi 2 jenis yaitu mesin pengupas kulit basah atau disebut dengan mesin pulper dan mesin pengupas kulit kopi kering / kulit ari kopi atau disebut dengan mesin huller. Untuk menjaga kualitas biji kopi perlu penanganan pasca panen dengan cepat dan tepat sehingga diperlukan suatu teknologi tepat guna dalam bentuk pengupasan dan penggilingan kopi dengan cara mekanis yang mudah dioperasikan langsung oleh masyarakat (Raharjo, 2012)

Metode Pelaksanaan

Dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan dengan beberapa tahapan sebagaimana yang digambarkan dalam bagan berikut.



Gambar 3. Diagram alir pelaksanaan program kemitraan masyarakat Rangkaian kegiatan program pengabdian masyarakat yang akan dilakukan meliputi beberapa tahap:

a. Penyampaian Materi Pengelolaan Kopi Pasca Panen.

Pada kegiatan pemberian materi pengelolaan kopi ini dilakukan dengan pemberian materi tentang pengolahan kopi dengan metode kering (Dry / Natural Process) dan metode basah (Wet Process) kepada masyarakat yang disampaikan oleh seorang narasumber. Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan bekal pemahaman mengenai cara pengolahan buah kopi untuk dijadikan biji kopi yang siap jual. Materi yang disampaikan berupa cara melakukan pengolahan biji kopi untuk menghasilkan produk yang bermutu dan mamilik nilai jual yang tinggi.

b. Praktek Pengolahan Buah Kopi Menjadi Biji Kopi.

Pada tahap praktek penerapan teknologi mesin pengupas dan penggiling kopi ini dilakukan dengan melibatkan warga secara langsung dalam pembuatan mesin pengupas dan penggiling kopi. Hal ini dilakukan untuk memperdalam pemahaman petani kopi tentang cara pengolahan kopi pasca panen yang dibimbing langsung oleh narasumber. Sebelum pelaksanaan telah dipersiapkan alat bahan dan lokasi pengolahan biji kopi.

Kegiatan yang akan dilakukan yaitu pendampingan pengolahan kopi dengan menggunakan wet process, tahapan dalam wet process (Novita, 2012) ini meliputi:

1. pemilihan buah kopi yang benar-benar sudah matang saat pemanenan,
2. Sortasi buah kopi yang sudah dipanen.
3. Pengelupasan kulit basah / kulit luar buah kopi.
4. Fermentasi kopi dengan cara merendam kopi dalam air selama 12-36 jam. Tujuan dari perendaman ini adalah untuk memfermetasi biji kopi dan untuk menghilangkan lendir (mucilage).
5. Pencucian dan pengeringan biji kopi dengan cara dijemur dibawah terik matahari untuk mengurangi kadar air.
6. Pengupasan kulit ari kopi dengan menggunakan mesin mekanis yang akan diterapkan pada program ini.
7. Pengemasan dan penyimpanan biji kopi yang siap jual.

c. Aplikasi Teknologi Dalam Pengupasan dan Penggilingan Kopi.

Aplikasi teknologi yang akan diterapkan dalam proses pengolahan kopi ini terletak pada proses pengupasan dan penggilingan biji kopi. Pengupasan biji kopi yang selama ini dilakukan secara manual yaitu dengan mengupas kulit kopi menggunakan pisau. Pengupasan secara manual ini akan digantikan dengan menggunakan mesin pulper. Sedangkan pada saat proses penggilingan untuk menghilangkan kulit ari kopi selama ini dilakukan secara manual dengan cara ditumbuk akan digantikan dengan menggunakan mesin huller. Mesin pulper dan huller ini diharapkan dapat meningkatkan jumlah produksi biji kopi unntuk memenuhi jumlah permintaan yang semakin meningkat. Selain itu diharapkan juga kualitas biji kopi yang dihasilkan menjadi lebih baik sehingga dapat meningkatkan nilai jual biji kopi.

d. Evaluasi dan Pendampingan

Evaluasi dilakukan untuk mengetahui seberapa efektif program ini berjalan dan seberapa besar manfaat yang diperoleh masyarakat dari adanya program ini. sedangkan pendampingan dilakukan kepada masyarakat terutama para petani kopi agar program ini dapat berlanjut ketika selesai.

Hasil dan Pembahasan

Sebelum pelaksanaan seluruh rangkaian kegiatan pengabdian masyarakat melalui program kemitraan masyarakat dimulai, perlu diadakan sosialisasi mengenai program ini kepada Ketua RT, Ketua RW, dan Lurah desa setempat serta masyarakat yang berkaitan dengan program ini agar masyarakat paham dengan program tersebut dan tidak terjadi kesalahpahaman dalam pelaksanaan program kedepan. Selain itu, sosialisasi juga berfungsi untuk menggali lebih dalam mengenai permasalahan yang dialami masyarakat dan solusi yang dibutuhkan. Dengan begitu, diharapkan program pengabdian masyarakat ini dapat memberikan luaran yang sesuai dengan

keinginan dan kebutuhan masyarakat. Sosialisasi ini dilakukan di rumah Balai Pertemuan Warga di Dusun Nglingso, Samigaluh, Kulon Progo DIY seperti foto dibawah ini:



Gambar 3. Sosialisasi Program Kemitraan Masyarakat Pengolahan Kopi Pasca Panen



Gambar 4. Penyerahan Mesin huller kopi dengan mesin penggerak

Pemanfaatan mesin huller sebagai alat untuk mengupas kulit ari biji kopi memberikan manfaat yang sangat besar bagi petani kopi di dusun Desa Nglingso Barat, Kelurahan

Pagerharjo, Kecamatan Samigaluh, Kabupaten Kulon Progo. Dengan pemanfaatan mesin huller kopi ini meningkatkan efisiensi waktu pengupasan kulit ari biji kopi. Mesin huller yang digunakan ini memiliki kapasitas sebesar 250 kg/jam sedangkan metode lama dengan cara menumbuk memiliki kapasitas produksi sebesar 60 kg/jam. Sehingga dengan pemanfaatan mesin huller ini dapat mempersingkat waktu proses pengupasan kulit ari kopi.



Gambar 5. Proses pengupasan kulit ari biji kopi kering.



Gambar 6. Biji kopi sebelum dikupas kulit arinya.



Gambar 7. Biji Kopi setelah dikupas kulit arinya.



Gambar 8. Limbah kulit ari kopi.

Pemanfaatan mesin huller kopi ini dapat mengurangi persentase cacat yang terjadi pada biji kopi. Cacat yang paling sering terjadi dalam proses pengupasan biji kopi ini yaitu biji yang pecah pada saat menggunakan metode tumbuk. Biji kopi yang pecah ini menyebabkan nilai jual biji kopi menjadi rendah, karena biji kopi yang pecah tersebut akan membuat kematangan kopi pada saat roasting tidak seragam. Sehingga dengan prosentasi biji kopi yang rusak menjadi lebih rendah dapat meingkatkan nilai jual dan pendapatan bagi petani itu sendiri.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengabdian yang telah dilaksanakan dapat disimpulkan.

1. Kegiatan pengabdian masyarakat ini telah terlaksana dan mendapatkan sambutan yang baik oleh masyarakat di Desa Nglingso Barat, Kelurahan Pagerharjo, Kecamatan Samigaluh, Kabupaten Kulon Progo.

2. Dengan pemberian mesin huller kopi dapat meningkatkan jumlah produksi kopi hingga 400% dibandingkan proses tradisional dan meningkatkan kualitas biji kopi yang dihasilkan lebih bagus dan bersih.
3. Dengan adanya program pengabdian ini pengembangan produk biji kopi hasil dari kelompok mekar tani dapat meningkat produksinya dan memiliki nilai jual yang tinggi.

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada LP3M UMY yang telah memberikan dana dalam pelaksanaan Program Pengabdian Masyarakat ini. Selain itu, penulis juga berterima kasih kepada kelompok “Mekar Tani” di Desa Nglinggo Barat, Kelurahan Pagerharjo, Kecamatan Samigaluh, Kabupaten Kulon Progo yang telah membantu penyelenggaraan kegiatan pengabdian masyarakat ini.

Daftar Pustaka

- Rahardjo, P. 2012. *Panduan Budidaya dan Pengolahan Kopi Arabika dan Robusta*. Penebar Swadaya, Jakarta.
- H. Yanuar. 2018. Kenikmatan Kopi dan Teh Nglinggo Khas Kulonprogo. Diakses pada tanggal 2 Maret 2019. <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/3433040/kenikmatan-kopi-dan-teh-nglinggo-khas-kulonprogo>
- Hariyanto, S., Yuniawan, D., Putra, A.F.H. 2019. *Implementasi Mesin Sangrai Kopi Pada Ukm Kopi Bubuk “Bias Kahyangan” Di Desa Arjowinangun – Kota Malang*. Fakultas Teknik Universitas Merdeka Malang.
- Marhaenanto, B., Soediby, D.W., Farid, M. 2015. Penentuan Lama Sangrai Kopi Berdasarkan Variasi Derajat Sangrai Menggunakan Model Warna Rgb Pada Pengolahan Citra Digital (Digital Image Processing). Jurusan Teknologi Industri Pertanian - Fakultas Teknologi Pertanian, Universitas Jember.
- Novita, E. 2012. *Desain Proses Pengolahan Pada Agroindustri Kopi Robusta Menggunakan Modifikasi Teknologin olah Basah Berbasis Produksi Bersih. Pengelolaan Sumber Daya Alam Dan Lingkungan*. Pascasarjana. Institut Pertanian Bogor.

Minat Masyarakat Terhadap Pelatihan Olahan Makanan Khas Sebagai Oleh-Oleh Obyek Wisata Di Pedukuhan Kebokuning, Bantul

Aris Slamet Widodo

Program Studi Agribisnis UMY, Jalan Brawijaya Tamantirto Kasihan Bantul, D.I. Yogyakarta 55183,
(0274) 387686

Email: armando1215sw@gmail.com; +62-82227934624

Abstrak

Pedukuhan Kebokuning merupakan salah satu dusun yang berada di Desa Terong, kecamatan Dlingo, Kabupaten Bantul yang sedang mengembangkan obyek wisata baru. Namun belum memiliki makanan khas sebagai oleh-oleh. Masyarakat sudah mencoba berinisiatif dalam pembuatan makanan khas yang berbahan singkong dan melinjo namun kualitas belum baik sehingga harganya juga rendah. Tujuan pengabdian adalah meningkatkan minat masyarakat terhadap pelatihan makanan khas dan pengembangan obyek wisata tersebut. Metode dilakukan dengan teknik FGD, penyuluhan, pelatihan pembuatan makanan khas dan workshop packaging serta pendampingan pemasaran. Kegiatan berikutnya adalah survey tentang minat masyarakat terhadap pelatihan makanan khas dan pengembangan obyek wisata. Pelaksanaan pemberdayaan dilaksanakan sesuai dengan rencana tahapan yaitu FGD, penyuluhan, pelatihan, workshop dan pendampingan pemasaran. Hasil survey menyimpulkan bahwa sebanyak 90% warga Kebokuning tertarik untuk mengikuti pelatihan pengolahan makanan khas objek wisata, selain itu sejumlah 60% warga di Pedukuhan Kebokuning tertarik untuk berkontribusi secara penuh dalam pengembangan objek wisata di Pedukuhan Kebokuning. Warga Pedukuhan Kebokuning (67%) yakin dapat berkontribusi secara penuh dalam pengembangan obyek wisata beserta dengan makanan oleh-olehnya. Sebanyak 67% warga yakin bahwa olahan makanan khas objek wisata di Pedukuhan Kebokuning dapat memberikan manfaat rekreasi maupun finansial bagi masyarakat sekitarnya.

Kata Kunci: Minat, Makanan Khas, Obyek wisata.

