

Prosiding Semnaskom Unram



2021

Vol.3 No.1



9 772714 873009

E-ISSN 2714-6731

www.semnaskom.unram.ac.id

Komunikasi, Ekonomi Kreatif dan Pemulihan Pembangunan Global

Mataram, 14 Oktober 2021

Diterbitkan oleh:
Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mataram
Jl. Majapahit No.62, Mataram, NTB
komunikasi@unram.ac.id

Prosiding

SEMNASKOM 2021

Seminar Nasional Komunikasi Pengabdian Masyarakat Tahun 2021

“Komunikasi, Ekonomi Kreatif dan Pemulihan Pembangunan Global”

Mataram, 14 Oktober 2021

***Keterangan Foto Sampul:**

Dokumentasi Kegiatan Program Holistik Pembinaan dan Pemberdayaan Desa (PHP2D) oleh Himpunan Mahasiswa Ilmu Komunikasi (HIMIKOM) Universitas Mataram Bersama Pembudidaya Lebah Madu Trigona di Kabupaten Lombok Utara, Juli – Desember 2021

Reviewer

Ir. I Wayan Suadnya, M.Agr.Sc.,Ph.D

Dian Lestari Miharja, S.P., M.A

Diyah Indiyati, S. Sos., M.Si

Editor

Aurelius R.L. Teluma, S.S., M.A

Muhammad Jamiluddin Nur, S.Pd., M.I. Kom.



PRODI ILMU
KOMUNIKASI
UNIVERSITAS
MATARAM

Diterbitkan oleh:
Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mataram
2021

SUSUNAN PANITIA SEMNASKOM 2021

Pengarah

Prof. Dr. H. Lalu Husni, SH., M. Hum

Penanggung Jawab

Dr. Ir. Agus Purbathin Hadi, M. Si

Scientific Committee & Reviewer

Ir. I Wayan Suadnya M.Agr., Sc., Ph. D (Universitas Mataram)

Dian Lestari Miharja, S.P., M.A (Universitas Mataram)

Diyah Indiyati, S. Sos., M. Si (Universitas Mataram)

Dr. Filosa Gita Sumono (Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)

Ketua

Baiq Vira Safitri, S. I. Kom., M. I.Kom

Anggota

Eka Putri Paramita, S.P., M.A

Shinta Desiyana Fajarica, S.IP., M.Si.

Muhlis, S.Sos.I., M.A

Hartin Nur Khusnia, S.IP., M.A

Tenri Waru, S. Sos, M.Si.

Yulanda Trisula Sidharta Yohanes, S. Ikom, M.I. Kom

Novita Maulida, S. Sos., M. Med.Kom

Siti Chotijah, S.IP., M.A

Aurelius R.L. Teluma, S.S., M.A

Muhammad Jamiluddin Nur, S.Pd., M.I. Kom.

SAMBUTAN KETUA PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI



Dr. Ir. Agus Purbathin Hadi, M.Si

Assalamualaikum Wr. Wb

Puji dan syukur berlimpah patut kita haturkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa karena atas izin-Nya, Seminar Nasional Komunikasi (Semnaskom) Pengabdian Masyarakat ke-3 oleh Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Mataram dapat terselenggara pada Kamis, 14 Oktober 2021. Seminar dengan tema “Komunikasi, Ekonomi Kreatif dan Pemulihan Pembangunan Global” merupakan diseminasi hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat oleh para akademisi, birokrat, dan praktisi dari berbagai institusi di seluruh Indonesia sebagai bentuk *sharing* pengalaman, gagasan dan praktik baik.

Buku prosiding elektronik Semnaskom 2021 ini berisi artikel ilmiah dari luaran kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dipresentasikan secara hybrid baik daring maupun luring pada tanggal 14 Oktober 2021. Sebagai kegiatan rutin setiap tahun maka prosiding online ini telah memiliki E-ISSN sejak penyelenggaraan Semnaskom pertama tahun 2019. Selain termuat dalam prosiding ini, sebanyak 10 makalah terpilih (*selected papers*) dipublikasikan dalam jurnal pengabdian masyarakat. Lima makalah diterbitkan di jurnal yang terindeks SINTA dan lima lainnya diterbitkan di jurnal nasional pengabdian masyarakat ber-ISSN. Seminar Nasional Komunikasi Pengabdian Masyarakat ini merupakan agenda tahunan Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mataram, sehingga dapat memberikan kesempatan bagi akademisi, praktisi, birokrat, serta kalangan NGO untuk berkolaborasi dan membagikan karya-karya terbaiknya kepada masyarakat ilmiah dan masyarakat luas.

Terima kasih atas kesediaan berbagi ilmu dan pengalaman dari para *keynote speakers*, Rektor Universitas Mataram, Prof. Dr. Lalu Husni. SH., Gubernur Provinsi Jawa Barat, Dr. H. Muhammad Ridwan Kamil, S.T.,M.U.D., Guru Besar Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran, Prof. Deddy Mulyana, M.A.,PhD., Pimpinan Dewan Kerajinan Nasional dan Pengusaha Nasional, Nur Asia Uno, dan Pendiri Juang Laut Lestari (JARI) Fondation, M. Taufik Hizbul Haq, serta kehadiran dan partisipasi aktif seluruh pemakalah dan peserta Semnaskom 2021. Selamat berdinamika dan berbagi. Sampai bertemu kembali pada Seminar Nasional Komunikasi Pengabdian Masyarakat Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Mataram Tahun 2022.

Mataram, 14 Oktober 2021

SAMBUTAN KETUA PANITIA SEMNASKOM 2021

Baiq Vira Savitri, S.I.Kom., M.I.Kom

Assalamualaikum Wr Wb

Alhamdulillah rabbil'alamin, segala puji dan syukur kita panjatkan ke hadirat Allah swt. yang telah melimpahkan rahmat dan atas perkenan-Nya sehingga kita dapat berkumpul bersama hari ini untuk mengikuti kegiatan Seminar Nasional Komunikasi (Semnaskom) Pengabdian Masyarakat Universitas Mataram.

Para peserta yang kami hormati, Seminar Nasional Komunikasi 2021 ini merupakan seminar ketiga yang diadakan oleh Program Studi Ilmu Komunikasi. Tahun ini kami mengusung tema besar bertajuk “Komunikasi, Ekonomi Kreatif dan Pemulihan Pembangunan Global”. Di dalamnya mencakup topik terkait media, komunikasi digital, pembangunan ekonomi kreatif dan pariwisata berkelanjutan, komunikasi lingkungan, komunikasi mitigasi dan kebencanaan hingga komunikasi kesehatan. Kami mencoba mengangkat isu-isu aktual mengingat kebutuhan masyarakat serta perkembangan ilmu pengetahuan yang dinamis.

Telah hadir juga bersama kita pada hari ini empat pembicara profesional dari kalangan akademisi maupun praktisi, dengan harapan melalui kegiatan Semnaskom ini akan membuka ruang-ruang dialog yang dapat menghimpun ide mau pun inovasi yang menjawab tantangan perkembangan zaman serta memenuhi kebutuhan masyarakat terlebih di masa pandemi Covid-19 saat ini.

Pada Semnaskom 2021 ini kami menerima hampir 50 paper hasil pengabdian masyarakat, peserta pun sebagian besar dari kalangan akademisi dan berasal dari universitas di berbagai daerah di Indonesia. Kami berkomitmen Semnaskom dapat senantiasa menjadi sarana ilmiah yang menjalin kolaborasi dan kerja sama antaruniversitas, institusi maupun lembaga pemerintahan.

Tidak lupa dalam kesempatan ini izinkan kami menyampaikan terima kasih kepada Program Studi Ilmu Komunikasi Unram, Universitas Mataram, Pemerintah Provinsi NTB, Pemerintah Kota Mataram, Radio Republik Indonesia beserta seluruh mitra yang mendukung terselenggaranya Semnaskom Unram 2021.

Akhir kata semoga para peserta seminar mendapat manfaat dari kegiatan Semnaskom dan mampu mewujudkan iklim pengabdian masyarakat yang berorientasi pada pelayanan masyarakat dan pengembangan ilmu pengetahuan yang memajukan kesejahteraan masyarakat.

Mewakili seluruh panitia Semnaskom, perkenankan saya mengucapkan selamat datang, selamat bergaung, dan selamat berdiskusi kepada peserta seminar. Semoga kita semua senantiasa sehat dan semangat hingga akhir acara. Insya Allah.

Mataram, 14 Oktober 2021

Daftar Isi

Halaman Judul	ii
Susunan Panitia Semnaskom 2021	iii
Sambutan Kaprodi Ilmu Komunikasi Universitas Mataram	iv
Sambutan Ketua Panitia Semnaskom 2021	v
Daftar Isi	vi
Subtema 1. Media dan Komunikasi Digital	1
Pelatihan Pembuatan Infografis Sebagai Konten Komunikasi Media Sosial Bidang Pariwisata dan Ekraf	2
Siti Chotijah, Diyah Indiyati, Agus Purbathin Hadi	
Pelatihan Produksi Konten Media Digital dan <i>E-learning</i> untuk Guru SMP Negeri 5 Kota Yogyakarta	9
Catur Nugroho, Astri Wulandari, Achmad Oddy W, Dedi Kurnia S.P	
Meningkatkan Literasi Digital Siswa Pendidikan Dasar	16
Rizky Febriyani Putri, Muhammad Rahmattullah, Suratno, Farida Hayati	
Pelatihan Komunikasi Digital Berbasis Internet di Dusun Rerantek Desa Lantan Kecamatan Batukeliang Utara Lombok Tengah	22
Yulanda Trisula Sidarta Yohanes, Lindayani, Arman Koko, Munawir Gazali, Novita Listyaningrum	
Strategi Social Media Marketing Produk Tekstil UMKM Ikat Celup di Purworejo, Jawa Tengah	28
Astri Wulandari, Achmad Oddy Widyantoro	
Revitalisasi Pasar Seni Sayang Sayang Melalui Optimalisasi Peran Media di Masa Pandemi	39
Eka Putri Paramita, I Wayan Suadnya, Baiq Vira Safitri, Tenri Waru	
Bimbingan Perkawinan Bagi Mahasiswa di Samarinda	47
Afita Nur Hayati, Amalia Nur Aini, Harmina	
Subtema 2. Pembangunan Ekonomi Kreatif dan Pariwisata Berkelanjutan	54
Pendampingan Teknik Panen, Pasca Panen, dan Pemasaran Produk Trigona sp Bagi Peternak Kecil di Kabupaten Lombok Utara	55
Baiq Yulfia Elsadewi Yanuartati, Ridwan, Johan Bachry, Suparmin, Ni Made Wirastika Sari	
Pengembangan Wisata Bahari Berkelanjutan di Desa Tanjung Widoro, Kramat dan Watu Agung, Kecamatan Bungah, Gresik	64
Arwi Yudhi Koswara, Sutikno, Setiawan, Kartika Nusantara, Vindi Fatma Zahra	
Pelatihan Strategi Kebertahanan Usaha kecil pada Pengrajin Kopiah Jangang di Candi Laras Selatan, Kabupaten Tapin Kalimantan Selatan	77
Monry Fraick Nicky Gillian Ratumbuysang, Suratno, Supriyanto, Mahmudah Hasanah, Melly Permata Sari	

Pelatihan Pembukuan Keuangan Sederhana bagi Pelaku UMKM Pengrajin Gerabah Tanah Liat di Kabupaten Kediri	82
Bella Putri Damayanti, Anisa Fatimatul Firdhausi, Dwi Lianawati, Islamiati Rachmah Utami, Nia Talia Salsabela D.M., Alfiana Hidayati, Vingki Dewi Aristina, Violya Sofiananda, Hana Agustina, Angga Yuanisyak, Irma Setiawan Kusuma, Abraham Dimas Bayu Aji, Febri Nurcahyo Dwiyantoko, Muhamad Sholafudin, Mukhammad Annafinurika, Sigit Puji Winarko, Agus Muji Santoso	
Implementasi Konsep Ekonomi Digital pada Kelompok Usaha Ibu Rumah Tangga di Masa Pandemi Covid-9	90
Dewi Mahrani Rangkuty	
Penguatan Kapital Sosial Masyarakat Desa dalam Mendukung Program TDC Desa di Wilayah Lombok Barat NTB	97
Alfian Hidayat, Zulkarnain, Mahmuludin	
Pengembangan Ekonomi Kreatif di Desa Terdampak Bencana Melalui Pendampingan Pengolahan Limbah Ilung (<i>Eichhornia Crassipes</i>)	106
Dwi Atmono, Muhammad Rahmattullah, Monry Fraick Nicky Gillian Ratumbuysang, Maulana Rizky, Baseran Nor5	
Upaya Peningkatan Pendapatan Keluarga Melalui Pengolahan Pangan Berbahan Hasil Laut di Desa Kungkai Baru Kabupaten Seluma Provinsi Bengkulu	112
Heni Nopianti, Diyas Widiyarti, Ika Pasca Himawati	
Implementasi Konsep Gastrodiplomasi Thailand Sebagai Branding Tool Pariwisata dalam Upaya Peningkatan Arus Wisatawan di Provinsi Nusa Tenggara Barat	121
Lalu Puttrawandi Karjaya, Ahmad Mubarak Munir, Alfian Hidayat	
Analisis Perkembangan Industri Ekonomi Kreatif di Kota Bandung	129
Tedi Gunawan	
Pelatihan Bahasa dan Budaya Jepang bagi Pokdarwis untuk Menyambut Desa Plunturan sebagai Desa Wisata Budaya	140
Luluk Ulfa Hasanah, Endang Poerbowati, Muhammad Fattahul 'Alim	
Pengembangan Kapasitas Kawasan Ekowisata Mangrove Bagek Kembar Dalam Mempromosikan Potensi Wilayah	150
Shinta Desiyana Fajarica, M. Jamiluddin Nur, Tenri Waru	
Subtema 3.	
Komunikasi Lingkungan, Kesehatan dan Kebencanaan	157
Edukasi <i>Geohazard</i> Melalui Media Komunikasi Audio Visual	158
Diyah Indiyati, Siti Chotijah, Dian Lestari Miharja, Jusfarida Chaniago	
Strategi Penanggulangan Sampah Plastik Bahari di Malang Raya	165
Wifka Rahma Syaui, Wayan Weda Asmara Dewi	
Komunikasi Lingkungan dalam Mengurangi Sampah Plastik Melalui Pesan Kampanye	173
Wayan Weda Asmara Dewi, Wifka Rahma Syaui	
Edukasi Regulasi Hukum Melalui Sosialisasi Kepada Masyarakat Terhadap Pencemaran Air Sungai Kahayan di Kota Palangka Raya	179
Sanawiah, Rita Rahmaniati, Sari Marlina	
Dukungan Literasi Dasar dalam Psikoedukasi Bencana Meratus	185
Afita Nur Hayati	
	192

Peningkatan Pemahaman Tentang Ancaman Perdagangan Orang pada Kelompok Masyarakat Migrant Worker di Kabupaten Lombok Timur Ismah Rustam	
Teknologi Tepat Guna Wastafel Portabel Otomatis dengan Sensor Ultrasonic untuk Menanggulangi Penyebaran COVID-9 di Desa Sidodadi Bojonegoro Anita Ima Rahmawati, Nikmah Suryandari, Farida Nurul Rahmawati	204
Peluang dan Tantangan Usaha: Strategi Bertahan dalam Kondisi Pandemi Covid-9 Rahmasari Fahria, Ayunita Ajengtyas Saputri Mashuri, Ranti Nugraheni	208
Pandemi Virus Corona dan Persoalan Keamanan Manusia di Provinsi Nusa Tenggara Barat Y.A. Wahyuddin, Sirwan Yazid Bustami	215
Pengembangan Kampung Momprenneur Melalui Diversifikasi Produk Minuman Tradisional ‘Seruputan’ Khas PKK Putat Wetan Rahma Laila Fitria , Zhulfikar Esa A.M , Avijaya Rizqi P, Elisabeth Amanda, Ryand Martin Sinaga, Krensensia Ina Uto, Yuvens Mogi Hardiant, Nurul Dzakiya	226

Subtema 1.

Media dan Komunikasi Digital

Pelatihan Pembuatan Infografis Sebagai Konten Komunikasi Media Sosial Bidang Pariwisata dan Ekraf

Siti Chotijah¹, Diah Indiyati², Agus Purbathin Hadi³

Universitas Mataram, Lombok NTB

mbakjhe@gmail.com, dewi.indi@unram.ac.id, agus.ph@unram.ac.id

ABSTRAK

United Nation World Tourism Organization (UNWTO) mengatakan bahwa perkembangan media sosial telah mengubah cara dalam melakukan promosi pariwisata. Dibutuhkan konten yang baik, efektif dan efisien dalam menyampaikan pesan promosi salah satunya adalah infografis. Hal ini dikarenakan perkembangan trend dan kebiasaan warganet dalam selera konten sosial media khususnya bagi millennials dan generasi Z dimana visual lebih diutamakan. Pelatihan ini diadakan untuk meningkatkan skil para pelaku pariwisata yaitu anggota pokdarwis di NTB, Komunitas pariwisata NTB, khususnya dalam bidang promosi dalam membuat konten kreasi media sosial. Pelatihan dilakukan dengan model workshop 2 sesi yaitu penyampaian materi dan latihan pembuatan infografis melalui aplikasi mobile dengan mengajak peserta untuk melakukan pembuatan konten infografis. Pelatihan ini menjadikan para pelaku pariwisata memiliki skil baru dalam membuat konten kreatif media sosial melalui aplikasi mobile sehingga menghasilkan konten infografis yang lebih menarik, interaktif dan memiliki jangkauan media lebih luas. Peserta memiliki kemampuan untuk mengolah berbagai data dan foto menjadi sajian yang lebih komunikatif sesuai dengan target audiens. Skill ini dapat menunjang pekerjaan mereka dalam melakukan promosi destinasi atau desa wisata sehingga dapat mendorong tingkat ketertarikan netizen untuk melakukan perjalanan wisata ke berbagai destinasi di NTB.

Kata kunci : Infografis, Konten Promosi , Media Sosial, Pariwisata

ABSTRACT

The United Nations World Tourism Organization (UNWTO) said that the development of social media has changed the way of tourism promotion. Effective and efficient social media content is needed in conveying promotional messages, which is infographics. This is due to the development of audience trends and habits of social media content, especially for millennials and generation Z where visuals are more accepted. This training was held to improve the skills of tourism actors called pokdarwis members in NTB, the NTB tourism community, especially in the field of promotion in creating social media content creations. The training was carried out with a 2-session workshop model, the delivery of material and training on making infographics through a mobile application by inviting participants to create infographic content. This training makes tourism actors (pokdarwis and community) have new skills in creating creative social media content through mobile applications so as to produce infographic content that is more interesting, interactive and has a wider media reach. Participants have the ability to process various data and photos into a more communicative presentation according to the target audience. This skill can support their work in promoting tourist destinations or villages so that they can encourage the level of interest of netizens to travel to various destinations in NTB.

Keywords: Infographic, Promotion Content, Social Media, Tourism

Pendahuluan

Nusa Tenggara Barat khususnya pulau Lombok menjadikan pariwisata sebagai sektor unggulan dalam pengembangan daerah. Hal ini berawal di tahun 1970 berdasar kajian dari PBB tentang potensi ekonomi NTB. Sejak saat itu pengembangan pariwisata di NTB menjadi pesat dengan dibangunnya kawasan wisata Segingga Lombok Barat dan terus berproses hingga tahun 2015 mendapatkan penghargaan bidang *world best halal tourism* dengan 2 kategori serta tahun 2016 ditetapkannya Mandalika sebagai KEK Pariwisata sekaligus destinasi super prioritas di Indonesia.

Perkembangan pariwisata dapat dikategorikan menjadi dua ruang besar yaitu pembangunan sumber daya alam/ fisik dan pembangunan sumber daya manusia. Meskipun pembangunan fisik mengalami kemajuan yang pesat pada 10 tahun terakhir khususnya di Lombok, namun pembangunan sumber daya manusia masih harus ditingkatkan. Indeks pembangunan manusia provinsi NTB saat ini masih menduduki ranking ke 32 dari 34 provinsi yang ada di Indonesia. Salah satu syarat kemajuan pariwisata harus didukung dengan pengembangan SDM khususnya masyarakat lokal agar tidak menjadi penonton di wilayah sendiri. Berbagai profesi bidang pariwisata digeluti oleh masyarakat NTB khususnya Lombok dari pelaku pariwisata maupun sektor pendukung khususnya subsektor ekonomi kreatif. Pariwisata memiliki berbagai bidang dari hulu sampai hilir, dari pengembangan destinasi hingga pada upaya pemasaran (Arief Yahya; 2013).

Salah satu hal yang sangat dibutuhkan untuk pengembangan pariwisata adalah upaya melakukan pemasaran pariwisata. Hal ini dikarenakan adanya persaingan pasar sebagai destinasi wisata dengan berbagai daerah di Indonesia. Seiring dengan hal tersebut, perkembangan teknologi komunikasi dan informasi tidak bisa dilepaskan dari upaya melakukan pemasaran pariwisata. *United Nation World Tourism Organization* (UNWTO) selaku badan pariwisata dunia mengatakan bahwa perkembangan teknologi komunikasi khususnya sosial media telah merubah cara pemasaran pariwisata dan branding destinasi. Sehingga keberadaan sosial media menjadi sangat penting dan penentu dalam mendorong pertumbuhan pasar serta kedatangan wisatawan ke NTB.

Sosial media memiliki berbagai ruang dari konten hingga strategi. Pada zaman digital ini, perlu skill bagi para pelaku pariwisata khususnya pada bidang pemasaran melalui sosial media. Fokus program pengabdian pada masyarakat ini adalah bagaimana meningkatkan skill para pelaku pariwisata dalam hal pembuatan konten sosial media melalui infografis. Saat ini tidak banyak konten yang sifatnya infografis baik dari komunitas, pokdarwis, pengelola destinasi, desa wisata maupun industri yang representatif dalam memberikan konten promosi. Justru konten infografis ini banyak muncul dari media nasional maupun kementerian sehingga dirasa masih sangat kurang karena sifatnya yang sangat general. Padahal saat ini terdapat berbagai kemudahan dalam membuat infografis melalui berbagai aplikasi ponsel yang dapat digunakan secara gratis namun belum dimanfaatkan secara maksimal oleh pelaku pariwisata di NTB.

Infografis menjadi konten yang strategis khususnya bagi para milenials dimana bahasa visual lebih disukai dan mendapatkan atensi dari audiens. Berbagai sumber mengatakan bahwa minat membaca masyarakat khususnya milenials turun secara signifikan sehingga dibutuhkan strategi jitu untuk menarik perhatian. Berbagai penelitian mengatakan bahwa bahasa visual atau

gambar 52% lebih efektif daripada kata kata, sehingga infografis akan lebih informatif dan memberikan gambaran yang diterima oleh masyarakat maya (Fill Christ 6 Sarah; 2016). Minat dalam melihat gambar atau visual para pengguna internet jauh lebih tinggi daripada membaca, dimana rata rata artikel hanya dibaca 28% saja oleh netizen (Agnes Winastiti; 2016).

Pelatihan ini dilakukan dengan cara workshop online untuk mengakomodir peserta dari berbagai wilayah kabupaten dan kota di Provinsi NTB. Pelatihan dibagi menjadi 2 sesi yaitu sesi pertama sebagai pemahaman tentang infografis serta bahasa visual dan sesi kedua dikhususkan untuk latihan membuat infografis menggunakan aplikasi canva dengan ponsel masing- masing. Pada sesi kedua juga dilakukan evaluasi oleh narasumber dengan memeriksa hasil dan memberikan rekomendasi sesuai dengan kaidah infografis yang standar sebagai konten komunikasi melalui media sosial.

Melalui pelatihan ini diharapkan ada peningkatan pengetahuan dan skill dari para pelaku pariwisata khususnya dalam memanfaatkan berbagai aplikasi yang dapat digunakan untuk membuat infografis. Hal ini diharapkan mampu memperkaya konten komunikasi khususnya melalui media sosial yang dibuat dan disebar oleh para pelaku pariwisata. Melalui infografis yang merupakan *user generated content* ini diharapkan mampu memunculkan konten materi promosi pariwisata NTB yang terupdate dan informatif.

Metode Pelaksanaan

Pelatihan pembuatan infografis ini dikhususnya untuk para pelaku promosi pariwisata di Provinsi NTB yang aktif di media sosial. Dalam hal ini tim dari Prodi Ilmu Komunikasi Unram menggandeng komunitas pariwisata terbesar di NTB yaitu Genpi Lombok Sumbawa, Asosiasi Pokdarwis di NTB, Pengurus Desa Wisata dan penggiat pariwisata yang memiliki bisnis di travel agen. Kegiatan dilakukan melalui tiga tahapan yaitu, penjangkaran peserta, pelaksanaan pelatihan dan monitoring pasca pelatihan. Pada tahap penjangkaran ini tim pelaksana membagikan informasi serta memberikan undangan melalui berbagai forum pariwisata di NTB. Tahap pelatihan dilakukan dengan 2 sesi yaitu pemberian materi dan praktek, sedangkan tahap ke tiga dilakukan monitoring terhadap akun media sosial dari peserta terkait aplikasi keilmuan dan skill yang didapatkan dalam pelatihan. Peserta dikumpulkan dalam WA grup kemudian dilakukan pelatihan secara daring serta pemanfaatan aplikasi canva yang dapat didownload secara gratis.

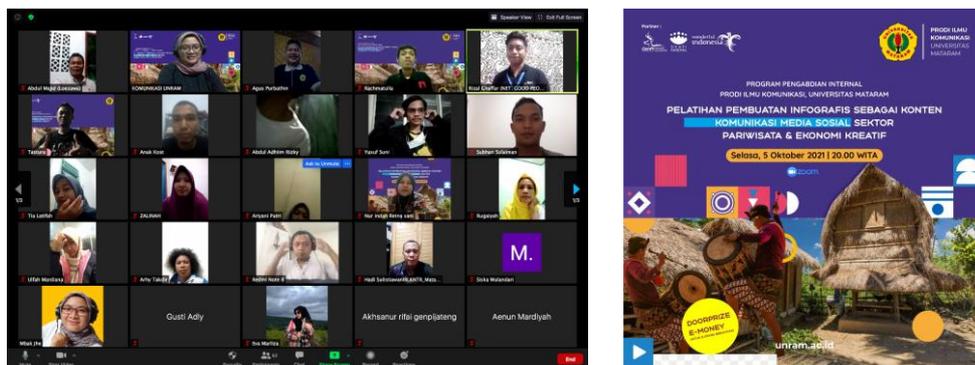
Hasil Kegiatan dan Pembahasan

Infografis atau *information graphic* merupakan penyampaian informasi data kepada orang lain melalui visual (Muhammad Robith;2020). Pelatihan pembuatan infografis sebagai konten komunikasi media sosial sektor pariwisata dan ekraf dilaksanakan pada hari Selasa tanggal 5 oktober 2021 pukul 19.30 – 21.30 wita. Acara dibuka langsung oleh Dr. Ir Agus Purbathin hadi, M.Si selaku Kaprodi Ilmu Komunikasi Unram dan menghadirkan 2 narasumber yaitu Siti Chotijah S.IP MA selaku dosen pengampu mata kuliah pemasaran pariwisata Unram dan Rachmatulla konten kreator dan media strategis dari Genpi Indonesia. Acara yang berlangsung selama dua jam ini dibagi menjadi 2 sesi yaitu sesi materi dan praktek pembuatan infografis.

Tim pengabdian dari Ilmu Komunikasi Unram memilih daring melalui aplikasi zoom sebagai bentuk adaptasi teknologi komunikasi yang memberikan efektifitas dan efisiensi dikarenakan cakupan wilayah NTB yang begitu luas dan masih dalam masa pandemi covid. Hal ini juga dilakukan untuk mengakomodir peserta dari berbagai wilayah kabupaten kota di NTB yang terpisah jarak secara signifikan. Sebanyak 84 peserta mendaftar mengikuti pelatihan ini namun hanya 68 yang hadir malui zoom dikarenakan kondisi sinyal yang tidak stabil di beberapa wilayah. Angka ini menunjukkan minat yang signifikan dan menggambarkan atensi yang besar dari para pelaku pariwisata di NTB untuk belajar hal baru dan meningkatkan skill khususnya yang berhubungan dengan promosi pariwisata. Selain itu pelatihan yang sifatnya teknis sangat diminati dikarenakan aplikatif dan benar benar dibutuhkan untuk menunjang aktifitas kerja para peserta.

Peserta yang hadir merupakan konten kreator dari komunitas pariwisata di NTB seperti Genpi Lombok Sumbawa, Net Good People Lombok, Lombok Phonegraphy, Komunitas Ayo Explore Indonesia, Adventoure Sumbawa, Jalan- Jalan Bima dan Sekotong Mendunia. Hadir juga Asosiasi Pokdarwis NTB dan Pengurus Desa Wisata NTB seperti Desa Wisata Sugian Lombok Timur, Desa Wisata Buwun Mas Lombok Barat, Desa Wisata Tete Batu Lombok Timur, Desa Wisata Bayan Lombok Utara, Desa Wisata Maria Bima dan Desa Wisata Bungin Kecamatan Alas Kabupaten Sumbawa. Hadir juga Komisi 2 Bidang Pariwisata DPRD Lombok Barat H. Loezawa Abdul Majid dan Anggota Geoprak Rinjani Bappeda NTB Fathul Rakhman.

Berikut adalah poster kegiatan yang juga berlaku sebagai undangan mengikuti pelatihan yang disampaikan melalui berbagai forum pariwisata di NTB serta foto pelaksanaan pelatihan pembuatan infografis oleh Prodi Ilmu Komunikasi Unram:



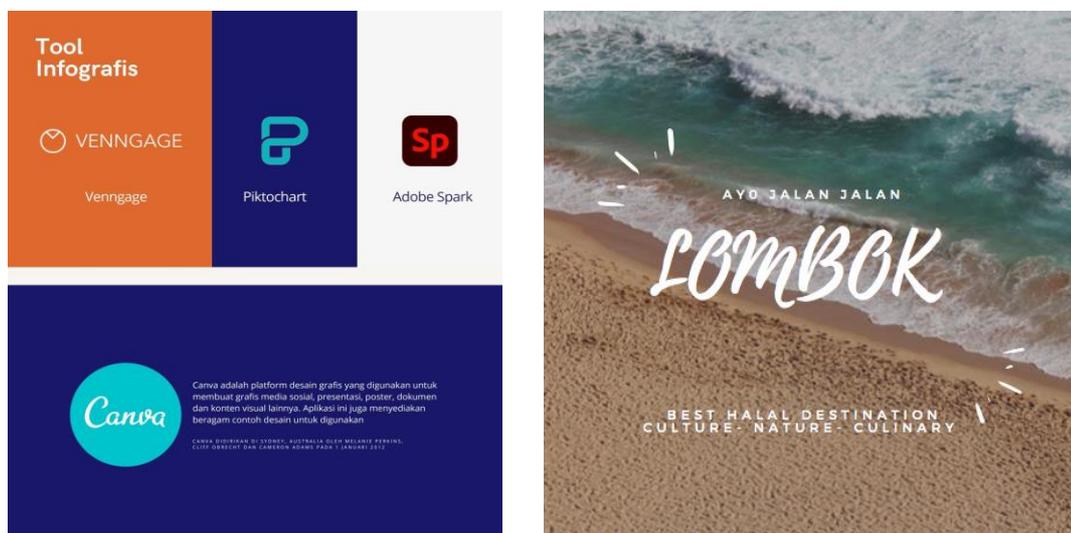
Gambar 1. Undangan Berupa Poster Acara dan Foto Pelaksanaan Pelatihan

Secara eksplisit peserta pada awalnya tidak memahami apa itu infografis. Sebagian menganggap bahwa infografis itu tidak penting. Sebagian peserta merasa bahwa infografis adalah tabel data, sebagian menganggap bahwa membuat infografis itu ribet, sulit, memakan waktu dan membutuhkan keahlian desain grafis yang rumit. Sehingga karena persepsi tersebut peserta selama ini enggan untuk memilih infografis sebagai konten komunikasi di media sosial. Pada sesi pertama pemberian materi dijelaskan kenapa harus memilih infografis dan memanfaatkannya sebagai konten komunikasi yang efektif. Narasumber pertama menyajikan

data data dari media dan penelitian tentang pentingnya infografis dan tren perilaku masyarakat dalam mencari informasi khususnya melalui media sosial. Pada sesi ini juga dijelaskan konsep dan kriteria infografis yang baik serta bagaimana tips dan trik membuat infografis.

Pada sesi kedua peserta diajak untuk praktek membuat infografis dengan mendownload aplikasi canva secara gratis pada ponsel masing- masing. Peserta dipandu oleh narasumber kedua untuk mulai mengkonsep, memilih foto yang akan digunakan dari foto yang tersedia diponsel masing- masing lalu menentukan model template dari canva , teks dan data yang akan digunakan untuk melengkapi foto tersebut. Pada fase ini peserta dituntut untuk aktif mengikuti perintah dari narasumber serta mengingat langkah demi langkah yang dilakukan untuk membuat infografis. Sesi ini disetting sebagai sesi yang interaktif dimana peserta bisa bertanya saat mengalami kesulitan atau meminta asistensi dalam melakukan praktek. Dalam hal ini tim pelaksana menggunakan metode pembelajaran orang dewasa yaitu dengan pendekatan *active learning* dengan langsung melakukan perintah kerja dan aplikasi skill (Sugiono;2013).

Pelatihan ini melibatkan peserta secara langsung untuk praktek sehingga muncul berbagai testimoni yang menggambarkan perubahan persepsi peserta tentang infografis. Jika pada awalnya tidak memahami maksud tujuan serta fungsi infografis, maka setelah pelatihan persepsi ini berubah dimana peserta menyadari bahwa infografis ternyata menarik, lebih mendapatkan atensi secara visual serta menyadari bahwa bahwa Bahasa visual penting dan lebih dominan dalam konten media sosial. Anggapan bahwa membuat infografis itu sulit dan ribet juga berhasil dirubah melalui praktik yang dilakukan.