Pendahuluan

Pedukuhan Kebokuning merupakan salah satu dusun yang berada di Desa Terong yang terletak di kecamatan Dlingo, Kabupaten Bantul. Secara geografis wilayah Desa Terong memiliki luas sekitar 775.8615 Ha (BPS Kab. Bantul, 2017). Mayoritas Penduduk di Dusun Kebokuning bermata pencaharian sebagai petani. Dari sektor pertanian jenis tanaman yang ditanam petani berupa tanaman pangan seperti padi, jagung, coklat dan singkong. Namun para penduduk masih belum maksimal dalam memanfaatkan Sumber daya Alam tersebut

seperti sudah dilakukannya berbagai pelatihan tentang pemanfaatan Sumber Daya Alam yang ada sebagai bahan baku, contohnya pembuatan makanan ringan yang kemudian bisa diperjualbelikan. Selain itu beberapa masyarakat ada yang sudah mulai mencoba menjalankan usahanya dalam memanfaatkan potensi-potensi yang ada di dusun Kebokuning seperti pembuatan Emping dan Ubi Ungu sebagai makanan khas dusun Kebokuning. Kendala yang dihadapi oleh masyarakat diantaranya adalah dalam hal pengemasan dan pemasaran produk.

Masyarakat Dusun Kebokuning sudah memiliki inisiasi dan keinginan untuk maju sehingga diperlukan pendampingan dalam program pemberdayaan agar perubahan lebih cepat terjadi. Suharto dalam Widiastuti, dkk (2015) menyatakan bahwa pemberdayaan pada intinya adalah memampukan seseorang menjadi lebih maju dan mandiri, yang artinya adalah menjadikan seseorang menjadi sejahtera. Sejahtera mendapatkan kesempatan dan kemampuan untuk mendapatkan hak-hak dasarnya sebagai seorang manusia. Pemberdayaan menurut Sa'adah (2014) memiliki arti membuat sesuatu menjadi berdaya atau mempunyai daya atau mempunyai kekuatan.

Adapun tujuan pemberdayaan menurut (Suhartono, 2010) adalah memberdayakan individu-individu dan kelompok-kelompok orang melalui penguatan kapasitas (termasuk kesadaran, pengetahuan, dan keterampilannya) yang diperlukan untuk mengubah kualitas dan kehidupan komunitas mereka. Suatu masyarakat untuk menjadi mandiri perlu dukungan kemampuan berupa sumber daya manusia yang utuh dengan kondisi kognitif, konatif, psikomotorik dan afektif dan sumber daya lainnya yang bersifat fisikmaterial (Sulistiyani, 2004).

Wrihatnolo dan Dwijowijoto dalam Khauser (2012) mengungkapkan hal yang sama dengan Sulistiyani (2004) yaitu bahwa pemberdayaan merupakan sebuah "proses menjadi" bukan "proses instan" sebagai proses, pemberdayaan memiliki tiga tahapan. Adapun tahapan pemberdayaan yaitu penyadaran, pengkapasitasan dan pendayaan.

Menurut Fahrudin (1994) di dalam Jurnal Sulistiyani dan Wulandari (2017) mengatakan bahwa untuk dapat melakukan tahapan pemberdayaan masyarakat, diperlukan adanya perencanaan yang inovatif.

Terkait dengan proses pemberdayaan di Dusun Kebokuning, Desa Terong Kecamatan Dlingo bahwa beberapa penduduk sudah mencoba berinisiatif dalam pembuatan makanan khas yang berbahan baku hasil bumi tersebut dengan cara mengolah singkong dan melinjo menjadi keripik dan makanan ringan lainnya. Pendekatan yang dilakukan seperti melakukan pelatihan tentang pembuatan makanan khas berbahan baku lokal hingga packaging yang bisa dipasarkan secara langsung atau melalui internet (media sosial).

Metode Pelaksanaan

Metode yang digunakan dalam melaksanakan program untuk mencapai target atau luaran yang diharapkan adalah sebagai berikut:

Metode	Waktu	Indikator Capaian
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Focus Group Discussion (FGD) 	15 Januari 2019	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Memperoleh gambaran tingkat pengetahuan masyarakat dalam pengolahan makanan berbahan baku local serta pemilihan komoditas unggulan.
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Penyuluhan 	19 Januari 2019	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya pengolahan komoditas berbahan baku local.
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Pelatihan 	26 Januari 2019	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Meningkatnya keterampilan masyarakat dalam mengolah komoditas lokal.
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Workshop desain packaging dan pendampingan pemasaran 	10 Februari 2019	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Meningkatkan pemahaman masyarakat akan pentingnya packaging yang menarik. ▪ Terciptanya packaging yang menarik sehingga produk dapat bersaing di pasar ▪ Pengenalan pasar dan inisiasi pasar.

Pelatihan dilaksanakan dengan praktik langsung dimana program pelatihannya yaitu pelatihan pembuatan makanan khas (oleh-oleh) dusun Kebouning. Pelatihan terdiri dari pelatihan pembuatan ceriping aneka rasa, pelatihan pembuatan kemasan (packaging). Selanjutnya adalah metode pendampingan yang dilakukan agar proses pelatihan yang telah dilakukan dapat berjalan lancar dan terlaksana dengan baik serta pendampingan pemasaran langsung.

Kegiatan berikutnya adalah survey tentang minat masyarakat terhadap pelatihan makanan khas dan pengembangan obyek wisata. Penelitian menggunakan metode survei, yaitu mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data (Singarimbun dan Effendi, 1989). Data diambil dari seluruh peserta pelatihan yang merupakan anggota PKK dusun Kebokuning.

Hasil dan Pembahasan

Penduduk dusun kebo kuning mayoritas bermata pencaharian sebagai petani dan hanya sebagian kecil yang memiliki usaha olahan makanan. Beberapa potensi hasil pertanian yang melimpah adalah melinjo dan ubi ungu yang saat ini menjadi produk unggulan masyarakat. Sehubungan dengan adanya potensi ubi dan melinjo disekitar desa membuat masyarakat harus lebih bisa memanfaatkan potensi tersebut guna meningkatkan perekonomian desa.

Minimnya pengetahuan masyarakat akan proses pemasaran membuat masyarakat menjual ubi dan emping yang belum diolah ke pasar dengan harga relatif lebih murah. Berdasarkan hal tersebut minat masyarakat terhadap pelatihan olahan makanan perlu peningkatan sumber daya manusia dalam mendukung pembuatan dan pemasaran kripik ubi dan emping.

Terkait dengan kondisi tersebut maka pelaksanaan pemberdayaan terdiri dari tahapan berikut:

1. Focus Group Discussion (FGD) tentang kondisi potensi warga dan untuk memperoleh gambaran tingkat pengetahuan masyarakat dalam pengolahan makanan berbahan baku local serta pemilihan komoditas unggulan. Kegiatan berlangsung pada tanggal 15 Januari 2019 dari jam 15.00 - 17.00 WIB. Kegiatan dilaksanakan di rumah bapak Dukuh dengan fasilitator Dr. Aris Slamet Widodo. Hasil FGD menyimpulkan bahwa sebagian masyarakat berharap bisa memanfaatkan sumberdaya local untuk meningkatkan pendapatan keluarga.
2. Penyuluhan terkait dengan pemanfaatan komoditas unggulan local berhasil dilaksanakan pada tanggal 19 Januari 2019 yang merupakan hasil kesepakatan dari FGD sebelumnya. Penyuluhan ini dilaksanakan dibalai desa dan dihadiri sejumlah 12 orang anggota PKK. Materi penyuluhan terkait dengan potensi pemanfaatan bahan baku local sebagai bahan baku olahan makanan khas sesuai dengan trend pasar. Kegiatan ini menghadirkan narasumber Dr. Aris Slamet Widodo dan Saudara Sudrajat, seorang praktisi olahan makanan bahan baku ketela.



Gambar 1. Penyuluhan pemanfaatan makanan berbahan baku local

3. Pelatihan pengolahan ubi kayu atau singkong dilaksanakan pada tanggal 26 Januari 2019 untuk meningkatkan keterampilan masyarakat dalam mengolah ubi kayu atau singkong. Berdasarkan kesepakatan bahwa produk yang dihasilkan adalah ceriping aneka rasa. Pelatihan dapat berlangsung setelah diadakan pemberian hibah alat pembuatan ceriping kepada PKK dusun Kebokuning. Kegiatan dilaksanakan dirumah bapak dukuh dan dihadiri 15 orang anggota PKK.



Gambar 2. Pemberian Hibah Alat pembuat ceriping ubi kayu/singkong.

4. Workshop desain packaging dan pendampingan pemasaran dilaksanakan pada tanggal 10 Februari 2019. Target kegiatan tersebut adalah meningkatkan pemahaman masyarakat akan pentingnya packaging yang menarik, terciptanya packaging yang menarik sehingga produk dapat bersaing di pasar serta pengenalan dan inisiasi pasar. Workshop juga ada penyampaian materi pelatihan teori dasar dalam pembuatan packaging, latihan desain dan teknik pemasarannya. Didalamnya pun terdapat kegiatan tanya jawab untuk peserta pelatihan terhadap fasilitator yang memberikan materi pelatihan.

Workshop dihadiri oleh masyarakat yang tergabung dalam anggota PKK sejumlah 17 orang. Kegiatan ini memiliki target agar anggota PKK mengetahui teknik pembuatan packaging sampai teknik pemasaran, setelah dilakukan Workshop ini maka peserta diharapkan dapat mengetahui teknik pembuatan sampai teknik pemasaran ceriping ubi dan emping melinjo. Faktor pendukung dari kegiatan pelatihan teknik pembuatan dan pemasaran ini adalah ketersediaan alat, sedangkan faktor penghambatnya adalah kurangnya antusias ibu-ibu PKK dikarenakan kurangnya kesadaran untuk mencoba menambah penghasilan dari hal yang baru. Dalam proses pemberdayaan ini juga diadakan pemberian hibah alat packaging (sealer).



Gambar 3. Pendampingan Pemasaran Produk Ceriping Aneka Rasa

Terkait kurangnya antusias ibu ibu PKK dalam mengikuti proses pemberdayaan pengolahan makanan berbahan baku local maka dilakukan evaluasi dengan metode survei terhadap minat masyarakat dalam mengikuti pelatihan dilaksanakan setelah kegiatan selesai dilakukan. Hasil survey adalah sebagai berikut:

1. Ketertarikan Warga Untuk Mengikuti Pelatihan Pengolahan Makanan Khas Pedukuhan Kebokuning

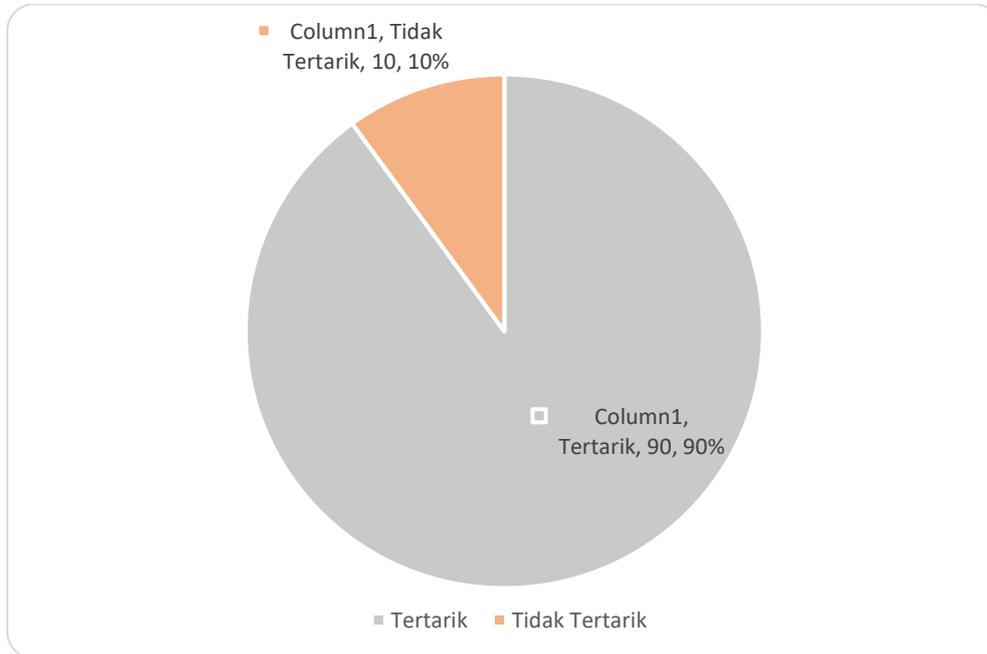


Diagram 1. Ketertarikan Warga Untuk Mengikuti Pelatihan Pengolahan Makanan Khas Pedukuhan Kebokuning (Sumber: Data Primer 2019)

Berdasarkan Diagram 1 diatas dapat diketahui bahwa ketertarikan warga kebokuning untuk mengikuti pelatihan pengolahan makanan khas objek wisata di Pedukuhan Kebokuning cukup tinggi, hampir keseluruhan warga ikut serta dalam pelatihan pembuatan Emping dan Ubi Ungu sebagai makanan khas dusun Kebokuning. Sebanyak 90% warga Kebokuning tertarik untuk mengikuti pelatihan pengolahan makanan khas objek wisata, mereka mengikuti pelatihan dengan antusias. Peserta pelatihan kebanyakan didominasi oleh ibu-ibu dan remaja, namun tidak sedikit juga bapak-bapak yang mengikuti pelatihan tersebut dan sisanya 10% warganya tidak tertarik dikarenakan ada keperluan lain sehingga mereka tidak dapat mengikuti pelatihan pengolahan makanan khas objek wisata tetapi warga yang tidak mengikuti pelatihannya akan tetap berkontribusi dalam pengembangan objek wisata di Pedukuhan Kebokuning.

2. Kontribusi Warga Dalam Pengembangan Objek Wisata di Kebokuning

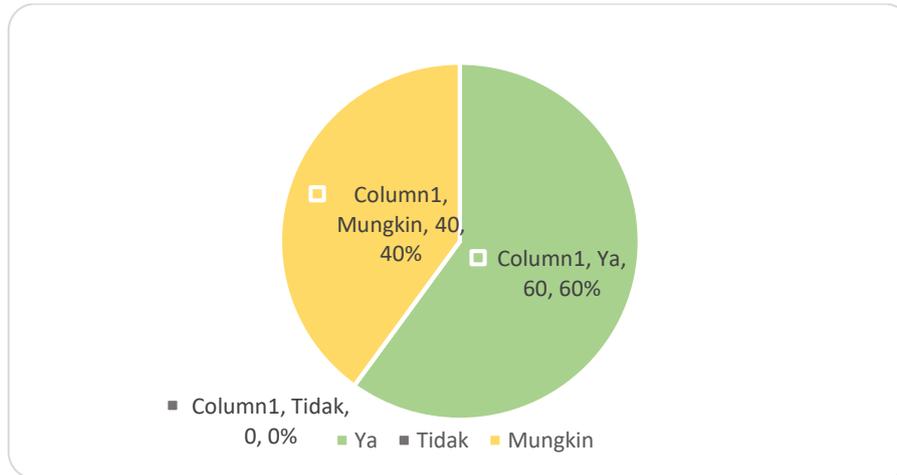


Diagram 2. Kontribusi Warga Dalam Pengembangan Objek Wisata di Kebokuning
(Sumber: Data Primer 2019)

Berdasarkan Diagram 2 diatas dapat dijelaskan bahwa kontribusi warga dalam pengembangan objek wisata di Kebokuning beragam. Sebagian warga yang mengikuti pelatihan pengolahan makanan tertarik untuk berkontribusi secara penuh terhadap pengembangan objek wisata di Pedukuhan Kebokuning dan sebagian warganya masih ragu-ragu untuk berkontribusi penuh dalam pengembangan objek wisata di Pedukuhan Kebokuning. Sebanyak 60% warga di Pedukuhan Kebokuning tertarik untuk berkontribusi secara penuh dalam pengembangan objek wisata di Pedukuhan Kebokuning dikarenakan mereka berpendapat bahwa kontribusi yang mereka berikan untuk pengembangan objek wisata tersebut dapat membuahkan hasil yang baik, selain itu pada zaman sekarang ini banyak masyarakat Indonesia yang suka mengunjungi objek wisata baru dan menyukai untuk mencoba makanan khas suatu daerah yang menarik sehingga warga dusun Kebokuning berharap Pedukuhan Kebokuning dapat dijadikan objek wisata yang ramai pengunjung. Selanjutnya sebanyak 40% warganya masih ragu-ragu untuk berkontribusi secara penuh dalam pengembangan objek wisata di Pedukuhan Kebokuning dikarenakan masih banyak ragu apabila objek wisata tersebut tidak ramai pengunjung.

3. Keyakinan Warga di Pedukuhan Kebokuning Untuk Berkontribusi Dalam Pengembangan Objek Wisata di Pedukuhan Kebokuning

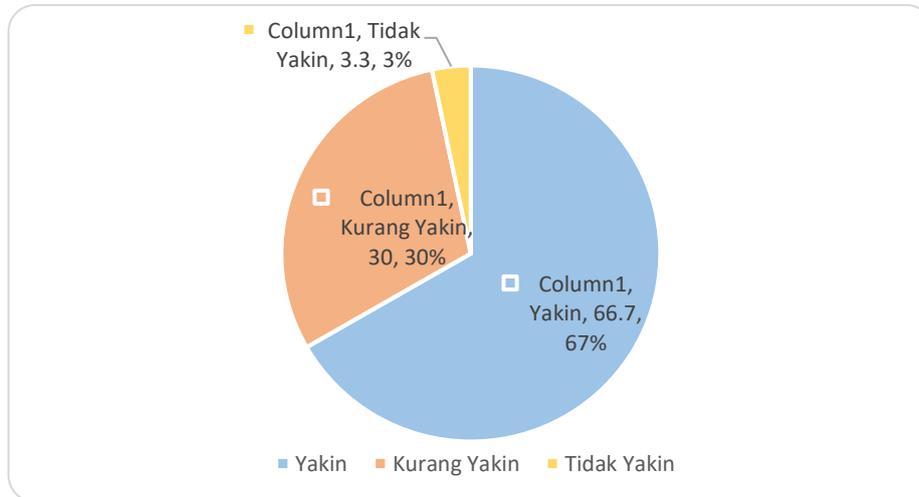


Diagram 3. Keyakinan Warga di Pedukuhan Kebokuning Untuk Berkontribusi Terhadap Pengembangan Objek Wisata di Pedukuhan Kebokuning
(Sumber: Data Primer 2019)

Berdasarkan diagram 3 di atas dapat dijelaskan bahwa warga yang berkontribusi dalam pengembangan objek wisata di Pedukuhan Kebokuning yakin untuk berkontribusi secara penuh dengan persentase sebesar 67%. Sedangkan warga yang masih kurang yakin untuk berkontribusi yaitu sebesar 30%. Selanjutnya warga yang tidak yakin untuk berkontribusi dalam pengembangan objek wisata di Pedukuhan Kebokuning sebesar 3%. Sebanyak 67% warga yang ingin berkontribusi secara penuh memberikan bentuk kontribusi yang beragam.

Kontribusi yang akan diberikan warga untuk pengembangan objek wisata di Pedukuhan Kebokuning diantaranya adalah memberikan kontribusi dalam hal pengolahan makanan khas Pedukuhan Kebokuning seperti yang sudah dilakukan dalam pelatihan pembuatan emping dan ubi ungu. Selain itu warga akan memberikan kontribusi dalam bentuk sosialisasi dan promosi tentang adanya objek wisata di Pedukuhan Kebokuning kepada seluruh masyarakat di Indonesia, sosialisasi dan promosi yang dilakukan melalui pertemuan atau promosi menggunakan media cetak dan media elektronik. Selain kontribusi dalam bentuk pengolahan makanan khas, sosialisasi dan promosi, warga di Pedukuhan Kebokuning akan berkontribusi dalam memasarkan produk-produk olahan yang mereka buat ke wisatawan yang berkunjung ke objek wisata tersebut, maupun masyarakat luar wilayah Pedukuhan Kebokuning. Pemasaran dalam bentuk lisan dan tertulis yang dilakukan warga untuk mempromosikan hasil olahan

makanan khas objek wisata Pedukuhan Kebokuning sekaligus mempromosikan tentang adanya objek wisata baru di Pedukuhan Kebokuning kepada seluruh masyarakat Indonesia.

4. Keyakinan Terhadap Manfaat Olahan Makanan Khas Objek Wisata di Pedukuhan Kebokuning Bagi Masyarakat

5.

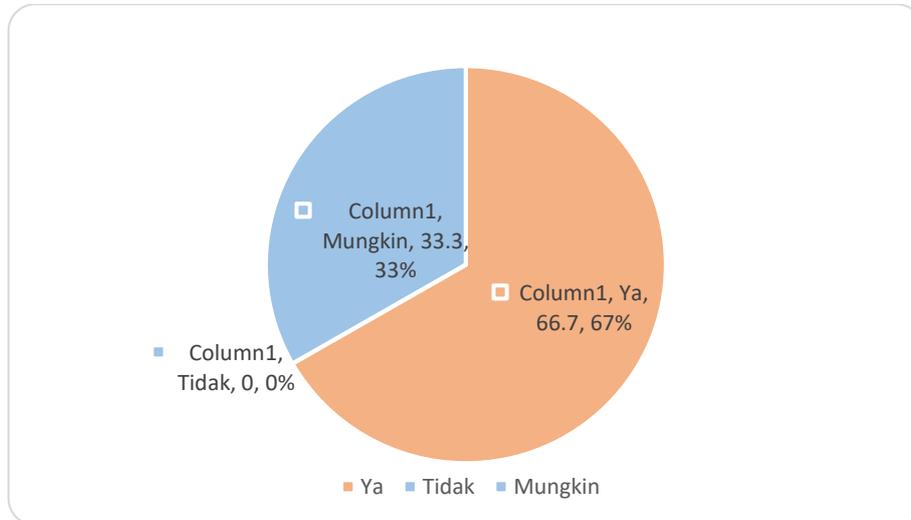


Diagram 4. Keyakinan Terhadap Manfaat Olahan Makanan Khas Objek Wisata di Pedukuhan Kebokuning Bagi Masyarakat (Sumber: Data Primer 2019)

Berdasarkan Diagram 4 diatas dapat dijelaskan bahwa keyakinan warga Kebokuning terhadap manfaat olahan makanan khas objek wisata di Pedukuhan Kebokuning bagi masyarakat sekitarnya beragam. Sebanyak 67% warga yakin bahwa olahan makanan khas objek wisata di Pedukuhan Kebokuning dapat memberikan manfaat rekreasi maupun finansial bagi masyarakat sekitarnya. Dilakukannya pelatihan olahan makanan emping dan ubi ungu khas di Pedukuhan kebokuning diharapkan dapat menarik masyarakat luar untuk berkunjung ke objek wisata di Pedukuhan Kebokuning sehingga dapat memberikan manfaat bagi pengunjung dan penyelenggarannya yaitu warga Pedukuhan Kebokuning. Selanjutnya sebesar 33% warga Pedukuhan Kebokuning ragu-ragu apabila olahan makanan khas objek wisata di Pedukuhan Kebokuning bermanfaat bagi masyarakat sekitarnya.

Kesimpulan

Pedukuhan Kebokuning merupakan salah satu dusun yang berada di Desa Terong yang terletak di kecamatan Dlingo, Kabupaten Bantul yang mayoritas bermata pencaharian sebagai petani. Dari sektor pertanian jenis tanaman yang ditanam petani yaitu padi, jagung, coklat, singkong dan pohon melinjo.