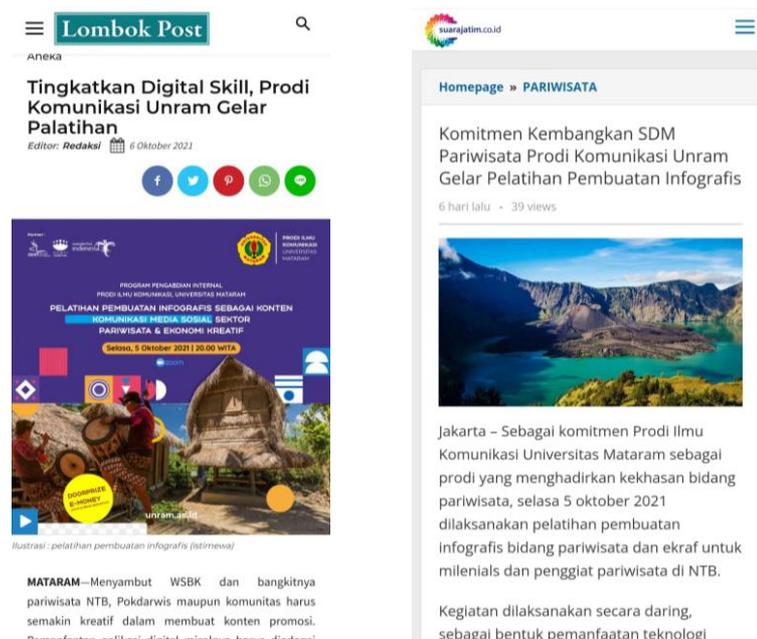


Gambar 2. Berbagai Aplikasi Gratis dan Contoh Hasil Karya Peserta

Gambar 2 diatas merupakan berbagai aplikasi yang dapat dimanfaatkan secara gratis melalui ponsel sebagai aplikasi pembuatan infografis. Gambar sebelah kanan merupakan contoh hasil karya peserta selama latihan. Dari sebagian aplikasi yang dikenalkan canva dipilih untuk praktek karena simpel, tidak berat dan menyajikan template yang lengkap. Banyak testimoni dari peserta seperti yang disampaikan oleh peserta seperti Ihsan Kurniawan dari Genpi Lombok

Sumbawa yang baru mengetahui ternyata banyak sekali aplikasi yang sifatnya gratis dan mudah sekali digunakan. Waktu yang digunakan untuk membuat infografis ternyata singkat dan tidak harus mahir dalam hal desain grafis karena ternyata banyak sekali kemudahan yang disediakan oleh aplikasi canva ujar Iman ketua Pokdarwis Desa Wisata Sugian Lombok Timur. Hal serupa juga disampaikan oleh peserta lain. Dari antusiasme tersebut muncul ketertarikan untuk menggunakan aplikasi dalam membuat konten infografis.

Pada pelatihan ini, peserta dihimbau untuk membuat infografis dengan menggunakan template yang kekinian, memainkan warna, bentuk dan variasi gambar sehingga akan memperkaya konten dan memberi sajian promosi yang menarik. Peserta diberikan pemahaman tentang kapan harus melakukan promosi, sesering apa dan bagaimana merangkai infografis dengan menggabungkan berbagai data dan tampilan visual yang sesuai. Hal ini sesuai dengan yang disampaikan bahwa manajemen sosial media membutuhkan ketelatenan, kontinuitas dan strategi yang tepat (Nasrullah; 2021)



Gambar 3. Publikasi Acara Pelatihan di Media Online Lombokpost dan SuaraJatim

Kegiatan ini juga mendapatkan dukungan dari rekan- rekan media untuk dapat mempublikasikannya sehingga muncul ketertarikan masyarakat secara umum untuk memperkaya konten sosial media dengan infografis. Melalui publikasi yang dilakukan diharapkan dapat menginformasikan kepada masyarakat luas sehingga muncul keinginan yang lebih untuk membuat infografis sebagai salah satu strategi dan konten promosi yang menarik. Melalui ulasan diberbagai media diharapkan menumbuhkan keinginan pembaca untuk mencari tau tentang infografis dan bagaimana cara membuat infografis yang baik. Melalui peningkatan skill pelaku promosi pariwisata baik dari komunitas, desa wisata maupun pokdarwis akan muncul konten yang informati dan terupdate. Kualitas konten promosi menjadi lebih beragam dan menarik. Dengan promosi yang efektif maka diharapkan akan meningkatkan animo kunjungan wisata ke NTB dan berdampak pada perekonomian masyarakat secara umum.

Simpulan dan Saran

Melaui pelatihan ini terdapat peningkatan pengetahuan dan skill dari peserta dalam memanfaatkan teknologi komunikasi dalam membuat infografis. Peserta memahami urgensi mengapa harus menggunakan infografis sebagai strategi komunikasi serta bagaimana membuat infografis yang mudah dan menarik. Peserta memahami berbagai aplikasi yang dapat diunduh secara gratis untuk membuat infografis, dalam hal ini mayoritas menggunakan canva untuk praktek. Melalui pelatihan ini merubah persepsi dalam menyajikan konten komunikasi, infografis yang awalnya sulit dan dinilai ribet dapat dibuat dengan mudah dan cepat dengan aplikasi canva. Dalam praktek yang dilakukan terdapat berbagai hasil karya peserta yang layak digunakan sebagai materi promosi pariwisata. Peserta disarankan untuk memanfaatkan berbagai aplikasi ini secara terus menerus dan melakukan peningkatan intensitas membuat infografis dengan aplikasi canva agar mendapatkan pengalaman sekaligus menghasilkan konten komunikasi yang beragam.

Ucapan Terima Kasih

Terimakasih kepada Program Studi Ilmu Komunikasi Unram yang telah memberikan support pelaksanaan program pelatihan ini, LPPM Unram sebagai lembaga yang memberikan supervisi, Genpi Indonesia, Genpi Lombok Sumbawa, Asosiasi Pokdarwis NTB, Penggiat dan Pelaku Pariwisata NTB atas dukungan dan kolaborasinya sebagai partner dan peserta pada pelaksanaan program. Kepada media yang telah memberikan dukungan publikasi acara pelatihan ini yaitu genpi.id, lombokpostonline, suarajatim.co, indopostnews.com, lomboknews.com dan media lainnya yang telah memberi ruang publikasi.

Daftar Pustaka

- Daymon Chirsin & Hollowey Immy. 2002. *Qualitative Research Method in Public Relation and Marketing Communication*. London: Routledge
- Ferguson Sherry Devereaux.1999. *Communication Planning: An Integrated Approach*. London: Sage Publication
- Fill, Christ & Trunbull Sarah. 2016. *Marketing Communication*. Hearlow UK: Pearson Education Limited
- Kottler, Philips. 2016. *Marketing For Hospitality and Tourism*. United Stated: Pearson Education
- Nasrulloh Rulli. 2021. *Managemen Komunikasi Digital*. Jakarta: Kencana
- _____, 2018. *Media Sosial*. Bandung: Remaja Rosda Karya
- Moretti Aurora. 2016. *Tourism Marketing*. United Stated: Willford Press
- Pan, B., & Crotts, J. (2012). *Theoretical models of social media, marketing implications, and future research directions*. In Sigala, M., Christou, E., & Gretzel, U. (Eds.).
- Pavlik John Vermon. 1995. *New Media Technology: Cultural and Commercial Perspectives*. USA: San Diego University
- Robith Muhammad, (2020). *Pengertian Jenis Contoh Membuat Infografis Yang Mudah*. Retrieved Desember 10, 2020 from <https://www.sekawanmedia.co.id/cara-membuat-infografis/>
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Yahya, Arief. 2013. *Great Spirit Grand Strategy*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Winastiti Agnes(2016). *Generasi Milenials dan Karakteristiknya*. Retrieved Agustus 23 2016 from <https://www.cnnindonesia.com/edukasi//generasi-millennial-dan-karakteristiknya>

Pelatihan Produksi Konten Media Digital dan *E-learning* untuk Guru SMP Negeri 5 Kota Yogyakarta

Catur Nugroho¹, Astri Wulandari², Achmad Oddy W³, Dedi Kurnia S.P⁴

^{1,4} Telkom University, Bandung

^{2,3} Universitas Mercu Buana, Yogyakarta

Email: denmasnuno@telkomuniversity.ac.id

ABSTRAK

Di era pandemi, hampir seluruh sisi kehidupan manusia terkait dengan teknologi dan media digital, tak terkecuali dunia pendidikan. Menghadapi pendidikan daring, tenaga pendidik di Indonesia harus mampu melengkapi diri mereka dengan kemampuan memproduksi konten media digital. Pembelajaran daring untuk menggantikan dan melengkapi pembelajaran tatap muka langsung menuntut keterampilan produksi konten digital para guru saat ini. Proses produksi konten media digital untuk keperluan pembelajaran daring secara baik dan benar sesuai kaidah komunikasi visual perlu dikuasai oleh para guru agar proses pembelajaran dapat berjalan dengan lebih efektif dan interaktif. Untuk menghadapi tuntutan digitalisasi pembelajaran dan menghadapi transformasi masyarakat 5.0, maka Telkom University bekerjasama dengan Universitas Mercu Buana Yogyakarta mengadakan pelatihan produksi konten media digital dan *e-learning* untuk guru SMP Negeri 5 Kota Yogyakarta. Melalui kegiatan pengabdian masyarakat ini diberikan pengetahuan dan ketrampilan mengenai produksi konten kreatif media digital, yang bertujuan untuk memberikan pengetahuan dan skill bagi para guru untuk dapat memanfaatkan media digital sebagai sarana pembelajaran daring maupun pembelajaran luring. Dengan meningkatnya pengetahuan dan ketrampilan para mitra sasar dalam memproduksi konten media digital, maka proses pembelajaran dapat berjalan lebih efektif dan interaktif. Selanjutnya para guru juga diharapkan dapat mengajarkan pengetahuan dan keterampilan produksi konten digital kepada para siswa didik.

Kata kunci: pelatihan, produksi, konten digital, *e-learning*, guru SMP.

ABSTRACT

In the era of the pandemic, almost all sides of human life are related to technology and digital media, including the world of education. Facing online education, educators in Indonesia must be able to equip themselves with the ability to produce digital media content. Online learning (e-learning) to replace and complement face-to-face learning requires the digital content production skills of today's teachers. The process of producing digital media content for the purposes of online learning (e-learning) properly and correctly according to the rules of visual communication needs to be mastered by teachers so that the learning process can run more effectively and interactively. To face the demands of digitalization of learning and face the transformation of society 5.0, Telkom University in collaboration with Mercu Buana University Yogyakarta held training on digital media content production and e-learning for teachers of SMP Negeri 5 Yogyakarta City. Through this community service activity, knowledge and skills are provided regarding the production of creative digital media content, which aims to provide knowledge and skills for teachers to be able to utilize digital media as a means of online learning and offline learning. With the increased knowledge and skills of target partners in producing digital media content, the learning process can run more effectively and interactively. Furthermore, teachers are also expected to be able to teach digital content production knowledge and skills to students.

Keywords: training, production, digital content, *e-learning*, junior high school teachers

Pendahuluan

Kemampuan seseorang untuk mengakses media dipengaruhi oleh kepemilikan perangkat Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) yang semakin beragam. Perangkat TIK tersebut semakin banyak digunakan jika mampu memberikan kenyamanan dan kemudahan kepada pengguna, serta beberapa faktor lainnya yang tidak menyulitkan pengguna dalam memenuhi kebutuhan komunikasi dan informasi. Perkembangan teknologi komunikasi dan media digital saat ini sudah semakin cepat, yang memberikan dampak bagi masyarakat perkotaan maupun pedesaan dalam berkomunikasi yang lebih didominasi oleh media digital. Dalam media digital yang bersifat interaktif, partisipasi aktif audiens dalam media saling terhubung dimana pengirim dan penerima pesan melalui teknologi digital sangat memungkinkan untuk saling berkomunikasi tanpa terhambat oleh batas ruang dan waktu (Nugroho, 2020).

Manuel Castells menyampaikan munculnya budaya baru akibat pengaruh kuat dari Internet yaitu budaya virtualitas nyata (Castells, 2004). Budaya virtual ini merupakan sistem komunikasi yang dimediasi Internet dan dipengaruhi oleh kepentingan sosial, kebijakan pemerintah, dan strategi bisnis (Nugroho & Nasionalita, 2020). Apabila sebelumnya diperlukan pertemuan tatap muka (atau face to face) untuk bernegosiasi ataupun bertukar informasi, sekarang handphone ataupun gadget lainnya memudahkan para pelaku komunikasi untuk bernegosiasi ataupun bertukar informasi lewat Facebook, Twitter, atau Instagram. Tidak ada lagi sekat atau halangan waktu, jarak, dan lokasi sehingga informasi dapat terjadi setiap saat, kapan saja dan dimana saja. Kehadiran Internet telah memunculkan efisiensi dalam proses komunikasi yang disambungkan dengan berbagai aplikasi, seperti web, VoIP, dan email (Purbo, 2018).

Dengan teknologi komunikasi dan informasi yang semakin berkembang dan berlangsungnya pandemi Covid-19 sejak awal 2020, dunia pendidikan mengalami perubahan yang cukup drastis. Pelaksanaan proses pembelajaran selama hampir dua tahun ini dilaksanakan secara daring (online) dengan memanfaatkan berbagai media komunikasi berbasis internet. Pembelajaran daring merupakan pembelajaran modern yang berbasis teknologi informasi dan komunikasi dengan memanfaatkan platform online (Internet) dan mempunyai sifat yang fleksibel dalam arti dapat diakses kapan saja dan dimana saja dengan ketersediaan jaringan internet yang memadai. Mustofa, dkk (2019 : 151) menyatakan bahwa salah satu langkah pemanfaatan teknologi jaringan dan teknologi informasi bagi pengembangan sistem pembelajaran di dunia pendidikan adalah sistem pembelajaran daring (dalam jaringan) (Mustofa et al., 2019).

Pembelajaran daring (*e-learning*) menjadi jawaban dari penyelesaian masalah selama wabah Covid-19 di dunia pendidikan. Pemanfaatan platform media pembelajaran dan komunikasi secara daring menuntut siswa dan pihak sekolah untuk dapat menggunakan dan memaksimalkan jaringan teknologi tersebut. Menurut Korucu & Alkan (2011) dalam (Sadikin & Hamidah, 2020), penggunaan teknologi digital yang *mobile* mempunyai sumbangan besar dalam lembaga pendidikan, termasuk di dalamnya adalah pencapaian tujuan pembelajaran jarak jauh. Guru sebagai pemangku kepentingan utama di sekolah harus menyesuaikan kebijakan dalam pelaksanaan proses pembelajaran secara daring dan tentu saja yang paling utama. Pihak sekolah juga dituntut untuk menjaga mutu pembelajaran daring ini berjalan dengan efektif. Tidak hanya KBM yang dilakukan secara daring selama masa tanggap Covid-19, tetapi hampir semua kegiatan

akademik lainnya juga dilakukan secara daring untuk membuat agar siklus atau fase pembelajaran tetap berjalan sebagaimana mestinya.

Pembelajaran daring sendiri memiliki kebijakan, komponen, prinsip pembelajaran, proses pembelajaran, perancangan pembelajaran, proses pengembangan, serta acuan penilaian mutu yang harus dijaga sesuai standar penetapan dari Kemendikbud. Indikator-indikator tersebut seharusnya diperhitungkan dan diberikan dengan maksimal selama masa full *e-learning* seperti saat ini. Beberapa hal yang perlu diperhatikan juga sebagai tips dalam pembelajaran daring misalnya penggunaan Bahasa yang komunikatif, menyapa siswa tetap dengan Bahasa ilmiah dan bukan Bahasa gaul serta tetap mempertimbangkan konsistensi istilah yang digunakan oleh Guru. Hal penting lainnya adalah memberikan gambar, foto, atau membagikan video sebagai penunjang pembelajaran daring dengan metode *talking head*. Konten pembelajaran berbasis multimedia dan memiliki jaringan ke sumber-sumber lain, interaksi antara guru dengan siswa difokuskan pada keterampilan produktif atau responsif. Dengan menggunakan teknologi komunikasi digital, individu menjadi bagian dari jaringan interaksi antara manusia yang secara seragam menerima dan menerapkan beberapa aturan untuk tindakan komunikatif yang bertujuan untuk pertukaran informasi yang efektif (Mardiana et al., 2019).

Hasil observasi awal tim pengabdian masyarakat menemukan kondisi-kondisi dari segi sosial, teknologi, dan mutu pendidikan. Dalam segi sosial berdasarkan hasil observasi, hal ini didukung dengan hubungan yang baik antara pihak universitas dengan pihak sekolah dan dinas pendidikan di kota Yogyakarta. Tim abdimas juga telah melaksanakan pelatihan literasi digital untuk guru-guru SMP di Yogyakarta sebagai langkah awal kegiatan pengabdian masyarakat ini. Dalam segi teknologi berdasarkan hasil observasi awal sarana dan prasarana teknologi informasi dan komunikasi sekolah memiliki fasilitas komunikasi dan informatika (multimedia) yang memadai, seperti perangkat kamera digital, laptop, dan jaringan internet. Dari sisi penggunaan teknologi komunikasi dan informasi, masih kurang optimalnya penggunaan fasilitas teknologi digital untuk memproduksi konten media digital dan *e-learning*. Dalam Segi Mutu pendidikan formal guru telah memiliki dasar pengetahuan dan pemahaman dasar mengenai bagaimana memproduksi konten positif untuk media digital.

Dalam konteks pandemi saat ini, jumlah kasus COVID-19 di Indonesia yang terus meningkat semakin menimbulkan keresahan di masyarakat. Sampai dengan bulan Juni 2021, masih belum dapat ditentukan apakah pembelajaran sekolah dapat dilaksanakan secara offline pada tahun ajaran 2021/2022. Selain itu, perkembangan dunia digital juga menuntut para guru untuk dapat beradaptasi dengan budaya digital atau budaya siber. Peserta didik yang merupakan generasi Z memiliki karakteristik berbeda dengan generasi-generasi sebelumnya, seperti lebih percaya *User Generated Content* (UGC) daripada informasi searah, lebih memilih ponsel dibanding televisi, dan kurang suka membaca atau belajar secara konvensional. Media sosial sebagai sekelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun dengan web memungkinkan penciptaan dan pertukaran konten yang dibuat pengguna (*user generated content*) yang bersifat interaktif (Kaplan & Haenlein, 2010).

Dengan kondisi seperti ini, guru diharuskan dapat menyesuaikan dengan karakteristik tersebut agar proses pembelajaran dapat berjalan efektif. Beberapa permasalahan yang

dihadapi terkait proses pembelajaran daring dan karakteristik pelajar SMP sebagai bagian generasi Z adalah:

1. Ketergantungan siswa terhadap perangkat digital seperti smartphone, tablet, dan laptop sebagai media komunikasi digital dan hiburan.
2. Sistem pembelajaran daring yang kurang dapat menarik perhatian peserta didik, sehingga menghambat penyampaian materi pelajaran.
3. Dari segi pendidikan non-formal, khususnya pengetahuan dan ketrampilan guru dalam menggunakan perangkat digital untuk memproduksi konten positif berupa foto, audio-visual dan teks tulisan.

Dengan mengedepankan tema Pelatihan Produksi Konten Media Digital dan *E-learning*, tim dosen dan mahasiswa Universitas Telkom bekerjasama dengan tim dari Universitas Mercu Buana Yogyakarta akan memberikan workshop atau pelatihan bagi para guru agar memiliki pengetahuan dan keterampilan dalam memproduksi konten-konten pembelajaran dengan media digital di masa pandemi. Dengan pelatihan ini diharapkan mitra sasaran dapat menggunakan teknologi dan media digital untuk hal yang positif dalam menunjang proses pembelajaran di sekolah.

Kemampuan dan keterampilan memproduksi konten positif dan kreatif maka dapat melawan konten-konten negatif di media digital terutama disinformasi atau hoaks mengenai sains dan ilmu pengetahuan. Disinformasi terjadi ketika informasi dengan sengaja dibuat salah atau dipalsukan, kemudian dibagikan secara sengaja dan memiliki tujuan menyebabkan kerugian bagi individu atau pihak lain (Wardle & Derakhshan, 2017). Hoaks juga memiliki pengertian yang hampir sama dengan disinformasi, yaitu sebuah informasi atau berita yang berisi hal-hal yang belum pasti atau yang bukan fakta sebenarnya (Juditha, 2018).

Metode Pelaksanaan

Kegiatan Pengabdian Masyarakat ini adalah kegiatan sharing dan diskusi pengetahuan dan pengalaman dari para dosen dan mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Telkom dan Fikomm Universitas Mercu Buana Yogyakarta. Kegiatan pengabdian masyarakat berbentuk pelatihan dan pendampingan SDM Tenaga Pengajar (Guru) dalam hal peningkatan pemahaman dan keterampilan produksi konten digital yang diikuti oleh 15 orang Guru SMP Negeri 5 Kota Yogyakarta. Kegiatan pengabdian masyarakat untuk Guru SMP Negeri 5 Yogyakarta ini dilaksanakan pada hari Jumat, 20 Agustus 2021 secara daring menggunakan aplikasi Zoom. Pelatihan produksi konten digital dan *e-learning* diberikan secara virtual oleh narasumber Achmad Oddy Widyantoro, M.Sn, dosen Fakultas Ilmu Komunikasi dan Multimedia UMBY.

Para peserta mendapatkan materi pelatihan *softskills* yang bentuk implementasinya meliputi peningkatan *technical skills* yang berhubungan dengan kemampuan menggunakan perangkat teknologi dan media digital. Dalam hal ini adalah kemampuan pra-produksi, produksi dan pasca-produksi (editing) video pembelajaran. Selanjutnya peningkatan pengetahuan yang berhubungan dengan kemampuan memproduksi konten dan memanfaatkan fungsi media digital untuk proses pembelajaran, serta memiliki pengetahuan mengenai media dan regulasinya serta perilaku dalam menggunakan teknologi dan media digital. Disamping itu juga kemampuan

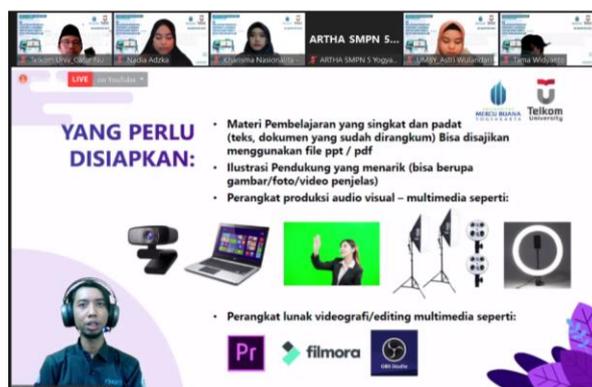
partisipasi dengan masyarakat melalui media digital, serta kemampuan untuk memproduksi dan mengkreasikan konten media.

Hasil Kegiatan dan Pembahasan

Tujuan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah meningkatnya pemahaman dan keterampilan teknis guru SMP Negeri 5 Kota Yogyakarta dalam memproduksi konten media digital dan *e-learning*. Dari kegiatan ini juga diharapkan mitra sasar dapat memproduksi karya digital (video) pembelajaran daring dengan perangkat digital yang sederhana dan mudah dioperasikan. Dengan pengetahuan dan ketrampilan memproduksi konten media digital dan *e-learning* ini diharapkan para peserta juga dapat menularkan pengetahuan dan kemampuannya kepada para peserta didik di sekolah. Pengetahuan dan kemampuan dalam memproduksi konten media digital dan *e-learning* ini diharapkan dapat meningkatkan hasil dari proses pembelajaran daring selama pandemi Covid-19.

Kegiatan pengabdian masyarakat dilaksanakan secara daring dengan menggunakan aplikasi Zoom, yang sebelumnya dibuka dengan sambutan dari Kepala Sekolah SMP Negeri 5 Kota Yogyakarta, Ibu Dra. Nuryani Agustina, M.Pd. Kegiatan ini diikuti oleh 15 orang guru SMP Negeri 5 Kota Yogyakarta dari berbagai mata pelajaran. Pemaparan materi pelatihan produksi konten media digital dan *e-learning* dilakukan oleh anggota tim pengabdian masyarakat dari Universitas Mercu Buana Yogyakarta, Achmad Oddy W, M.Ds. Materi yang diberikan adalah terkait dasar-dasar videografi, pengenalan alat (hardware), dan pengenalan program aplikasi video (software) OBS Studio. Tutorial yang disampaikan pemateri disampaikan sekaligus untuk memberikan contoh pelaksanaan pembelajaran daring dengan aplikasi Zoom yang memanfaatkan software OBS Studio.

Sebelum menyampaikan materi penerapan software *e-learning*, pemateri memberikan pengenalan dan pemahaman dalam penggunaan perangkat digital dalam produksi konten video. Dengan pengenalan peralatan dasar seperti kamera digital, tripod, lampu, dan *green-screen* yang sederhana dan murah, diharapkan peserta dapat memanfaatkan alat-alat secara maksimal. Dalam proses produksi konten media digital tidak hanya dibutuhkan peralatan yang lengkap, tetapi juga diperlukan skills yang cukup agar peralatan-peralatan tersebut dapat membantu para guru dalam melaksanakan proses pembelajaran yang efektif. Selanjutnya pemateri memberikan materi penggunaan aplikasi OBS Studio ini membuat pembelajaran daring dapat berjalan lebih dinamis dan interaktif. Dengan aplikasi yang dapat diunduh gratis ini, pembicara (guru atau dosen) dapat secara langsung tampil pada materi powerpoint yang disampaikan ketika pembelajaran daring dilaksanakan.



Gambar 1. Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Masyarakat Daring

Setelah pemaparan materi tentang dasar-dasar videografi dan pemahaman alat-alat produksi, dilanjutkan dengan diskusi antara pemateri dengan peserta pelatihan. Dari guru SMP yang menjadi peserta pelatihan, muncul pertanyaan-pertanyaan terkait teknik pemanfaatan peralatan seperti kamera digital dan *green-screen* sehingga dapat menghasilkan pesan audio-visual yang efektif. Para peserta sangat tertarik dengan pemanfaatan aplikasi OBS Studio yang dapat menampilkan narasumber secara bersamaan dengan materi bahan ajar dalam bentuk *powerpoint* maupun file pdf. Diskusi ini dilaksanakan juga untuk menggali kesulitan-kesulitan yang mungkin muncul dalam produksi konten *e-learning* dan dalam pelaksanaan pembelajaran tatap muka secara daring dengan Zoom maupun Google Meet.

Dari kegiatan pelatihan ini diharapkan mitra sasar dapat memproduksi konten-konten media digital, baik berupa konten teks tertulis, maupun konten audio-visual yang positif sehingga mereka dapat melaksanakan pembelajaran daring secara interaktif dan efektif. Kegiatan pengabdian masyarakat ini juga mendapatkan publikasi dari media daring TribunJogja.com sebagai salah satu bentuk publikasi umum.



Gambar 2. Publikasi Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Masyarakat pada Media Daring

Simpulan dan Saran

Pengabdian masyarakat yang dilakukan dengan cara melakukan pelatihan penggunaan teknologi komunikasi dan informasi untuk memproduksi konten-konten positif terkait pembelajaran daring ini dapat terlaksana dengan baik. Dengan konten-konten positif yang diproduksi dan didistribusikan ke media digital, diharapkan dapat menangkal konten-konten negatif yang muncul dalam penggunaan internet dan media sosial di kalangan pelajar. Beberapa parameter keberhasilan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini telah ditetapkan, yaitu peserta dapat mengerti dan menggunakan teknologi komunikasi dan informasi dengan baik, dari materi yang disampaikan, terutama dalam menghadapi pandemi saat ini. Peserta pelatihan juga mendapatkan pemahaman dan keterampilan untuk memproduksi konten digital dan *e-learning* yang bermanfaat dalam proses pembelajaran daring. Peserta dapat memproduksi konten positif dan menyebarkan hal-hal positif kepada anak didik dan di dunia siber.

Dari kegiatan pengabdian masyarakat telah dilaksanakan evaluasi bersama antara tim pengabdian kepada masyarakat dari Universitas Mercu Buana Yogyakarta, Universitas Telkom Bandung, dan pihak sekolah SMP Negeri 5 Yogyakarta. Dari hasil evaluasi disimpulkan bahwa kegiatan lanjutan secara *offline* akan dilaksanakan untuk peserta didik di SMP Negeri 5, agar

siswa dapat memiliki pengetahuan dan keterampilan dalam memproduksi konten positif dan kreatif di media digital. Untuk kegiatan selanjutnya diharapkan dapat dilaksanakan dengan target peserta guru-guru dari sekolah lainnya di wilayah Yogyakarta.

Ucapan Terima Kasih

Terimakasih untuk Direktorat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Mercu Buana Yogyakarta dan Direktorat PPM Universitas Telkom Bandung yang telah memberikan dukungan dana dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat. Terimakasih untuk pihak SMP Negeri 5 Kota Yogyakarta yang telah bekerjasama dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini.

Daftar Pustaka

- Castells, M. (2004). The network society: A cross-cultural perspective. In *The Network Society: A Cross-Cultural Perspective*. <https://doi.org/10.4337/9781845421663>
- Juditha, C. (2018). *Interaksi Komunikasi Hoax di Media Sosial serta Antisipasinya Hoax Communication Interactivity in Social Media and Anticipation*. 3(1), 31–44.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Mardiana, S., Suminar, J. R., Sugiana, D., & Suwatno. (2019). *University of Nebraska - Lincoln Digital Commons @ University of Nebraska - Lincoln*. 43(12), 2–14.
- Mustofa, I., Enizar, Hadi, M., & Irwansyah, D. (2019). Reading Types of Islamic Fundamentalism in Lampung Province: (A Study on Doctrine and Movement of Islamism at Lampung University). *Qudus International Journal of Islamic Studies*, 7(2), 267–300. <https://doi.org/10.21043/qijis.v7i2.5719>
- Nugroho, C. (2020). *Cyber Society ; Teknologi, Media Baru dan Disrupsi Informasi*. Kencana Prenada Media Group.
- Nugroho, C., & Nasionalita, K. (2020). Indeks Literasi Digital Remaja di Indonesia. *Journal Pekommas*, 5(2), 215. <https://doi.org/10.30818/jpkm.2020.2050210>
- Purbo, O. W. (2018). 5. Narrowing the digital divide. In *Digital Indonesia*. <https://doi.org/10.1355/9789814786003-011>
- Sadikin, A., & Hamidah, A. (2020). Pembelajaran Daring di Tengah Wabah Covid-19. *Biodik*, 6(2), 109–119. <https://doi.org/10.22437/bio.v6i2.9759>
- Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). Information Disorder: Toward an Interdisciplinary Framework for Research and Policy Making. *Report to the Council of Europe*, 108. <https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-researc/168076277c>

Pendampingan Penerima Donasi Ponsel Gerakan ‘Jumat Baik’ untuk Meningkatkan Literasi Digital Siswa Pendidikan Dasar

Rizky Febriyani Putri¹, Muhammad Rahmattullah², Suratno³, Farida Hayati⁴

^{1,2,3}Universitas Lambung Mangkurat, Banjarmasin

feby.science.edu@ulm.ac.id

ABSTRAK

Pandemi covid-19 memberikan dampak dalam bidang pendidikan, salah satunya dampak kepada siswa. Pembelajaran selama pandemi covid-19 menerapkan pembelajaran secara daring sehingga setiap siswa diharuskan memiliki ponsel untuk memfasilitasi kegiatan pembelajaran dan terampil dalam penggunaannya. Berdasarkan hasil penelitian, tingkat literasi digital siswa penerima donasi ponsel memiliki literasi digital yang lebih baik setelah diberi bantuan ponsel. Hal ini disebabkan oleh kemampuan siswa mempelajari berbagai hal terkait internet dan aplikasi-aplikasi yang mendukung pembelajaran. Siswa juga semakin terampil dalam menggunakan ponsel untuk kepentingan peningkatan pengetahuan dan keterampilan dalam mengeksplorasi berbagai hal di dunia digital. Program donasi ponsel mampu memfasilitasi siswa dalam meningkatkan literasi digitalnya. Beberapa hal yang masih perlu diperhatikan antara lain, perlunya pengawasan orang tua dan guru dalam penggunaan ponsel untuk pembelajaran; perlu juga pendampingan secara intensif agar siswa lebih terarah dalam menggunakan ponsel.

Kata kunci : literasi digital, donasi ponsel, siswa sekolah dasar, gerakan jumat baik.

ABSTRACT

The COVID-19 pandemic has had an impact on education, one of which had an impact on students. Learning during the covid-19 pandemic applies online learning so that every student is required to have a cellphone to facilitate learning activities and be skilled in its use. The subjects in this study were students who received mobile phone donations from the Gerakan Jumat Baik in Kabupaten Banjar. Based on the results of the study, the digital literacy level of students who received cellphone donations had better digital literacy after being given cellphone. This is due to the ability of students to learn various things related to the internet and applications that support learning. Students were also increasingly skilled in using mobile phones for the benefit of increasing knowledge and skills in exploring various things in the digital world. The mobile phone donation program was able to facilitate students in increasing their digital literacy. Some things that still need to be considered include the need for parental and teacher supervision in the use of mobile phones for learning; intensive assistance is also needed so that students are more focused in using cell phones.

Keywords: digital literacy, cellphone donation, elementary students, gerakan jumat baik.