Sebanyak 90% warga Kebokuning tertarik untuk mengikuti pelatihan pengolahan makanan khas objek wisata, selain itu sejumlah 60% warga di Pedukuhan Kebokuning tertarik untuk berkontribusi secara penuh dalam pengembangan objek wisata di Pedukuhan Kebokuning.

Warga Pedukuhan Kebokuning (67%) yakin dapat berkontribusi secara penuh dalam pengembangan obyek wisata beserta dengan makanan oleh-olehnya. Sebanyak 67% warga yakin bahwa olahan makanan khas obyek wisata di dapat memberikan manfaat rekreasi maupun finansial bagi masyarakat sekitarnya.

Ucapan Terimakasih

Terimakasih kepada LP3M UMY yang telah memberikan hibah pengabdian skema KKN PPM pada periode semester Gasal 2018/2019.

Daftar Pustaka

- Badan Pusat Statistik, 2017. Kabupaten Bantul Dalam Angka 2017. Badan Pusat Statistik Kabupaten Bantul.
- Khausar, 2012. Mengatasi Kemiskinan Melalui Pemberdayaan. *Jurnal Visipena*. Vol. 3 No.2
- Singarimbun M. dan Effendi S., 1989. Metode Penelitian Survei. LP3ES (Lembaga Penelitian, Pendidikan dan Penerangan Ekonomi dan Sosial). Jakarta.
- Suharto, E. 2010. Peran Pendampingan Pada Masyarakat Tertinggal_online. <http://inspirasitabloid.wordpress.com/2010/07/27/peran-pendampingan-pada-pengembangan-masyarakat-tertinggal/>. Diakses pada tanggal 1 Februari 2018.
- Sa'adah, N. 2014. Pemberdayaan Masyarakat Marjinal. Pustaka Pelajar, Yogyakarta
- Sulistiyani, A.T. 2004, Kemitraan dan Model-Model Pemberdayaan. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sulistiyani, A.T dan Yuliva Wulandari. 2017. Proses Pemberdayaan Masyarakat Desa Siti Mulyo, Kecamatan Piyungan, Kabupaten Bantul dalam Pembentukan Kelompok Pengelola Sampah Mandiri. *Indonesian Jurnal of Community Engagement*. Vol. 02, No.2, Maret 2017.

Pengembangan Kelembagaan Bumdes Sebagai Pusat Pemberdayaan Desa Wisata Embung

Rr. Sri Handari Wahyuningsih

Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Email: ndari_moehdam@yahoo.com

Jl. Brawijaya, Tamantirto, Kasihan, Bantul, Yogyakarta

Abstrak

Pendirian Lembaga Ekonomi Desa merupakan salah satu strategi pengembangan ekonomi bagi masyarakat desa. Bagi Desa Donoharjo, Ngaglik, Sleman keberadaan embung jetis suruh yang telah dimiliki sejak Tahun 2014 merupakan aset pariwisata yang dapat menjadi daya tarik masyarakat. Pengelolaan embung ini merupakan program prioritas yang sedang dijalankan oleh aparat Desa melalui pendirian Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) dengan harapan mampu meningkatkan kesejahteraan ekonomi Desa. Potensi wisata ini belum tergarap dengan optimal. Pembentukan kelembagaan BUMDES dimulai dengan pelaksanaan diskusi dengan stakeholders terkait dengan pengelolaan embung sampai pada penyusunan program kerja. Dengan bekal semangat masyarakat yang dipelopori oleh Perangkat Desa bekerjasama dengan Lembaga Penelitian, Publikasi dan Pengabdian Masyarakat (LP3M) Universitas Muhammadiyah Yogyakarta khususnya melalui Program Kemitraan Masyarakat (PKM), peresmian pendirian Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) telah dilakukan sebagai wadah pengelolaan embung. Lembaga ini sepenuhnya memiliki otoritas untuk mengelola obyek wisata embung bagi peningkatan kesejahteraan ekonomi.

Kata kunci: BUMDES, embung jetis suruh, kelembagaan

PENDAHULUAN

Selaras dengan Rencana Strategis Daerah Istimewa Yogyakarta sebagai Pusat Pariwisata di Indonesia, Kabupaten Sleman menangkap peluang pengembangan wisata berbasis potensi daerah yang ada. Pemberdayaan masyarakat Kabupaten Sleman melalui pariwisata memiliki makna strategis mengingat Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) merupakan daerah kunjungan wisata nomer 2 setelah Bali. Kabupaten Sleman yang mempunyai letak geografis di sebelah utara DIY mempunyai berbagai potensi wisata yang dapat dikembangkan. Salah satu desa yang ada di Kabupaten Sleman yaitu Desa Donoharjo, mempunyai potensi wisata berupa embung yang sudah menarik wisatawan domestik. Pengembangan embung tersebut sebagai obyek wisata tentu saja akan membantu masyarakat dalam pembukaan lapangan kerja baru dan nantinya akan membawa peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Embung Jetis Suruh merupakan embung yang dimiliki Desa Donoharjo dengan potensi pengembangan yang cukup baik. Kondisi pengembangan embung sebagai pusat pariwisata dapat dilihat dalam analisis SWOT sebagai berikut.

Tabel 1 Analisis SWOT

Peluang	<ul style="list-style-type: none"> • Peluang ekonomi berbasis wisata semakin memperoleh perhatian stakeholders • Minat masyarakat dalam bidang pariwisata berbasis alam masyarakat semakin meningkat • Dukungan pemerintah terhadap pengembangan ekonomi berbasis potensi wilayah yang baik
Tantangan	<ul style="list-style-type: none"> • Persaingan bisnis yang semakin tajam • Perkembangan Wisata Alam di Kabupaten Sleman yang semakin banyak • Faktor cuaca dan alam yang tidak menentu • Kondisi sosial dan politik
Kekuatan	<ul style="list-style-type: none"> • Potensi wisata desa yaitu 'embung' yang mendukung • Dukungan pemerintah desa sangat baik • Kelompok ekonomi masyarakat Donoharjo yang mendukung
Kelemahan	<ul style="list-style-type: none"> • Wisata embung yang masih belum tergarap baik • SDM pengelola yang belum tersedia • Sumberdana masih terbatas • Konsep pengelolaan embung yang belum diterapkan • Belum ada lembaga yang diserahi dalam mengelola embung untuk kegiatan ekonomi
ANALISIS SWOT	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perlu ada kajian mendalam konsep pengelolaan embung yang memberikan keunikan sebagai daya tarik masyarakat. 2. Perlu Lembaga Ekonomi Desa sebagai wadah dalam pengelolaan embung. 3. Perlunya Pengelola yang berorientasi pada pengembangan ekonomi desa

Permasalahan Mitra

Permasalahan yang dihadapi dalam pengembangan pariwisata sebagai alternatif sumber pengembangan ekonomi adalah belum adanya lembaga yang mengelola wisata embung dengan baik. Pemerintah Desa sejak tahun 2014 mulai membangun embung sebagai salah satu sumber pengairan di Wilayah Jetis Suruh dan menyerahkan pemeliharaan kepada Kelompok OPPE (Organisasi Petani Pemakai Embung). Dalam pelaksanaannya pemeliharaan lebih diarahkan

pada budidaya pertanian untuk lahan seputar embung dan pemeliharaan kebersihan. Namun untuk mengembangkan embung menjadi lebih dikenal masyarakat dengan daya tarik wisata belum optimal dilaksanakan. Untuk dapat mewujudkan rencana ini, maka pendirian Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) dinilai sebagai langkah strategis sebagai lembaga yang akan menangani pengelolaan embung. Bagi Desa Donoharjo, Pendirian BUMDes pada tahap awal diprioritaskan untuk mengembangkan Pusat Pariwisata telah ada namun belum dikelola dengan optimal, yaitu

Embung Jetis Suruh. Obyek Wisata Jetis Suruh yang saat ini telah dimiliki dan memerlukan pengelolaan profesional diharapkan menjadi embrio Pengembangan Ekonomi Desa Donoharjo dibawah Badan Usaha Milih Desa. Beberapa program awal yang diperlukan Gambaran kondisi Embung Jetis Suruh adalah sebagai berikut.

Gambar 1: Kondisi Embung



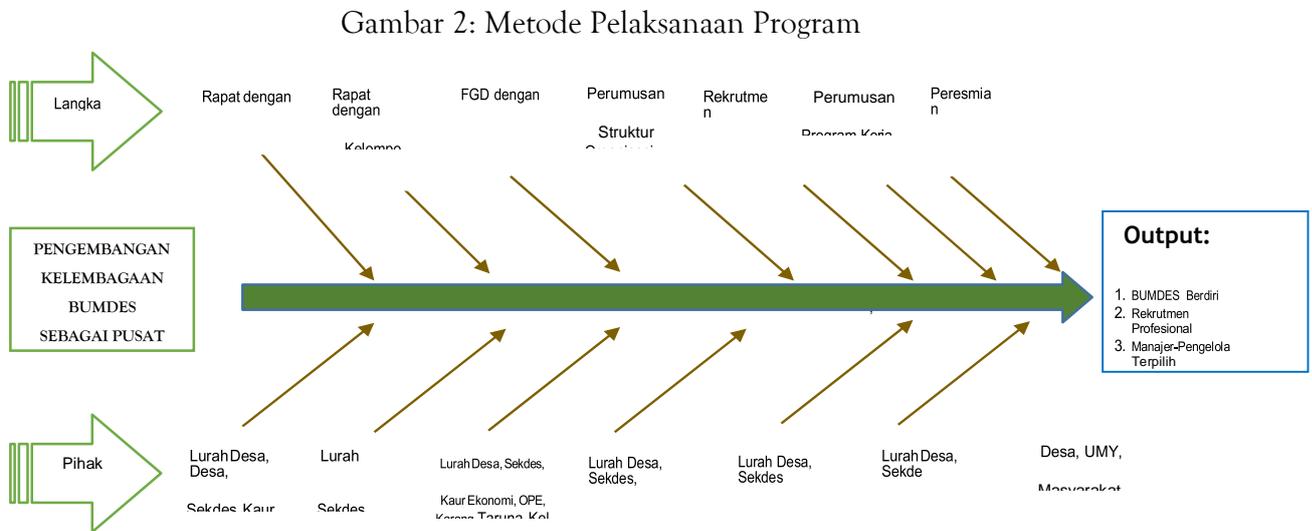
Sumber: dokumen penulis

Kelembagaan ekonomi sebagai modal pengelolaan usaha ekonomi masyarakat di desa sangat diperlukan untuk menjaga keberlangsungan pelaksanaannya. Dengan lembaga ekonomi yang tepat, maka sumberdaya ekonomi atau potensi desa Donoharjo seperti Embung Jetis Suruh dapat dikelola secara optimal. Selaras dengan keberpihakan pemerintah kepada pembangunan desa sebagai sentra pembangunan pertanian, ekonomi, pariwisata, dan sektor lain sesuai potensi yang dimiliki, Desa Donoharjo memiliki rencana pembangunan desa yang dilakukan untuk memanfaatkan potensi wilayah yang dimiliki. Berdasar Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa yang didukung oleh Peraturan Pemerintah Nomor 43 Tahun 2014 tentang Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa, Permendes No. 1 Tahun 2015, pasal 23, dan Peraturan Menteri Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal dan Transmigrasi Republik Indonesia Nomor 4 Tahun 2015 Tentang Pendirian, Pengurusan dan Pengelolaan, dan Pembubaran Badan Usaha Milik Desa mendorong setiap

Desa atau Kalurahan meningkatkan kapasitas ekonominya dengan mengelola sumberdaya yang ada. Demikian juga untuk Desa Donoharjo.