Pendahuluan

Penyebaran Covid-19 di Indonesia semakin meluas terhitung sejak Maret 2020 sampai saat ini, Oktober 2021. Peningkatan jumlah pasien positif (*suspect*) juga meningkat dengan pesat. Hal ini mewajibkan pemerintah menerapkan peraturan darurat di berbagai sektor kehidupan. Era pandemi covid-19 sangat memengaruhi kehidupan masyarakat di berbagai bidang tidak terkecuali bidang pendidikan. Sistem pendidikan yang dilaksanakan dengan tatap muka/datang ke sekolah harus beralih kepada sistem pendidikan dalam jaringan (*daring*) dalam pelaksanaan pembelajarannya. Pembelajaran *daring* yang diterapkan menimbulkan masalah baru dalam penerapannya di daerah-daerah tertinggal bahkan kota besar (GLN, 2019).

Permasalahan yang berkaitan langsung dengan penerapan pembelajaran *daring* ini adalah masalah kemiskinan di Indonesia. Kemiskinan memicu rendahnya ketersediaan media digital dalam keluarga yang memiliki kelas ekonomi bawah (Ayhan, 2017). Beberapa penelitian yang telah dilakukan, rendahnya ketersediaan media digital terutama dalam bentuk *smartphone* menjadi pemicu rendahnya literasi digital anak (Jordana & Suwanto, 2017; Pratiwi & Pritanova, 2017; Steffany, 2017; Kurnia & Astuti, 2018; Rahmawan, Mahameruaji, & Anisa, 2019; Nuswantoro, & Sidhi, 2016; Yudha 2020). Terbatasnya ketersediaan media digital membuat partisipasi anak atau peserta didik dalam pembelajaran akan terbatas pula.

Gilster & Watson (1997) mengemukakan istilah literasi digital pertama kali sebagai kemampuan memahami dan menggunakan informasi dari berbagai sumber digital. Hague & Payton (2010) mengartikan literasi digital sebagai kemampuan untuk memanfaatkan perangkat digital sehingga seseorang dapat menemukan dan memilih informasi, berpikir kritis, berkeaktifitas, berkolaborasi bersama orang lain, berkomunikasi secara efektif, dan tetap menghiraukan keamanan elektronik serta konteks social-budaya yang berkembang. Hague & Payton (2010) juga menambahkan bahwa literasi digital yang baik juga berperan dalam mengembangkan pengetahuan seseorang mengenai materi pelajaran tertentu dengan mendorong rasa ingin tahu dan kreativitas yang dimiliki peserta didik.

Literasi digital perlu dikembangkan dan didukung oleh lingkungan sekitar anak tidak terkecuali masyarakat (Mustofa & Budiwati, 2019). Oleh karena itu dalam rangka mendukung perkembangan literasi digital, anak memerlukan lembaga-lembaga pemerintah atau pun non-pemerintah yang bergerak dan memiliki program kerja dan dapat mendukung perkembangan literasi digital.

Konteks ini relevan dengan yang terjadi Banjarmasin, Kalimantan Selatan yang memiliki lembaga non-pemerintah yaang digagas para alumni SMA Negeri 1 Banjarmasin dengan nama populer GaJuBa (Gerakan Jumat Baik). GaJuBa merupakan penyalur donasi dari para si baik (donator) kepada peri baik (Penerima kebaikan) dalam berbagai bentuk, salah satunya adalah program donasi ponsel. Donasi ponsel diberikan kepada para anak dari keluarga yang tidak mampu membeli *smartphone/gadget*, sehingga anak-anak tersebut tidak bisa menggunakan *smartphone* bahkan tidak bisa mengikuti pembelajaran. Peningkatan literasi digital diharapkan setelah jalannya program donasi ponsel.

Literasi digital sebagai kemampuan anak untuk menerapkan keterampilan fungsional pada perangkat digital sehingga anak dapat menemukan, memilih, serta menerapkan informasi yang didapat, berpikir kritis, berkeaktifitas, berkolaborasi bersama orang lain, berkomunikasi

secara efektif, dan tetap tahu keamanan elektronik serta keadaan sosial-budaya yang ada. Pada konteks pendidikan, literasi digital yang baik juga berperan dalam mengembangkan pengetahuan seseorang mengenai materi pelajaran tertentu dengan mendorong rasa ingin tahu dan kreativitas yang dimiliki siswa (Payton & Hague, 2010).

Literasi digital merupakan salah satu kunci agar anak mampu mengikuti dan hidup selaras dengan abad 21 (Juditha, 2013; Kurniawati & Baroroh, 2016). Literasi digital harus menjadi kemampuan dasar anak dalam mendukung proses belajar sepanjang hayat (Gilster & Watson, 1999).

Berdasarkan konteks di atas pengabdian ini bertujuan untuk mengembangkan literasi digital anak penerima program donasi ponsel dari GaJuBa.

Metode Pelaksanaan

Berdasarkan pada analisis permasalahan di atas, solusi yang ditawarkan oleh tim pelaksana pengabdian masyarakat ibu adalah, *pertama*, memberikan pendampingan penggunaan ponsel melalui pendampingan secara individu, *kedua*, memberikan kesempatan kepada siswa untuk mempraktikkan dalam penggunaan ponsel yang telah diberikan kepada siswa, *ketiga*, evaluasi terkait literasi digital siswa setelah diberi ponsel pada jangka waktu per 3 bulan.

Tahapan pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat pendampingan siswa penerima donasi ponsel Gerakan Jumat Baik untuk meningkatkan kemampuan literasi digital siswa jenjang pendidikan dasar dijelaskan sebagai berikut:

Tahap 1. Observasi

Pada tahapan ini, tim pengabdian bekerja sama dengan P2KPK ULM dan tim gerakan jumat baik melakukan survey ke sekolah-sekolah penerima donasi ponsel yang ada di Kabupaten Banjar. Selain survey ke sekolah, juga dilakukan survey ke tempat tinggal siswa. Kegiatan ini dilakukan dengan melakukan wawancara kepada siswa dan keluarga siswa serta meminta dokumen-dokumen yang dibutuhkan. Pertanyaan yang disampaikan berfokus pada kendala yang dialami guru dan siswa dalam pembelajaran selama pandemic Covid-19.

Tahap 2. Persiapan

Tahap persiapan diantaranya adalah reduksi data hasil observasi di sekolah dan pemecahan masalah sebagai solusi dari hasil temuan observasi. Selanjutnya adalah menyelesaikan proses seleksi penerima donasi ponsel.

Tahap 3. Pelaksanaan

Kegiatan pelaksanaan terbagi dalam 3 tahap, tahap pertama yaitu pendampingan secara langsung per sekolah dan per individu, yang kedua, yaitu siswa diberikan kesempatan untuk mempraktikkan penggunaan ponsel untuk mencari tugas maupun materi pembelajaran, yang ketiga evaluasi, yang dilaksanakan 3 bulan setelah siswa diberikan donasi ponsel.

Hasil Kegiatan dan Pembahasan

Kegiatan pendampingan siswa penerima donasi ponsel Gerakan Jumat Baik untuk meningkatkan kemampuan literasi digital siswa jenjang pendidikan dasar dilaksanakan dalam tiga tahap.

Sebelum dilaksanakannya pengabdian ini, diperlukannya persiapan yang matang agar penerima donasi ponsel tepat sasaran, yaitu dengan cara menyurvei sekolah penerima donasi ponsel dan rumah-rumah siswa penerima donasi ponsel. Berdasarkan hasil survey, diperoleh beberapa siswa yang berhak menerima donasi ponsel. Terdapat 7 siswa penerima di SDN 2 Gambut, dan 3 siswa di MIN 20 Banjar.

Pada saat pelaksanaan, dengan sebelumnya penyerahan ponsel secara resmi di sekolah terkait, yang ditunjukkan pada Gambar 1.



Gambar 1. Penyerahan Donasi Ponsel

Selanjutnya, dilaksanakan pendampingan penggunaan donasi ponsel dalam rangka meningkatkan kemampuan literasi digital siswa, yang ditunjukkan pada Gambar 2.



Gambar 2. Pendampingan pemanfaatan ponsel dalam rangka pembelajaran daring

Siswa terlihat sangat antusias saat pelaksanaan pendampingan. Hal ini terlihat karena siswa baru pertama kali memegang ponsel. Pada saat pendampingan, tim mengawasi siswa terkait aplikasi apa saja yang diunduh, khususnya untuk mendukung kegiatan pembelajaran. Beberapa kendala pada pelaksanaan ini diantaranya semua siswa belum terampil menggunakan ponsel, sehingga memerlukan waktu yang lebih lama dalam pendampingan, secara individu.

Setelah diberi pendampingan, siswa diberikan kesempatan memanfaatkan ponsel secara mandiri dalam mencari materi terkait pelajaran di sekolah, maupun tugas yang ditunjukkan pada Gambar 3.



Gambar 3. Pemanfaatan Ponsel secara Mandiri

Evaluasi adalah kegiatan pengukuran tingkat keberhasilan dan dijadikan sebagai pertimbangan dalam melaksanakan kegiatan berikutnya. Setelah tiga bulan diberi donasi ponsel, tim pengabdian meninjau kembali perkembangan kemampuan literasi digital siswa dengan mendatangi sekolah siswa. Siswa diminta mempraktikkan dalam penggunaan ponsel, khususnya dalam rangka pembelajaran daring, menunjukkan aplikasi apa saja yang diunduh, dan menunjukkan isi atau riwayat penggunaannya.

Simpulan dan Saran

Berdasarkan hasil pengabdian, tingkat literasi digital siswa penerima donasi ponsel memiliki literasi digital yang lebih baik setelah diberi bantuan ponsel. Hal ini disebabkan oleh mampunya siswa mempelajari berbagai hal terkait internet dan aplikasi-aplikasi yang mendukung pembelajaran. Siswa juga semakin terampil dalam menggunakan ponsel untuk kepentingan peningkatan pengetahuan dan keterampilan dalam mengeksplorasi berbagai hal di dunia digital. Program donasi ponsel mampu memfasilitasi siswa dalam meningkatkan literasi digitalnya. Beberapa hal yang masih perlu diperhatikan antara lain, perlunya pengawasan orang tua dan guru dalam penggunaan ponsel untuk pembelajaran; perlu juga pendampingan secara intensif agar siswa lebih terarah dalam menggunakan ponsel.

Daftar Pustaka

- Ayhan, B. (2017). *Digital literacy*. In *Digitalization and Society*. <https://doi.org/10.3726/978-3-653-07022-4>
- Gilster, P., & Watson, t. (1997). An Excerpt from Digital Literacy. *Digital Literacy*.
- Gilster, P., & Watson, T. (1999). *Digital Literacy Introduction to Excerpt*. Retrieved from <http://www.ncsu.edu/meridian/jul99/digit/>
- GLN.(2019). Buku Literasi Digital.Gerakan Literasi Nasional. Accessed 10 september 2021. <http://gln.kemdikbud.go.id/glnsite/buku-literasi-digital/>.
- Herawan, N.Y. (2020). Pengaruh Literasi Dan Ketersediaan Media Pembelajaran Terhadap Pemanfaatan Media Teknologi Informasi Dan Komunikasi Di SD Kecamatan Taman Kabupaten Pemalang. Sarjana Pendidikan. Fakultas Ilmu Pendidikan. Universitas Negeri Semarang.
- Jordana, T., & Suwanto, D. (2017). Pemetaan program literasi digital di Universitas Negeri Yogyakarta. *Informasi*, 47(2), 167–180.
- Juditha, C. (2013). Literasi Media pada Anak di Daerah Perbatasan Indonesia dan Timor Leste. *Iptek-Kom*, 15(1), 47–62.
- Kurnia, D, N dkk. (2018). Hubungan Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dengan Kemampuan Literasi Media Di Upt Perpustakaan Itenas. *EduLib*. Vol. 8 (1).
- Kurnia, N., & Astuti, S. I. (2017). Peta gerakan literasi digital di indonesia : studi tentang pelaku, ragam kegiatan, kelompok sasaran dan mitra. *Informasi*, 47(2), 149–166.
- Kurniawati, J., & Baroroh, S. (2016). Literasi Media Digital Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Bengkulu. *Jurnal Komunikator*, 8(2), 51–66.
- Mustofa & Budiwati, B.H.(2019).Proses Literasi Digital Terhadap Anak: Tantangan Pendidikan Di Zaman Now. Pustakaloka: *Jurnal Kajian Informasi Dan Perpustakaan* Volume 11 No. 1, Juni 2019
- Payton, S. & Hague, C.(2010). *Digital Literacy across the Curriculum*. Bristol: Futurelab. <https://www.nfer.ac.uk/media/1770/futl06.pdf>.
- Pratiwi, N dan Pritanova, N. (2017). Pengaruh Literasi Digital terhadap Psikologis Anak dan Remaja. *Jurnal Semantik*. Vol 6, (1). 11-24.
- Rahmawan, D., Mahameruaji, J. N., & Anisa, R. (2019). Pengembangan konten positif sebagai bagian dari gerakan literasi digital. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 7(1), 31–43.
- Sarah Payton and Cassie Hague, *Digital Literacy across the Curriculum* (Bristol: Futurelab, 2010), <https://www.nfer.ac.uk/media/1770/futl06.pdf>.
- Steffany, S dkk. (2017). Literasi digital dan pembukaan diri: studi korelasi penggunaan media sosial pada pelajar remaja di Kota Medan. *Sosioglobal*. Vol. 2 (1). 10-31.
- Wahyu.(2017).Implementasi Literasi Digital dalam Gerakan Literasi Sekolah. In Konferensi Bahasa dan Sastra II, 304–99. Semarang, 2017.

Pelatihan Komunikasi Digital Berbasis Internet di Dusun Rerantek Desa Lantan Kecamatan Batukeliang Utara Lombok Tengah

Yulanda Trisula Sidarta Yohanes¹, Lindayani², Arman Koko³, Munawir Gazali⁴, Novita Listyaningrum⁵

¹²³⁴⁵Universitas 45 Mataram

Landak.landa@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan dilaksanakan pengabdian kepada masyarakat ini adalah memberikan edukasi kepada masyarakat Dusun Rerantek untuk memanfaatkan media komunikasi digital internet dalam meningkatkan pengembangan di sektor pariwisata dan instansi kesehatan. Masalah yang dihadapi oleh Masyarakat Desa Rerantek adalah belum mendapatkan pengetahuan tentang pemanfaatan media internet secara maksimal. Adapun metode yang diterapkan dalam pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat terdiri dari dua tahapan yaitu, tahap pertama adalah observasi langsung ke Dusun Rerantek terkait minimnya pengetahuan masyarakat tentang pemanfaatan media komunikasi digital internet di bidang pariwisata dan instansi kesehatan dan untuk tahap kedua yaitu memberikan pelatihan langsung pada warga dusun Rerantek terkait dengan pemanfaatan media komunikasi digital internet dengan metode persentasi dan diskusi. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan bahwa pentingnya teknologi komunikasi digital internet di era globalisasi ini untuk meningkatkan nilai jual pariwisata di dunia luar dan memberikan kemudahan kepada masyarakat supaya tidak terlalu lama menunggu antrian di rumah sakit karena sudah daftar melalui pendaftaran online yang sudah disediakan. Kegiatan pengabdian ini mampu memberi motivasi bagi masyarakat untuk memanfaatkan media internet dengan baik dan benar, melalui respon dan semangat peserta saat berdiskusi dan mencoba membuat akun social media seperti facebook, instagram dan lain-lain untuk mempromosikan pariwisata yang sedang di kembangkan.

Kata kunci: internet, Pariwisata, instansi kesehatan

ABSTRACT

The purpose of this community service is to provide education to the people of Dusun Rerantek to utilize internet digital communication media in increasing development in the tourism sector and health agencies. The problem faced by the Dusun Rerantek is that they have not received knowledge about the maximum use of internet media. The method applied in the implementation of community service consists of two stages, the first step is direct observation to the Rerantek Hamlet related to the lack of public knowledge about the use of internet digital communication media in the field of tourism and health agencies. The second step is to provide direct training to the residents of the Dusun Rerantek regarding with the use of internet digital communication media with the method of presentation and discussion. The results of this activity show that the importance of internet digital communication technology in this era of globalization is to increase the selling value of tourism in the outside world and provide convenience to the public so that they do not wait too long in queues at the hospital because they have registered through the online registration that has been provided. This service activity is able to motivate the community to use internet media properly and correctly, through the response and enthusiasm of participants when discussing and trying to create social media accounts such as Facebook, Instagram and others to promote tourism that is being developed.

Keywords: Internet, tourism, health agencies.

Pendahuluan

Era digital saat ini menuntut semua lapisan masyarakat untuk berperan aktif dalam pemanfaatan baik untuk mendapatkan informasi terkait kesehatan, pendidikan serta pelayanan lainnya. Internet sudah menjadi kebutuhan dalam kehidupan masyarakat, karena mampu memberikan kontribusi dalam mempercepat mendapatkan informasi. Berdasarkan informasi dari Prasetya (2020) melalui website www.suara.com penggunaan internet di Indonesia pada periode 2018-2019, pengguna internet di Indonesia berjumlah 171,1 juta orang. Namun di periode 2019-2020, setidaknya sampai triwulan kedua 2020, pengguna internet naik menjadi 199,71 juta orang dari total keseluruhan penduduk sebesar 266,91 juta orang, sehingga provinsi NTB terdapat 3.766.404 orang pengguna internet aktif.

Data diatas merupakan bukti bahwa masyarakat NTB sangat aktif dalam menggunakan media internet dalam berbagai kebutuhan, baik media social, informasi terkait kesehatan, pariwisata, pendidikan, maupun pelayanan masyarakat lainnya. Namun yang terjadi adalah masih ada masyarakat yang belum faham dan mengerti akan pemanfaatan internet yang baik dan benar untuk kebutuhan informasi yang dapat membantu aktivitas masyarakat.

Dusun Rerantek Desa Lantan Kecamatan Batukeliang Utara salah satu tempat plosok atau desa terpencil yang ada di Lombok Tengah. Keberadaan dusun ini sangat jauh dari pusat kota dimana akses menuju desa tersebut sangat sulit di jangkau untuk kendaraan roda empat, serta untuk bisa sampai ke lokasi melewati hutan dan kebun kopi. Dari hasil observasi, permasalahan utama yang ditemukan yaitu kurangnya pengetahuan masyarakat mengenai penggunaan dan manfaat media komunikasi internet di era digital. Ketika ada informasi mengenai bagaimana pentingnya media masa sebagai sarana promosi dan lain sebagainya, masyarakat Dusun Rerantek belum bisa memanfaatkan sarana internet untuk memperkenalkan sumber daya alam dan sumber daya masyarakat yang ada di Dusun tersebut. Hal itu menyebabkan kurang di kenalnya Dusun Reranter di kalangan masyarakat luar dengan sumber daya alam dan sumber daya masyarakat mereka yang sangat bagus. Oleh karna itu, pengabdian merancang ide berupaya untuk memberikan pelatihan komunikasi digital dalam penggunaan internet.

Sistem komunikasi digital dalam bentuk media sosial merupakan salah satu cara berkomunikasi yang sangat berbeda dengan sistem komunikasi analog atau sistem komunikasi konvensional. Pesan digital yang dapat dengan mudah dibentuk, dikemas dan disajikan dengan daya tarik yang tinggi, telah mampu menciptakan reaksi yang luar biasa dan memberikan dampak yang sangat besar. Hal ini bisa menjadi gambaran besar bagi masyarakat Dusun Rerantek untuk lebih bisa memanfaatkan media komunikasi digital internet sebagai sarana memperkelalkan sumber daya alam dan sumber daya masyarakat yang ada di Dusun tersebut.

Berdasarkan masalah yang telah teridentifikasi, maka dapat dilakukan solusi alternatif kegiatan dalam memecahkan beberapa masalah yang telah di paparkan di atas melalui program pelatihan komunikasi digital dalam penggunaan internet.

Tabel 1. Identifikasi Masalah, Solusi, dan Bentuk Kegiatan Pengabdian Kepada masyarakat

No	Masalah	Solusi	Bentuk Kegiatan
1	Kurangnya pengetahuan masyarakat Dusun Rerantek tentang manfaat sosial media.	Memberikan pelatihan kepada masyarakat Dusun Rerantek cara membuat dan mengoprasikan sosial media.	Pelatihan tentang cara membuat dan mengoprasikan sosial media seperti, instagram, facebook, dan lain-lain sebagai sarana promosi

			sumber daya alam dan sumber daya masyarakat yang ada di Dusun Rerantek.
2	Kurangnya pengetahuan masyarakat Dusun Rerantek tentang manfaat media digital internet di bidang kesehatan.	Memberikan pelatihan mengenai cara registrasi online di instansi kesehatan.	Pelatihan tentang cara melakukan registrasi daftar online ke instansi kesehatan.

Sumber: Data Diolah Peneliti 2021

Metode Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian pada masyarakat ini adalah pelatihan komunikasi digital dalam penggunaan internet di Dusun Rerantek, Desa Lantan, Kecamatan Batukeliang Utara Lombok Tengah. Kegiatan pengabdian ini di laksanakan pada tanggal 25 Juli 2021. Dalam pelaksanaannya, ada 3 tahapan yang diterapkan, yaitu:

1. Tahap persediaan. Tahap pertama ini tim peneliti melakukan observasi untuk menemukan informasi mengenai masalah yang ada di Dusun Rerantek tersebut. Observasi dilakukan selama satu hari, informasi yang di dapat yakni mengenai berbagai macam masalah yang ada di Dusun Rerantek seperti rendahnya minat pendidikan, tingginya tingkat pernikahan dini dan kurangnya pengetahuan masyarakat tentang penggunaan komunikasi media digital internet. Di antara ketiga permasalahan tersebut, penggunaan komunikasi digital internet memiliki pengaruh yang sangat besar untuk perkembangan dusun tersebut apalagi di sektor pariwisata, instansi kesehatan dan lain-lain, jadi tim peneliti berinisiatif memberikan pelatihan atau edukasi kepada masyarakat supaya lebih paham dalam menggunakan komunikasi media digital internet.
2. Tahap persiapan, pada tahap ini pengabdian mulai mempersiapkan materi yang akan diberikan kepada masyarakat Dusun Rerantek, persiapan materi di lakukan selama 2 minggu dengan berbagai pertimbangan supaya masyarakat dapat menerima dan bisa mempraktikkan materi yang di berikan dengan mudah.
3. Tahap pelaksanaan yang tim peneliti lakukan adalah menyampaikan kepada masyarakat mengenai cara memanfaatkan media digital internet untuk mengenalkan sektor pariwisata yang ada dengan membuat akun social media seperti instagram, facebook dan media-media social lainnya. Tahap ini juga memberikan edukasi kepada masyarakat mengenai cara mengelola administrasi ke instansi kesehatan supaya tidak menunggu terlalu lama di rumah sakit. Kegiatan ini di lakukan dengan metode ceramah dan Tanya jawab. Penyampaian ini dilaksanakan selama 1 hari dengan menghadirkan narasumber dari RS Provinsi Mataram dan dihadiri 12 peserta

Hasil Kegiatan dan Pembahasan

Dusun Rerantek dengan potensi wisata Air Terjun Babak Pelangi merupakan destinasi wisata alam yang patut dipromosikan guna meningkatkan perekonomian warga setempat. Akses lokasi yang belum memadai, membuat lokasi Dusun Rerantek menjadi sulit untuk dilalui kendaraan roda empat supaya sampai di tujuan karena akses jalan yang dibidang sempit. Namun

setelah sampai di lokasi Dusun Rerantek, pengunjung akan ditunjukkan keindahan alam seperti yang dapat dijelaskan melalui gambar di bawah ini



Gambar 1. Kondisi Air Terjun Babakan Pelangi



Gambar 2. Kondisi Air Terjun Babakan Pelangi Dari Jarak Dekat

Gambar di atas dapat menjelaskan bahwa potensi yang dimiliki Dusun Rerantek dengan adanya Air Terjun Babakan Pelangi bisa menjadi potensi perekonomian warga setempat apabila dikelola dengan baik dalam konteks promosi melalui digital. Dengan adanya internet saat ini bisa membantu masyarakat untuk mengelola konten-konten yang bisa diposting oleh pemuda-pemuda Dusun Rerantek. Secara teori, menurut Adani (2020) menjelaskan internet sebagai jaringan komunikasi yang berfungsi sebagai penyambung dari alat elektronik satu dengan yang lainnya dengan cepat dan tepat. Sistem komunikasi kemudian menyalurkan pesan yang telah dikirim untuk menyalurkan sinyal dengan media yang disesuaikan. Peserta yang hadir pada kegiatan pengabdian ini, pada umumnya memanfaatkan internet yang ada di ponsel mereka. Namun permasalahan yang dihadapi adalah minimnya pengetahuan tentang pemanfaatan media sosial yang benar untuk mempromosikan wisata dan pengaplikasian dalam dunia kesehatan.

Kegiatan pengabdian masyarakat di Dusun Rerantek ini dilaksanakan dengan media komunikasi yang ada dimiliki oleh peserta, yaitu ponsel masing-masing peserta. Edukasi dan pelatihan komunikasi digital ini tidak membutuhkan biaya yang banyak karena dengan ponsel yang memiliki kuota saja sudah cukup untuk bisa mengaplikasikan promosi wisata dan penggunaan layanan kesehatan. Oleh karena itu, target sasaran untuk kegiatan ini adalah kalangan milenial dan dewasa. Hal tersebut bisa menjadi peluang besar masyarakat untuk mempermudah mereka dalam mempromosikan pariwisata, menemukan informasi di instansi kesehatan dan instansi-instansi terkait guna meningkatkan perekonomian dan kesejahteraan masyarakatnya.

Pelatihan komunikasi digital internet sebagai salah satu kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan selama kurang lebih 1 bulan, semua kegiatan yang direncanakan terdiri dari 3 tahapan, yaitu tahapan persiapan, tahapan pelaksanaan, dan tahapan pelatihan pada masyarakat.

Tahapan pertama adalah tahapan persiapan, tim peneliti melakukan observasi, mewawancarai kepala dusun dan masyarakat sekitar untuk mendapatkan informasi terkait dengan masalah yang ada di dusun tersebut. Dari hasil observasi tim `mendapatkan informasi bahwa di Dusun Rerantek masalah yang dihadapi masyarakatnya sangat banyak, seperti rendahnya minat pendidikan, tingginya tingkat pernikahan dini dan kurangnya pengetahuan masyarakat tentang penggunaan komunikasi media digital internet. Internet sebagai bagian

terpenting di era 4.0 ini sehingga hal ini menjadi masalah besar jika masyarakat belum bisa memanfaatkannya dengan baik dan benar.

Tahapan kedua adalah tahapan persiapan. Informasi yang tim peneliti dapatkan kemudian diolah untuk kemudian menemukan pemecahan yang tepat. Tim peneliti merancang ide untuk memberikan edukasi kepada masyarakat supaya mereka lebih memahami dan bisa memanfaatkan internet itu sebaik mungkin. Minggu pertama tim peneliti mencari materi-materi yang akan di sampaikan keppada masyarakat. Setelah materi didapatkan, tim peneliti melakukan diskusi terkait cara menyampaikan materi yang sudah disusun. Berikut materi pengabdian masyarakat. Saat memberikan penjelasan atau edukasi terkait internet, tim peneliti juga memberikan pemahaman mengenai memanfaatkan internet dengan baik dan bisa memberikan nilai positif untuk masyarakat di Dusun Rerantek.



Gambar 3. Penjelasan Materi Tentang Pemanfaatan Media Sosial Dalam Sektor Pariwisata



Gambar 4. Pelatihan Alur Pendaftaran Online di Instansi Kesehatan



Gambar 5. Pelatihan Cara Mengembalikan Akun yang di Hack



Gambar 6. Respon Audien

Selama pelatihan kepada masyarakat, tim peneliti melihat sebagian peserta yang hadir sangat antusias mengikuti pelatihan yang pengabdian laksanakan. Dari hasil pengamatan, menunjukkan bahwa alur pendaftaran online yang dijelaskan oleh pemateri apabila peserta ada yang hendak melakukan pengobatan di Instansi Kesehatan mampu memberikan wawasan bagi peserta seperti pendaftaran untuk Swab Antigen yang mana saat ini menjadi kebutuhan apabila ada peserta yang hendak melakukan bepergian. Pada promosi wisata melalui media digital, hasil kegiatan ini peserta, khususnya kaum milenial pada dasarnya mampu mengoperasikan akun media sosial, namun masih membutuhkan konten-konten yang menarik untuk diposting dengan tambahan hastag, sehingga tim peneliti melakukan pendampingan melalui salah satu anggota yang sering melakukan kunjungan ke Dusun Rerantek untuk memantau kegiatan di Dusun Rerantek.

Simpulan dan Saran

Dari hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian pada masyarakat dengan judul pelatihan komunikasi digital internet di Dusun Rerantek Desa Lantan Kecamatan Batukeliang Utara Lombok Tengah ini dapat disimpulkan bahwa peserta kegiatan menjadi paham mengenai manfaat media digital untuk mempromosikan wisata di Dusun Rerantek. Peserta kegiatan juga mengerti mengenai mekanisme pendaftaran online di instansi kesehatan.

Saran yang bisa diberikan untuk kegiatan selanjutnya adalah pendampingan secara teknis yang terjadwalkan untuk tim peneliti, sehingga proses pemanfaatan media digital lebih maksimal. Perlu adanya kerjasama dengan perangkat desa mengenai jaringan internet yang memadai

Daftar Pustaka

- Adani, Muhammad Robith. (2020). Pengertian Internet, Sejarah, Perkembangan, Manfaat, dan Dampaknya. Retrieved October 12 2021 from <https://www.sekawanmedia.co.id/pengertian-internet/>
- Prasetya, Dicky. (2020). Jumlah Pengguna Internet Indonesia 2020 per Provinsi. Retrieved October 12 2021 from <https://www.suara.com/teknologi/2020/11/13/191253/ini-jumlah-pengguna-internet-indonesia-2020-per-provinsi>

Strategi *Social Media Marketing* Produk Tekstil UMKM Ikat Celup di Purworejo, Jawa Tengah

Astri Wulandari¹, Achmad Oddy Widyantoro²

^{1,2} Universitas Mercu Buana, Yogyakarta

astri@mercubuana-yogya.ac.id

ABSTRAK

Strategi promosi dan pemasaran melalui media sosial seakan-akan telah menjadi pelengkap bagi pelaku usaha untuk menembus pasar online. Berbagai fitur media sosial pun makin berkembang begitu juga dengan aplikasi kekinian yang mampu memberikan efek luar biasa kepada pada penggunaannya. UMKM Ikat Celup merupakan salah satu UMKM yang juga memanfaatkan *platform* media sosial sebagai *tools* untuk memperkuat Brand serta produk-produk mereka. UMKM yang bergerak dalam bidang fashion ini memiliki nilai dan potensi produk untuk lebih berkembang dengan strategi yang tepat dan yang paling mudah untuk dijangkau oleh pelaku usahanya sendiri dan juga para konsumennya. Dengan menonjolkan ciri khas produk seperti menggunakan Teknik pewarnaan kain secara alami karena menggunakan sumber daya alam yang ada di Purworejo sebagai deferensiasi produk tersebut, Ikat Celup mengharapkan agar produk ini juga nantinya mampu dikenal sebagai produk *fashion* khas Purworejo. *Social Media Marketing* dipilih sebagai salah satu pendekatan dan variabel pemasaran *online* dari Ikat Celup melalui media sosial *Instagram* dengan memperhatikan empat elemen variabel kesuksesan yaitu *Content Creation*, *Content Sharing*, *Connecting* dan *Community Building*.

Kata kunci: Social Media Marketing, Instagram, Ikat Celup, UMKM, Purworejo

ABSTRACT

Promotion and marketing strategies through social media seem to have become a complement for business actors to penetrate the online market. Various social media features are also growing as well as contemporary applications that are able to give extraordinary effects to their users. Ikat Celup's Micro, Small and Medium Enterprises are one of the businesses that also use social media platforms as tools to strengthen their brands and products. Micro, Small and Medium Enterprises that are engaged in the fashion sector have product value and potential to further develop with the right strategy and are the easiest to reach business actors themselves and also their consumers. By highlighting product characteristics such as using natural fabric dyeing techniques because it uses natural resources in Purworejo as a product differentiation, Ikat Celup hopes that this product will also be able to be known as a typical Purworejo fashion product. Social Media Marketing was chosen as one of the online marketing approaches and variables from Ikat Celup through Instagram social media by taking into account the four elements of success variables, namely Content Creation, Content Sharing, Connecting and Community Building.

Keywords: Social Media Marketing, Instagram, Ikat Celup, UMKM, Purworejo

Pendahuluan

Tren gaya busana atau yang kita kenal dengan *fashion* sepertinya sudah menjadi kebutuhan hidup manusia selain kebutuhan akan pangan. Mengapa tidak? Perputaran tren *fashion* berlari sangat kencang hingga penikmat *fashion* pun harus ikut berlari untuk mengikutinya. Kebutuhan dan gaya dalam mengikuti *fashion* sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen pun memiliki cara pandang yang berbeda-beda. Ada yang sangat kekinian, menyukai tren busana modern yang sedang *happening*, ada pula yang menyukai tren busana klasik, unik, berbeda dengan yang masa kini, dan lain sebagainya. Apalagi ditambah dengan gencarnya tren OOTD (Outfit of The Day) untuk meramaikan media sosial.

Tren berbusana ini membawa kita untuk menunjukkan jati diri yang akan kita ciptakan. Pada saat ini, UMKM Ikat Celup, Purworejo, yang bergerak dalam bidang tekstil khususnya *fashion* membaca kebutuhan ini sebagai peluang mereka untuk menciptakan *fashion* unik dan berbeda. Ikat Celup atau jumputan merupakan salah satu Teknik dalam pewarna kain karena teknik ini nantinya akan menghasilkan motif yang unik dan berbeda-beda tergantung dari bahan dasar alam yang digunakan. Kerajinan ikat celup adalah kerajinan di Indonesia berupa kain yang ditenun dari helaian benang lngsin yang sebelumnya diikat dan dicelupkan ke dalam zat pewarna alami (Saputra, 2019). Kerajinan menurut Sumintarsih (2003) dalam (Falashifa, 2013) merupakan budaya bangsa yang telah ada sejak zaman nenek moyang yang muncul karena adanya dorongan manusia untuk mempertahankan hidupnya.