Metode Pelaksanaan

Pelaksanaan program pengembangan kelembagaan BUMDES mencakup beberapa langkah seperti digambarkan dalam bagan sebagai berikut:



Hasil Pelaksanaan Program

1. Perkenalan Tim, Konsep awal program

Kegiatan ini merupakan pertemuan awal yang dilaksanakan pada tanggal 27 Mei 2018. Pertemuan dilakukan sebagai bentuk komunikasi awal antara pihak UMY di bawah lembaga LP3M dengan pemerintah Desa Donoharjo. Pihak UMY yang hadir adalah WR Akademik, pengurus LP3M, calon tim pelaksana program, dan tim teknis LP3M. Sedangkan pihak desa dihadiri oleh Kepala Desa, Sekretaris Desa, BPD, dan Staf Desa. Hasil Pertemuan menyepakati kerjasama pendampingan Pengembangan Desa Wisata di Donoharjo, Ngaglik, Sleman, Yogyakarta oleh LP3M UMY.

2. Diskusi Konsep Awal Pelaksanaan Program

Dilaksanakan pertemuan kecil perwakilan dua pihak yaitu Pihak Desa dan LP3M UMY. Dalam pertemuan ini disepakati langkah-langkah pelaksanaan program yang selanjutnya memberikan mandat kepada masing-masing pihak.

3. Diskusi langkah pelaksanaan program (6 Juli 2018)

Hasil Koordinasi:

- Segera berkoordinasi dengan desa, terkait dengan persiapan BUMDES minggu depan
- Tim segera menyusun proposal pengabdian skema kemitraan dengan pembagian tema sebagai berikut:

PROGRAM	PENANGGUNG JAWAB
Inisiasi dan Pendirian BUMDES	Anggota 1
Penataan Kelembagaan BUMDES	Anggota 2
Analisis Potensi Usaha	Anggota 3
Penyiapan embung sebagai obyek daya tarik wisata	Anggota 4
Pengelolaan Embung oleh BUMDES	Anggota 5

4. Penyusunan *Draft* Kelembagaan BUMDES dan Rekrutmen Pengelola

Salah satu permasalahan yang dihadapi oleh Lembaga Perekonomian Desa pada umumnya, seperti halnya BUMDES, adalah penetapan pengelola yang tepat. Hal ini disebabkan karena kelembagaan desa pada dasarnya merupakan organisasi sosial atau organisasi non-profit yang dalam pelaksanaan kerjanya tidak mengedepankan pada semangat memperoleh keuntungan. Nilai-nilai ini telah terbangun dalam organisasi yang memengaruhi *mindset* pegawai yang ada secara keseluruhan.

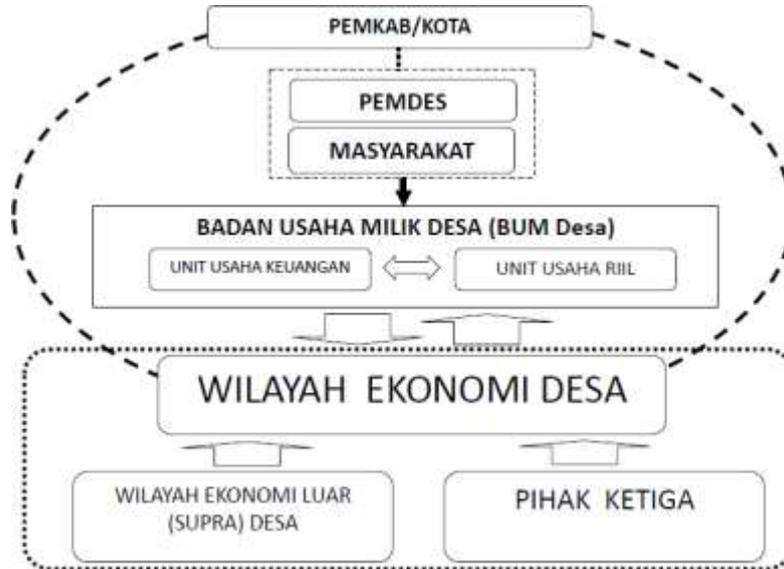
Berbeda halnya ketika pemerintah desa merencanakan pendirian lembaga ekonomi sebagai salah satu sumber ekonomi desa dan kesejahteraan masyarakat. Pandangan “nilai sosial” harus ditinggalkan dalam pengelolaan BUMDES sehingga diperlukan pengelola yang benar-benar memiliki kemampuan secara professional dalam pengelolaan bisnis. Persyaratan rentang BUMDES telah diatur dalam beberapa regulasi, antara lain Permendes No. 1 Tahun 2015, pasal 23 dan Peraturan Menteri Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal dan Transmigrasi Republik Indonesia Nomor 4 Tahun 2015 Tentang Pendirian, Pengurusan dan Pengelolaan, dan Pembubaran Badan Usaha Milik Desa. Dalam regulasi tersebut diungkapkan bahwa Badan Usaha Milik Desa (BUM Desa) pada dasarnya merupakan badan usaha yang seluruh atau sebagian besar modalnya dimiliki oleh Desa melalui penyertaan secara langsung yang berasal dari kekayaan

Desa yang dipisahkan guna mengelola aset, jasa pelayanan, dan usaha lainnya untuk sebesar-besarnya kesejahteraan masyarakat Desa (UU No.6 Tahun 2014 tentang Desa Pasal 1, Ayat 6). Ungkapan “untuk sebesar-besarnya kesejahteraan masyarakat desa” itulah yang menjadi tolok ukur sehingga pengelolaan BUMDES harus dilaksanakan dengan menggunakan pendekatan pengelolaan bisnis secara profesional.

Kepengurusan BUMDES memiliki peran yang sangat urgen bagi kesuksesan usaha. Untuk itu diperlukan sistem rekrutmen dan seleksi yang tepat sehingga personil yang ditetapkan adalah kandidat yang memang memenuhi kriteria yang diperlukan. Risadi (2016) mengungkapkan model penguatan ekonomi desa melalui BUMDES seperti dipaparkan dalam gambar 5.1 yang menjelaskan dua komponen usaha yang dijalankan oleh BUMDES yaitu unit usaha keuangan dan unit usaha riil. BUMDES dalam praktiknya dapat berfokus pada salah satu komponen

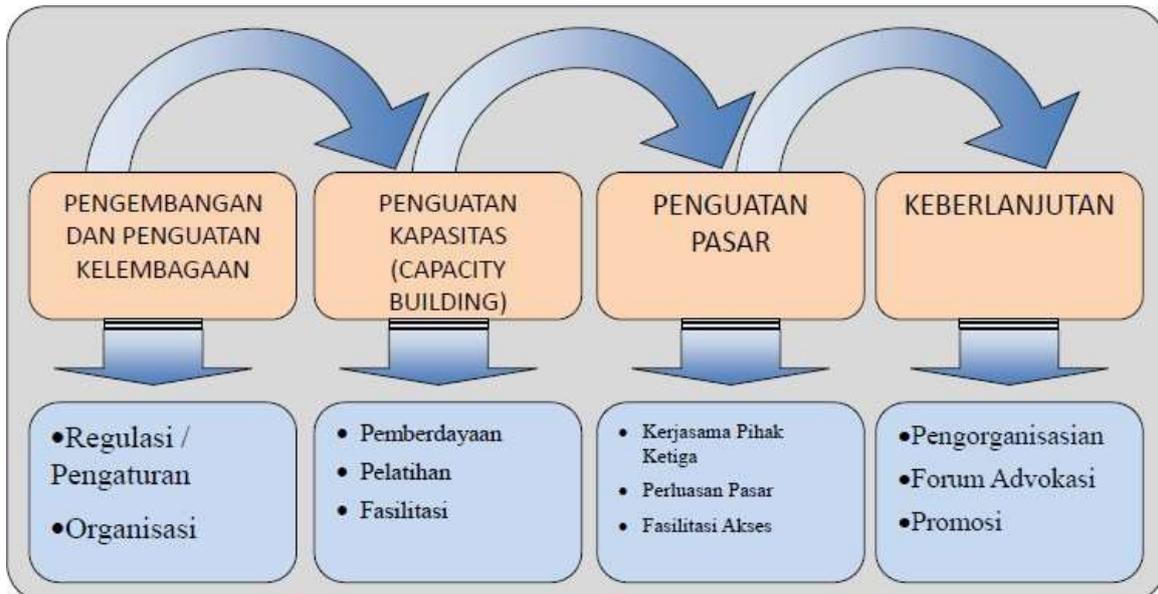
sumber ekonomi yaitu usaha keuangan atau usaha riil, dan juga mengingat kondisi kesiapan setiap desa berbeda maka BUMDES dapat memilih menjalankan usaha pada salah satu komponen.

Gambar 3 Model Penguatan Ekonomi Desa



Secara umum, tahapan pengembangan BUMDES mencakup beberapa langkah sebagai berikut (Risadi (2016):

Gambar 4. Tahap Pengembangan BUMDES



Tahapan awal yang dilakukan adalah pengembangan dan penguatan kelembagaan yang mencakup penetapan regulasi dan penataan organisasi. Dalam kaitannya dengan regulasi Pemerintah Desa Donoharjo telah merujuk pada Undang-undang tentang Desa yang tercermin dalam Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa; Peraturan Pemerintah Nomor 43 Tahun 2014 tentang Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa; Permendes No. 1 Tahun 2015, pasal 23; Peraturan Menteri Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal dan Transmigrasi Republik Indonesia Nomor 4 Tahun 2015 Tentang Pendirian, Pengurusan dan Pengelolaan, dan Pembubaran Badan Usaha Milik Desa. Dalam hal ini Draft permendes tentang BUMDES sedang masuk dalam tahapan diskusi draft peraturan oleh BPD dan Pihak Desa yang didampingi TIM LP3M.

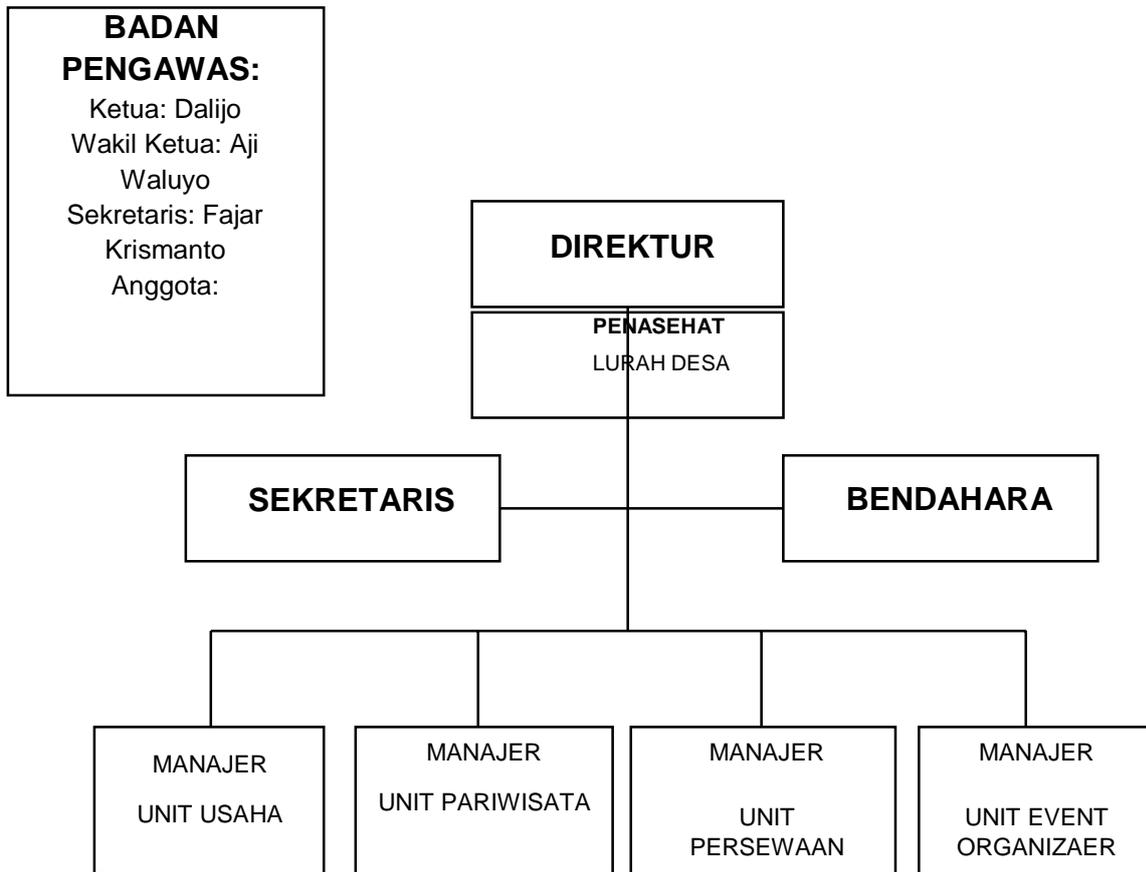
5. Pertemuan dengan Pihak *Stakeholders*

Kegiatan ini berbentuk Focus Group Discussion antara Pelaksana dengan pihak-pihak yang terkait. Dalam pelaksanaan ini yang hadir antara lain Kepala Desa, aparat Desa, BPD, pendamping, OPPE, dan perwakilan dari Penggiat difable di Donoharjo. Pelibatan penggiat difable ini mengingat pengembangan embung ke depan dibangun dengan konsep ramah difable sehingga dapat digunakan sebagai fasilitasi teman-teman difabel.