Kerajinan ikat celup memiliki *value* yang bisa menjadi potensi dengan motif yang dihasilkan dari Teknik ikat celup yang memiliki ciri khas tersendiri dan tidak akan sama tiap produknya. Tentu saja hal ini menjadi poin yang unik dan menarik. Ikat celup ini menjadi salah satu identitas budaya yang ada di Purworejo. Sebagaimana disampaikan Stuart Hall (2012) identitas budaya merupakan aspek identitas yang muncul dari rasa memiliki terhadap suku, ras, bahasa, dan agama, termasuk dalam cara berpakaian (Nugroho et al., 2020). Ikat celup saat ini telah menjadi identitas lokal yang memiliki nilai seni dan bernilai jual cukup baik.

Ikat Celup merupakan produk yang dibuat oleh UMKM Ikat Celup, Purworejo, Jawa Tengah. Penamaan produk ini sendiri berasal dari teknik pembuatan produk yaitu dengan teknik jumputan atau ikat celup dimana kain yang akan digunakan terlebih dahulu harus diikat menggunakan karet atau bisa juga dengan menggunakan tali, sehingga pengikat pada kain tersebut nantinya akan menghasilkan motif tertentu. Selain diikat, teknik lainnya yang digunakan yaitu teknik jahitan, lipatan atau tekanan tertentu pada kain yang nantinya juga akan menghasilkan motif tertentu.

UMKM Ikat Celup saat ini telah bergabung bersama komunitas UKM Purworejo sebagai tahap pengenalan produk Ikat Celup kepada masyarakat Purworejo. Harapannya adalah, Ikat Celup dapat mewarnai pasar *fashion* nasional dan internasional. Tetapi untuk mewujudkan hal tersebut pasti dibutuhkan strategi pemasaran dan media yang tepat untuk mampu bersinergi dengan potensi produk itu sendiri. Produk ini diprakarsai oleh Shinta Isneni sebagai pemilik dan beliau memiliki keinginan Ikat Celup ini dapat diterima dulu oleh masyarakat lokal sebagai salah satu varian produk dari Purworejo sehingga dapat dikenal secara nasional dan menjadi *iconic* dari daerahnya. Hanya saja memang dalam perjalanannya, Ikat Celup belum memiliki strategi pemasaran terpadu, contohnya saja dalam penerapan pemasaran pada media sosial.

Varian produk dari Ikat Celup sendiri sebenarnya mulai beragam dan produknya sendiri memiliki diferensiasi dengan potensi nilai produk yang baik seperti kaos, *sling bag*, *tote bag*, *shopping bag*, kerudung dan selendang. Segmentasi produk juga bisa dipetakan dengan jelas karena Ikat Celup tidak hanya menjual produk mereka begitu saja tetapi ada pendekatan lain yang dilakukan contohnya saja mereka sangat terbuka bagi calon konsumen yang ingin terlibat

dalam proses produksi produk. Calon konsumen dapat melihat langsung proses produksi bahkan ikut terlibat langsung membuat kain mereka sendiri.



Gambar 1. Kaos Hasil Produksi UMKM Ikat Celup, Purworejo

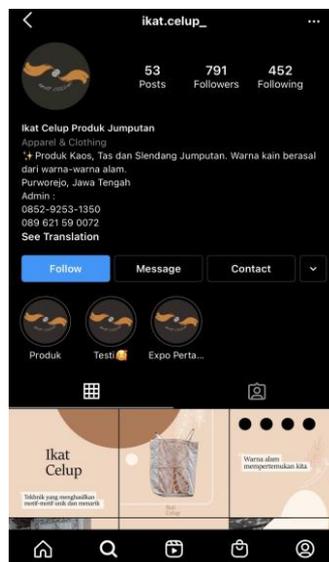


Gambar 2. Sling Bag, Tote Bag, dan Shopping Bag Hasil Produksi UMKM Ikat Celup, Purworejo

Tujuan pemasaran produk Ikat Celup adalah untuk mengajak masyarakat menjadi lebih peduli terhadap lingkungan. Edukasi ini terimplementasi dari teknik produksi Ikat Celup yang menggunakan pewarna alam yang ramah lingkungan yaitu serabut kelapa yang mana proses pembuatannya pun masih sangat tradisional. Untuk mampu menghasilkan cairan berupa pewarna yang digunakan untuk mencelup kain, serabut kelapa harus direbus terlebih dahulu menggunakan baskom kbusus dengan menambahkan air sesuai dengan kebutuhan. Untuk menghasilkan warna yang pekat, kuantitas serabut kepala akan menyesuaikan kepekatan warna yang dihasilkan. Hal lainnya adalah untuk meningkatkan kesadaran masyarakat untuk aktif melakukan gerakan *go green* dengan menggunakan tas belanja sendiri salah satunya adalah seperti yang diproduksi oleh UMKM Ikat celup ini. Selain itu, dengan menggunakan produk ini, kita juga sudah membantu mengurangi limbah serabut kelapa yang menjadi bahan dasar pewarna dalam teknik produksi Ikat Celup.

Sejauh ini, UMKM Ikat Celup sudah menggunakan media sosial *Instagram* sebagai sarana pemasaran dan promosi. Instagram sebagai salah satu bentuk media sosial, telah menjadi media yang menghubungkan orang-orang pada suatu hubungan sosial yang tak lagi terhalangi batas ruang dan waktu (Nugroho, 2020). Di dalam Instagram setidaknya terdapat delapan fitur yang dapat dimanfaatkan penggunaanya, di antara Followers, Upload Foto, Stories, Judul Foto, Arroba, Geotagging, Jejaring Sosial, dan Tanda Suka (Rahman & Panuju, 2017).

Melalui akun instagram @ikat.celup_, pengrajin Ikat Celup Purworejo berusaha untuk mempertahankan eksistensi produk dan untuk merambah pasar yang lebih luas dengan produksi konten *feeds* dan membuat template agar terlihat lebih terencana dan memiliki tampilan yang rapi dan menarik. Seiring perkembangan teknologi dan media digital, Messaris (1996) mengatakan pengiklan kini mulai memperluas pengetahuan mengenai cara-cara dan teknik untuk mengembangkan strategi promosi mereka dengan menggunakan media internet dan media baru lainnya (Sa'diya, 2017). Pemasaran produk jika mengacu dari prinsip strategi pemasaran Kotler (2005) meliputi periklanan, promosi penjualan, hubungan publisitas, dan penjualan personal secara langsung (Rizky & Dewi Setiawati, 2020)(Kotler et al., 2005).



Gambar 5. Akun Instagram Ikat Celup, Purworejo



Gambar 6. Feeds Instagram Ikat Celup, Purworejo

Dari apa yang sudah dilakukan, terlihat bahwa konten *feeds instagram* sudah dikelola dengan desain visual yang cukup memadai hanya saja *postingan feeds* berhenti pada bulan Januari 2021. Mengingat *Instagram* adalah satu-satunya media sosial yang digunakan secara intens untuk menunjukkan eksistensi dan sebagai sarana media promosi dan pemasaran secara *online*, sebaiknya *Instagram* dikelola dengan konsep yang tepat. UMKM Ikat Celup dapat menggunakan konsep *social media marketing* dalam pemanfaatan akun *Instagram*. Menurut Setiawan, *social media marketing* merupakan sebuah bentuk pemasaran yang digunakan untuk menciptakan kesadaran, pengakuan, ingatan dan bahkan Tindakan terhadap suatu merk, produk, bisnis, individu atau kelompok baik secara langsung maupun tidak langsung dengan menggunakan alat dari web sosial seperti blogging, microblogging, dan jejaring sosial (Setiawan, 2005). Efektivitas promosi melalui media sosial *Instagram* menurut penelitian dari (Ramadan & Fatchiya, 2021) berhubungan dengan aktivitas promosi yang dilakukan oleh akun pemilik akun yaitu tingkat daya tarik pesan, gaya pesan, tingkat keakuratan dan kejelasan pesan, dan frekuensi penyampaian pesan.

Terdapat empat elemen variabel kesuksesan dalam pelaksanaan *social media marketing*; (1) *Content Creation*. Konten yang menarik menjadi landasan strategi dalam melakukan pemasaran media sosial. (2) *Content Sharing*, yakni membagikan konten kepada komunitas sosial. Hal ini dapat membantu dari segi perluasan jaringan bisnis dan memperluas konsumen *online*. (3) *Connecting*. Jejaring sosial memungkinkan seseorang bertemu dengan lebih banyak orang yang memiliki minat yang sama karena jaringan yang luas dapat membantu hubungan yang dapat menghasilkan lebih banyak bisnis dan mampu memanfaatkan peluang yang tentu saja lebih besar. (4) *Community Building*. Pada perjalanannya, Ikat Celup tidak memang memiliki beberapa persoalan branding yang juga menarik untuk ditelusuri secara mendalam, tetapi artikel ini akan fokus pada strategi *social media marketing* UMKM Ikat Celup.

Metode Pelaksanaan

Berdasarkan data observasi dan pengamatan pada UMKM Ikat Celup yang diturunkan menjadi *client brief*, berikut ini adalah hasil pemetaan permasalahan pada UMKM Ikat Celup:

1. Analisis SWOT Ikat Celup

- a. Strength (Kekuatan);
 - i. Produk Ikat Celup terbuat dari pewarna alami atau pewarna alam yang ramah lingkungan.
 - ii. Produksi varian produk pun mulai beragam mulai dari kaos, sling bag, tote bag, kerudung dan selendang yang memiliki ragam warna mulai dari warna muda hingga warna pekat yang mana motif produk dinilai cukup beragam antara yang satu dengan yang lain tergantung dari bahan alami berupa daun yang dipilih sebagai motif.
- b. Weakness (Kelemahan);
 - i. Masih kurangnya pemahaman mengenai strategi promosi produk Ikat Celup atau belum mengetahui mengenai pentingnya *branding* untuk keberlangsungan produk.
 - ii. Sumber Daya Manusia dinilai masih kurang untuk memenuhi skala permintaan konsumen dan manajemen pemasaran.
 - iii. Proses pembuatan produk dan pewarna yang memerlukan waktu yang lama sehingga produk ini tidak bisa diproduksi dalam jumlah besar.
- c. Opportunities (Kesempatan);

- i. Ikat Celup mampu menciptakan keinginan dan kebutuhan konsumen akan produk tersebut karena mampu menyesuaikan tren *fashion* masa kini dan mampu memberikan keunikan tersendiri untuk penggunaannya.
 - ii. Produk yang ramah lingkungan memiliki value yang mampu menciptakan segmentasi dan menjadi diferensiasi produk yang bernilai tinggi ditengah masyarakat.
- d. Treath (Ancaman);
- i. Jumlah pesaing yang semakin bertambah.
 - ii. Ketersediaan bahan dasar utama seperti sabut kelapa masih sangat minim dan dapat menghambat produksi Ikat Celup.

2. Permasalahan Objek

Permasalahan dari produk Ikat Celup sendiri adalah belum adanya label kemasan dan media pemasaran yang belum terintegrasi karena selama ini pemasaran yang sudah dilakukan hanya sebatas memasarkan produk saja tanpa adanya komunikasi berupa proses penyaluran informasi kepada pasar untuk menciptakan minat beli konsumen.

Jika kita lihat dari kemasan produknya sendiri, Ikat Celup masih menggunakan kemasan plastik yang belum memiliki label, logo, keterangan nama, maupun informasi media sosial yang dimiliki seperti *Instagram*. Oleh sebab itu, dibutuhkan strategi *social media marketing* yang menarik selain untuk mendongkrak pemasaran, juga untuk menciptakan *brand image*.

Perencanaan untuk media promosi dan pemasaran secara *online* melalui *Instagram* ini yaitu dengan membuat template feed Instagram yang berguna sebagai media informasi dan promosi pada produk Ikat Celup. Media sosial ini dipilih karena produk ini memang sudah pernah mempromosikan produk menggunakan media ini.

3. Segmentasi Pasar

Segmentasi pasar produk Ikat Celup ini adalah kaum remaja, dewasa hingga orang tua yang tentu saja memiliki kesukaan pada motif unik dan klasik. Produk ini juga menyasar pria dan wanita dengan status sosial ekonomi menengah ke bawah hingga menengah ke atas.

4. Positioning Produk

Berdasarkan latar belakang produk, positioning dari Ikat Celup adalah “Dari alam, untuk alam”, yang berarti produk yang dijual berupa material yang di ambil dari alam dan keberadaan produk sendiri sebagai bentuk kecintaan kita pada alam dengan tidak mencemari alam sekitar.

5. Mandatory

Pesan yang ingin disampaikan pada produk ini adalah pemanfaatan sesuatu yang berada di alam sekitar kita yang dapat digunakan contohnya limbah dapat dioleh menjadi pewarna alami dan memberikan edukasi kepada masyarakat untuk lebih peduli dengan lingkungan sekitar.

6. Project Brief

Berdasarkan *client brief* Ikat Celup, produk membutuhkan *branding* seperti label produk, packaging atau kemasan produk dan juga strategi *social media marketing*. Yang akan menjadi fokus pada artikel ini adalah strategi pemasaran media sosial pada akun Instagram Ikat Celup @ikat.celup_ sebagai media promosi dan penyampaian informasi dengan menggunakan variabel *social media marketing* yaitu: (1) *Content Creation*, (2) *Content Sharing*, (3) *Connecting* dan (4) *Community Building*.

Hasil Kegiatan dan Pembahasan

Instagram menjadi media sosial yang paling dekat dengan kebutuhan berjejaring di dunia maya. Selain mudah dalam proses aktivasi, *Instagram* juga memiliki banyak fitur yang dapat mendukung produksi konten sesuai dengan selera pasar modern. Ikat Celup memang sudah memanfaatkan media sosial *Instagram* sejak tahun 2020, dan sudah memiliki followers sebanyak 791 per Januari 2021. Konten yang disajikan pun sudah tertata dengan rapi dengan visualisasi yang cukup. Strategi *social media marketing* tidak hanya memiliki fokus dalam visual konten *feeds* saja, tetapi terdiri dari variabel pendukung yang memang diperuntukkan untuk mengelola media sosial yang lebih terencana lagi khususnya sebagai media promosi dan pemasaran.

Variabel yang pertama adalah *content creation* atau pengaturan konten visual yang menarik. Dari konten yang sudah ada, masih banyak komponen yang bisa dioptimalkan khususnya dari segi desain visual konten. Yang menarik adalah, UMKM Ikat Celup sudah menggunakan *template* untuk memenuhi *feeds Instagram* dan warna-warna natural sesuai dengan karakteristik dan positioning produk mereka. Sebagai rancangan konten *feeds*, kami memberikan beberapa ide konten visual yang memiliki nuansa berbeda dengan fokus atau angle desain yang lebih menghidupkan lagi produk Ikat Celup. Pemilihan warna yang sangat natural dan lebih terang dengan warna dasar putih dan abu-abu membuat produk menjadi lebih hidup dan membuat warna natural produk yang dihasilkan dari pewarna alam lebih mendominasi.



Gambar 7. Rancangan Insta Story & Display Logo Baru Ikat Celup @ikat.celup_



Gambar 9. Rancangan *feeds* @ikat.celup_



Gambar 10. Rancangan display produk Kaos @ikat.celup_

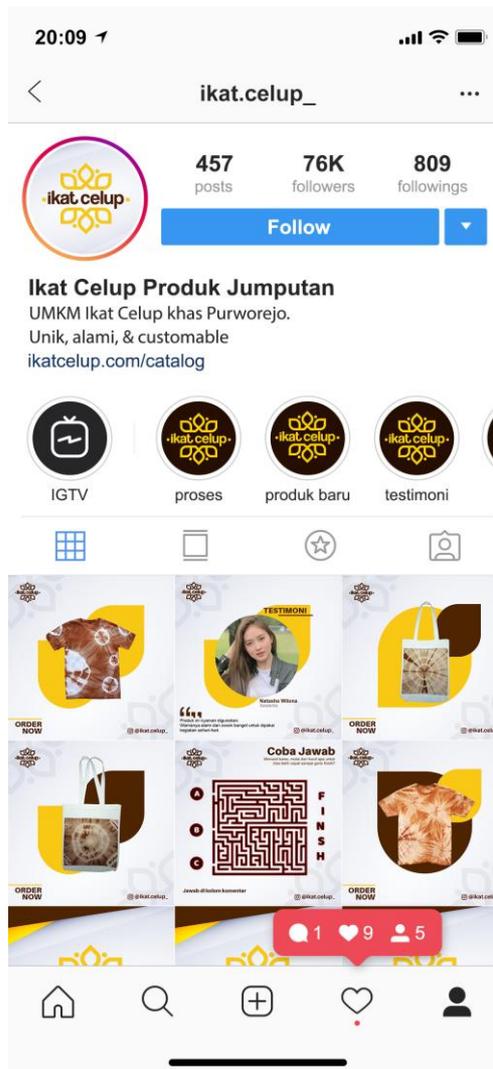


Gambar 11. Rancangan display produk *shopping bag* @ikat.celup_



Gambar 11. Rancangan display produk *tote bag* @ikat.celup_

Pemilihan warna dasar putih memberikan kesan yang bersih dan terang sehingga logo dan produk dapat ter-*highlight* dengan lebih jelas. Warna kuning dan coklat tua sebagai background produk diambil dari logo baru Ikat Celup yaitu coklat tua pada teks/ tipografi dan warna kuning pada mahkota bunga. Warna coklat adalah salah satu warna yang mengandung unsur alam atau bumi. Hal ini sejalan dengan positioning produk yang ramah lingkungan dan menggunakan bahan dasar alami produksi produk. Sementara warna kuning memiliki makna Bahagia dan ingin diperhatikan orang lain.



Gambar 12. Rancangan feeds Instagram @ikat.celup_

Setelah menyelami *content creation*, variabel kedua adalah *content sharing* atau membagikan konten kepada komunitas sosial untuk memperluas koneksi dan jaringan untuk mendapatkan konsumen yang lebih luas. Untuk saat ini, UMKM Ikat Celup sendiri sudah tergabung dalam komunitas UKM Purworejo, Jawa Tengah. Hal ini merupakan suatu tahap pengenalan produk di pasar lokal Purworejo. Agar dapat merambah pasar yang lebih luas lagi, UMKM Ikat Celup tidak boleh berhenti di situ saja, tetapi harus terus mencari wadah untuk mengembangkan strategi sehingga mampu merambah pasar yang lebih luas lagi seperti dengan memanfaatkan media sosial *Instagram* untuk berbagi konten yang bekerja sama dengan komunitas atau dengan pihak yang memiliki pengaruh kuat sehingga dapat menarik perhatian *audience*. Pemasaran produk Ikat Celup sudah mencakup pemasaran nasional yaitu di Purworejo sendiri, Yogyakarta, Cikarang, Bekasi dan Jawa Tengah sedangkan pemasaran internasional untuk saat ini adalah Timor Leste.



Gambar 13. Rancangan *content sharing* @ikat.celup_

Variabel selanjutnya adalah *connecting*. Jaringan sosial memberikan kemudahan bagi para penggunanya untuk bertemu dengan individu lain yang memiliki minat yang sama pula. Mengembangkan jaringan juga menjadi hal yang penting dalam berbisnis (Astri : 2019). Dengan melakukan perancangan visual terhadap *feeds* dan fitur *Instagram* lainnya, Ikat Celup akan lebih mudah terhubung dengan khalayak yang lebih luas lagi sesuai dengan target yang ingin mereka capai. Pengelolaan konsep visual merupakan dasar pengaruh yang kuat untuk mendapatkan tingkat kepercayaan *audience* terhadap produk kita. Memiliki konten *feeds* yang dinilai bagus dapat meningkatkan rasa percaya terhadap merek.

Terhubungan dalam jejaring sosial menjadi Langkah untuk membangun komunitas. Variabel ke empat dalam *social media marketing* adalah *community building*. Membangun komunitas juga dapat memperkuat segmentasi dan positioning Ikat Celup. Apalagi orientasi dan diferensiasi produk pada titik ini sudah sangat jelas dan kuat. Sebenarnya dalam hal ini, Ikat Celup dapat berkolaborasi dengan komunitas atau menjaring dan membangun komunitas yang dapat mendukung *brand image* produk.

Pemasaran dengan media sosial menjadi mudah jika dibekali dengan perencanaan dan konsep yang kuat, sama seperti konsep *direct marketing*, dan akan menjadi sulit jika kita tidak bisa menemukan jalan atau celah untuk membuat perencanaan serta konsep yang kita akan bangun menjadi sebuah citra produk yang masuk ke dalam benak *audience*.

Simpulan dan Saran

UMKM Ikat Celup perlu memperkuat strategi pemasaran baik secara *offline* maupun dalam pemasaran melalui sosial media. Media sosial *Instagram* merupakan pilihan media yang paling populer sebagai Langkah untuk membangun citra dan menanamkan produk dalam benak *audience*. Dengan memetakan *social media marketing* sebagai sebuah strategi diharapkan Ikat Celup dapat berkembang dalam membangun merek dan pemasaran produk.

Ucapan Terima Kasih

Terimakasih kepada Universitas Mercu Buana Yogyakarta yang telah memberikan dana untuk mendukung kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini, tidak lupa juga kepada pihak UMKM Ikat Celup, Purworejo atas Kerjasama serta kesediaannya selama kegiatan ini berlangsung.

Daftar Pustaka

- Falashifa, D. I. (2013). *Kerajinan Tenun Ikat Tradisional Home Industry Dewi Shinta di Desa Troso Pecangaan Kabupaten Jepara (Kajian Motif, Warna, dan Makna Simbolik)*.
- Kotler, P., Wong, V., John, S., & Gary, A. (2005). *Principles of Marketing* (Fourth Edi). Pearson Education Limited. <https://doi.org/10.2307/2224326>
- Nugroho, C. (2020). *Cyber Society ; Teknologi, Media Baru dan Disrupsi Informasi*. Kencana Prenada Media Group.
- Nugroho, C., Nurhayati, I. K., Nasionalita, K., & Malau, R. M. U. (2020). Weaving and Cultural Identity of Batak Toba Women. *Journal of Asian and African Studies*, 1, 1–13. <https://doi.org/10.1177/0021909620958032>
- Rahman, I. A., & Panuju, R. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran Produk Fair N Pink Melalui Media Sosial Instagram. *WACANA, Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 16(2), 214. <https://doi.org/10.32509/wacana.v16i2.26>
- Ramadan, A., & Fatchiya, A. (2021). Efektivitas Instagram Sebagai Media Promosi Produk “Rendang Uninam.” *Jurnal Sains Komunikasi Dan Pengembangan Masyarakat [JSKPM]*, 5(1), 64–84. <https://doi.org/10.29244/jskpm.v5i1.796>
- Rizky, N., & Dewi Setiawati, S. (2020). Penggunaan Media Sosial Instagram Haloa Cafe sebagai Komunikasi Pemasaran Online. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(2), 177–190. <https://doi.org/10.15642/jik.2020.10.2.177-190>
- Sa'diya, L. (2017). STRATEGI PROMOSI DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP KESADARAN MEREK DI ERA GENERASI Z Lailatus Sa'diya Universitas Trunojoyo Madura. *Kompetensi (Competence: Journal of Management Studies)*, 11(2), 186–195.
- Saputra, H. (2019). Seni dan budaya tenun ikat Nusantara. *Research Gate*, 1(May), 1–15. https://www.researchgate.net/publication/333338833_Seni_dan_Budaya_Tenun_Ikat_Nusantara
- Setiawan, Iwan dan Yosanova Savitry. (2016). *"New Content Marketing" Gaya Baru Pemasaran Era Digital*. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama.
- Wulandari, Astri. (2019). *Perencanaan Strategi Social Media Marketing Pada PKM UMKM Bakpia Ivan Di Desa Janten, Kecamatan Ngestiharjo, Kabupaten Bantul, Provinsi Diy*. MBridge Press.

Revitalisasi Pasar Seni Sayang Sayang Melalui Optimalisasi Peran Media di Masa Pandemi

Eka Putri Paramita¹, I Wayan Suadnya², Baiq Vira Safitri³, Tenri Waru⁴

^{1,2,3,4}Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Mataram

Paramitaeka92@gmail.com

ABSTRAK

Komunikasi dalam upaya revitalisasi merupakan suatu proses yang bertujuan untuk menumbuhkan motivasi dan memberikan dukungan pada masyarakat dengan jalan membuka saluran-saluran komunikasi sehingga masyarakat memperoleh kehidupan yang lebih baik melalui pemanfaatan dan peningkatan kemampuan yang mereka miliki dan sekaligus menempatkan mereka sebagai stakeholder aktif. Kegiatan komunikasi ini sejalan dengan Program revitalisasi kembali pasar seni Sayang Sayang yang sudah tidak produktif melalui optimalisasi peran media. Pasar seni sayang – sayang sebagai salah satu destinasi pariwisata memiliki keunggulan dalam berbagai sektor produk unggulan ekonomi kreatif baik dari industri dan usahanya. Salah satu industri yang terkenal adalah kerajinan furniture Cukli. Tujuan pelaksanaan kegiatan ini dilakukan untuk membantu pengembangan akses teknologi dan pengembangan solidaritas antar masyarakat atau stakeholder didalamnya sebagai upaya meningkatkan kemakmuran masyarakat di sekitar kawasan tersebut yang dilakukan untuk mengembalikan fungsinya sebagai tujuan pariwisata. Kegiatan pengabdian ini menitikberatkan pada usaha melibatkan para pedagang yang berdomisili di sekitar pasar seni sayang sayang dalam memanfaatkan area tersebut dengan semestinya. Kegiatan telah dilaksanakan dalam bentuk pelaksanaan workshop serta pelatihan penggunaan media sebagai salah satu upaya untuk menghidupkan kembali pasar seni sayang – sayang. Setelah pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini, para pedagang mau dan mampu untuk memaksimalkan penggunaan teknologi media sebagai upaya untuk memajukan usaha mereka. Salah satu bentuk media yang mereka gunakan adalah media sosial instagram.

Kata kunci: Revitalisasi, Pasar Seni, Optimalisasi peran Media

ABSTRACT

Communication in revitalization efforts is a process that aims to foster motivation and provide support to the community by opening communication channels so that people get a better life through the utilization and improvement of their capabilities and at the same time placing them as active stakeholders. This communication activity is in line with the program to revitalize the Sayang Sayang art market, which is no longer productive by optimizing the role of the media. The Sayang-Sayang art market is the one of tourism destinations, it has advantages in various sectors of superior creative economy products, both from industry and business. One of the well-known industries is the Cukli furniture craft. The purpose of this activity is to assist the development of access to technology and the development of community solidarity or stakeholders in it as an effort to increase the prosperity of the community around the area which is carried out to restore its function as a tourism destination. This service activity focuses on efforts to involve traders who are domiciled around the Sayang Sayang art market in making proper use of the area. The activity has been carried out in the form of workshop and training on the use of media as an effort to revive the Sayang-Sayang art market. After the implementation of this community service activity, traders are willing and able to maximize the use of media technology as an effort to advance their business. One of the media they use is Instagram social media.

Keywords: Revitalization, Art Market, Optimizing the role of Media

Pendahuluan

Sektor pariwisata merupakan sektor penting bagi perekonomian Indonesia. Banyaknya kontribusi sektor pariwisata dapat dilihat dari tingginya total ekspor barang dan jasa di Indonesia. Namun, pada awal tahun 2020 dunia diguncangkan dengan munculnya pandemi COVID-19. Menurut WHO COVID-19 dikenal juga dengan sebutan virus corona, pada manusia virus corona menyebabkan infeksi pernafasan mulai dari flu biasa hingga penyakit yang lebih parah seperti Middle East Respiratory Syndrome (MERS) dan Severe Acute Respiratory Syndrome (SARS) (Nicola et al, 2020).

Adanya COVID-19 membawa dampak yang luar biasa bagi dunia pariwisata di Indonesia. Sebagai respon terhadap pandemi COVID-19, Presiden Indonesia, Joko Widodo mengeluarkan instruksi yaitu pembatasan sosial berskala besar (PSBB). Adanya pembatasan sosial mengakibatkan sektor pariwisata mengalami guncangan dan saat ini diperkirakan 75 juta lapangan pekerjaan sektor pariwisata terancam tutup hingga kehilangan omsetnya lebih dari 2,1 T US (WTTC, 2020). Dari data tersebut dapat dilihat bahwa pariwisata di Indonesia belum stabil, khususnya yang ada di NTB. Upaya pembenahan sektor pariwisata yang dapat dilakukan oleh pemerintah salah satunya adalah melalui kegiatan mengkomunikasikan daerah wisata tersebut kepada khalayak luas agar lebih dikenal dalam bentuk revitalisasi (Sulaiman et al 2020).

Konteks komunikasi dipahami sebagai peristiwa yang unik. Yaitu interaksi dengan memperhatikan salah satu prinsip komunikasi yang terjadi antara ruang dan waktu (Cangara Hafied, 2015). Artinya komunikasi dapat berlangsung dimana saja dan kapan saja. Komunikasi dalam upaya revitalisasi merupakan suatu proses yang bertujuan untuk menumbuhkan motivasi dan memberikan pada masyarakat dengan jalan membuka saluran-saluran komunikasi sehingga masyarakat memperoleh kehidupan yang lebih baik melalui pemanfaatan dan peningkatan kemampuan yang mereka miliki dan sekaligus menempatkan mereka sebagai stakeholder aktif (Mulyana Deddy, 2014).

Kegiatan komunikasi ini dilaksanakan dalam bentuk Program revitalisasi kembali pasar seni sayang-sayang yang sudah tidak produktif. Pasar seni sayang – sayang sebagai salah satu destinasi pariwisata memiliki keunggulan dalam berbagai sektor produk unggulan ekonomi kreatif baik dari industri dan usahanya. Salah satu industri yang terkenal adalah kerajinan furniture Cukli. Kerajinan ini berbahan dasar kerang mutiara laut kemudian dibentuk sedemikian rupa untuk menghias berbagai furniture, dari yang paling sederhana seperti sendok hingga rumit seperti lemari.

Dalam proses komunikasi revitalisasi pasar seni sayang-sayang dilakukan pendekatan agar proses dan tujuan komunikasi yang direncanakan dapat tercapai, seperti pengembangan akses teknologi dan pengembangan solidaritas antar masyarakat atau stakeholder didalamnya merupakan upaya untuk meningkatkan kemakmuran masyarakat di sekitar kawasan tersebut yang dilakukan dalam rangka mengembalikan fungsinya sebagai tujuan pariwisata. Kegiatan revitalisasi ini juga diharapkan akan mampu untuk menggugah kembali daya beli masyarakat terhadap produk kerajinan lokal. Dan juga akan dapat menghidupkan kembali lokasi pariwisata pasar seni sayang – sayang. Kegiatan ini menitikberatkan pada usaha untuk melibatkan para pedagang dan juga pelaku usaha yang berdomisili di sekitar pasar seni sayang sayang dalam memanfaatkan area tersebut dengan semestinya.

Kegiatan revitalisasi ini dilaksanakan dengan memaksimalkan penggunaan media seperti pembuatan foto promosi, video promosi, video tour virtual dll. Penggunaan media dapat menjadi strategi pemasaran di sektor pariwisata yang berbasis partisipasi masyarakat dan pemanfaatan sumber daya domestik sebagai lokasi wisata yang juga akan mendukung ketahanan ekonomi nasional yang proaktif terhadap elemen masyarakat (maharani & mahalika, 2020).

Berdasarkan pada uraian permasalahan tersebut, terdapat beberapa solusi yang dihadirkan untuk membantu para pelaku usaha dan pedagang sebagai bentuk revitalisasi diantaranya:

- 1) Mengadakan pertemuan untuk mengevaluasi dan membahas mengenai pemilihan dan penggunaan media oleh para pedagang
- 2) Mengadakan pelatihan mengenai cara mengakses media khususnya sosial media sehingga dapat dimanfaatkan sebagai media untuk mempromosikan pasar seni sayang - sayang
- 3) Menubuhkan wawasan dan visi para pedagang mengenai penggunaan media secara maksimal sebagai salah satu alternatif upaya revitalisasi pasar seni sayang – sayang.

Metode Pelaksanaan

Kegiatan yang telah dilaksanakan dalam pengabdian pada masyarakat menggunakan pendekatan pendidikan orang dewasa (*Andragogy*) dalam meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pelaku usaha di pasar seni sayang - sayang. Prinsip-prinsip *action learning* digunakan sehingga proses belajar dapat direncanakan dengan baik, kegiatan pendampingan terlaksana secara terstruktur dan sesuai kebutuhan, hasilnya dapat diobservasi serta dilakukan refleksi terhadap hasil kegiatan sehingga dapat dilakukan perbaikan (*replan*) untuk perbaikan.

Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian ini adalah melalui penyampaian materi di lokasi pengabdian, pemberian buku saku dan pelatihan secara intens cara menggunakan media online sebagai alat pemasaran. Selanjutnya seluruh materi yang telah diperoleh oleh peserta pelatihan, didiskusikan bersama dengan tim pengabdian guna memperoleh pemahaman yang kompleks.

Pelatihan dan diskusi. Pengetahuan masyarakat sasaran mengenai pentingnya pemasaran online masih sangat rendah, sehingga melalui kegiatan ini diharapkan masyarakat akan mengenal secara mendalam pentingnya pelaksanaan kegiatan pemasaran secara online. Penyampaian materi dalam kegiatan ini terbagi menjadi 3 tahap, yaitu 1) penyampaian materi mengenai potensi pasar seni sayang – sayang sebagai salah satu lokasi wisata andalan 2) penyampaian yang bersifat teoritis mengenai konsep pemasaran online serta pengenalan beberapa platform pemasaran secara online 3) memandu para pelaku pemasaran untuk menggunakan platform pemasaran online seperti facebook, instagram, dan shopee dengan memberikan panduan berupa buku saku.

Hasil kegiatan dan Pembahasan

Bentuk dari program pengabdian kepada masyarakat ini adalah kegiatan pelatihan yang diselenggarakan di Pasar seni sayang-sayang pada hari Rabu, 18 Agustus 2021. Dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian yang diikuti oleh 25 orang peserta yang terdiri dari para pedagang dan pelaku pariwisata di pasar seni sayang-sayang. Pelatihan dilaksanakan secara

tertib dengan menerapkan protokol kesehatan, karena pada saat kegiatan berlangsung bertepatan dengan pemberlakuan aturan PPKM (Pemberlakuan pembatasan kegiatan masyarakat). sehingga kegiatan yang dilaksanakan tidak boleh melibatkan lebih dari 25 orang. adapun hasil dari kegiatan yang telah dilaksanakan oleh tim adalah sebagai berikut, dimulai dari proses penjajakan hingga pelaksanaan kegiatan.

a. Persiapan.

Menurunnya minat wisatawan untuk melaksanakan kunjungan wisata memberikan dampak pada perekonomian masyarakat (Suryani, 2020). Salah satunya yang paling terdampak adalah para pedagang kerajinan. Khususnya pedagang kerajinan yang ada di pasar seni sayang-sayang. Oleh sebab itu dalam rangka memperkuat potensi pariwisata pasar seni sayang – sayang serta meningkatkan pendapatan para pedagang.

Sangat penting untuk dilaksanakan pelatihan optimalisasi penggunaan media dalam revitalisasi pasar seni sayang- sayang. Pelatihan ini adalah bentuk pengabdian masyarakat yang dilaksanakan oleh tim dari program studi ilmu komunikasi yang terdiri dari 3 orang dosen dengan dibantu oleh 2 orang mahasiswa. pada tahapan pelaksanaannya, kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 18 agustus 2021.

Dengan menggunakan metode dokumentasi dan observasi, tim menelusuri berbagai informasi terkait dengan pasar seni sayang – sayang serta dampak covid 19 terhadap pengembangan pariwisata di pasar seni sayang – sayang. Berdasarkan pada hasil observasi dan dokumentasi diperoleh beberapa fakta.

Pertama, pasar seni sayang- sayang adalah merupakan salah satu tempat wisata yang dibangun oleh pemerintah NTB pada tahun 2001. Pasar seni ini selalu berjaya walaupun banyak pasar modern yang menjadi pesaingnya. Hal ini dikarenakan, salah satu keunggulan pasar seni ini adalah menjual barang –barang hasil kerajinan yang langsung dibuat oleh masyarakat sekitar. Sehingga keaslian karya seni yang dihadirkan tetap terjaga.

Kedua, dari segi lokasi dan penataan diketahui bahwa pasar seni sayang- sayang memiliki posisi yang strategis. Karena berada pada jalur utama daerah wisata. Berdasarkan lokasi inilah, maka pasar seni sayang – sayang selalu ramai dikunjungi. Namun pandemi covid 19 mengakibatkan pasar seni sayang – sayang menjadi sepi pengunjung.

Keadaan ini terus berlanjut selama hampir 2 tahun (sejak tahun 2019). Pandemi covid 19 yang mengharuskan masyarakat untuk mengikuti peraturan pembatasan masyarakat skala besar. keadaan ini juga mengakibatkan pasar seni sayang – sayang menjadi tidak terawat dan terkesan kumuh. Dari yang sebelumnya memiliki penataan fasilitas yang sangat indah. Fasilitas yang dapat dilihat di pasar seni sayang – sayang seperti terdapat panggung pagelaran, restoran, kolam hias serta jajaran kios yang tertata.

Ketiga, alur pemasaran kerajinan para pelaku usaha di pasar seni sayang –sayang masih mengandalkan face to face. Belum menggunakan media secara optimal. Sehingga barang kerajinan yang terdapat di kios para pedagang seolah tidak laku dijual karena belum adanya usaha untuk memasarkan secara online.

Kebanyakan dari para pelaku usaha di pasar seni mengatakan bahwa mereka tidak memahami secara jelas mengenai cara dan langkah untuk dapat memasarkan produk mereka secara online. sehingga mereka hanya mengandalkan face to face.

Sesuai dengan fakta – fakta yang ditemukan oleh tim, maka optimalisasi penggunaan media sebagai salah satu upaya revitalisasi pasar seni sayang – sayang dipandang sesuai guna membantu untuk memberdayakan para pedagang yang terdampak pandemi covid 19. Adapun beberapa keuntungan pedagang menggunakan media online, menurut Ashadi siregar (2001) antara lain:

1. Up to date, media online dapat melakukan upgrade (pembaharuan) suatu informasi atau berita dari waktu ke waktu dan dimana saja.
2. Real time, cara penyajian berita yang sederhana menjadikan media online dapat langsung menyajikan informasi dan peristiwa saat berlangsung.
3. praktis, media online membantu memperoleh kemudahan berita dan informasi kapan saja dibutuhkan.

Merujuk pada beberapa keuntungan diatas selanjutnya, tim menentukan target pelatihan serta jenis produk yang akan dipasarkan menggunakan media online.

b. Pelaksanaan.

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan beberapa tahapan, dengan tujuan untuk memberikan solusi bagi masyarakat yang berprofesi sebagai pedagang dan pelaku usaha di pasar seni sayang sayang. Tahapan kegiatan pertama adalah menyelenggarakan workshop, pada hari rabu tanggal 18 agustus 2021. Kegiatan yang berlangsung dari mulai pukul 09.00 pagi hingga 15.00 siang berjalan sesuai dengan agenda yang disusun. sebanyak 25 orang undangan yang terdiri dari kepala lingkungan, pelaku usaha serta pelaku pariwisata menghadiri kegiatan ini. Besarnya antusias dan partisipasi dapat terlihat dalam foto kegiatan sebagai berikut:

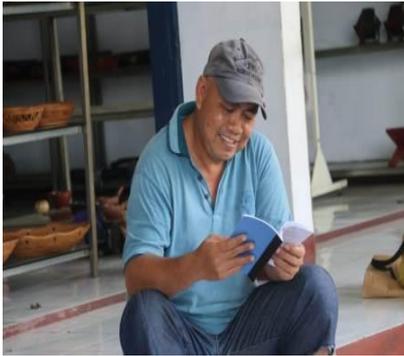
Gambar Foto Kegiatan Workshp dengan menerapkan protokol kesehatan



Gambar 1. Foto tim dengan peserta kegiatan pengabdian menerapkan prokes jaga jarak



Gambar 2. Foto tim memberikan penjelasan dan pengarahan mengenai pemanfaatan media



Gambar 3. Foto salah satu peserta senang memperoleh buku saku



Gambar 4. Foto buku saku yang dibagikan untuk peserta

Dalam kegiatan yang berlangsung sebanyak dua sesi, tim secara bergiliran menyampaikan materi pelatihan kepada para pelaku usaha di pasar seni sayang – sayang. Pada sesi pertama, tim yang terdiri dari Ir. I Wayan Suadnya dan Tenri Waru bertugas untuk memberikan pandangan serta wawasan mengenai berbagai potensi yang dapat dikembangkan di pasar seni sayang – sayang. Dilanjutkan dengan menyampaikan konsep mengenai pemasaran online. Selanjutnya pada sesi kedua, para pelaku usaha dipandu oleh Eka putri paramita selaku instruktur yang memandu para pelaku usaha untuk menggunakan platform pemasaran online. Acara kemudian ditutup dengan pemberian buku saku kepada para peserta dan diakhiri dengan sesi foto bersama.

Melalui kegiatan pelatihan ini diharapkan tercapai tujuan pembinaan revitalisasi pasar seni sayang – sayang melalui optimalisasi penggunaan media di masa pandemi. Dengan kemampuan pelaku usaha menggunakan platform pemasaran online dapat menjadi peluang bagi pemberdayaan masyarakat dan menciptakan lapangan kerja alternatif. Sehingga memberikan solusi bagi permasalahan ekonomi yang dihadapi para pedagang selama pandemi.

Selama pelatihan berlangsung, seluruh peserta terlihat sangat antusias dengan kegiatan yang dilaksanakan. hal ini dilihat dari tingkat partisipasi para peserta dalam mengikuti sesi diskusi dan tanya jawab. Pertanyaan yang paling banyak diberikan oleh peserta adalah mengenai bagaimana cara menggunakan aplikasi online secara benar dan segala hal yang terkait dengan memasarkan produk mereka secara online. Selama kegiatan workshop berlangsung, para peserta terlihat sangat senang, mereka secara langsung mencoba untuk menggunakan aplikasi.

Tahapan kegiatan selanjutnya adalah pelatihan. pada masa pelatihan, Secara teknis tim pengabdian melibatkan 2 orang mahasiswa prodi ilmu komunikasi universitas mataram untuk membantu pelaksanaan kegiatan. Mereka adalah denis dan nabila. Kedua mahasiswa ini bertugas untuk mengkoordinir para peserta pelatihan sebelum dan saat proses pelatihan. dan juga mereka bertugas untuk membantu mengarahkan para pedagang agar dapat mengakses media online dengan baik.

Dalam tahapan ini, para pedagang dan pelaku usaha diajak untuk melaksanakan beberapa proses kegiatan. Proses awal adalah memilih platform media online yang mereka ingin gunakan. Pilihan ditentukan berdasarkan pada ketertarikan mereka dan petunjuk pada buku saku yang telah dibagikan. (pada gambar 3)

Setelah menjatuhkan pilihan pada media online yang disukai, proses selanjutnya adalah mengaktifkan platform media online pilihannya. Dan kebanyakan dari para pedagang serta pelaku usaha memilih instagram sebagai media online andalan berpromosi. Mereka menuturkan bahwa, ketika menggunakan instagram akan lebih mudah dilihat oleh banyak orang karena sudah banyak pengguna instagram. Dan masih menurut mereka bahwa instagram akan mempermudah mereka dalam mengatur foto barang yang ingin dipasarkan.

Sejalan dengan alasan yang dikemukakan oleh pelaku usaha, kemudian tim pengabdian melanjutkan proses kegiatan dengan mengajarkan mengenai fotografi. Tim memberikan teknik dasar cara menghasilkan foto produk agar terlihat layak dengan hanya menggunakan kamera sederhana. Pada proses ini, seluruh pelaku usaha tampak serius menggunakan ponsel mereka masing – masing untuk memperoleh gambar terbaik. Adanya partisipasi yang sangat besar dari para pelaku usaha dalam proses ini merupakan salah satu indikasi bahwa para pelaku usaha sangat ingin bangkit dari keadaan saat ini (masa pandemi). dan setelah mereka memperoleh foto terbaiknya, dengan semangat mereka mengupload ke akun instagram masing – masing.

Proses selanjutnya setelah foto diupload oleh masing – masing pelaku usaha, tim pengabdian secara lebih mendalam memberikan pelatihan mengenai segala hal yang harus dilakukan ketika mengupload sebuah produk. Dengan menggunakan konsep komunikasi pemasaran 4P menurut kotler, 2001) menjelaskan 4 bauran pemasaran yaitu place (tempat), product (barang), price (harga), promotion (promosi). Tim pengabdian memberikan contoh kepada seluruh peserta cara mengupload sebuah produk di platform media online. Setelah diberikan contoh, banyak dari peserta yang kemudian menjadi paham bagaimana cara mengupload produk secara layak.

Berdasarkan pada kegiatan yang telah dilaksanakan pada hari rabu, 18 agustus 2018, bertempat di pasar seni sayang – sayang, diperoleh beberapa hasil antara lain:

Input /program	Output		Outcome
	Proses / kegiatan	partisipan	
mberian materi – materi dan konsep yang sesuai dengan tema yang diangkat. Selanjutnya memberikan pelatihan mengenai cara penggunaan serta pengaplikasian media yang dapat mendukung potensi pariwisata di pasar seni sayang - sayang	<ul style="list-style-type: none"> • penjelasan materi • pemaparan mengenai media yang digunakan sebagai sarana revitalisasi • memberikan konsep dan pemahaman mengenai berbagai jenis platform media yang dapat digunakan • berdiskusi dan memilih salah satu platform media • melakukan pelatihan untuk membuat konten media agar layak dan menarik untuk dibagikan pada platform media. 	Sebanyak 25 orang pelaku usaha yang menetap di pasar seni sayang - sayang	a. Melalui workshop dan pelatihan yang telah dilaksnakan, terdapat perubahan pengetahuan, sikap dan keterampilan yang dimiliki oleh para pelaku usaha. dari yang pada awalnya mereka tidak dapat mengupload produknya di media online hingga dapat mengupload dan memasarkan produknya secara online. b. Pelaku usaha sudah bisa membedakan serta memilih media yang bermanfaat dan media yang kurang bermanfaat. c. Berkembangnya kesadaran dan kemauan pelaku usaha dalam memanfaatkan teknologi sebagai salah satu referensi untuk memasarkan produk mereka agar dapat dilihat oleh banyak orang. d. Munculnya harapan baru para pelaku usaha mengenai perkembangan pasar seni sayang - sayang akan menjadi lebih baik saat mereka memaksimalkan media sebagai sarana promosi.

Simpulan dan saran

Kegiatan pengabdian pemanfaatan media sebagai upaya revitalisasi di pasar seni sayang – sayang ini bertujuan agar para pelaku usaha memahami mengenai penggunaan media secara maksimal. Para pelaku usaha yang awalnya tidak mau menerapkan pemasaran menggunakan media online, akhirnya mulai menggunakan media online setelah mengetahui manfaat dan kemudahannya. selanjutnya terlihat adanya kesadaran para pelaku usaha untuk dapat menggunakan aplikasi teknologi untuk sesuatu yang lebih bermanfaat. Para pelaku usaha mau dan mampu untuk menyebarkan pengetahuan yang telah diperoleh mengenai penggunaan platform media online sebagai salah satu bentuk partisipasi mereka dalam merevitalisasi pasar seni sayang - sayang.

Pada masa berikutnya diharapkan agar kegiatan serupa pelaksanaannya diperbanyak dan menjangkau seluruh lokasi wisata yang terdampak pandemi covid 19 agar dapat bangkit dan kembali bersaing dalam upaya peningkatan ekonomi masyarakat.

Ucapan Terimakasih

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada Universitas Mataram atas dana yang diberikan melalui penelitian skim Penelitian Dosen Pemula Perguruan Tinggi tahun 2021

Daftar Pustaka

- Ashadi, Siregar. 2001. Menyikapi Media Penyiaran: Membaca Televisi Melihat Radio Cet.I, Yogyakarta: LP3Y
- Cangara, Hafied. 2015. Pengantar Ilmu Komunikasi. Cetakan Kedua. PT RajaGrafindo Persada. Jakarta
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. Marketing Managemen, 15th Edition, Pearson Education, Inc.
- Mulyana, Deddy. Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar. Cetakan ke 18. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2014.
- Maharani, A., & Mahalika, F. (2020). New Normal Tourism Sebagai Pendukung Ketahanan Ekonomi Nasional Pada Masa Pandemi (New Normal Tourism As a Support of National Economic Resistance in the Pandemic Period). Jurnal Kajian LEMHANNAS RI 8 ,<http://jurnal.lemhannas.go.id/index.php/jkl/article/view/87>
- Nicola, M., Alsafi, Z., Sohrabi, C., Kerwan, A., Al-Jabir, A., Iosifidis, C., Agha, M., & Agha, R. (2020). The socio-economic implications of the coronavirus pandemic (Covid-19): A review. *International Journal of Surgery* 78 (oktober), 185–193. <https://doi.org/10.1016/j.ijvsu.2021.12.10>.
- Suryani, Anih Sri. (2020). “Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Lingkungan Global”. Pusat Penelitian Badan Keahlian DPR RI Jakarta. Kajian Singkat Terhadap Isu Aktual dan Strategis. Vol. XII, No. 13/1/Puslit/oktober/2021.
- Sulaiman, M. Z., Nasiruddin, M., Aziz, A., Abu, M. H., Halili, N. A., & Azuddin, M. A. (2020). Matterport : Virtual Tour as A New Marketing Approach in Real Estate Business During Pandemic 502 (Imdes), 1–6

Bimbingan Perkawinan Bagi Mahasiswa di Samarinda

Afita Nur Hayati¹, Amalia Nur Aini², Harmina³

^{1,2}UIN Sultan Aji Muhammad Idris Samarinda

³MTs Negeri Model Samarinda

¹afitanurhayati@iain-samarinda.ac.id, ²amalianuraini@iain-samarinda.ac.id

³harminahb@gmail.com

ABSTRAK

Kegiatan bimbingan perkawinan (bimwin) yang dilakukan oleh tim pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk (1) meningkatkan pemahaman para peserta yang merupakan mahasiswa pra-nikah usia nikah tentang terwujudnya keluarga sakinah yang memiliki sudut pandang kesetaraan, kesalingan, dan keadilan dengan konsep diri dan peran yang jelas dari masing-masing pasangan (2) meningkatkan pemahaman dan komitmen peserta dalam usahanya dalam mempersiapkan diri dalam sebuah ikatan suci secara matang baik fisik, psikis, ekonomi, sosial, dan spiritual, (3) meningkatkan pemahaman peserta tentang bagaimana mewujudkan komunikasi antara laki-laki dan perempuan yang aman, sehat, setara, dan humanis sesuai dengan nilai-nilai Islam berkemajuan. Kegiatan ini dilakukan pada tanggal 12 November 2020 menggunakan media dalam jaringan karena masih dalam kondisi pandemi covid-19. Metode pelaksanaan pada kegiatan ini adalah bimbingan pada peserta yang terdiri dari mahasiswa dan mahasiswi dari dua perguruan tinggi di Samarinda dengan 4 materi pokok, dilanjutkan dengan diskusi dalam 2 kelompok besar dengan memecahkan kasus yang disajikan tim pengabdian masyarakat. Dari pelaksanaan kegiatan ini, ada beberapa pembelajaran penting, antara lain : (1) bimwin pra nikah merupakan kegiatan penting yang dibutuhkan mahasiswa untuk mempersiapkan kehidupan perkawinan, salah satunya dengan memperkuat konsep diri sehingga dapat menyiapkan tahapan kehidupan lebih baik, (2) dari terselenggaranya kegiatan ini, peserta bersedia untuk melakukan sosialisasi dari apa yang diperolehnya kepada rekan-rekannya termasuk melalui organisasi tempat mereka aktif.

Kata kunci : Bimbingan Perkawinan, Pra Nikah, Usia Nikah, Dalam Jaringan.

ABSTRACT

Marriage guidance activities carried out by the community service team aims to (1) improve participants' understanding of the realization of keluarga sakinah in the perspective of equality, justice, and mutuality with a clear self-concept of each partner, (2) increase the understanding and commitment of participants in their efforts to prepare themselves for marriage in full physically, psychologically, economically, socially, and spiritually, (3) increase participants' understanding of how to create safe, equal, healthy, and humanistic communication between men and women by progressive Islamic values. This activity was carried out on November 12, 2020, using online media because it was still in a state of the covid-19 pandemic. The implementation method in this activity is guidance to participants from two universities in Samarinda with 4 main materials, followed by discussion in 2 large groups by solving cases presented by the community service team. There are several important lessons, including (1) pre-marital bimwin is an important activity needed by students to prepare for married life, one of which is by strengthening self-concept so that they can prepare for a better stage of life, (2) participants are willing to socialize what they get to their colleagues, including through the organizations in which they are active.

Keywords: Marriage guidance, pre-marriage, age of marriage, online

Pendahuluan

Indonesia yang memiliki penduduk dengan jumlah besar dihadapkan pada tantangan cukup berat untuk menjadikan keluarga sebagai institusi yang kokoh dan berkontribusi pada pembangunan bangsa. Globalisasi dan perkembangan teknologi informasi dalam era digital saat ini memberikan pengaruh pada orientasi hidup manusia. Pengaruh globalisasi yang begitu kuat dan melekat baik sisi positif maupun negatifnya dalam kehidupan keluarga merupakan salah satu tantangan yang harus dihadapi.

Islam menata seluruh aspek kehidupan manusia. Salah satunya adalah kehidupan dalam keluarga. Keluarga yang sakinah adalah dambaan setiap orang baik yang sudah berada didalamnya maupun yang baru akan memasukinya. Keluarga yang diliputi oleh suasana kedamaian, ketrentaman, dan kebahagiaan hidup di dunia dan di akhirat yang diridai Allah Swt. Untuk mencapai terwujudnya keluarga yang sakinah perlu kerja sama minimal dua orang yang mengikatkan diri dalam sebuah perkawinan.

Secara sosial, budaya dan agama, keluarga sebagai unit sosial terkecil dalam masyarakat merupakan lembaga yang penting dan strategis, menjadi poros dan landasan pembangunan kebudayaan, menyemai generasi yang memiliki karakter utama, dan merupakan laboratorium mini kehidupan sosial untuk kepentingan masyarakat dan bangsa. Namun, saat ini lembaga keluarga semakin dihadapkan pada berbagai permasalahan diantaranya tingginya angka perceraian, KDRT, dan perkawinan anak.

Informasi Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional (BKKBN) menyebutkan tingginya angka perceraian di Indonesia sebagai peringkat pertama di Asia Pasifik. Setiap tahun mengalami peningkatan. Pada tahun 2018, angka perceraian mencapai 408.202 kasus, meningkat 9% dibandingkan tahun sebelumnya. Data yang di peroleh dari Dirjen Badan Peradilan Agama tahun 2019 terdapat angka pernikahan 2.016.171 dan angka perceraian 408.202. Penyebab terbesar perceraian pada tahun 2018 adalah perselisihan dan pertengkaran terus menerus dengan 183.085 kasus. Faktor ekonomi menempati urutan kedua sebanyak 110.909 kasus.

Berdasarkan data yang ada, pembimbingan calon pengantin dan pasangan pengantin muda sangat penting agar calon pengantin dan pengantin usia muda bisa menyelesaikan perbedaan dan perselisihan dengan baik. Yang juga tidak kalah penting adalah bimbingan perkawinan bagi usia mahasiswa dikisaran 17 sampai 22 tahun, sebagai langkah awal memberikan pengetahuan tentang perkawinan dalam konsep Islam sebelum para mahasiswa menyelesaikan studinya dan memiliki bekal sebagai bagian dari persiapan ketika akan melangkah ke jenjang perkawinan. Artinya, para mahasiswa yang sudah memasuki usia pra-nikah dan usia pernikahan sangat penting untuk memiliki pemahaman dan memiliki persiapan dalam babak kehidupan selanjutnya yaitu kehidupan berumah tangga. Salah satu caranya adalah melalui bimwin pra-nikah bagi remaja usia pra-nikah dan bimwin pra-nikah bagi usia nikah. Bagaimana dengan pasangan yang sudah menikah? Masih diperlukan penguatan untuk memperkokoh ketangguhan dalam keluarga agar terhindar dari hal-hal yang menjurus pada perceraian. Agar lebih menarik, bimwin yang dilakukan oleh tim abdimas melakukan desain bimbingan yang menyenangkan dan bisa menggugah kesadaran, artinya materi yang disampaikan bisa menambah pengetahuan para peserta. Tim mencoba melakukan peningkatan kesadaran akan

pentingnya membangun keluarga yang dilandasi dengan asas keadilan, kesetaraan, dan kesalingan sebagai basis kehidupan masyarakat dan bangsa yang maju, adil, sejahtera, dan bermartabat, melalui kegiatan bimwin. Bimwin ini menyasar pada pemuda dan pemudi pra-nikah usia nikah.

Metode Pelaksanaan

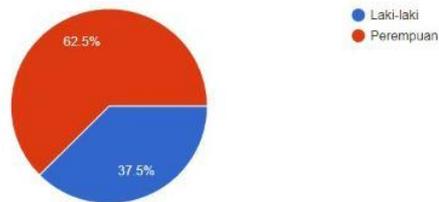
Beranjak dari latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, maka kegiatan bimwin yang dilakukan secara *online* ini berupaya memberikan pembekalan kepada sasaran yang dipilih dalam bentuk pemberian materi yang diperlukan dan merupakan hak penduduk dalam membangun keluarga sesuai UU No. 52 Tahun 2009. Setelah penyampaian materi yang relevan, dilanjutkan dengan *focus group discussion* (FGD) dengan mencari solusi terhadap contoh kasus yang diberikan oleh tim. FGD di format dengan dua kelompok dan dibagi dalam 2 *breakrooms* dengan dampingan 1 tim PKM setiap kelompok. Satu kelompok membahas tentang bagaimana pentingnya komunikasi dalam keluarga dan bagaimana memecahkan masalah ketika ada persoalan terkait hamil diluar pernikahan yang sah.

Kegiatan diawali dengan pre test kemudian setelah sesi materi dilakukan post test untuk melihat perbedaan sebelum dan setelah dilakukan bimwin, sebagai upaya untuk meningkatkan pemahaman mahasiswa tentang bagaimana mereka mengkonsep terkait diri mereka sendiri dan apa perannya dalam mewujudkan keluarga sakinah dalam perspektif kesetaraan, keadilan, dan kesalingan, meningkatkan pemahaman dan komitmen peserta dalam mempersiapkan kematangan dalam perkawinan secara fisik, psikis, ekonomi, sosial, dan spiritual, dan meningkatkan pemahaman peserta tentang pola komunikasi yang setara, humanis, sehat, dan aman antara laki-laki dan perempuan, sesuai dengan nilai-nilai Islam.

Di tengah situasi pandemi covid-19 kegiatan bimwin ini tetap terus berjalan dan tetap bisa dilakukan walaupun tidak dengan tatap muka di satu ruang yang sama. Oleh karenanya dipilihlah menggunakan saluran komunikasi digital yang memungkinkan semua peserta yang berada di luar Samarinda tetap bisa bergabung, menatap layar gawai, personal komputer, atau laptopnya, sepanjang perangkat yang dimiliki dan dipilihnya terkoneksi dengan internet.

Hasil Kegiatan dan Pembahasan

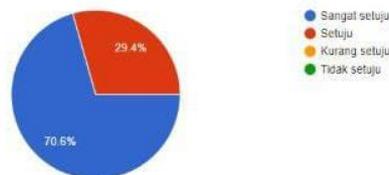
Kegiatan bimwin bagi mahasiswa di Samarinda dilaksanakan pada tanggal 12 November 2020 dengan *platform* digital karena kondisi masih pandemi covid-19. Setelah pre-test selesai dikerjakan, tim melanjutkan kegiatan dengan melihat orientasi peserta dalam kegiatan bimwin. Peserta berjumlah 30 (tiga puluh) orang yang merupakan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur (UMKT) dan IAIN Samarinda dari beberapa program studi. Dari gambar 1 dapat dilihat bahwa jenis kelamin peserta sebanyak 62,5% adalah perempuan, dan 37,5% adalah laki-laki. Peserta sebagian besar berada di Samarinda dan ada beberapa yang berada di luar Samarinda seperti dari Penajam Paser Utara, Sebulu daerah Kutai Kartanegara, serta Tanjung Palas daerah Bulungan, Kalimantan Utara.



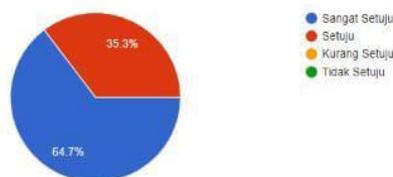
Gambar 1. Jenis kelamin peserta bimbingan

Harapan yang disampaikan setelah sesi ta'aruf terhadap pelaksanaan bimwin dapat dilihat dari gambar 2 sampai dengan gambar 5. Pada gambar 2, sebanyak 70% peserta senang bertemu dengan peserta lain walaupun secara *online*. Pada gambar 5, 58% peserta siap mengkampanyekan keluarga sakinah sebagai kunci utama membangun peradaban.

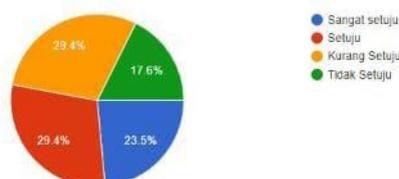
Beberapa peserta ingin mendapatkan wawasan yang lengkap tentang perkawinan agar nantinya dapat menjalankan kehidupan perkawinan yang lebih baik dan bisa sakinah. Mereka juga menemukan bahwa terdapat beberapa masalah yang dialami oleh mahasiswa yang dapat menjadi kendala dalam mencapai kehidupan mendatang yang lebih baik, seperti perkawinan usia anak maupun kehamilan tidak diinginkan hingga dinamika hubungan antara orang tua dan anak. Melalui bimwin ini, mereka berharap dapat mengatasi permasalahan yang ada tersebut. Para peserta mulai dapat mengidentifikasi berbagai persoalan yang dapat dialami dalam perkawinan mulai dari kurangnya komunikasi hingga masalah ekonomi. Berkenaan dengan hal tersebut di atas, maka materi-materi dalam kegiatan bimwin ini cukup sejalan dengan harapan tersebut.



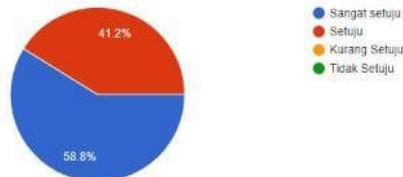
Gambar 2. Saya senang bertemu dengan peserta lain, karena pertemanan akan menambah silaturahmi, memperluas ilmu dan rezeki.



Gambar 3. Disiplin, aktif dan fokus dalam pelatihan online adalah kunci sukses pelatihan.

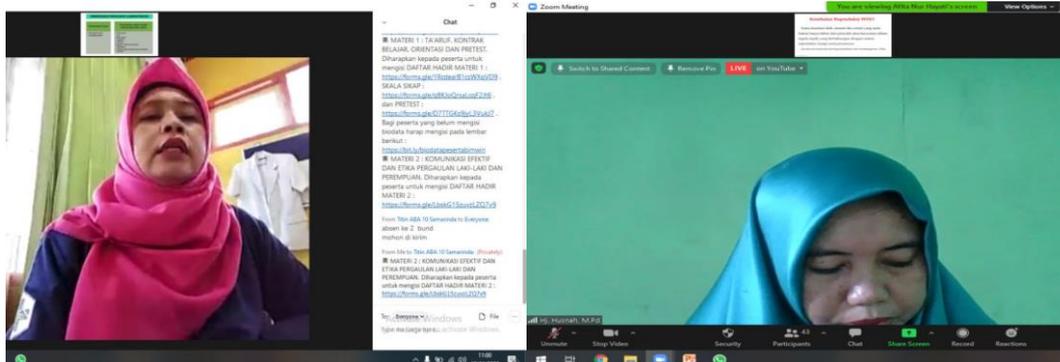


Gambar 4. Tujuan dari pelatihan adalah berbeda-beda tergantung dari masing-masing individu. Harapan juga disesuaikan dengan kondisi setiap individu. Maka, harapan kita yang biasa-biasa saja tidak menginginkan harapan terlalu tinggi. Harapan terlalu tinggi akan menimbulkan stress.



Gambar 5. Masing-masing kita mengkampanyekan Keluarga Sakinah karena keluarga sakinah adalah kunci utama dalam membangun peradaban, umat dan bangsa.

Pada materi komunikasi efektif cukup menarik perhatian peserta karena terkait dengan kehidupan keseharian mereka, serta dipandang menjadi salah satu kunci dalam masuk ke ranah ta'aruf sebelum melangkah ke kehidupan perkawinan. Peserta menanyakan terkait kapan waktu yang tepat untuk berbicara, waktu yang tepat untuk mendengarkan dan kapan waktunya diam. Bagaimana hubungan dan komunikasi dalam keluarga dan dengan orang tua, bagaimana membangun komunikasi dengan pasangan jika terjadi masalah dalam perkawinan. Materi ini digunakan sebagai bahan diskusi seperti yang terlihat pada gambar 7.



Gambar 6. Pemateri Bimwin

Materi tentang kesehatan reproduksi remaja seperti yang ada dalam gambar 6, peserta memahami bahwa organ dan peran reproduksi perempuan lebih kompleks sehingga diperlukan sikap penghargaan antara laki-laki dan perempuan untuk meningkatkan kesehatan reproduksi. Dalam materi tersebut, bagaimana dapat menjalankan peran reproduksi setelah melalui perkawinan, dapat menjalankan kehamilan yang sehat untuk menekan angka kematian ibu dan bayi, serta dapat mencegah stunting. Pencegahan tersebut dapat dilakukan sejak dini termasuk sejak remaja dengan tidak menjadi remaja anemia dan mengkonsumsi makanan yang bergizi. Saat diskusi kelompok, peserta dapat mengidentifikasi masalah melalui kasus yang disampaikan, yaitu kehamilan diluar nikah. Selain itu, mereka dapat melihat dampak dari masalah tersebut bagi laki-laki maupun perempuan, dan apa yang dapat dilakukan jika terdapat kasus tersebut di lingkungan sekitar mereka dan bagaimana cara mencegahnya.

Materi ketiga adalah membangun jiwa wirausaha penting dalam membangun keluarga sakinah yang memiliki ketangguhan dalam hal ekonomi, karena salah satu alasan dalam kasus perceraian adalah konflik yang berasal dari faktor ekonomi. Pada materi konsep diri dan keluarga sakinah, berkeluarga direncanakan dalam usia yang matang, perempuan minimal berusia 21

tahun atau selepas kuliah dan laki-laki minimal berusia 25 tahun atau ketika sudah memiliki pekerjaan. Dalam materi keluarga sakinah ini, disampaikan tentang pemaknaan keluarga sakinah dalam pandangan Islam, dengan prinsip kesetaraan, keadilan, pemuliaan antar pasangan, dan tanpa kekerasan. Peserta perempuan mempresentasikan suami idaman yang dapat saling menghargai karir masing-masing, sedangkan peserta laki-laki seperti terlihat pada gambar 8, memaparkan bagaimana istri yang diidamkan.

Penyebab	Akibat	Solusi
<ol style="list-style-type: none"> 1. Kurangnya ilmu dan wawasan tentang agama Islam. 2. Kurangnya pengawasan dari orang tua 3. Rasa keingintahuan yang sangat tinggi yang membuat mereka mendahulukan hawa nafsu. 4. Mendapat perlakuan yang kurang baik di keluarga. 5. Kurangnya pengetahuan tentang sex edukasi. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perempuan yang akan dikucilkan di masyarakat. 2. Tekanan mental bagi perempuan berdampak jangka panjang. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengikuti pelatihan pra nikah. 2. Adanya edukasi di bidang agama dan reproduksi dari keluarga. 3. Menambahkan wawasan tentang pranikah dimulai dari diri-sendiri baik dari sisi agama dan sex edukasi.