Diskusi dilakukan untuk menyepakati Kelembagaan yaitu struktur organisasi BUMDES adalah sebagai berikut.



Gambar 5 Struktur Organisasi BUMDES Donoharjo



Persyaratan jabatan Dewan Pengawas dipaparkan sebagai berikut:

Tabel 2-Analisis Jabatan Dewan Pengawas

Struktur	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ketua 2. Wakil Ketua merangkap anggota 3. Sekretaris 4. Anggota
Uraian Tugas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan pengawasan terhadap pelaksanaan kebijakan dan pengelolaan BUMDesa 2. Menyampaikan laporan hasil pengawasan disertai saran dan pendapat kepada pemerintah desa 3. Menyelenggarakan Rapat Umum untuk membahas kinerja BUMDesa sekurang-kurangnya 1 (satu) tahun sekali. 4. Mematuhi anggaran dasar, anggaran rumah tangga BUMDesa 'panggung lestari' dan peraturan perundang undangan serta wajib

	melaksanakan prinsip-prinsip profesionalisme, efisiensi, transparansi, kemandirian, akuntabilitas, dan kewajaran
Wewenang	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menetapkan kebijakan dalam rangka pengembangan BUMDes 2. Memeriksa dan meneliti administrasi BUMDesa 3. Meminta keterangan kepada pelaksana operasional atas segala sesuatu yang berkaitan dengan pengelolaan BUMDesa 4. Memilih dan mengangkat susunan kepengurusan Badan Pengawas BUMDesa Menetapkan kebijakan pengembangan kegiatan usaha dari BUMDesa 5. Melaksanakan pemantauan dan evaluasi terhadap kinerja Pelaksana Operasional

Sumber: Materi dan Hasil FGD

Tabel 3-Analisis Jabatan Dewan Penasehat

Uraian Tugas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memberikan nasihat kepada Pelaksana Operasional dalam melaksanakan pengelolaan BUM Desa 2. Memberikan saran dan pendapat mengenai masalah yang dianggap penting bagi pengelolaan BUM Desa 3. Mengendalikan pelaksanaan kegiatan pengelolaan BUM Desa.
Wewenang	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meminta penjelasan dari Pelaksana Operasional mengenai persoalan yang menyangkut pengelolaan usaha Desa 2. Melindungi usaha Desa terhadap hal-hal yang dapat menurunkan kinerja BUM Desa.

Sumber: Materi dan Hasil FGD

Tabel 4-Analisis Jabatan Pelaksana Operasional

Jabatan	Manajer Sekretaris Bendahara
Uraian Tugas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Melaksanakan dan mengembangkan BUM Desa agar menjadi lembaga yang melayani kebutuhan ekonomi dan/atau pelayanan umum masyarakat Desa; 2. Menggali dan memanfaatkan potensi usaha ekonomi Desa untuk meningkatkan Pendapatan Asli Desa; dan 3. Melakukan kerjasama dengan lembaga-lembaga perekonomian Desa lainnya.

Wewenang	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat laporan keuangan seluruh unit-unit usaha BUM Desa setiap bulan; 2. Membuat laporan perkembangan kegiatan unit-unit usaha BUM Desa setiap bulan; 3. Memberikan laporan perkembangan unit-unit usaha BUM Desa kepada masyarakat Desa melalui Musyawarah Desa sekurang-kurangnya 2 (dua) kali dalam 1 (satu) tahun.
----------	---

Untuk mempermudah proses rekrutmen dan seleksi dari aspek transparansi dan profesionalitas maka disepakati persyaratan umum jabatan pengelola embung sebagai berikut:

1. Masyarakat Desa yang mempunyai jiwa wirausaha;
2. Berdomisili dan menetap di Desa Donoharjo sekurang-kurangnya 2 (dua) tahun;
3. Berkepribadian baik, jujur, adil, cakap, dan perhatian terhadap usaha ekonomi Desa;
4. Berkomitmen membangun Desa;
5. Pendidikan minimal setingkat SMU/Madrasah Aliyah/SMK atau sederajat.

Sedangkan persyaratan khusus setiap jabatan ditetapkan sebagai berikut:

Tabel 5-Persyaratan jabatan

	MANAJER	SEKRETARIS	BENDAHARA
Domisili Asal	Masyarakat asli Desa Jetis Suruh	Masyarakat asli Desa Jetis Suruh	Masyarakat asli Desa Jetis Suruh
Pendidikan Minimal	D3 Pariwisata	SMK/SLTA	SMK Akuntansi
Usia	35 Tahun	35 Tahun	35 Tahun
Kesehatan	Sehat Fisik, Mental, Tidak Buta Huruf	Sehat Fisik, Mental, Tidak Buta Huruf	Sehat Fisik, Mental, Tidak Buta Huruf
Hard Skills dan Practical Skills	1. Kemampuan Berbahasa Inggris lancar	Kemampuan memanfaatkan TI untuk pekerjaan	Mampu mengoperasikan Ms Office, dan paham tentang laporan keuangan
	2. Kemampuan memanfaatkan TI	Administrasi Perkantoran	Kemampuan memanfaatkan TI untuk pekerjaan
Kompetensi	1. Skill pengelola	Tekun, Memiliki	Pengalaman bidang

	wisata n	sikap rapi	Keuangan
	2. Kreatif, Inovatif, komunikatif, membangun jaringan		Tekun, ulet, teliti

6. Pertemuan dengan Stakeholders: Kelompok OPPE, BPD, Pihak Desa, UMY.

Permasalahan yang dihadapi oleh Pihak Desa dalam mengembangkan BUMDES dengan fokus pada embung jetis suruh adalah masalah penyerahan pengelolaan. Selama ini, pengelolaan embung khususnya masalah irigasi dan kebersihan dilakukan oleh kelompok OPPE (Organisasi Pelaksana Pengelola Embung). Anggota kelompok OPPE merupakan petani yang ada di sekitar wilayah tersebut. Selama masa pengelolaan, embung belum dijadikan sebagai daya tarik wisata dan tidak berorientasi ekonomi. Untuk itu dalam kaitannya dengan rencana penyerahan embung kepada pengelola BUMDES, diperlukan diskusi sehingga semua pihak menerima keputusan Kepala Desa dengan baik.

Komunikasi Pihak Desa dengan OPPE sebenarnya telah dilakukan beberapa kali, namun masih belum menemui titik temu. Untuk ini diperlukan kehadiran pihak ketiga (LP3M UMY) sebagai penengah. Dalam kesempatan ini tim pelaksana yang hadir adalah M. Zaenuri dan Sri Hnadari W. Hasil FGD terdapat beberapa kesepakatan sebagai berikut.

- a. BUMDES akan didirikan dengan fokus pengelolaan awal pada pengembangan ekonomi pariwisata di embung jetis suruh
- b. Embung Jetis Suruh secara resmi dikelola BUMDES, dengan sistem bagi hasil antara BUMDES dan OPPE, yang besarnya akan ditetapkan kemudian
- c. Kelompok OPPE akan bekerjasama dengan Pihak Desa dan Embung untuk bersama-sama mengembangkan program wisata di embung.

FGD dan Motivasi Usaha dengan *Stakeholders*

2. Kegiatan ini dilaksanakan oleh LP3M untuk memfasilitasi pertemuan antara beberapa pihak yaitu Pihak Desa, BPD, Karang Taruna, perwakilan dusun, dan pihak UMY. Target luaran adalah menyamakan persepsi tentang konsep pengelolaan embung.

Proses Rekrutmen dan Seleksi

3. Hasil rapat tingkat desa menyepakati bahwa Pengelola BUMDES ditunjuk secara internal oleh Pemerintah Desa dengan mempertimbangkan beberapa masukan pelaksana program.

Koordinasi LP3M dan Desa

4. Pelaksanaan kegiatan di LP3M UMY, yang salah satu paparan yang disampaikan adalah penetapan pengurus BUMDES

Diskusi *Follow Up* Program

Pada kegiatan ini pelaksana program melakukan koordinasi dengan tim desa dan perwakilan aparat desa untuk merumuskan dan memantapkan konsep struktur organisasi dan tindak lanjut program. Pemilihan pengurus BUMDES telah dilaksanakan namun sampai koordinasi dilakukan peraturan legal yang terkait yaitu PERMENDES belum disahkan. Pertemuan untuk melakukan konsolidasi pengurus juga belum dilaksanakan. Sehingga diperlukan tindak lanjut kegiatan yang didampingi oleh pelaksana program.

7. FGD dengan Pengurus dan Desa

Kegiatan ini dilaksanakan untuk merumuskan beberapa permasalahan dan merencanakan kegiatan lanjutan. Pada pelaksanaan ini juga didiskusikan rencana program ke depan dan rencana pemanfaatan dana program. Beberapa hasil FGD antara lain sebagai berikut.

- a. Perlu melakukan studi banding ke BUMDES yang bisa menjadi percontohan
- b. Perlu dilakukan diskusi kembali tentang program prioritas sebagai langkah awal
- c. Beberapa usulan fasilitas dan kegiatan yang menjadi agenda selanjutnya:
 - a. Tapan baliho
 - b. Tempat permainan
 - c. Diskusi sharing pendapatan
 - d. Konsep pengelolaan embung
 - e. Penetapan penggunaan dana PKM
 - f. Rencana Koordinasi kembali tanggal 28 Juni 2019

1. Dokumen program kerja

Penyusunan program kerja merupakan hal yang tidak kalah penting setelah struktur dan kepengurusan terbentuk. Namun sampai laporan ini disusun, program kerja belum dapat disusun karena masih menunggu pengesahan Peraturan Desa terkait dengan BUMDES dan Pengurus. Sampai saat ini PERDES masih dalam tahapan finalisasi. Berdasar hasil kesepakatan dan rencana Desa, PERDES akan dibahas bersama dengan BPD pada minggu pertama Bulan Juli 2019. Untuk mengawali perencanaan program maka disepakati sebelumnya akan dilaksanakan diskusi dengan pihak BUMDES dan Aparat Desa.

Simpulan

Pendampingan masyarakat yang dalam hal ini dilaksanakan melalui pengabdian masyarakat skema PKM memberikan manfaat yang cukup besar bagi masyarakat Mitra. Beberapa *lesson learn* sekaligus sebagai kesimpulan program adaah sebagai berikut.