Gambar 7. Kasus untuk diskusi 2 kelompok



Gambar 8. Proses diskusi 2 kelompok dalam jaringan

Simpulan dan Saran

Peserta yang merupakan mahasiswa dari 2 perguruan tinggi yang ada di Samarinda menyambut positif adanya kegiatan dengan antusiasme yang tinggi dalam mengikuti rangkaian kegiatan yang dilakukan tim pengabdian. Saluran yang digunakan adalah saluran digital, yaitu penyelenggaraan kegiatan tidak bertatap muka tetapi bertatap layar pada perangkat pribadi yang dimiliki dengan memastikan koneksi internet cukup tersedia. Model penyelenggaraan dalam jaringan ini tidak mengurangi kekhidmatan. Peserta aktif tidak hanya berasal dari peserta perempuan tetapi juga dari peserta laki-laki. Keaktifan ini ditunjukkan tidak hanya dalam sesi tanya jawab setelah materi disampaikan tetapi juga ketika sesi FGD. Peserta diakhir bimwin menyampaikan kesiapannya untuk mensosialisasikan materi yang diperolehnya di bimwin ke teman kuliah dan teman organisasi intra atau ekstra kampus yang mereka ikuti.

Kegiatan bimwin selanjutnya bisa dilakukan dengan sasaran yang berbeda, misalnya bimwin untuk keluarga yang telah memiliki balita dengan usia pernikahan dibawah lima tahun. Saluran yang digunakan bisa hybrid, dalam dan luar jaringan, setelah kondisi pandemi mereda, sehingga bisa diikuti tidak hanya yang berada satu kota dengan tim PKM, tetapi juga kota se

Kaltim dan Kaltara yang bisa terhubung perangkatnya dengan teknologi yang disediakan. Tentunya temanya akan berada pada seputar bagaimana mewujudkan keluarga sakinah dengan pengelolaan konflik yang tepat dalam keluarga, menguatkan spiritualitas dalam keluarga, mendidik generasi berkualitas dan mencegah stunting, menjaga kesehatan reproduksi, menguatkan ekonomi dalam keluarga.

Ucapan Terima Kasih

1. Pemateri dari Pimpinan Wilayah 'Aisyiyah Kalimantan Timur
2. Bagian Kemahasiswaan Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur
3. Dosen Teknologi Pendidikan FTIK IAIN Samarinda

Daftar Pustaka

- Fauzia, S. A. (2019). Mewujudkan keluarga sakinah melalui bimbingan pra-nikah. *Oetoesan-Hindia: Telaah Pemikiran Kebangsaan*, 1(2), 47-57. <https://doi.org/10.34199/oh.1.2.2019.001>
- Noor Justiatini, W., & Zainal Mustofa, M. (2020). BIMBINGAN PRA NIKAH DALAM MBENTUKAN KELUARGA SAKINAH. *Iktisyaf: Jurnal Ilmu Dakwah Dan Tasawuf*, 2(1), 13–23. <https://doi.org/10.53401/iktsf.v2i1.9>
- Nur Hayati, A. (2021). *Spirit Berpasangan*. Retrieved Februari 26, 2021 from <https://menara62.com/spirit-berpasangan/>
- Mawardi, A. (2017). PENDIDIKAN PRA NIKAH; IKHTIAR MEMBENTUK KELUARGA SAKINAH. *TARBAWI: Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 2(02), 158–168. <https://doi.org/10.26618/jtw.v2i02.1036>
- Mawardi, M. (2016). KELUARGA SAKINAH: KONSEP & POLA PEMBINAAN. *International Journal Ihya' 'Ulum Al-Din*, 18(2), 253-267. <https://doi.org/10.21580/ihya.17.2.1739>
- Marwa, M. H. M. (2021). Pengaturan Batas Usia Perkawinan Perspektif Keluarga Sakinah Muhammadiyah. *JUSTISI*, 7(1), 1-13. <https://doi.org/10.33506/js.v7i1.1170>
- Undang-Undang Nomor 52 Tahun 2009 Perkembangan Kependudukan dan Pembangunan Keluarga

Subtema 2.

Pembangunan Ekonomi Kreatif dan Pariwisata Berkelanjutan

Pendampingan Teknik Panen, Pasca Panen, dan Pemasaran Produk Trigona sp Bagi Peternak Kecil di Kabupaten Lombok Utara

Baiq Yulfia Elsadewi Yanuartati¹⁾, Ridwan¹⁾, Johan Bachry¹⁾, Suparmin¹⁾,
Ni Made Wirastika Sari¹⁾

¹⁾Jurusan Sosial Ekonomi Fakultas Pertanian Universitas Mataram, Mataram

Email: yulfiae@unram.ac.id

ABSTRAK

Pulau Lombok mulai dilirik pasar sebagai sumber penyuplai madu Trigona sp di Indonesia. Potensi pasar produk Trigona sp ini makin meningkat karena para peneliti melaporkan bahwa produk lebah ini di antaranya madu dan propolis dapat digunakan sebagai anti bakteri and virus, termasuk virus Covid-19. Para peternak lebah Trigona sp di Kabupaten Lombok Utara termasuk di Desa Salut Kecamatan Kayangan sebagai daerah terpencil sudah banyak mendapatkan pelatihan teknologi inovasi budidaya lebah Trigona sp. Akan tetapi, pelatihan dan pendampingan yang diberikan selama ini masih fokus kepada teknik budidaya saja. Pembinaan belum menyentuh aspek panen, pascapanen dan pemasaran padahal aspek ini penting mengingat produk Trigona sp Lombok Utara sudah muai dipasarkan. Melalui sebuah kegiatan pemberdayaan masyarakat oleh Universitas Mataram, telah dilakukan kegiatan-kegiatan meliputi peningkatan keterampilan panen, pascapanen, akses serta luas jangkauan pemasaran produk Trigona sp di Desa Salut. Kegiatan pemberdayaan ini dilaksanakan dengan metode pelatihan dan praktek bersama, serta pendampingan intensif. Kegiatan ini diharapkan dapat membantu perekonomian para peternak terutama dalam menghadapi dampak dari berbagai macam bencana yang telah terjadi seperti gempa bumi dan Covid-19.

Kata kunci: Pemberdayaan, Trigona sp, panen, pascapanen, pemasaran

ABSTRACT

Lombok Island has become a source of Trigona sp for local and national market supply, especially since experts found that products of Trigona sp such as honey and propolis are the medicines for anti bacterias and viruses including Covid-19. People in Lombok Utara Regency, including in a remotely village called Salut Village in Kayangan Sub-district have started to do Trigona beekeeping. Trainings from various institutions introduced innovation to improve Trigona production. However, the focus has not been in the aspects of harvest, post-harvest, and marketing yet although the products have been supplied to markets. This will be dangerous to the sustainability of the supply as there is no sufficient knowledge to ensure the quality of the products through doing proper harvesting and post harvesting treatments. Moreover, many farmers did not have access to markets themselves; instead, they relied on local traders who offered low price. Hence, the University of Mataram has conducted a community empowerment activity to help farmers in producing better quality of Trigona products to markets through the improvement of harvesting and post harvesting procedures as well as marketing. This aims to increase the farmers' livelihoods, especially to help the poor farmers to face the economic impacts of recent disasters such as earthquakes and Covid-19.

Keywords: Empowerment, Trigona sp, harvesting, post-harvesting, marketing

¹ Prodi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Mataram

Pendahuluan

Trigona sp merupakan sebuah sumberdaya alam berlimpah yang dianugerahkan Tuhan kepada Kabupaten Lombok Utara (KLU), yaitu kabupaten dengan persentase penduduk termiskin di Provinsi Nusa Tenggara Barat (BPS NTB, 2020). Trigona sp merupakan lebah tak bersengat yang relatif mudah dibudidayakan dengan modal finansial yang sangat ekonomis (Fitriyah, Mujiburrahman, Mariani, & Isyaturriyadhah, 2020). Salah satu desa terpencil dan miskin di KLU adalah Salut. Desa ini memiliki populasi 3.476 jiwa yang merupakan daerah terluar Kecamatan Kayangan (BPS KLU, 2019).

Potensi ekonomi Trigona sp sangat tinggi karena di samping biaya produksi tinggi, permintaan pasar terhadap produk lebah ini selalu tinggi. Terlebih dengan adanya hasil penelitian dari para ilmuwan terkait kandungan dan khasiat produk Trigona sp. Salah satunya seperti yang diidentifikasi oleh Sahlan (2020), yaitu kandungan zat anti-virus pada madu dan propolis Trigona sp berpotensi menjadi obat pencegahan dan pengobatan penyakit Covid-19. Selain itu, sumber pakan di KLU juga melimpah di sekitar tempat tinggal masyarakat. Usaha ternak Trigona sp ini menguntungkan secara ekonomi karena harga produknya dan permintaannya masih sangat tinggi di pasaran. Selain itu, budidaya dapat dilakukan oleh laki-laki maupun perempuan karena peternak hanya perlu merawat kotak-kotak atau sarang lebah mereka, menanam tanaman pakan jika ingin menambah produksi, memanen dan menjual hasil panen mereka.

Melihat potensi ekonomi dan pesatnya perkembangan Trigona sp ini, Pemerintah Daerah KLU bersama dengan institusi-institusi lainnya fokus kepada pengembangan Trigona sp untuk mengentaskan kemiskinan di KLU. Akan tetapi, dalam satu dekade ini, pendampingan dan pembinaan masih tetap fokus kepada budidaya saja sedangkan aspek panen, pasca panen, dan pemasaran masih kurang mendapatkan perhatian. Hal ini perlu segera ditangani karena produk Trigona sp dari KLU telah masuk ke pasar baik lokal maupun nasional. Sementara itu kualitas produk kurang terjamin dikarenakan rendahnya pengetahuan peternak dalam hal panen maupun pasca panen. Selain itu, peternak terutama di daerah terpencil seperti di Desa Salut memiliki opsi pemasaran yang terbatas. Para peternak belum mendapatkan manfaat ekonomi yang optimal karena pemasaran masih dilakukan di lingkup lokal oleh para pengepul, dan tidak ada pilihan pasar yang lebih luas.

Upaya pemberdayaan ekonomi masyarakat yang lebih optimal melalui pelatihan panen, pasca panen, dan pemasaran diharapkan dapat membantu usaha peternakan Trigona sp di daerah terpencil di KLU, khususnya Desa Salut. Diharapkan kegiatan pemberdayaan ini mampu meningkatkan kualitas komoditi untuk pemasaran dan branding yang lebih baik ke depannya. Peternak juga diharapkan dapat memperluas jaringan pemasaran mereka secara mandiri. Kegiatan pemberdayaan yang dilakukan oleh Universitas Mataram ini bersifat partisipatif dimana para peternak dilibatkan dari proses awal hingga akhir, dan dilakukan pendekatan secara kelompok dan individu. Kegiatan pembinaan peternak ini meliputi pelatihan dan pendampingan yang tidak bisa terlepas dari kerjasama dengan para teknisi atau pendamping lapangan.

Pendamping ini biasanya adalah penduduk lokal yang ahli dalam budidaya Trigona sp yang menjadi perpanjangan tangan dari pemerintah, universitas dan institusi-institusi lainnya.

Kegiatan pemberdayaan oleh Universitas Mataram kali ini dilaksanakan di Desa Salut, Kabupaten Kayangan sejak Juni sampai September 2021. Tujuan dari kegiatan pemberdayaan peternak Trigona sp ini adalah membantu peternak kecil dalam meningkatkan keterampilan panen dan pascapanen, serta mengakses dan memperluas jangkauan pemasaran produk Trigona sp mereka. Diharapkan kegiatan pemberdayaan ini dapat meningkatkan kualitas produk Trigona sp yang disuplai ke pasar agar kepercayaan konsumen semakin meningkat dan permintaan berkelanjutan. Selain itu, diharapkan peternak di daerah terpencil ini dapat meningkatkan perekonomian keluarga mereka melalui usaha ternak ini, terutama dengan semakin membaiknya akses dan jangkauan pasar bagi mereka.

Pemberdayaan dan Pengentasan Kemiskinan

Pemberdayaan merupakan alat pengentasan kemiskinan, dimana pemberdayaan merupakan upaya memberikan kekuatan dan kekuasaan bagi individu atau rumah tangga dalam berbagai sektor kehidupan seperti ekonomi, sosial, politik, dan sebagainya (Nadim & Nurlukman, 2017). Kemiskinan adalah isu sentral yang dihadapi dunia terutama di negara-negara berkembang dari waktu ke waktu dan tidak ada konsensus tentang definisi kemiskinan itu sendiri hingga saat ini (Wubayehu, 2020). Dalam konteks kegiatan pemberdayaan ini, definisi kemiskinan merujuk kepada Dercon, Hoddinott, dan Woldehanna (2012) yang menyatakan bahwa kemiskinan yang kronis itu diakibatkan oleh kurangnya sumberdaya fisik, pendidikan, dan jarak yang jauh dari kota. Desa Salut Kecamatan Kayangan yang menjadi daerah sasaran dalam kegiatan pemberdayaan Universitas Mataram ini merupakan daerah yang cukup terisolir dari segi jarak dan infrastruktur penghubung dari dan ke daerah ini. Ini menjadi sebuah tantangan terutama dalam hal mobilitas untuk mencapai wilayah ini, terutama dalam hal pemberian program pelatihan atau pendampingan. Selain itu, masalah infrastruktur transportasi dan jarak ini juga mengakibatkan sulitnya upaya pemasaran produk dari desa ini.

Penelitian tentang kegiatan pemberdayaan di daerah pedesaan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat miskin telah dilaporkan baik di Indonesia maupun di negara berkembang lainnya. Imran (2014) dalam sebuah penelitian terkait pemberdayaan ekonomi masyarakat peternak kecil di Indonesia melihat aspek pemberdayaan masyarakat dari aspek penguatan kelembagaan yaitu kelompok usaha tani dan perbaikan sistem pemasaran dari usaha tani. Mariyono (2019) merekomendasikan pentingnya akses kepada dukungan finansial, teknologi, dan kepemilikan lahan untuk bidang pertanian dalam mendukung upaya petani kecil mengakses pasar secara berkelanjutan. Lukuyu (2017) berargumen bahwa ketersediaan dan kualitas produk sangat menentukan kesinambungan akses petani kecil ke pasar. Kualitas dan kuantitas supply ini juga berdampak kepada peningkatan penghasilan rumah tangga petani (Lukuyu dkk, 2017). Dari laporan dan studi yang ada, aspek pasar dalam upaya pemberdayaan ekonomi masyarakat miskin dan terpencil merupakan hal yang krusial. Ini menjadi alasan mengapa dalam pemberdayaan masyarakat terpencil seperti di Desa Salut juga aspek kualitas komoditi dan pemasaran menjadi perhatian utama.

Metode Pelaksanaan

Pemberdayaan ini dilaksanakan secara partisipatif dimana dari persiapan hingga pelaksanaan dan evaluasi kegiatan melibatkan para peternak Trigona sp dan pendamping/teknisi lapangan. Hal ini bertujuan untuk memberikan rasa kedekatan antara Universitas Mataram dan semua pihak yang terlibat dalam kegiatan ini. Selain itu, peternak akan lebih memahami permasalahan mereka dan apa yang mereka butuhkan untuk bisa mengembangkannya usaha Trigona mereka.

Kegiatan pemberdayaan ini dilaksanakan di Desa Salut Kecamatan Kayangan, Kabupaten Lombok Utara, Provinsi Nusa Tenggara Barat. Ada tiga kelompok peternak Trigona sp yang dilibatkan dalam kegiatan ini, yaitu Kelompok Harapan Keluarga, Kelompok Tunas Muda, dan Kelompok Perempuan Sari Kembang. Kegiatan ini memastikan bahwa kegiatan ini sensitif gender, dimana laki-laki dan perempuan dapat berpartisipasi. Keterlibatan perempuan dalam pembinaan ini sangat ditekankan karena usaha ternak Trigona sp ini banyak dilakukan oleh para perempuan di daerah ini. Seperti yang disampaikan dalam sebuah literatur bahwa pemberdayaan perempuan merupakan salah satu kunci dalam pengentasan kemiskinan, dimana perempuan merupakan salah satu kelompok masyarakat yang jumlahnya banyak namun juga dalam kondisi rentan terhadap kemiskinan (Nadim & Nurlukman, 2017). Dengan melibatkan para perempuan peternak Trigona sp di Desa Salut, diharapkan mereka mendapatkan peningkatan keuntungan ekonomi dari usaha ternak mereka selanjutnya.



Gambar 1. Presentasi Teori dan Sesi Tanya Jawab dalam Pelatihan Kelompok Ternak Trigona sp di Desa Salut Kecamatan kayangan

Kegiatan pemberdayaan ini meliputi berbagai tahapan, yaitu persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi. Kegiatan ini terdiri dari pelatihan dan pendampingan baik secara kelompok dan individu. Dalam tahap persiapan, tim Universitas Mataram melakukan koordinasi dengan petugas/teknisi lapangan dan para ketua kelompok ternak. Koordinasi ini meliputi penjelasan tentang program yang akan dilaksanakan di Desa Salut, tujuan dari program, dan hasil yang ditargetkan. Peternak dan petugas lapangan mengusulkan nama peserta yang terlibat dalam pelatihan, tanggal dan tempat pelaksanaan kegiatan. Untuk pendampingan secara individu, waktu dan tempat lebih fleksibel sesuai dengan kebutuhan para peternak. Dalam pelaksanaan, tim Universitas Mataram datang ke lokasi beberapa kali pada saat evaluasi awal kondisi sosial ekonomi para peternak, pada saat pelatihan, dan evaluasi akhir dari kegiatan. Sementara itu, petugas lapangan datang baik pada saat tim universitas datang dan juga di waktu lain ketika pendampingan diperlukan sewaktu-waktu baik secara kelompok maupun individual. Evaluasi awal dan akhir dilakukan untuk mengetahui manfaat atau dampak dari pelatihan dan

pendampingan ini bagi para peternak. Untuk alat dan bahan, kegiatan ini memanfaatkan fasilitas yang ada baik dari universitas maupun dari kelompok ternak.

Hasil Kegiatan dan Pembahasan

Sesuai dengan tujuan kegiatan, ada beberapa poin penting untuk didiskusikan di antaranya adalah pentingnya aspek panen, pasca panen, dan pemasaran. Selain itu, paper ini menyorot tentang pelaksanaan pembinaan, pendampingan, dan evaluasi kegiatan dalam upaya pemberdayaan masyarakat yang rentan di daerah terpencil.

a. aspek panen, pasca panen, dan pemasaran

Produk *Trigona sp* yang fokus diproduksi oleh peternak saat ini adalah madu. Hal ini dikarenakan madu *Trigona sp* tidak memerlukan pengolahan lanjutan untuk dapat dipasarkan. Pasca panen madu *Trigona sp* meliputi pengemasan, pelabelan, penyimpanan dan pemasaran.

Panen dan pasca panen merupakan bagian dari budidaya *Trigona sp* yang memerlukan tenaga kerja lebih daripada tahapan kegiatan lainnya. Hal ini dikarenakan proses panen dan pasca panen memerlukan alat bahan yang steril dan prosedur yang telaten. Kesalahan dalam panen madu dapat mengakibatkan produk madu tercampur dengan produk lainnya, misalnya dengan polen. Tercampurnya polen dengan madu menyebabkan rasa madu menjadi sangat asam karena polen merupakan bagian sarang *Trigona* yang memiliki kandungan beberapa jenis asam yang tinggi (Rahmalia, 2019). Menurut pengalaman tim dalam pemasaran madu *Trigona sp*, konsumen sesungguhnya menyukai rasa madu *Trigona* yang kecut segar. Akan tetapi, mereka tidak terlalu menyukai rasa madu yang terlalu asam. Oleh karena itu, untuk mencegah rasa yang terlalu asam, tim Universitas Mataram membagikan pengetahuan dan keterampilan cara panen yang dapat memberikan rasa asam segar yang sesuai selera konsumen.

Untuk peralatan panen diperlukan alat-alat sederhana tapi khusus untuk panen madu saja (tidak dicampur dengan keperluan lain). Alat dasar panen madu meliputi cutter baja tipis, pisau, sarung tangan, masker, bucket atau wadah penampung madu, dan saringan kain (bisa dari bahan jilbab yang mudah ditemukan di pasar oleh para peternak). Alat pasca panen meliputi gelas ukur, botol pengemas, dan label. Peralatan pasca panen ini juga relative mudah diperoleh. Para peternak dapat membeli secara online atau meminta tolong keluarga atau teknisi lapangan untuk membelikan. Prinsip pembinaan dan pendampingan dalam hal ini adalah kegiatan yang diberikan tidak memberatkan para peserta latih atau sasaran pendampingan sehingga mereka lebih mudah untuk mengadopsi teknik dan inovasi yang diberikan. Hal ini sesuai dengan pendapat Hamid (2018) bahwa prinsip dari pemberdayaan yang efektif adalah bersifat partisipatif, mudah dipahami, diikuti, dan dipraktekkan oleh masyarakat sasaran dengan mudah.

Pelatihan panen dan pasca panen tidak terlepas dari materi tentang budidaya. Hal ini dikarenakan teknik budidaya menentukan hasil panen dari *Trigona sp*. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian dari Nurrachmania dan Sihombing(2021) terkait budidaya lebah tak bersengat bahwa teknik budidaya yang tepat dan pakan yang memadai dapat meningkatkan produksi dari lebah. Oleh karena itu, peternak diberikan pemahaman terkait dengan jenis pakan yang dapat meningkatkan produksi madu *Trigona sp* yang dapat ditanam di rumah penduduk. Jenis pakan

yang diperkenalkan yaitu misalnya bunga matahari, lengkung, jambu mete, palm atau enau, kelapa, manga, dan sebagainya. Selanjutnya, para peternak diajak untuk melakukan praktek pemanenan seperti yang ditampilkan pada gambar 2.

Sejalan dengan prosedur pelatihan panen, pada tahap pasca panen, peserta diberikan pengetahuan, dilakukan demonstrasi oleh pelatih dan beberapa perwakilan peserta latih, dan kemudian dilakukan praktek oleh seluruh peserta. Kegiatan pasca panen meliputi pengemasan madu dan pelabelan kemudian packing untuk keperluan transportasi. Peserta diberikan penjelasan tentang jenis-jenis kemasan, cara mendesain dan memesan label, serta teknik pengemasan serta packing. Teknik pasca panen yang memenuhi standar pasar ini perlu dijelaskan untuk membangun kesadaran bahwa cara pengemasan dan penggunaan kemasan yang salah dapat menurunkan kualitas dari produk. Madu merupakan produk basah sehingga rentan terkena bakteri dan produk menjadi tidak berkualitas, bahkan menjadi rusak. Dalam sebuah penelitian dilaporkan bahwa teknik pemanenan madu *Trigona sp* mempengaruhi kualitas hasil panen (Dewi, 2017).



Gambar 2. Praktek pemanenan lebah *Trigona sp*

Pemasaran merupakan aspek penting dalam usaha tani *Trigona sp* ini, sama seperti upaya pemberdayaan ekonomi lainnya untuk masyarakat (Imron, 2014). Dalam kegiatan ini para peternak diberikan penjelasan tentang potensi pemasaran dari produk *Trigona sp* ini. Mereka diberikan penjelasan tentang beberapa pilihan pemasaran, misalnya menjual langsung ke pengepul, menjual sendiri melalui sosial media, menggunakan jasa penjualan toko online (Shopee, Tokopedia, dan sebagainya), atau menjual langsung kepada pembeli yang mereka temui. Mereka juga dijelaskan berbagai strategi pemasaran, baik secara berkelompok atau secara individu. Dalam pelatihan ini, mereka dijelaskan kelebihan dan kekurangan dari jalur-jalur dan strategi-strategi pemasaran ini.

Strategi lain yang disediakan dalam pembinaan dan pendampingan ini adalah dengan cara transaksi kekeluargaan yang dilakukan antara tim pendamping dan peternak. Peternak dapat menitipkan produk madu mereka untuk dijual dengan menggunakan label yang dibuat oleh tim dari Universitas Mataram. Perjanjian ini berjalan dengan mengandalkan modal sosial, yaitu jaringan dan kepercayaan yang terbangun antar pihak agar tercapainya sebuah tujuan (Ng'ang'a, dkk, 2016). Dalam kegiatan ini, modal sosial dibangun antara peternak, tim

pendamping lapangan, dan tim universitas. Dalam pelaksanaannya, pihak universitas dan pendamping lapangan membeli produk madu dari peternak yang memerlukan bantuan untuk memasarkan produk mereka. Sebagian peternak ada yang menyerahkan hasil panen mereka dan dibayar ketika madu mereka terjual. Satu syarat dari madu yang diterima oleh pihak pendamping lapangan dan universitas, yaitu petugas lapangan harus menyaksikan proses pemanenan. Hal ini dikarenakan belum tersedianya alat untuk menguji kemurnian madu yang dipanen tanpa disaksikan oleh pihak yang dipercaya oleh tim universitas.



Gambar 3. Pemasaran Madu Trigona

Fasilitasi pemasaran Trigona telah dilakukan oleh tim Universitas Mataram untuk para peternak yang memerlukan bantuan dalam pemasaran. Saat ini, tim universitas telah menjangkau pasar ibukota Provinsi NTB bahkan antar pulau atau antar provinsi (Gambar 3). Proses iklan dari produk Trigona sp dilakukan dengan membagikan pemahaman tentang Trigona sp, dan memberikan sosialisasi hasil-hasil penelitian kepada khalayak atau calon konsumen. Mayoritas media yang digunakan adalah media online dan media sosial. Strategi fasilitasi pemasaran dirasakan berjalan efektif sejauh ini oleh para peternak sasaran kegiatan ini. Berdasarkan salah satu hasil evaluasi di Desa Salut, pemasaran madu Trigona sp berlangsung lancar, di mana permintaan pasar masih dapat terpenuhi.

b. Pelaksanaan Pembinaan, Pendampingan, dan Evaluasi Kegiatan dalam Pemberdayaan Peternak Trigona sp

Hasil dari evaluasi kegiatan bersama dengan para peternak dan pengurus kelompok peternak Trigona sp di Desa Salut ini, diperoleh beberapa kesepakatan di antara mereka bahwa mereka merasakan manfaat dari pembinaan yang dilakukan dalam kegiatan ini. Sebagian dari peternak, terutama para perempuan peternak belum mendapatkan pembinaan sebelumnya, bahkan dari tahapan budidaya. Hasil pembinaan ini tidak hanya mengidentifikasi permasalahan dari panen, pasca panen dan pemasaran, namun juga dari aspek budidayanya. Pemberdayaan masyarakat secara partisipatif seperti ini dapat memberikan perspektif yang lebih integratif dalam menemukan permasalahan dalam masyarakat dan mencari solusi yang tepat untuk mengatasi permasalahan mereka (Joseph, 2020).

Dalam kegiatan ini juga diidentifikasi bahwa pendekatan secara kelompok tidaklah cukup. Diperlukan pula pendekatan atau pendampingan secara individual mengingat permasalahan yang dihadapi oleh tiap-tiap peternak berbeda-beda. Kondisi masing-masing mereka juga berbeda. hal ini didukung oleh sebuah hasil penelitian di sebuah negara berkembang bahwa perbedaan kondisi yang dihadapi individu dalam kehidupan mereka mempengaruhi kegiatan dan respon mereka terhadap perubahan (Mersha & Van Laerhoven, 2016). Akan tetapi, dalam

kegiatan di Desa Salut ini, keterbatasan waktu dan biaya menjadi permasalahan utama ketika jumlah tenaga pendamping terbatas.

Terakhir, kegiatan evaluasi yang berkesinambungan dalam pembinaan masyarakat merupakan aspek yang penting. Hal ini bertujuan untuk menjamin partisipasi masyarakat, mengetahui perkembangan hasil dari pembinaan, mengetahui perkembangan kondisi sasaran dan pencapaian dari program pembinaan, serta menjadi bahan untuk pengembangan strategi yang memadai selanjutnya. Hal ini didukung oleh beberapa ahli yang menyatakan tentang pentingnya proses evaluasi dalam pelaksanaan program pengembangan masyarakat (Kariuki, 2014).

Simpulan dan Saran

Berdasarkan proses pemberdayaan masyarakat terpencil dengan menggunakan sumberdaya lokal, dan refleksi yang telah dilakukan, ada beberapa hal yang dapat disimpulkan. Pertama, pemberdayaan ekonomi masyarakat kecil penting untuk melihat potensi lokal yang dimiliki. Agen pemberdayaan eksternal seperti pihak universitas dalam kegiatan ini membantu masyarakat melalui proses pembinaan, pendampingan dan monitoring. Selain itu, proses evaluasi juga merupakan aspek penting dalam mendorong partisipasi masyarakat sasaran. Kedua, khusus untuk pengembangan Trigona sp ini, aspek panen, pasca-panen, dan pemasaran merupakan hal yang memang perlu untuk diberikan perhatian karena aspek ini menjadi penentu untuk keberlanjutan usaha para peternak. Akan tetapi, perhatian yang terintegrasi dengan aspek budidaya merupakan hal yang tak dapat dipisahkan. Pemberdayaan partisipatif ini bukan hanya memberikan nilai tambah untuk produk peternak, namun menjadi harapan dan motivasi baru untuk mereka ke depan dalam mengembangkan usaha ternak mereka. Pembinaan dan evaluasi perlu untuk terus dilakukan dalam suatu wilayah. Akan tetapi, beberapa permasalahan seperti dukungan fasilitas dan reward untuk tenaga pendamping lapangan juga perlu untuk dipertimbangkan.

Daftar Pustaka

- BPS KLU, 2019. Kecamatan Kayangan dalam Angka 2019. No ISBN 52080.1908. BPS Kabupaten Lombok Utara.
- BPS NTB, 2020. Data dan Informasi Kemiskinan Nusa Tenggara Barat 2015-2020. No ISBN 978-602-1059-36-4. Badan Pusat Statistik Provinsi Nusa Tenggara Barat. Mataram.
- Dercon, S., Hoddinott, J., & Woldehanna, T. (2012). Growth and chronic poverty: Evidence from rural communities in Ethiopia. *Journal of Development Studies*, 48(2), 238-253.
- Dewi, B. T. S. (2017). *Pengaruh Teknik Pemanenan Madu Trigona sp terhadap Kualitas Madu di Kelompok Tani Karang Bayan Letari, Desa Karang Bayan, Kecamatan Lingsar Kabupaten Lombok Barat. Skripsi S1*. Universitas Mataram.
- Fitriyah, A., Mujiburrahman, I., Mariani, Y., & Isyaturriyadhah, I. (2020). Analisis Pendapatan Usaha Ternak Lebah Madu (Trigona Sp) di Desa Sukadana Kecamatan Bayan Kabupaten Lombok Utara. *JAS (Jurnal Agri Sains)*, 4(2), 162-167.
- Hamid, H. (2018). *Manajemen Pemberdayaan Masyarakat*. No ISBN: 978-602-263-146-0. Penerbit De La Macca. Makassar.
- Imron, I. (2014). Pemberdayaan masyarakat miskin melalui kelompok usaha bersama (Studi pada kelompok usaha bersama di Desa Dawuhan, Kecamatan Poncokusumo, Kabupaten Malang). *Jurnal Administrasi Publik*, 2(3), 485-491.

- Joseph, R. (2020). The theory of empowerment: A critical analysis with the theory evaluation scale. *Journal of Human Behavior in the Social Environment*, 30(2), 138-157.
- Kariuki, J. G. (2014). An exploration of the guiding principles, importance and challenges of monitoring and evaluation of community development projects and programmes. *International Journal of Business and Social Science*, 5(1), 140-147.
- Lukuyu, M., Njehu, A., Mwilawa, A., Lukuyu, B., Omere, A., & Rao, J. (2017). The role of fodder markets in meeting the year-round forage requirements of smallholder dairy farmers in Tanzania. Research Program on Livestock. ILRI-CGIAR. Kenya.
- Mariyono, J. (2019). Stepping up to market participation of smallholder agriculture in rural areas of Indonesia. *Agricultural Finance Review*.
- Mersha, A., & Van Laerhoven, F. (2016). A gender approach to understanding the differentiated impact of barriers to adaptation: responses to climate change in rural Ethiopia. *Regional Environmental Change*, 16(6), 1701-1713. doi:10.1007/s10113-015-0921-z
- Nadim, S. J., & Nurlukman, A. D. (2017). The impact of women empowerment on poverty reduction in rural area of Bangladesh: Focusing on village development program. *Journal of Government and Civil Society*, 1(2), 135-157.
- Ng'ang'a, S., Bulte, E. H., Giller, K. E., Ndiwa, N. N., Kifugo, S. C., McIntire, J. M., . . . Rufino, M. C. (2016). Livestock wealth and social capital as insurance against climate risk: A case study of Samburu County in Kenya. *Agricultural Systems*, 146, 44-54.
- Nurrachmania, M., & Sihombing, B. H. (2021). Pengaruh Sumber Nektar dan Jenis Stup Terhadap Produksi Madu Trigona Itama di Desa Sait Buttu Saribu Pamatang Sidamanik Kabupaten Simalungun. *Menara Ilmu*, 15(2).
- Rahmalia, A. (2019). *Hidrolisis Secara Enzimatis Protein Bee Pollen Dengan berbagai Konsentrasi Enzim Bromelin*. Desertasi S3 Universitas Padjajaran. Bandung.
- Sahlan, M., Irdiani, R., Flamandita, D., Aditama, R., Alfarraj, S., Ansari, M. J., . . . Lischer, K. (2021). Molecular interaction analysis of Sulawesi propolis compounds with SARS-CoV-2 main protease as preliminary study for COVID-19 drug discovery. *Journal of King Saud University-Science*, 33(1), 101234.
- Wubayehu, T. Z. (2020). Review of the Evidence: The Interface between Poverty, Livelihoods, Institutions, and Community Development. *Journal of Sustainable Development*, 13(4).