1. Pada dasarnya setiap daerah dan desa memiliki potensi yang dapat dikembangkan sebagai sumber perekonomian desa. Potensi tersebut dapat berupa sumberdaya alam, pertanian, atau sumber lain. Namun mayoritas permasalahan yang dihadapi adalah keterbatasan SDM dan akses komunikasi dalam memulai pengelolaannya.

2. Dukungan Aparat Desa untuk pengembangan sumber kesejahteraan ekonomi terbukti mampu mendorong perepatan pembentukan lembaga ekonomi yaitu BUMDES di Desa Donoharjo, Ngaglik Sleman.
3. Program pendampingan oleh pihak ketiga, dalam hal ini perguruan tinggi sangat diperlukan sebagai motivasi bagi desa dan sebagai mitra sinergis dalam mendiskusikan beberapa permasalahan sehingga solusi yang dilakukan memberikan hasil yang lebih cepat.

Daftar Pustaka

- Peraturan Menteri Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, Dan Transmigrasi Republik Indonesia Nomor 4 Tahun 2015 Tentang Pendirian, Pengurusan Dan Pengelolaan, Dan Pembubaran Badan Usaha Milik Desa
- Panduan Pendirian dan Pengelolaan Badan Usaha Milik CDesa (BUMDES). 2007. Departemen Pendidikan Nasional, Pusat Kajian Dinamika Sistem Pembangunan, Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya, Malang.
- Peraturan Desa Desa Panggunharjo Kecamatan Sewon Kabupaten Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta Nomor 09 Tahun 2015 Tentang Badan Usaha Milik Desa (BUMDES).
- MA'ANI HASMAN. 2015. Bahan Sosialisasi Pelaksanaan Undang-Undang No.6 Tahun 2014 Tentang Desa Dan Transisi Pnpm Mandiri Jakarta.
- Risadi Ahmad Aris. 2016. Materi Focus Group Discussion: Penguatan Kelembagaan BUM Desa

Penerapan Budaya Jepang Melalui Kuliner Makanan Jepang

Aziza Freda Savana¹, Rosi Rosiah², Wistri Meisa³

¹Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Jl. Brawijaya, Kasihan, Bantul, Yogyakarta 55183

²Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Jl. Brawijaya, Kasihan, Bantul, Yogyakarta 55183

³Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Jl. Brawijaya, Kasihan, Bantul, Yogyakarta 55183
aziziafreda@umy.ac.id

Abstrak

Moyudan merupakan salah satu lokasi yang sering dikunjungi oleh wisatawan asing. Namun, perkembangan kuliner asing di kecamatan ini masih terbilang minim. Warga setempat memiliki harapan untuk mengembangkan kuliner asing di desanya. Berangkat dari permasalahan tersebut, maka Program Studi Pendidikan Bahasa Jepang Universitas Muhammadiyah Yogyakarta menawarkan solusi untuk menyelenggarakan pelatihan kuliner sebagai bentuk pengenalan budaya Jepang dengan kelompok desa prima di desa sumberagung. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) ini menggunakan pendekatan persuasif edukatif dengan metode ceramah dan praktek memasak takoyaki untuk ibu ibu kelompok binaan desa prima, Sumberagung, Moyudan yang berupa pelatihan. Tujuan diadakannya pelatihan ini adalah untuk membekali kelompok desa prima bagaimana memasak makanan asing yaitu takoyaki sesuai dengan hasil observasi yang telah dilakukan dan mengenalkan budaya Jepang melalui kuliner. Hasil dari pelatihan ini adalah terciptanya produk kuliner baru sebagai pelopor kuliner internasional di desa Prima. Selain itu, pelatihan ini juga membuka wawasan kelompok binaan desa Prima bahwa untuk menciptakan produk kuliner internasional tidak selalu sulit dan mahal, tetapi juga dapat menggunakan substitusi bahan lokal yang jauh lebih murah sehingga produk memiliki daya jual ekonomi yang lebih tinggi. Tentunya pelatihan ini tidak hanya bermuara pada terciptanya produk semata, tetapi diharapkan berlanjut kepada pemasaran produk baik secara kelompok maupun individual.

Kata kunci: Desa Prima, Takoyaki, Kuliner Jepang

Pendahuluan

Moyudan adalah sebuah kecamatan dari kabupaten Sleman, Yogyakarta. Lokasi pusat pemerintahan kecamatan Moyudan berada di Ngentak, Sumberagung. Jarak ibukota kecamatan ke pusat pemerintahan kabupaten sleman adalah 17 Km. Jumlah penduduk 33.595 jiwa dengan kepadatan 1.216 jiwa/km². Kecamatan Moyudan mempunyai 4 Desa yaitu, Sumberagung, Sumberarum, Sumberahayu, Sumbersari dengan total padukuhan sebanyak 65. Batas wilayah kecamatan Moyudan sebelah barat adalah kecamatan Nanggulan (Kulon Progo), sebelah utara Kecamatan Minggir, sebelah timur kecamatan Godean, sebelah selatan

kecamatan Sedayu. Salah satu desa yang mempunyai potensi untuk pelatihan budaya dibidang kuliner Jepang adalah desa Sumberagung. Desa sumberagung terdiri dari 21 dusun atau padukuhan, dimana setiap dusun mempunyai ciri khas tersendiri yang bisa diunggulkan dari desanya. Sebagai contohnya dusun Kedung Banteng terkenal sebagai kampung santri, dusun Malangan terkenal karena kerajinan bambunya, dusun kaliduren terkenal karena grup kuda lumping, dan lain lain. Disamping itu, desa Sumberagung mempunyai desa binaan yang terdiri dari ibu ibu PKK ini disebut dengan Desa Prima yang terdiri dari 3 padukuhan, yaitu dusun Celungan, Kruwet, dan Nulisan. Anggota kelompok binaan tersebut saat ini kurang lebih memiliki 25 orang anggota. Kelompok binaan Desa Prima tersebut dilatih dan dibina untuk membuat makanan tradisional. Sehingga yang ditonjolkan dari desa ini adalah kuliner makanan tradisionalnya. Karena desa Sumberagung merupakan desa yang sering dikunjungi wisatawan, mereka ingin mengembangkan kuliner asing dan ingin mempelajari makanan dari negara lain.

Perkembangan kuliner di Indonesia mengalami peningkatan setiap tahunnya. Di Yogyakarta sendiri banyak ditemukan bermacam macam kuliner. Hal ini ditunjukkan dengan dibukanya berbagai macam kafe dan tempat makanan yang mempunyai ciri khas tersendiri dan menu makanan yang beragam. Tidak hanya itu, terdapat juga usaha yang berupa *home industry di bidang kuliner*. Perkembangan kuliner tersebut diasumsikan akan terus mengalami peningkatan yang pesat dan merupakan salah satu potensi ekonomi kreatif. Hal ini juga diutarakan oleh Kepala Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) Triawan Munaf yang menuturkan bahwa potensi ekonomi kreatif untuk berkembang di Indonesia besar. Beliau juga mengungkapkan selama ini ada 3 subsektor utama pertumbuhan ekonomi kreatif di Indonesia, yaitu kuliner, fashion dan kriya (Kompas, 2018/09/25). Subsektor kuliner pada khususnya memiliki pasar yang besar, terutama kuliner asing. Sebagai contohnya, makanan Jepang seperti sushi dan ramen menempati peringkat pertama dalam kategori *Asian Cuisine* yang dicari di Indonesia (Qraved:2015). Sesuai dengan kutipan tersebut, tak dipungkiri bahwa kuliner memang penting untuk dikembangkan. Selain makanan Indonesia, terdapat pula makanan internasional yang mulai bermunculan di Indonesia termasuk di Yogyakarta. Karena Yogyakarta adalah daerah wisata dan sering dikunjungi oleh wisatwan asing, maka berbagai macam kuliner asing pun sering dijumpai. Kuliner asing tersebut diantara adalah makanan Italia, Korea, Thailand, Timur Tengah, dan Jepang. Akan tetapi, kuliner tersebut tidak selalu dijumpai di seluruh pelosok Yogyakarta. Salah satu kuliner yang mulai banyak dijumpai adalah *takoyaki*. *Takoyaki* adalah salah satu panganan ringan yang populer di Jepang. Makanan yang berasal dari daerah Kansai ini berbentuk bola-bola kecil dengan diameter 3-5 cm yang dibuat dari adonan tepung diisi potongan gurita di dalamnya. 3-5 cm yang dibuat dari adonan tepung diisi potongan gurita di dalamnya. Salah satu kota di Kansai yang terkenal dengan produk *takoyaki* & *okonomiyaki* adalah Osaka. Kudapan ringan ini biasa dijajakan di pinggir jalan dan disajikan dalam bentuk set dengan satu set berisi 5,6,8 hingga 10 buah *takoyaki* di atas lembaran

kertas berbentuk perahu. Satu set takoyaki biasa dihargai antara 300 yen hingga 600 yen (\pm Rp.40.000-Rp.80.000) tergantung jumlah butir *takoyaki* dalam satu set. Kurang lebih satu butir dihargai 44 yen atau Rp.6000. Takoyaki lebih nikmat disantap ketika masih hangat. Biasanya penjual *takoyaki* memberikan tusuk gigi atau sumpit sekali pakai sebagai alat santapnya.

Takoyaki pun kini menjadi salah satu makanan ringan internasional yang populer di Indonesia. Ia bisa ditemukan di kios pinggir jalan hingga pusat perbelanjaan seperti mall dan foodcourt. Membuat *takoyaki* sebagai panganan ringan tidak sulit. Bahannya pun dapat diperoleh dengan mudah. Saat ini banyak ditemukan jasa penyedia bahan *takoyaki* halal yang tersebar di Indonesia. Kita dapat membeli bahan khas *takoyaki* seperti tepung premiks *takoyaki*, *aonori*, *katsuobushi* hingga saus *takoyaki* halal melalui jasa niaga online. Isian takoyaki berupa gurita pun bisa didapat dari pasar lokal atau supermarket setempat. Namun, kita juga dapat meracik adonan tepung sendiri menggunakan bahan lokal yang tentunya murah meriah.

Berdasarkan hal tersebut, Program Studi Pendidikan Bahasa Jepang UMY memberikan pelatihan kepada desa prima yang meliputi sosialisasi kuliner Jepang berupa Takoyaki serta praktek pembuatan dengan resep original dan modifikasi menggunakan bahan lokal. Hal ini ditujukan untuk mencapai biaya produksi yang minimum dan margin profit penjualan yang maksimal ketika hasil produk akan dipasarkan ke khalayak umum. Selain itu, diselenggarakan juga pendampingan pengemasan dengan memberikan label pada produk *takoyaki*.

Metode Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) ini menggunakan pendekatan persuasif edukatif dengan metode ceramah dan praktek memasak *takoyaki* untuk ibu ibu kelompok binaan desa prima, Sumberagung, Moyudan yang berupa pelatihan. Tujuan diadakannya pelatihan ini adalah untuk membekali kelompok desa prima bagaimana memasak makanan asing yaitu *takoyaki* sesuai dengan hasil observasi yang telah dilakukan dan mengenalkan budaya Jepang melalui kuliner.