Pengembangan Wisata Bahari Berkelanjutan di Desa Tanjung Widoro, Kramat dan Watu Agung, Kecamatan Bungah, Gresik

Arwi Yudhi Koswara, Sutikno, Setiawan, Kartika Nusantara, Vindi Fatma Zahra

Institut Teknologi Sepuluh Nopember; Jl. Teknik Kimia, Keputih, Kec. Sukolilo, Kota SBY, Jawa Timur
60111, 031-5923465, 085855293003

arwiyudhi@gmail.com

ABSTRAK

Konsep pengembangan pariwisata berkelanjutan sangat cocok di kembangkan di Pesisir Kecamatan Bungah Gresik yang terdiri dari Desa Tanjung Widoro, Kramat dan Watu Agung. Ketiga desa tersebut memiliki potensi yang sangat tinggi untuk dikembangkan dari segi alam terdapat mangrove dan ruang terbuka hijau dan produk yang dihasilkan oleh nelayan di tambak tambak bandeng. Berdasarkan potensi diatas dilakukan pengabdian masyarakat oleh Pusat Potensi Daerah dan Pemberdayaan Masyarakat ITS yang berjudul Konsep Pengembangan Wisata Bahari di Desa Tanjung Widoro, Kramat dan Watuagung Kecamatan Bungah Pulau Menggare Kabupaten Gresik. Tahapan kegiatan ini terdiri dari 3 kegiatan, identifikasi karakteristik wisata bahari dengan analisis deskriptif, pentuan faktor faktor yang berpengaruh dengan indepth interview dan arahan pengembangan dengan analisis triangulasi melibatkan masyarakat. Hasil kegiatan dari observasi dan FGD tanggal 29 September 2021 di Balai Desa Tanjung Widoro terdapat karakteristik masyarakat Pulau Mengare ini bermata pencaharian sebagai nelayan dan petani tambak, hal ini mendukung wisata kuliner di kawasan wisata bahari. Komoditas utama yang dihasilkan adalah udang, lobster, rajungan, kepiting dan yang paling unggulan adalah ikan bandeng. Terdapat Bumdes bersama menggare yang mengembangkan wisata di Pulau Mengare (*Exotic Mengare*) yang mengelola benteng *Lodjwick*. Dari kriteria pariwisata berkelanjutan, diketahui potensi fisik lingkungan meliputi Pulau Mengare merupakan sebuah wilayah yang dikelilingi oleh vegetasi mangrove yang begitu melimpah ragam, sedang dari aspek fasilitas terdapat loket, mushola, dan tempat penyewaan kano, terdapat spot foto menarik. Spot foto ini berupa papan bertuliskan “*Exotic Mengare*” dengan latar belakang Pantai Ayang-ayang yang indah. Hasil indepth interview diketahui kriteria yang berpengaruh dalam pengembangan wisata bahari pulau mengare adalah Konservasi Ekologi, Kondisi lingkungan, Pengalaman Edukasi bagi wisatawan, Edukasi pada SDM Lokal, Pemberdayaan masyarakat lokal, Manajemen pengelolaan, Pelibatan stakeholder dan Peluang bagi masyarakat lokal. Arahan pengembangan wisata bahari berkelanjutan meliputi 3 aspek, pertama keberlanjutan lingkungan/ekologi, kedua keberlanjutan sosial dan ketiga keberlanjutan ekonomi. Arahan terkait aspek ekologi perlu mengadakan pelestarian lingkungan dan keanekaragaman hayati di ekowisata exotic menggare sebagai komitmen kepada pelestarian lingkungan pesisir. Paket wisata yang direplikasi kegiatan penanaman mangrove oleh wisatawan maupun masyarakat lokal untuk menjaga lingkungan, serta adanya papan informasi keberagaman mangrove yang berfungsi sebagai edukasi. Pada aspek sosial meningkatkan edukasi pada pengelola dan pokdarwis terkait pengelolaan kawasan tambak terintegrasi dengan pantai ayang ayang sehingga dalam pengelolaan wisata berbasis ekowisata yang melibatkan masyarakat lokal tidak merusak dari kelestarian alam. Dari aspek ekonomi diusulkan pusat kuliner bandeng serta sentra penjualan produk olahan bandeng di lokasi wisata, menjadi pengenalan produk Desa Tanjung Widoro, Kramat dan Watuagung.

Kata kunci: *wisata bahari, pariwisata berkelanjutan, perspektif masyarakat.*

1. Pendahuluan

Pariwisata merupakan salah satu pencipta pekerjaan paling tinggi di dunia yang membutuhkan beragam tingkat keterampilan dan membuka peluang bagi pekerja muda, perempuan dan migran untuk masuk dengan cepat ke dalam angkatan kerja (ILO, 2011:4) Pada Kecamatan Bungah merupakan salah satu Kecamatan yang berada di Kabupaten Gresik yang memiliki potensi pariwisata. Potensi pariwisata tersebut terletak di 3 desa, yaitu Desa Tanjung Widoro, Desa Kramat dan Desa Watu Agung yang berupa wisata sejarah dengan adanya Benteng Loedewijk dan sumur tua yang berada di Desa Tanjung Widoro, selain wisata sejarah Pulau Mengare juga memiliki potensi wisata alam yang meliputi pesisir pantai putih, hutan bakau mangrove, jublang (semacam tempat pemandian), serta lokasi yang biasanya digunakan untuk memancing atau maupun berkemah. Selain pariwisata juga memiliki potensi unggulan nelayan pada Desa Kramat seperti Ikan Bandeng, Rajungan dan Udang. Tetapi potensi yang terdapat pada Pulau Mengare masih belum bisa dioptimalkan karena kurangnya pengetahuan dari masyarakat lokal untuk mengembangkan potensi pariwisata yang ada dan potensi yang ada akan terancam rusak dikarenakan terjadinya abrasi dari ombak pasang dan ombak yang diakibatkan oleh lalu lintas kapal laut yang melewati selat Madura. Abrasi ini juga diakibatkan oleh rusaknya hutan mangrove di kawasan pesisir Pulau Mengare yang disebabkan oleh alih fungsi lahan hutan mangrove yang dijadikan kawasan tambak, ataupun menjual kayunya sebagai bahan bangunan maupun kayu bakar. Selain permasalahan yang diakibatkan oleh pihak eksternal, kebiasaan masyarakat di Desa Kramat juga ikut andil dalam kegiatan yang merusak lingkungan seperti menjala ikan yang menyebabkan bibit/benih mangrove tersangkut dan tercabut sewaktu jala diangkat dari air, menyundu udang dengan alat sundu yang dapat mencabut/merusak tanaman mangrove yang masih kecil.

Pada Pulau Mengare sendiri memiliki jumlah penduduk yang terdapat pada tiap desa tersebut sebesar 4.473 jiwa pada Desa Tanjung Widoro, 3.203 jiwa pada Desa Kramat dan sebesar 2.964 jiwa pada Desa Watu Agung. Masyarakat yang tinggal pada lokasi ini mayoritas memiliki mata pencaharian sebagai nelayan, pada data BPS Tahun 2019 tercatat sebanyak 1.745 masyarakat yang bekerja sebagai nelayan. Selain sebagai nelayan, masyarakat di Kecamatan Bungah ini juga memiliki mata pencaharian sebagai petani ikan yang berjumlah sebanyak 2.450 jiwa. Pada desa – desa yang terletak di Kecamatan Bungah ini juga banyak yang melakukan usaha pada bidang industri kecil/kerajinan rumah tangga, pada Desa Watu Agung sebanyak 89 orang yang berjalan pada industri kecil / kerajinan rumah tangga, pada Desa Kramat sebanyak 103 orang serta pada desa Tanjung Widoro sebanyak 117 orang yang berjalan pada usaha industri kecil / kerajinan rumah tangga. Secara khusus kondisi masyarakat pada Desa Kramat adalah sebagai berikut, yaitu tingkat sosial kelompok masyarakat nelayan masih rendah, hasil tangkapan nelayan mayoritas adalah ikan, udang dan rajungan, usaha pengolahan pasca panen produk perikanan laut yang ada adalah pembuatan ikan asin, trasi, grago dan krupuk, angka pengangguran masih tinggi serta hutan mangrove banyak yang rusak. Dari permasalahan tersebut petinggi desa yaitu Kepala Desa di tiap desanya, memiliki inisiasi untuk mengembangkan kawasan Pulau Mengare.



Gambar 1. Peta Wilayah Studi Desa Tajung Widoro, Desa Watu Agung, & Desa Kramat

Ketiga desa tersebut memiliki potensi yang sangat tinggi untuk dikembangkan dari segi alam dan produk yang dihasilkan oleh nelayan. Dengan demikian, banyaknya potensi diharapkan mampu perencanaan pengembangan wilayah di 3 (desa) yang dapat meningkatkan ekonomi masyarakat sekitar desa-desa tersebut.

2. Metode Pelaksanaan

Metode pelaksanaan yang telah dilakukan pada pengabdian masyarakat adalah observasi dan Focus Group Discussion (FGD). Pelaksanaan metode ini dilakukan oleh 5 (lima) tenaga pengajar dari beberapa departemen, 1 (satu) tenaga kependidikan, 7 (tujuh) mahasiswa KKN dari Departemen Perencanaan Wilayah dan Kota, dan 1 (satu) asisten dari Departemen Arsitektur. Pelaksanaan tersebut dilakukan pada tanggal 29 September 2021 di Balai Desa Tanjung Widoro. Susunan pelaksanaan yang telah dilakukan yang pertama dilakukan proses kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah koordinasi dengan Ketua Bumdes dan Kepala Desa pada masing-masing desa. Selain itu, terdapat pula koordinasi dengan Kepala Kecamatan Bungah selaku pemangku wilayah.



Gambar 2. Kepala Kecamatan dan Desa Memberikan Sambutan

Pengembangan konsep wisata bahari di 3 (tiga) didapatkan dengan melakukan pemetaan sosial di 3 (tiga) desa Desa Tanjung Widoro, Desa Kramat dan Desa Watu Agung. Tahapan metodologi yang digunakan untuk menyelesaikan pengabdian masyarakat ini yaitu diskusi awal dengan tim internal, (1) studi literatur tentang informasi terkait dengan kegiatan pengabdian; (2) Tahap Pengumpulan Data, meliputi: *Focus Group Discussion* untuk mengetahui permasalahan detail dan mengidentifikasi kondisi eksisting (3) Tahap Analisis dan kesimpulan. Sedangkan literatur dasar wisata berkelanjutan dirujuk aspek lingkungan, sosial budaya dan ekonomi.

Tabel I Faktor dan Variabel Penelitian

Faktor	Variabel
Lingkungan	Konservasi
	Kondisi lingkungan
	Ekologi
Sosial Budaya	Pengalaman bagi wisatawan
	Pemberdayaan masyarakat lokal
	Edukasi pada SDM Lokal
Ekonomi	Edukasi pada wisatawan
	Peluang bagi masyarakat lokal

Hasil Kegiatan dan Pembahasan

Berdasarkan beberapa hasil kegiatan dari observasi dan FGD terdapat fakta yang dapat disimpulkan mengenai potensi dan masalah. Berikut penjelasan mengenai potensi dan masalah pada 3 (tiga) desa, antara lain :

Fisik Dasar, Sosial Budaya, dan Kependudukan

Kondisi Sosial budaya merupakan kondisi penduduk yang dijalankan oleh masyarakat setempat sebagai kebiasaan dan tradisi turun menurun. Dimana dalam bidang perencanaan, karakteristik tersebut dapat dijadikan sebagai aspek yang mempunyai implikasi spasial dan mempunyai potensi sebagai penggerak perekonomian lokal. Pada Pulau Mengare ini banyak dijumpai masyarakat yang bermata pencaharian sebagai nelayan dan petani tambak. Para nelayan bekerja mencari ikan sebagian besar adalah menggunakan perahu motor tempel yang dimiliki oleh sebagian penduduk di Pulau Mengare. Komoditas utama yang dihasilkan adalah udang, lobster, rajungan, kepiting dan yang paling unggulan adalah ikan bandeng. Tidak berbeda jauh dengan kelompok nelayan, para petani tambak juga menghasilkan ikan bandeng, dan mujair. Hasil panen tambak tersebut akan dijual kepada penjual pakan ikan yang ada di wilayah tersebut. Para nelayan juga sering memenangkan lelang bandeng dengan harga tertinggi yang diadakan oleh pemerintah tiap tahunnya. Tetapi banyak masyarakat yang belum memiliki keterampilan pemasaran ikan bandeng yang bagus. Sistem pemasaran masih bersifat individu dan belum adanya koperasi pusat menjadi masalah utama mengenai pemasaran ikan bandeng ini.



Gambar 3. Penjual Pakan, dan Titik Berangkat Menuju Pantai Ayang-Ayang

Lahan tambak di Pulau Mengare dikelola oleh para masyarakat desa, ataupun milik pribadi. Tetapi sebuah Lembaga Swadaya Masyarakat (**LSM**) yang bertugas dalam mengembangkan wisata di Pulau Mengare (*Exotic Mengare*) yang mengelola benteng *Lodjwick* juga mulai mempunyai tambak yang biasanya digunakan untuk tempat memancing masyarakat setempat. Karena adanya kegemaran masyarakat akan memancing, hal tersebut bisa menjadi salah satu daya tarik wisata untuk pengembangan wisata Pulau Mengare ini.

Ekonomi

Berdasarkan hasil FGD, ekonomi masyarakat pedagang ikan bandeng mengatakan bahwa pendapatan ketika pada sehari-hari masih belum mencukupi kebutuhan yaitu Rp 150.000,-/hari. Akan tetapi, pendapatan pedagang ketika pandemi tiap harinya hanya mencapai Rp 20.000,-/hari. Selain itu, pendistribusian ikan bandeng masih secara tradisional dengan memasarkan ikan bandengnya masing-masing. Hal ini dikarenakan adanya kendala biaya yang dihadapi penjual untuk memasarkan dagangannya yang lebih luas.

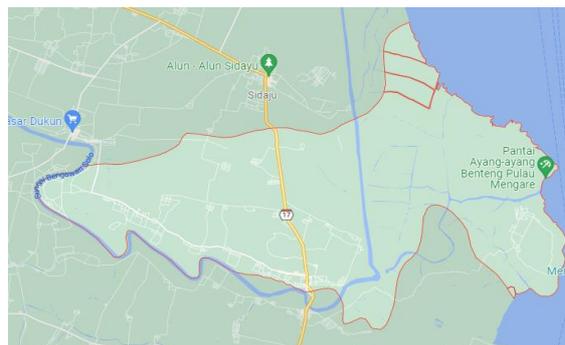
Pulau Mengare memiliki produk khas olahan yakni Bandeng Mengare, kerupuk terasi, dan bungku kopyor. Selain itu pada Pulau Mengare ini juga terdapat Wisata Religi berupa makam Wali yang tiap tahunnya diadakan acara dan menarik pengunjung.



Gambar 4. Kerupuk Olahan Pulau Mengare

Sarana dan Prasarana

a. Pantai Ayang-ayang



Gambar 5. Lokasi Pantai Ayang-ayang

Pada kegiatan survei, wilayah cakupan terdiri atas wisata Pantai Ayang-ayang dan Benteng Lodwijck. Perjalanan menuju pantai Ayang-ayang hanya dapat ditempuh dengan menggunakan perahu nelayan, dengan estimasi waktu sekitar 10 – 15 menit. Perahu nelayan ini bisa menampung 5-8 orang, belum termasuk 2 orang nelayan yang mengendarai perahu tersebut. Perahu tersebut cukup sederhana dan belum ada atap pelindung dari panas matahari.

Setelah menempuh perjalanan menggunakan perahu nelayan, pada bagian depan Pantai Ayang-Ayang dijumlah fasilitas umum berupa kamar mandi atau wc. Bangunan kamar mandi ini merupakan bangunan semi permanen yang terdiri atas tiga bilik. Dari ketiga bilik ini hanya satu bilik yang di dalamnya terdapat closet . Jika diamati, bangunan ini tidak terawat dan terkesan sangat kotor sehingga kurang layak digunakan sebagai fasilitas umum. Bangunan semi permanen ini hanya terdiri atas kayu-kayu dan beberapa seng untuk menyekat bilik. Akses menuju kamar mandi juga cukup berbahaya dan licin, sehingga pengunjung harus berhati-hati jika ingin ke kamar mandi.



Gambar 6. Kamar mandi/WC

Berjalan sedikit ke arah dalam, terdapat loket / tempat penjualan tiket wisata serta fasilitas umum berupa mushola dan tempat penyewaan kano/ perahu kecil. Loket dan mushola hanya terbuat dari kayu dan kondisinya tidak terawatt dan dikelilingi oleh sampah. Selain itu, juga tidak ditemukan tempat untuk berwudhu di sekitar mushola. Sementara itu, tempat penyewaan kano terlihat cukup luas, tetapi juga kurang terawat dan kosong dikarenakan kondisi pandemic covid-19 seperti saat ini.



Gambar 7. Loket, Mushola, dan Penyewaan Kano

Setelah melalui loket, mushola, dan tempat penyewaan kano, terdapat spot foto menarik. Spot foto ini berupa papan bertuliskan “Exotic Mengare” dengan latar belakang Pantai Ayang-ayang yang cukup indah.

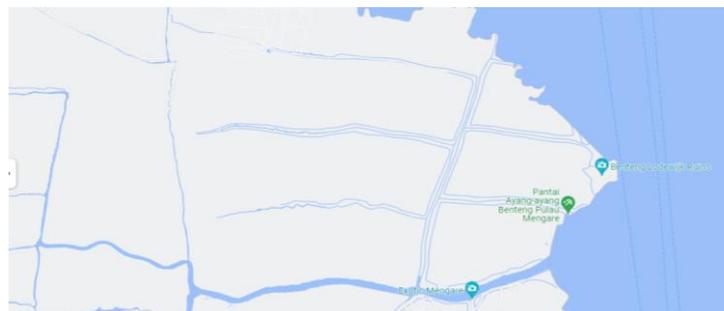


Gambar 8. Spot Foto Menarik

Masuk ke arah dalam, selain dikelilingi oleh hutan mangrove, pantai ini juga dikelilingi oleh tambak. Jalan disekelilingi tambak cukup sempit dan gersang. Penghubung antar jalan di tambak hanya berupa papan kayu yang cukup kuat, tetapi lama-kelamaan juga akan kurang mampu menahan. Selain itu, daerah sekitar tambak juga dipenuhi oleh tumpukan sampah. Tumpukan sampah ini mampu mengurangi keindahan pantai ayang-ayang.



Gambar 9. Penghubung jalan berupa kayu dan tumpukan sampah



Gambar 10. Lokasi Benteng Lodwijck

Jalan menuju benteng merupakan jalan setapak dengan kondisi yang sama seperti jalan di sekita tambak karena merupakan jalur terusannya. Jalan ini terdiri atas dua jalur, lebih sempit dan lebih gersang daripada jalan di sekitar tambak. Semakin ke ujung jalan, semakin kecil jalan sehingga hanya muat untuk satu orang pejalan kaki saja.



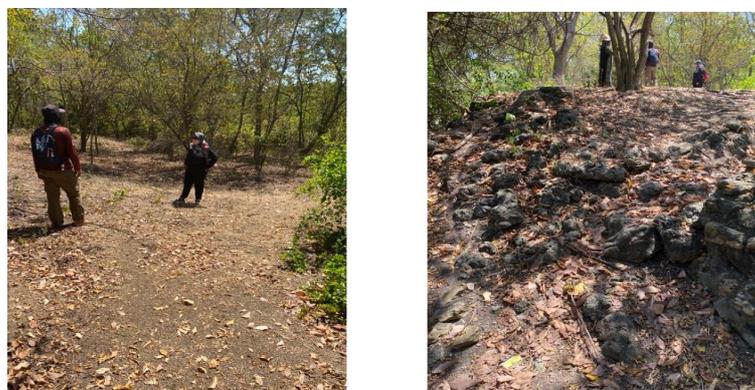
Gambar 11. Jalan menuju Benteng Lodwijck

Sesampainya di depan benteng Lodwijck, tidak terdapat papan pengenal lokasi wisata ataupun cagar budaya yang menunjukkan bahwa area tersebut merupakan benteng Lodwijck. Benteng ini juga sudah lama runtuh sehingga bangunan benteng tidak terlihat jelas, hanya berupa serpihan-serpihan saja.



Gambar 12. Pintu Masuk Benteng Lodwijck

Setelah masuk ke dalam area benteng Lodwijck, yang ditemui hanya berupa lapangan luas yang cukup gersang dan panas. Selain itu, juga banyak sekali sampah berserakan di dalam wilayah benteng ini. Hal ini menandakan bahwa Benteng Lodwijck masih belum dimanfaatkan secara maksimal.



Gambar 13. Area dalam Benteng Lodwijck

Selain wisata benteng, area ini juga dijadikan wilayah untuk camping. Jalan menuju camping site merupakan jalan setapak yang hanya cukup untuk satu pejalan kaki. Jalan setapak tersebut tidak terawat dan jarang dibersihkan. Sepanjang jalan ini juga ditemukan sisa reruntuhan benteng.



Gambar 14. Jalan Setapak menuju Camping Site

Camping site di dalam benteng ini merupakan lapangan luas dengan beberapa komponen semi-permanen di dalamnya. Komponen ini seperti : kursi dari kayu, tempat menyalan api unggun, serta kamar mandi/wc. Sama dengan wilayah-wilayah lainnya, camping site ini juga dipenuhi oleh sampah.

Wilayah sekitar area camping merupakan pantai dengan pemandangan yang cukup indah . Pada pantai juga terdapat beberapa sisa reruntuhan benteng yang merupakan hasil dari abrasi pantai. Berdasarkan penuturan masyarakat sekitar, dulu terdapat tanaman jati yang menjadi pemecah ombak di wilayah tersebut. Namun, oknum-oknum tidak bertanggung jawab mengambil tanaman jati tersebut sehingga pantai tidak lagi memiliki pemecah ombak dan terjadinya abrasi pantai. Dari pinggir ini, bisa pula diamati pulau madura serta kapal-kapal besar yang melewati laut sekitar pantai tersebut.



Gambar 15. Area untuk Camping



Gambar 16. Area sekitar Camping Site

Pada kegiatan survei, wilayah cakupan terdiri atas wisata Mangrove Mengare. Perjalanan menuju Mangrove hanya berjarak 300 meter dari Kantor Kecamatan Tanjung Widoro dengan estimasi waktu sekitar 3 menit. Penanda hanya menggunakan bambu seadanya dan tulisan kurang jelas. Mulai memasuki Kawasan wisata terdapat papan ucapan selamat datang memasuki wilayah mangrove mengare. Disebelah kanan terdapat loket untuk membayar tiket masuk. Saat mulai memasuki wisata mangrove terdapat loket/ tempat pembelian tiket. Loket ini juga hanya terbuat dari kayu yang tidak kokoh.



Gambar 17. Papan Selamat Datang dan Loket di Mangrove Mengare



Gambar 18. Fasilitas Umum

Selain itu, terdapat fasilitas umum seperti mushola, kamar mandi, dan aula edukasi. Aula edukasi memiliki ruang cukup luas dengan ukuran lebih kurang 5 meter x 5 meter. Fasilitas mushola didirikan di gazebo kecil dengan tempat wudhu disampingnya.



Gambar 19. Warung dan Gazebo

Terdapat warung dan tempat makan/ duduk. Selain tidak ada pedagang yang berjualan tempatnya juga tidak terawat. Tempat duduk di gazebo terbuat dari kayu yang sepertinya sudah tidak kokoh.



Gambar 20. Area Bermain dan Spot Foto

Setelah melalui aula edukasi, warung, kamar mandi, dan mushola terdapat area bermain mini untuk anak-anak. Selain itu, di samping area bermain terdapat spot foto menarik. Spot foto ini berupa tulisan Mengare dengan latar belakang pepohonan.

Lingkungan

Pulau Mengare merupakan sebuah wilayah yang dikelilingi oleh vegetasi mangrove yang begitu melimpah ragam. Di Pulau Mengare terdapat puluhan hektar tambak ikan dan tambak garam sebagai ciri khas kabupaten Gresik yaitu bandeng mengare. Adanya kawasan mangrove di Pulau Mengare dikelola sebagai ekowisata oleh masyarakat sekitar. Hutan mangrove adalah suatu ekosistem hutan di tepi pantai yang dipengaruhi oleh pasang surut air laut, sehingga lantai hutannya selalu tergenang air. Pada saat kunjungan survey air laut sedang surut sehingga dapat terlihat dasar lantai hutan mangrove.

Pantai Ayang-ayang merupakan pantai yang ada pada Pulau Mengare. Karena pada dasarnya Pulau Mengare dikelilingi oleh tumbuhan mangrove, maka pantai ini pun juga ditutup oleh tumbuhan mangrove di kiri dan kanannya sebagai pemecah ombak. Sehingga akses menuju pantai ini hanyalah melewati jalur air menggunakan perahu motor. Pantai ini cukup indah namun karena akhir-akhir ini kurang terawat sehingga pantai menjadi kotor karena banyak sampah berserakan dan serpihan kerang. Suhu di pantai ini juga sangat menyengat pada siang hari yang secara tidak langsung memaksa wisatawan yang berkunjung ke pantai ini diharuskan memakai topi selama berada di pantai. Ukuran pantai ini terbilang cukup kecil, sedikit berjalan ke arah utara maka pengunjung akan mendapati beberapa tambak yang sudah terbagi-bagi dengan rapi. Tambak ini merupakan kepemilikan masyarakat Desa Mengare. Gabungan ekosistem tambak dan mangrove ini biasa disebut silvofishery. Ekosistem ini menjadi penghasil beberapa macam biota, mulai dari berbagai macam *avicennia* (api-api), ikan mujair hingga bandeng. Setelah melewati tambak pengunjung tiba di lokasi wisata Benteng Lodewijk. Dari pantai menuju tambak lalu menuju benteng hanya ada satu jalan yang layak untuk dilewati dengan berjalan kaki, opsi jalan lain pada tambak-tambak yang ada masih terbuat dari tanah liat yang terkadang basah saat laut pasang sehingga tidak layak untuk dilewati. Benteng ini sudah berbentuk reruntuhan sehingga sudah tidak jelas lagi bentuknya. Pada lokasi benteng juga terdapat *Camping Site* yang digunakan oleh wisatawan. Namun *Camping Site* yang digunakan oleh wisatawan ini belum ada yang mengelola. Karena tidak adanya pengelola dan juga wisatawan yang akhir-akhir ini cenderung menurun, lokasi benteng ini terdapat lebih banyak sampah di sepanjang jalur mengelilingi benteng maupun di *Camping Site*.

Di lokasi pantai maupun tambak pulau mengare ini masih belum ditemukan adanya pengelolaan kebersihan air maupun lembaga yang mengelola kebersihan dan kesehatan lingkungan. Kebersihan dan kesehatan lingkungan wisata masih dikelola swadaya oleh masyarakat sekitar secara perorangan, sehingga tingkat kebersihan pantai, tambak, dan lokasi benteng ini masih rendah.

Analisa

Teknik analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dimana bertujuan untuk melihat potensi dan masalah yang ada di 3 (tiga) Desa Tanjung Widoro, Kramat dan Watu Agung. Berikut analisis deskriptif berdasarkan potensi, permasalahan, dan konsep wisata berkelanjutan.

Aspek keberlanjutan	Potensi wisata mangrove	Potensi sarpras	Kelemahan akses jalan menuju lokasi	Kelemahan belum dikelola dengan baik
1.lingkungan 2.ekonomi sosial	1.mereplikasi kegiatan rutin dalam penanaman mangrove pada lokasi wisata,dengan skema penanaman mangrove tersebut bisa dilakukan oleh masyarakat setempat ataupun wisatawan.	2.Menyediakan tempat penjualan serta penjualan olahan mangrove atau hasil tambak/bandeng pada lokasi wisata mangrove dan mendorong adanya sentra umkm yang menampung hasil produk masyarakat setempat	3.melakukan pelatihan pemanfaatan teknologi oleh karang taruna dan pengurus bumdesma dalam pengelolaan wisata mangrove. Dan mendorong realisasi pembangunan jalan dari raya sembayat ke lokasi desa Kramat, Watu agung dan Tanjung widoro.	

Simpulan dan Saran

Konsep pengembangan pariwisata berkelanjutan sangat cocok di kembangkan di Pesisir Kecamatan Bungah Gresik yang terdiri dari Desa Tajung Widoro, Kramat dan Watu Agung. Ketiga desa tersebut memiliki potensi yang sangat tinggi untuk dikembangkan dari segi alam terdapat mangrove dan ruang terbuka hijau dan produk yang dihasilkan oleh nelayan di tambak tambak bandeng. Berdasarkan potensi diatas dilakukan pengabdian masyarakat oleh Pusat Potensi Daerah dan Pemberdayaan Masyarakat ITS yang berjudul Konsep Pengembangan Wisata Bahari di Desa Tanjung Widoro, Kramat dan Watuagung Kecamatan Bungah Pulau Menggare Kabupaten Gresik. Tahapan kegiatan ini terdiri dari 3 kegiatan, identifikasi karakteristik wisata bahari dengan analisis deskriptif, pentuan faktor faktor yang berpengaruh dengan indepth interview dan arahan pengembangan dengan analisis triangulasi melibatkan masyarakat. Hasil kegiatan dari observasi dan FGD tanggal 29 September 2021 di Balai Desa Tanjung Widoro terdapat karakteristik masyarakat Pulau Mengare ini bermata pencaharian sebagai nelayan dan petani tambak, hal ini mendukung wisata kuliner di kawasan wisata bahari. Komoditas utama yang dihasilkan adalah udang, lobster, rajungan, kepiting dan yang paling unggulan adalah ikan bandeng. Terdapat Bumdes bersama menggare yang mengembangkan wisata di Pulau Mengare (*Exotic Mengare*) yang mengelola benteng *Lodjwick*. Dari kriteria pariwisata berkelanjutan, diketahui potensi fisik lingkungan meliputi Pulau Mengare merupakan sebuah wilayah yang dikelilingi oleh vegetasi mangrove yang begitu melimpah ragam, sedang dari aspek fasilitas terdapat loket, mushola, dan tempat penyewaan kano, terdapat spot foto menarik. Spot foto ini berupa papan bertuliskan “Exotic Mengare” dengan latar belakang Pantai Ayang-ayang yang indah. Hasil indepth interview diketahui kriteria yang berpengaruh dalam pengembangan wisata bahari pulau mengare adalah Konservasi Ekologi, Kondisi lingkungan, Pengalaman Edukasi bagi wisatawan, Edukasi pada SDM Lokal, Pemberdayaan masyarakat lokal, Manajemen pengelolaan, Pelibatan stakeholder dan Peluang bagi masyarakat lokal. Arahan pengembangan wisata bahari berkelanjutan meliputi 3 aspek, pertama keberlanjutan lingkungan/ekologi, kedua keberlanjutan sosial dan ketiga keberlanjutan ekonomi. Arahan terkait aspek ekologi perlu mengadakan pelestarian lingkungan dan keanekaragaman hayati di ekowisata exotic menggare sebagai

komitmen kepada pelestarian lingkungan pesisir. Paket wisata yang direplikasi kegiatan penanaman mangrove oleh wisatawan maupun masyarakat lokal untuk menjaga lingkungan, serta adanya papan informasi keberagaman mangrove yang berfungsi sebagai edukasi. Pada aspek sosial meningkatkan edukasi pada pengelola dan pokdarwis terkait pengelolaan kawasan tambak terintegrasi dengan pantai ayang ayang sehingga dalam pengelolaan wisata berbasis ekowisata yang melibatkan masyarakat lokal tidak merusak dari kelestarian alam. Dari aspek ekonomi diusulkan pusat kuliner bandeng serta sentra penjualan produk olahan bandeng di lokasi wisata, menjadi pengenalan produk Desa Tanjung Widoro, Kramat dan Watuagung. Berdasarkan hasil penjabaran yang telah dipaparkan, terdapat beberapa kesimpulan, antara lain Hasilnya di ketahui 3 aspek pembangunan berkelanjutan yang harus di perhatikan adalah aspek lingkungan, aspek ekonomi dan aspek sosial. Arah pengembangan aspek lingkungan adalah mereplikasi kegiatan rutin dalam penanaman mangrove pada lokasi wisata, dengan skema penanaman mangrove tersebut bisa dilakukan oleh masyarakat setempat ataupun wisatawan. Dilakukannya penanaman mangrove tersebut selain untuk menjadikan lingkungan semakin alami juga sebagai upaya meningkatkan kesadaran wisatawan maupun masyarakat lokal untuk menjaga lingkungan wisata. Sedangkan aspek ekonomi adalah Menyediakan tempat penjualan serta penjualan olahan mangrove atau hasil tambak/bandeng pada lokasi wisata mangrove dan mendorong adanya sentra umkm yang menampung hasil produk masyarakat setempat. Terakhir aspek sosial melakukan pelatihan pemanfaatan teknologi oleh Karang Taruna dan pengurus bumdesma dalam pengelolaan wisata mangrove.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih kami berikan kepada pemberi dana pengabdian, dosen dan staf ahli, tenaga kependidikan yang telah membantu mengarahkan berjalannya kegiatan. Selain itu, terima kasih juga kepada stakeholder yang telah ikut serta baik Dinas Pariwisata, Dinas Pemberdayaan Masyarakat, perangkat desa baik Kepala Kecamatan Bungah, Kepala Kelurahan Desa Tanjung Widoro, Kramat dan Watu Agung, dan lain sebagainya.