Berikut ini adalah tahapan pelaksanaan kegiatan,

- a. Tim pelaksana program melakukan observasi pada bulan Januari 2019
- b. Persiapan kegiatan oleh tim untuk merencanakan kegiatan yang meliputi waktu, materi, dan teknis pelaksanaan
- c. Konfirmasi dengan pemerintah desa sebagai tempat pelaksanaan kegiatan dan konfirmasi dengan peserta mengenai tempat dan waktu pelaksanaan
- d. Persiapan alat memasak dan bahan *Takoyaki*
- e. Menguji resep *takoyaki*
- f. Merancang desain label dan kemasan
- g. Pembukaan pelaksanaan pelatihan dibuka oleh kepala desa Sumberagung Moyudan Djuljiman dan ketua pelaksana tim pengabdian Azizia Freda Savana, M.Pd pada tanggal 13 Maret 2019

- h. Setelah pembukaan dilanjutkan dengan kegiatan hari pertama adalah sosialisasi sosialisasi mengenai budaya dan kuliner Jepang dan pelatihan dengan metode ceramah dengan memberikan materi untuk membekali peserta bagaimana cara memasak *takoyaki* rasa original kemudian dilanjutkan dengan praktek memasak langsung oleh peserta
- i. Kegiatan hari kedua adalah pelatihan dengan metode ceramah dengan memberikan materi untuk membekali peserta bagaimana cara memasak *takoyaki* rasa kombinasi kemudian dilanjutkan dengan praktek memasak langsung oleh peserta dan pendampingan pengemasan produk. Kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 14 Maret 2019

Materi yang diberikan kepada peserta pelatihan adalah resep *takoyaki* varian original dan varian kombinasi. kelompok binaan desa prima dipilih dengan alasan bahwa kelompok ini terdiri dari ibu ibu dari tiga dusun dan kelompok ini merupakan penggiat kuliner masakan tradisional di desa Sumberagung kecamatan Moyudan.

Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dibagi menjadi tiga kegiatan, yaitu pra pelaksanaan, pelaksanaan dan keberlanjutan program.

1. Pra pelaksanaan atau tahap persiapan
 - a. Observasi

Tim pelaksana program melakukan observasi sebelum pelaksanaan kegiatan dengan tujuan mengidentifikasi masalah yang ada di Desa Prima, khususnya yang berhubungan dengan program kuliner kelompok binaan desa Prima. Hasil dari observasi dan tindak lanjut masalah disajikan pada tabel 1.

Tabel 1
Hasil Observasi dan Tindak Lanjut Masalah

No.	Hasil Observasi	Tindak Lanjut
1.	Belum ada menu kuliner internasional pada daftar unit catering kelompok binaan desa Prima. Jenis panganan ringan hanya panganan tradisional Indonesia	Memperkenalkan panganan <i>Takoyaki</i> dalam bentuk sosialisasi budaya dan kuliner Jepang
2.	Kelompok binaan belum memiliki peralatan memadai untuk membuat panganan <i>Takoyaki</i>	Menghibahkan peralatan seperti wajan khusus <i>Takoyaki</i> , kompor serta alat masak yang digunakan

		dalam pelatihan kepada pengurus kelompok binaan Desa Prima.
--	--	---

b. Menyiapkan alat dan bahan

Setelah melakukan observasi dan menemukan masalah terkait pelaksanaan program, penulis menyusun daftar barang yang diperlukan untuk tindak lanjut masalah dan pelaksanaan program. Beberapa persiapan yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Membeli wajan khusus *takoyaki* untuk mencetak dan memanggang adonan
2. Membeli kompor portabel untuk memasak *takoyaki*
3. Membeli peralatan masak lainnya seperti gelas takar, spatula, dan sebagainya
4. Membeli bahan masakan seperti minyak goreng, tepung premix original, tepung terigu lokal, saus takoyaki, bahan saus lokal, *katsuobushi*, dan sebagainya

c. Menguji Resep Takoyaki

Resep yang akan digunakan dalam pelatihan sebelumnya melalui proses uji coba terlebih dahulu. Terdapat dua resep yang diujicobakan, yaitu resep original yang menggunakan bahan premium berupa tepung takoyaki premiks dan resep modifikasi yang menggunakan bahan substitusi dari produk lokal. Kedua resep dibandingkan dan kemudian dibuat varian isi menjadi takoyaki original dan takoyaki varian keju. Dari hasil uji coba, resep kemudian dicetak dalam bentuk booklet untuk kemudian dibagikan saat sosialisasi budaya dan kuliner Jepang kepada anggota pelatihan, yaitu kelompok binaan desa Prima.

d. Merancang Desain Label dan Kemasan Produk

Sebelum pelatihan dilaksanakan, tim pelaksana juga mempersiapkan kemasan produk dan desain label. Desain dirancang sesuai dengan produk yang akan ditawarkan dan dapat mewakili keunggulan serta ciri khas produk. Label produk dalam kemasan Takoyaki Desa Prima dapat dilihat pada gambar berikut.

Gambar 1
Label Kemasan Takoyaki Desa Prima



Hasil dan capaian kegiatan pra program tersaji pada Tabel 2 di bawah ini.

Tabel 2
Hasil dan Capaian Pelaksanaan Pra Program

No.	Tahapan Kegiatan	Hasil dan Capaian
1	Observasi	Mengetahui permasalahan dan hal-hal atau rancangan program yang harus dipersiapkan sebelum pelaksanaan program
2	Menyiapkan Alat dan Bahan	Pengadaan peralatan penunjang seperti wajan khusus <i>takoyaki</i> , kompor portabel dan perlengkapan memasak lainnya
3	Melakukan uji coba resep <i>takoyaki</i>	Terdapat dua jenis resep <i>takoyaki</i> berupa <i>takoyaki</i> original dan <i>takoyaki</i> varian sosis keju. Bahan resep terbagi dua jenis, yaitu bahan premix original dan bahan substitusi menggunakan produk lokal
4	Merancang Desain Label dan Kemasan Produk	Produk dikemas dalam wadah plastik mika bulat dan dilabeli oleh cutting stiker dengan

2. Tahap pelaksanaan

Tahap pelaksanaan terdiri dari dua kali kegiatan yaitu,

a. Kegiatan hari pertama

Pada sesi pertama kegiatan diawali dengan sosialisasi mengenai budaya dan kuliner Jepang kepada kelompok binaan desa Prima. Sesi kedua adalah pemberian materi pembuatan *takoyaki* dan pelaksanaan demonstrasi memasak berupa pembuatan *takoyaki* dengan resep original yang menggunakan bahan premix original. Selanjutnya praktek memasak oleh kelompok binaan desa prima yang telah dibagi menjadi 3 dusun.



Figure 1 Sosialisasi mengenai budaya dan kuliner Jepang



Figure 2 Demo Pembuatan Takoyaki

b. Kegiatan hari kedua

Sesi pertama adalah pemberian materi pembuatan *takoyaki* dan pelaksanaan demonstrasi memasak berupa pembuatan takoyaki dengan resep rasa kombinasi yang menggunakan bahan premix original dan di campur dengan bahan tepung biasa. Sesi kedua adalah praktek pembuatan *takoyaki* oleh kelompok binaan desa Prima dan pendampingan pengemasan produk.



Figure 3 Praktek pembuatan Takoyaki oleh ibu ibu kelompok desa prima



Figure 4 pendampingan pengemasan produk

Pelaksanaan program pelatihan memasak takoyaki dilakukan dalam beberapa kegiatan yang dikemas dalam dua pertemuan kegiatan. Hasil dan capaian tahap pelaksanaan tersaji pada Tabel 3 di bawah ini.

Tabel 3. Hasil dan Capaian Pelaksanaan Program

No.	Tahapan Kegiatan	Hasil dan Capaian
1	Sosialisasi kepada kelompok binaan desa Prima tentang budaya dan kuliner Jepang	Kelompok binaan menyambut baik pengembangan menu kuliner berupa penganan <i>takoyaki</i> dan mempunyai pandangan baru bahwa produk tersebut mempunyai prospek yang baik dalam jangka panjang dapat meningkatkan perekonomian
2	Demonstrasi & Praktek Memasak Takoyaki Original	Kelompok binaan dapat membuat takoyaki dengan varian original dengan baik
3	Demonstrasi & Praktek Memasak Takoyaki Varian Sosis Keju	Kelompok binaan dapat membuat takoyaki varian isi sosis keju dengan baik
4	Pendampingan Pengemasan Produk	Kelompok binan dapat mengemas produk dan melabeli dengan merek dagang yang telah disepakati
5	Penyediaan perlengkapan memasak takoyaki	Alat memasak berupa wajan cetakan takoyaki, kompor portabel dan perlengkapan memasak lainnya dijadikan fasilitas desa dan dikelola oleh pengurus kelompok binaan desa Prima

3. Tahap keberlanjutan terdiri dari terciptanya unit usaha baik individual atau kelompok. Ibu ibu kelompok binaan desa prima berhasil mempraktekkan dan memasak *takoyaki* dengan *varian* original dan *varian* kombinasi. Berikut adalah hasil produk *takoyaki* yang telah dipraktekkan oleh ibu ibu kelompok binaan desa prima.



Figure 5 Hasil produk takoyaki

Kelompok desa prima membutuhkan peralatan untuk membuat dan menghasilkan *takoyaki* sebagai ekonomi kreatif kuliner. Oleh karena itu, alat memasak *takoyaki* berupa wajan cetakan *takoyaki*, kompor portabel dan perlengkapan memasak lainnya diberikan dan dijadikan fasilitas desa dan dikelola oleh pengurus kelompok binaan desa Prima.



Figure 6 Penyerahan Peralatan Memasak takoyaki

pelaksanaan seluruh rangkaian program dapat terlihat dari beberapa indikator keberhasilan. Pertama, masyarakat desa Prima khususnya kelompok binaan desa Prima, Sumberagung, Moyudan kini mempunyai pandangan baru bahwa kuliner internasional tidak sesulit yang dibayangkan dan dapat menjadi salah satu pengembangan bisnis kuliner yang sudah ada pada desa tersebut. Kedua, hal ini juga memotivasi anggota kelompok binaan untuk merintis unit usaha individu sebagai alternatif dalam meningkatkan perekonomian rumah tangga. Sehingga untuk selanjutnya dengan pendampingan yang intensif ke depannya diharapkan kelompok

binaan mampu melakukan pemasaran secara mandiri dan meningkatkan perekonomian warga setempat.

Kesimpulan

Program pemberdayaan masyarakat melalui pelatihan pembuatan takoyaki pada kelompok binaan desa Prima, Sumberagung, Moyudan, DIY ini dapat memberikan alternatif pemecahan masalah yang terjadi di masyarakat seperti berikut ini.

1. Masyarakat setempat mempunyai pandangan baru bahwa kuliner internasional bukan hal yang sulit untuk dipelajari dan bahkan dapat menjadi varian menu bisnis kuliner yang sudah dirintis terlebih dahulu.
2. Masyarakat setempat, khususnya kelompok binaan desa Prima memiliki motivasi untuk merintis unit usaha takoyaki di dusun masing-masing dengan menggunakan modifikasi resep berbahan dasar produk lokal.
3. Selain usaha mandiri secara individu, masyarakat khususnya desa Prima kini memiliki merek dagang takoyaki yaitu “Takoyaki Prima” yang dapat dimajukan bersama-sama oleh kelompok binaan desa Prima.

Ucapan Terima Kasih

Terima kasih kepada Universitas Muhammadiyah Yogyakarta melalui LP3M yang telah memberikan bantuan hibah, Perangkat desa Sumberagung kecamatan Moyudan, Kelompok desa Prima, staff prodi pendidikan bahasa Jepang yang telah membantu pelaksanaan program Pengabdian Kemitraan Masyarakat ini.

Daftar Pustaka

- Bekraf. 2017. Data Statistik dan Hasil Survei Ekonomi Kreatif: Kerjasama Badan Ekonomi Kreatif dan Badan Pusat Statistik. Jakarta: Badan Ekonomi Kreatif
- Duldjiman, H. 2018. Survey Pendahuluan Desa Prima Sumberagung. Balai Desa Moyudan: Yogyakarta. 10 mins.
- Irwan, Kevin. 2015. 10 Makanan paling dicari versi Qraved App dalam <https://www.qraved.com/journal/blog/10-makanan-paling-dicari-sepanjang-2015-versi-qraved/> diakses 8 November 2018
- Nurfadilah, Putri Syifa. 2018. Potensi Besar, Ini 3 Subsektor Utama Ekonomi Kreatif Indonesia, dalam <https://ekonomi.kompas.com/read/2018/09/25/202052726/potensi-besar-ini-3-subsektor-utama-ekonomi-kreatif-di-indonesia> diakses 8 November 2018