Daftar Pustaka

Pamungkas dan Rahmawati. 2017. *Perencanaan Kawasan Pesisir Terpadu di Indonesia*. Surabaya : Teknosain.
Dinas Pemberdayaan Masyarakat. 2021. *Pembangunan Kawasan Pedesaan Mengare – Kampung Bahari Nusantara Kabupaten Gresik*.

Pelatihan Strategi Kebertahanan Usaha kecil pada Pengrajin Kopiah Jangang di Candi Laras Selatan, Kabupaten Tapin Kalimantan Selatan

Monry Fraick Nicky Gillian Ratumbusang¹, Suratno², Supriyanto³,
Mahmudah Hasanah⁴, Melly Permata Sari⁵

Pendidikan Ekonomi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Lambung Mangkurat
monryratumbusang@gmail.com¹, mahmudahhasanah@ulm.ac.id², maulanarizky@ulm.ac.id³,

ABSTRAK

Salah satu usaha kecil yang bergerak di bidang industri kreatif di Kecamatan Candi Laras Selatan Kabupaten Tapin adalah usaha kerajinan kopiah jangang. Secara historis usaha kerajinan kopiah jangang di Kecamatan Candi Laras Selatan Kabupaten Tapin ini sudah ada sejak puluhan tahun yang lalu. Kerajinan tersebut merupakan usaha rumahan kecil-kecilan yang hanya di produksi secara tradisional untuk pasar lokal. Namun, seiring kemajuan zaman dan terbukanya akses secara global dewasa ini produk kopiah jangang menjadi melambung dan dikenal masyarakat hingga domestik. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan pengrajin kopiah jangang mengenai strategi kebertahanan pengrajin kopiah jangang di Desa Baringin B Kecamatan Candi Laras Selatan Kabupaten Tapin khususnya yang berkaitan dengan 1) pemilihan pelanggan sebagai strategi untuk memenangkan persaingan, 2) membuat pengembangan produk berdasarkan heterogenitas berdasarkan jenis, ukuran dan harga, 3) penentuan harga jual dengan cara menetapkan biaya produksi dan diskusi antar pengrajin sebagai strategi untuk meningkatkan permintaan pelanggan; dan 4) menjamin mutu produk berdasarkan aspek kualitas bahan baku dan kerapian produk. Perkembangan pengetahuan nilai-nilai yang tertuang dalam strategi tersebut dipengaruhi oleh faktor: 1) kondisi lingkungan seperti ketersediaan bahan baku dan adanya nilai tradisi, nilai budaya dan nilai kekeluargaan yang dianut oleh masyarakat setempat; 2) karakteristik pendiri usaha yakni pekerja keras dan memiliki motivasi dalam menyelesaikan pekerjaan yang terbagi atas motif ekonomi dan non ekonomi; 3) penggunaan strategi *bekawan* dalam struktur industri dan 4) pengalaman kerja yang relevan sebelum memulai usaha sebagai pengrajin kopiah jangang.

Kata Kunci: Kopiah, Jangang, Strategi Kebertahanan

ABSTRACT

One of the small businesses engaged in the creative industry in Candi Laras Selatan District, Tapin Regency is a skullcap craft business. Historically, this skullcap craft business in Candi Laras Selatan District, Tapin Regency has been around for decades. These crafts are small home-based businesses that are only traditionally produced for the local market. However, over time and the opening of global access today, skullcap products should not become soaring and known to the public to domestic. This activity aims to increase the knowledge of the skullcap artisans regarding the survival strategy of the skullcap artisans in Baringin B Village, Candi Laras Selatan District, Tapin Regency, especially with regard to 1) customer selection as a strategy to win the competition, 2) making productive development based on heterogeneity based on type, size, and prices, 3) production of selling prices by setting costs and discussions among craftsmen as a strategy to increase customer demand; then 4) guarantee product quality based on aspects of quality of raw materials and product tidiness. The development of the values contained in the strategy is influenced by the following factors: 1) environmental conditions such as the availability of raw materials and traditional values, cultural values and adopted export values; 2) the characteristics of business founders, namely hard workers and have motivation in completing work which are divided into economic and non-economic motives; 3) the use of the herd strategy in the industrial structure and 4) relevant work experience before starting a business as a skullcap craftsman.

Keywords: Jangang skullcap, Defense Strategy

Pendahuluan

Usaha kecil yang banyak bergerak belakangan ini di Indonesia adalah usaha kecil di bidang kuliner, fasion, industri kreatif, otomotif, agrobisnis, dan teknologi internet. Salah satu usaha kecil yang bergerak di bidang industri kreatif di Kecamatan Candi Laras Selatan Kabupaten Tapin adalah usaha kerajinan kopiah jangang, memang ada usaha lain yaitu pembuatan atap dari bahan daun rumbia, tetapi pengrajin tersebut hanya satu orang saja, dan juga permintaan untuk atap kajang sangat jarang lantaran sekarang sudah banyak produk atap rumah yang bagus dan harga terjangkau dan tahan lama sampai puluhan tahun, sedangkan atap kajang harganya murah tetapi tidak tahan lama dan bisa berbahaya karena mudah terbakar, sehingga orang lebih memilih menjadi pengrajin kopiah jangang dibandingkan menjadi pengrajin atap kajang.

Secara historis usaha kerajinan kopiah jangang di Kecamatan Candi Laras Selatan Kabupaten Tapin ini sudah ada sejak puluhan tahun yang lalu. Kerajinan tersebut merupakan usaha rumahan kecil-kecilan yang hanya di produksi secara tradisional untuk pasar lokal. Namun, seiring kemajuan zaman dan terbukanya akses secara global dewasa ini produk kopiah jangang menjadi melambung dan dikenal masyarakat hingga domestik.

Kecamatan Candi Laras Selatan Kabupaten Tapin merupakan suatu daerah yang ekonomi masyarakatnya masih rendah dibandingkan dengan daerah lain. Penduduknya mayoritas bekerja sebagai petani, namun tidak menutup kemungkinan bagi ibu-ibu di desa tersebut mencari pengalaman kerja lain untuk menambah penghasilan rumah tangga, yaitu sebagai pengrajin kopiah jangang. Ini dikarenakan bahwa keterampilan yang dimiliki oleh ibu-ibu tersebut lebih condong kepada keterampilan membuat kopiah jangang.

Dalam memproduksi kopiah jangang di Kecamatan Candi Laras Selatan Kabupaten Tapin masih menggunakan cara tradisional. Kopiah jangang sudah banyak dipasarkan oleh pengrajin yang dijual ke pengepul yang tidak menentu datang ke tempat pembuatan kerajinan tersebut. Hasil kerajinan kopiah jangang ini cukup membantu memenuhi kebutuhan hidup rumah tangga sehari-hari meskipun permintaan yang tidak menentu dari pengepul. Berdasarkan hasil dari observasi awal kerajinan kopiah jangang di Kecamatan Candi Laras Selatan Kabupaten Tapin sedikit berkurang karena tidak menentunya permintaan dari konsumen, dan bahan baku yang semakin sulit didapatkan. Karena dalam pembuatannya yang cukup rumit dan memerlukan ketelitian khusus agar menghasilkan kopiah jangang dengan kualitas bagus, dalam satu minggu pengrajin kopiah jangang hanya dapat menghasilkan sebanyak dua buah dengan harga jual mulai dari Rp 100.000 sampai Rp 1.000.000 per buahnya sesuai tingkat kerumitan, ukuran, dan bentuk permintaan dari konsumen.

Persaingan yang sangat ketat antara kopiah yang diolah secara tradisional dengan kopiah modern membuat para pengerajin kopiah jangang harus lebih kreatif dalam hal menciptakan inovasi baru baik dalam bentuk produk maupun pemasarannya. Samson dalam Ellitan dan Anatan (2009:3) menerangkan salah satu alasan mengapa inovasi sangat diperlukan karena cepatnya perubahan lingkungan bisnis yaitu semakin dinamik dan *hostile*, sehingga sebuah organisasi harus bisa mengelola inovasi sebagai penentu keberhasilan organisasi untuk menjadi kompetitif. Coyne dalam Zulfa Nurdin (2016:51) inovasi bertujuan untuk menurunkan tingkat

biaya, meningkatkan efisiensi, menyampaikan kualitas yang baik pada harga yang sesuai, kemungkinan memperoleh profit dan pertumbuhan.

Tujuan dari kegiatan ini adalah memberikan pelatihan mengenai strategi yang dapat dijalankan agar usaha pengerajin kopiah Jangang dapat bertahan dikarenakan kalah bersaing dengan produk sejenis. Pelatihan yang dimaksud adalah dengan memberikan pengetahuan mengenai strategi bertahan dimana menurut Permana (2015) menyatakan ada empat macam strategi yang dapat membuat suatu usaha dapat bertahan. Keempat strategi tersebut merupakan strategi yang digunakan selama proses produksi, pemasaran sampai pada loyalitas pada konsumen. Adapun strategi yang dimaksud, yaitu Strategi memenangkan persaingan, Strategi pengembangan produk, Strategi meningkatkan permintaan pelanggan, dan Strategi menjamin mutu produk.

Metode Pelaksanaan

Tim pengabdian masyarakat Pendidikan Ekonomi FKIP ULM mengadakan pertemuan dengan para pengerajin Kopiah Jangang di Kecamatan Candi Laras Selatan Kabupaten Tapin dan melakukan workshop berupa materi strategi pemasaran dan praktik pengembangan produk dengan mengundang narasumber dari internal.

Pertama-tama, dosen dan penduduk desa mengumpulkan peralatan berupa jarum dan cetakan kopiah dan bahan baku berupa tumbuhan jangang, daun apuh, rotan dan cat warna. Berikutnya tim bersama masyarakat melakukan produksi pembuatan kopiah jangang sampai dengan tahap pembentukan.

Kemudian narasumber memberikan pendampingan berupa bagaimana cara meningkatkan pemasaran produk secara online yang sebelumnya hanya memasarkan secara offline saja.

Kegiatan akhir adalah penyampaian materi berupa pemasaran secara online menggunakan marketplace dan pengemasan produk.



Gambar 1. Proses Pembentukan Kopiah Jangang dan Peralatan serta bahan bakunya



Gambar 2. Proses Penjemuran dan pewarnaan



Gambar 3. Hasil dari kopiah jangang dari berbagai jenis hasil anyaman

Hasil Kegiatan dan Pembahasan

Berdasarkan hasil pengamatan dan observasi dapat disampaikan bahwa proses pelatihan dan pendampingan pengerajin kopiah jangang di Kecamatan Candi Laras Selatan Kabupaten Tapin berjalan dengan lancar. Hal ini terlihat dengan antusiasme masyarakat mengikuti kegiatan workshop atau pelatihan ini. Adanya kegiatan ini dapat meningkatkan pengetahuan khususnya dibidang pemasaran online yang dimasa sekarang ini sangatlah dibutuhkan oleh pengerajin tradisional khususnya pengerajin kopiah jangang.

Luaran dari kegiatan pengabdian masyarakat ini berupa kemasan yang akan digunakan dalam mengemas produk jadi dari Kopiah Jangang ini dan memasarkannya di marketplace seperti Tokopedia.

Simpulan dan Saran

Kegiatan Pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan dosen dan mahasiswa program studi Pendidikan Ekonomi FKIP ULM kepada warga Kecamatan Candi Laras Selatan Kabupaten Tapin telah mampu meningkatkan pengetahuan tentang konsep pemasaran dan kompetensi dalam mengolah bahan tumbuhan *jangang* menjadi produk kreatif yang bervariasi.

Disarankan untuk program pengabdian kepada masyarakat berikutnya menyorot pada proses diferensiasi produk hasil olahan *jangang* agar dapat bersaing dengan produk kopiah lainnya.

Ucapan Terima Kasih

Kami berterimakasih yang sebesar-besarnya kepada Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lambung Mangkurat, Koordinator Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP ULM, dan para pihak yang telah banyak membantu baik pendanaan dan dukungan moril yang tidak dapat disebutkan satu-persatu.

Daftar Pustaka

- Anatan, Lina dan Lena Ellitan. (2009). Manajemen Inovasi (Transformasi Menuju Organisasi Kelas Dunia). Penerbit, CV. Alfabeta Bandung.
- Caroline, Clauss. 2008. "Sociocultural Factors, Resilience and Coping". Applied Development, Vol.2 May – June, hal. 197-212.
- Muller, Mike. 2007. Adapting to Climate Change: Water Management for Urban Resilience. (Home Page of Sage. (Online)
- Permana, B dan Widodo, B.S. 2015. Strategi Kebertahanan Pengrajin Industri Sandal Di Desa Wedoro Kecamatan Waru Kabupaten Sidoarjo. Swara Bhumi Vol 3 Nomor 3 Tahun 2015
- Zulfa Nurdin. 2016. Inovasi Kawasan Bebas Asap Rokok di Desa Bone- Bone Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang: Universitas Hasanudin Makasar.

Pelatihan Pembukuan Keuangan Sederhana bagi Pelaku UMKM Pengrajin Gerabah Tanah Liat di Kabupaten Kediri

Bella Putri Damayanti¹, Anisa Fatimatul Firdhausi¹, Dwi Lianawati¹, Islamiati Rachmah Utami¹, Nia Talia Salsabela D.M.¹, Alfiana Hidayati¹, Vingki Dewi Aristina¹, Violya Sofiananda¹, Hana Agustina¹, Angga Yuanisyak¹, Irma Setiawan Kusuma¹, Abraham Dimas Bayu Aji¹, Febri Nurcahyo Dwiyantoko¹, Muhamad Sholafudin¹, Mukhammad Annafinurika¹, Sigit Puji Winarko¹, Agus Muji Santoso^{1*}

¹ Universitas Nusantara PGRI Kediri, Kediri
email: agusmujisantoso@unpkediri.ac.id

ABSTRAK

Setiap usaha khususnya pada usaha kecil menengah diharapkan dapat mengelola laporan keuangan untuk memberikan informasi mengenai posisi keuangan, kinerja keuangan, serta arus kas perusahaan tersebut yang dijadikan sebagai dasar dalam mengambil keputusan-keputusan ekonomi. Tujuan program ini untuk mengetahui kendala dan respon serta pengetahuan masyarakat mengenai pelatihan pengelolaan pembukuan keuangan. Program dilaksanakan pada bulan Oktober 2021 dengan sasaran program yaitu pengrajin gerabah di Desa Kedungsari, Kecamatan Tarokan, Kabupaten Kediri, Jawa Timur yang menjadi sentra kerajinan gerabah di Kabupaten Kediri. Tahapan program menggunakan model ODSIMED (*Observation, Development, Socialization, Implementation, Monitoring, Evaluation, dan Dissemination*). Media yang digunakan berupa buku saku dan worksheet laporan pembukuan keuangan. Program ini mengungkapkan bahwa rata-rata pengrajin belum menerapkan pembukuan keuangan, serta pengetahuan masyarakat masih rendah terhadap pentingnya menerapkan pembukuan keuangan bagi pelaku UMKM. Respon masyarakat sasaran sangat antusias mengikuti pelatihan program pembukuan keuangan ini. Selanjutnya, dibutuhkan monitoring dan juga pendampingan lagi dalam membantu masyarakat sasaran menyusun laporan keuangan sederhana dengan baik untuk membuat keputusan ekonomi dalam mengembangkan usaha.

Kata kunci: pembukuan keuangan, gerabah, ODSIMED

ABSTRACT

Every business, especially small and medium enterprises, is expected to be able to manage financial statements to provide information about the company's financial position, financial performance, and cash flows which are used as the basis for making economic decisions. The purpose of this program is to find out the constraints and responses as well as public knowledge regarding financial bookkeeping management training. The program was carried out in October 2021 with the target of the program being pottery craftsmen in Kedungsari Village, Tarokan District, Kediri Regency, East Java which became the center for pottery crafts in Kediri Regency. The stages of the program use the ODSIMED model (Observation, Development, Socialization, Implementation, Monitoring, Evaluation, and Dissemination). The media used are pocket books and financial accounting report worksheets. This program reveals that the average craftsmen have not implemented financial bookkeeping, and public knowledge is still low on the importance of implementing financial bookkeeping for MSME actors. The response of the target community was very enthusiastic about participating in this financial accounting program training. Furthermore, further monitoring and assistance is needed in helping target communities to prepare simple financial reports properly to make economic decisions in developing their businesses.

Keywords: financial bookkeeping, pottery, ODSIMED

Pendahuluan

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu penggerak perekonomian rakyat yang sangat tangguh dan memberikan kontribusi signifikan dalam memacu perekonomian di Indonesia. Hal ini disebabkan karena kebanyakan para pengusaha kecil dan menengah berasal dari industri keluarga atau rumahan serta daya serap UMKM terhadap tenaga kerja yang sangat besar dan dekat dengan rakyat kecil (Hapsari & Hasanah, 2017).

Kasus UMKM saat ini masih menjadi masalah pokok yang selalu dihadapi. Sebagian besar pelaku UMKM dihadapkan dengan kendala yang belum bisa ditangani dengan baik, misalnya tingkat kemampuan dan keahlian dalam menyusun laporan keuangan, bahkan masih banyak yang belum mengetahui laporan keuangan (Rachmawan, dkk 2015). Pemahaman mengenai laporan keuangan yang masih mendasar dikarenakan adanya beberapa alasan salah satunya yaitu pendidikan mengenai pengenalan laporan keuangan belum diperoleh dengan baik dari pendidikan formal maupun informal.

Di Kabupaten Kediri, Jawa Timur, terdapat salah satu UMKM yang menghasilkan kerajinan gerabah yang terletak di Desa Kedungsari, Kecamatan Tarokan. Gerabah adalah perabot yang terbuat dari tanah liat yang dibentuk lalu kemudian dibakar untuk dijadikan alat-alat yang membantu kehidupan manusia. Masyarakat Indonesia mengenal gerabah sebagai produk-produk hasil industrial yang pembuatannya secara massal yang masih tradisional dari hasil buatan tangan perajin. Usaha mikro tersebut merupakan usaha yang tumbuh secara tradisional dan dilakukan secara turun temurun. Keterbatasan kualitas sumber daya manusianya baik dari segi pendidikan formal maupun pengetahuan dan keterampilannya sangat berpengaruh terhadap manajemen pengelolaan usahanya, sehingga usaha tersebut sulit untuk berkembang dengan optimal.

Produktivitas dan pendapatan mereka cenderung lebih rendah daripada kegiatan-kegiatan bisnis lainnya. Salah satu masalah yang dihadapi usaha mikro di Desa Kedungsari, Kecamatan Tarokan, Kabupaten Kediri yaitu dalam hal pencatatan laporan keuangan setiap produksi gerabah. Para pemilik usaha cenderung mengabaikan pentingnya melakukan pencatatan keuangan dimana secara financial tercampur, mereka tidak memisahkan antara kebutuhan modal kerja dengan kebutuhan rumah tangga. Tidak teridentifikasi berapa laba riil yang didapatkan dari penjualan untuk menopang modal dan menopang kebutuhan rumah tangga. Hal ini tentunya menyebabkan kurang maksimalnya hasil yang diperoleh dari penjualan gerabah. Oleh karena itu, diperlukan suatu pelatihan pembukuan yang baik bagi pemilik usaha gerabah ini, agar segala pengeluaran maupun pendapatan yang telah diperoleh dapat tercatat dengan baik. Sehingga diharapkan dengan adanya pembukuan ini dapat membantu pemilik UMKM dalam mengelola keuangan untuk memberikan informasi mengenai posisi keuangan, kinerja keuangan, serta arus kas perusahaan tersebut sehingga yang dijadikan sebagai dasar dalam mengambil keputusan-keputusan ekonomi.

Solusi yang akan diberikan kepada pemilik usaha rumahan gerabah adalah dengan mengadakan pelatihan pembuatan pembukuan pengelolaan keuangan. Proses pembukuan keuangan ini menjadi salah satu hal yang penting untuk dilakukan oleh pemilik usaha. Pembukuan ini merupakan pembukuan keuangan sederhana yang akan membantu pemilik UMKM dalam mengatur keuangan secara baik, tertata dan teratur. Selain itu, fungsi dari

pembukuan ini akan membantu dalam mengambil keputusan dan langkah kedepan untuk mengembangkan usaha yang lebih baik. Dengan demikian, luaran produk yang akan diberikan adalah worksheet laporan keuangan dan buku saku atau modul tata cara pembukuan keuangan UMKM secara sederhana.

Metode Pelaksanaan

Program Sosialisasi dan pelatihan Pembukuan UMKM ini dilaksanakan pada bulan Oktober 2021 dengan tetap mematuhi protokol kesehatan selama masa pandemi. Masyarakat sasaran program ini adalah kelompok pengrajin gerabah dan Ibu PKK Desa Kedungsari, Kecamatan Tarokan, Kabupaten Kediri, Jawa Timur. Data diambil menggunakan wawancara terstruktur. Program Sosialisasi dan Pembukuan UMKM ini dilaksanakan dengan menggunakan model ODSIMED yang terdiri atas beberapa tahapan seperti *Observation* (melakukan survei tempat), *Development* (mengembangkan program pembukuan UMKM bersama masyarakat sasaran), *Socialisation* (koordinasi dengan pihak terkait dan menyosialisasikan program Pembukuan UMKM), *Implementation* (mengimplementasikan program Pembukuan UMKM), *Monitoring* dan *Evaluation* (memonitoring dan mengevaluasi program pelatihan Kegiatan Pembukuan UMKM), dan *Deseminate* (mengetahui hasil setelah melakukan pelatihan pembukuan keuangan terhadap pengrajin gerabah). Model yang diterapkan dalam program ini perlu menerapkan hasil penelitian, kajian, dan pembelajaran untuk dapat membantu memecahkan permasalahan yang terjadi di masyarakat, khususnya pada industri gerabah. Model ODSIMED ini dipilih karena telah dinyatakan oleh para pakar (Santoso, dkk). Berikut tahapan ODSIMED yang tersaji secara detail tertuang dalam Tabel 1 .

Tabel 1. Tahapan model *ODSIMED* (Santoso,dkk)

Tahap	Kegiatan	Metode Pelaksanaan
<i>Observation</i> (Observasi)	- Observasi di lapangan dan mencari data terkait penerapan laporan pembukuan oleh pengrajin gerabah.	- Pengamatan langsung di lapangan - <i>Focus Group Discussion</i> (FGD) dengan perangkat desa, dan kelompok pengrajin gerabah
<i>Development</i> (Pengembangan Program)	- Mengembangkan program dengan tetap memperhatikan kondisi dan situasi lingkungan, yaitu melaksanakan program pengenalan pembukuan keuangan kepada kelompok pengrajin . - Merumuskan indikator capaian keberhasilan program dengan metode pengukuran menggunakan instrumen atau angket	- <i>Focus Group Discussion</i> (FGD) bersama tim pelaksana dan pembimbing program
<i>Socialisation</i> (Sosialisasi)	- Melakukan koordinasi dengan pihak terkait, yaitu kelompok pengrajin gerabah mengenai program pengenalan pembukuan UMKM	- <i>Focus Discussion group</i> - Sosialisasi program ke masyarakat sasaran

<i>Implementation</i> (Implementasi)	<ul style="list-style-type: none"> - Melaksanakan sosialisasikan program Pengenalan dan Penerapan Pembukuan UMKM bagi pengrajin gerabah tanah liat di Desa Kedungsari, Kecamatan Tarokan, Kabupaten Kediri. - Melaksanakan program Pengenalan dan Penerapan pembyukuan UMKM bagi pengrajin gerabah tanah liat di Desa Kedungsari, Kecamatan Tarokan, Kabupaten Kediri. - Melakukan pengumpulan data dengan menggunakan instrumen atau angket untuk mengukur capaian keberhasilan program. 	<ul style="list-style-type: none"> - Dilaksanakan di Desa Kedungsari dengan tetap proses - Observasi dan pengisian angket
<i>Monitoring Evaluation</i> (Monitoring Evaluasi)	<ul style="list-style-type: none"> - Memonitoring pelaksanaan program - Melakukan evaluasi terkait peningkatan pemahaman/kinerja/produktivitas sasaran khususnya pada penerapan Pembukuan UMKM bagi pengerajin gerabah tanah liat di Desa Kedungsari, Kecamatan Tarokan, Kabupaten Kediri. 	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Door to door</i> ke rumah pengrajin untuk melihat perkembangan terhadap penerapan Pembukuan keuangan UMKM serta mengevaluasi kinerja pengrajin.
<i>Deseminate</i> (Deseminasi)	<ul style="list-style-type: none"> - Menyebarkan hasil setelah melakukan pelatihan terhadap kelompok pengrajin gerabah 	<ul style="list-style-type: none"> - Publikasi pada media sosial, ilmiah dan juga media koran.

Instrumen yang digunakan dalam mengukur pemahaman serta respon pengrajin gerabah terhadap pentingnya penerapan pembukuan UMKM pada *home industry* yang terdiri dari pengetahuan masyarakat sasaran tentang pentingnya (1) Pembukuan UMKM, dan (2) manajemen keuangan. Adapun instrument angket Pembukuan UMKM ini akan membantu menentukan pengetahuan pengrajin gerabah dan juga Ibu-ibu PKK terhadap pembukuan laporan keuangan sehingga dapat menambah wawasan setelah diadakannya sosialisasi serta pelatihan.

Tabel. 2 Butir Pertanyaan pada Instrumen Angket Pembukuan

Indikator	Pertanyaan
A. Pembukuan UMKM	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apa yang saudara ketahui tentang Pengolahan keuangan 2. Apa saja manfaat dari pembukuan laporan keuangan 3. Apa saja komponen yang ada didalam laporan keuangan 4. Pentingkah pembukuan keuangan sebagai catatan pengeluaran dan pemasukan agar lebih terstruktur dengan rapi 5. Bagaimana menyusun laporan keuangan dengan baik 6. Manakah yang lebih penting kebutuhan atau keinginan? Mengapa 7. Pengelolaan keuangan meliputi 8. Apa itu laba dan modal

B. Manajemen Keuangan

1. Usaha saya selalu melakukan pencatatan keuangan atas semua transaksi yang terjadi.
2. Dalam melakukan pencatatan selalu berkaitan dengan pencatatan buku kas masuk dan keluar, buku inventaris, dll.
3. Didalam usaha saya selalu melakukan pencatatan keuangan secara rutin.
4. Saya memperkerjakan karyawan khusus untuk mencatat keuangan.
5. Didalam usaha, saya selalu menyajikan laporan

Angket ini disebarakan pada saat pelatihan dan sosialisasi *door to door* ke pengrajin gerabah. Data dianalisis menggunakan perhitungan N-Gain untuk mengetahui bentuk pengetahuan pengrajin gerabah di Desa Kedungsari, Kabupaten Kediri terhadap Pembukuan keuangan UMKM pada produksi gerabah. Selain itu, data layanan kualitas pelatihan dan sosialisasi program juga diberikan kepada pengrajin saat setelah selesai pelatihan.

Hasil Dan Pembahasan

Sosialisasi dan pelatihan pengelolaan laporan keuangan dilaksanakan pada tanggal 03 Oktober 2021 bertempat di salah satu TK yang ada di Desa Kedungsari. Program ini dihadiri oleh kelompok pengrajin gerabah dan Ibu-ibu PKK yang turut berpartisipasi. Sebelum diberi sosialisasi dan pelatihan, mitra terlebih dahulu diberikan pretest untuk mengetahui pengetahuan serta wawasannya terhadap pengelolaan pembukuan keuangan serta diberikan angket instrumen respon dilaksanakannya program.



Gambar 1. Pemberian Materi dan Pelatihan Pembukuan Keuangan kelompok pengrajin gerabah dan Ibu-ibu PKK

Pemberian materi mengenai manfaat pengelolaan keuangan, cara pengelolaan keuangan serta jenis-jenis buku keuangan disajikan semenarik dan sesederhana mungkin agar dapat dengan mudah dipahami oleh peserta. Setelah pemberian materi, peserta diajak untuk saling berdiskusi terkait dengan implementasi pembukuan keuangan pada kebutuhan produksi gerabah dan kebutuhan keuangan rumah tangga. Setelah dilakukan analisis terhadap hasil pretest dan posttest peserta ditemukan bahwa ada perubahan pengetahuan dan respon peserta

setelah dilakukannya pelatihan pembukuan keuangan sederhana bagi pelaku usaha kecil yang terlihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Perbandingan Pengetahuan Peserta Sebelum dan Setelah dilakukan Pelatihan menggunakan n-Gain

<i>Kriteria</i>	Pretest		Posttest	
	n	%	n	%
<i>Tinggi</i>	3	33.33	6	66.67
<i>Sedang</i>	2	0.22	3	33.33
<i>Rendah</i>	4	44.44		

Berdasarkan hasil pre test sebelum memulai pelatihan didapatkan bahwa rata-rata pengrajin mendapatkan hasil presentase tertinggi yaitu 44,44 % dengan kriteria rendah yang artinya masyarakat sasaran belum menerapkan pembukuan keuangan, serta pengetahuan masyarakat masih rendah terhadap pentingnya menerapkan pembukuan keuangan. Hal ini juga diperkuat dengan adanya FGD serta wawancara terstruktur kepada kelompok pengrajin gerabah. Sedangkan dari hasil post test setelah dilakukan pelatihan dan penyampaian materi didapatkan hasil skor tertinggi yaitu 66,67 % dengan kriteria tinggi yang artinya pengetahuan tentang pengelolaan pembukuan keuangan oleh masyarakat sasaran sudah meningkat. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat sasaran sudah cukup siap dalam melakukan pencatatan laporan keuangan sederhana pada setiap transaksi yang akan dilakukan. Hasil ini juga sesuai dengan penelitian Rahmawati & Puspasari (2016) yang menyatakan bahwa pengusaha UMKM menganggap bahwa pembukuan transaksi penting untuk perkembangan usaha mereka dan menjadi bagian penting yang tidak terpisahkan dalam kegiatan UMKM.

Program ini mendapatkan respon yang sangat antusias dari masyarakat sasaran yang mengikuti pelatihan program pembukuan keuangan ini. Media yang diberikan pada program ini berupa buku saku dan worksheet laporan pembukuan keuangan sederhana yang dapat digunakan untuk mencatat transaksi keuangan pada produk gerabah maupun pada kebutuhan rumah tangga.



Gambar 2. Media worksheet dan buku saku pembukuan keuangan bagi pengrajin gerabah

Menurut Anderson & Eshima (2011), semakin panjang umur usaha maka akan memberikan keuntungan yang lebih baik dalam struktur serta proses rutin yang mendisiplinkan setaip tindakan perusahaan karena telah berulang kali melewati proses evaluasi termasuk proses pembukuan. Ada hubungan positif antara umur usaha UMKM dengan frekuensi melakukan pembukuan lebih teratur (Das & Dey, 2005).

Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan hasil pre test sebelum memulai pelatihan didapatkan bahwa rata-rata pengrajin mendapatkan hasil presentase tertinggi yaitu 44,44 % dengan kriteria rendah yang artinya masyarakat sasaran belum menerapkan pembukuan keuangan, serta pengetahuan masyarakat masih rendah terhadap pentingnya menerapkan pembukuan keuangan bagi pelaku UMKM. hasil post test setelah dilakukan pelatihan dan penyampaian materi didapatkan hasil skor tertinggi yaitu 66,67 % dengan kriteria tinggi yang artinya pengetahuan tentang pengelolaan pembukuan keuangan oleh masyarakat sasaran sudah meningkat. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat sasaran sudah cukup siap dalam melakukan pencatatan laporan keuangan sederhana pada setiap transaksi yang akan dilakukan. Program ini mendapatkan respon yang sangat antusias dari masyarakat sasaran yang mengikuti pelatihan program pembukuan keuangan ini. Media yang diberikan pada program ini berupa buku saku dan worksheet laporan pembukuan keuangan sederhana yang dapat digunakan untuk mencatat transaksi keuangan.

Keuangan yang dikelola pada UMKM gerabah Desa Kedungsari Kediri sebaiknya tidak hanya dibuat catatan sederhana yang digunakan dalam jangka pendek tetapi digunakan untuk jangka yang lebih panjang lagi. Sebaiknya dilakukan monitoring kepada masyarakat sasaran sebagai keberlanjutan program laporan keuangan.

Daftar Pustaka

- Ali, S., Inggriyani, F., & Pauzy, D. M. (2018). *Pelatihan Pembukuan Sederhana bagi Pelaku Usaha Kerajinan Anyam Mendong di Kecamatan Rajapolah Kabupaten Tasikmalaya*. 1–6.
- Hapsari, D. P. (2017). *MODEL PEMBUKUAN SEDERHANA BAGI USAHA MIKRO DI KECAMATAN KRAMATWATU KABUPATEN SERANG* Denny Putri Hapsari. 4(2), 36–47.
- Safda, D., Ismawan, I., & Palawi, A. (2019). Kerajinan Gerabah Di Desa Ateuk Jawo Kecamatan Baiturrahman Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa ...*, 1, 174–180.
<http://www.jim.unsyiah.ac.id/sendratasik/article/view/13130>
- Amalinda, L., & Sumaryanto, M. (2019). *PEMAHAMAN LAPORAN KEUANGAN PADA UMKM BATIK DI KOTA YOGYAKARTA* (Doctoral dissertation, Universitas Ahmad Dahlan).
- Hernawati, N., Kuntorini, R. S., & Pramono, I. P. (2019). Pengaruh Pengetahuan Laporan Keuangan Terhadap Kinerja UMKM Tahu Cibuntu. *Kajian Akuntansi*, 20(2), 246-255.
- Dewi, L. G. K., & Sari, L. G. J. M. (2019). Analisis Kesiapan dan Pengetahuan dalam Penyusunan Laporan Keuangan Berbasis SAK EMKM (Studi Kasus pada Usaha Menengah di Kabupaten Buleleng). *JIA (Jurnal Ilmiah Akuntansi)*, 4(2), 141-160.
- Purwanti, E. (2018). Analisis pengetahuan laporan keuangan pada umkm industri konveksi di Salatiga. *Among Makarti*, 10(2).
- Istanti, L. N., Agustina, Y., Wijijayanti, T., & Dharma, B. A. (2020). Pentingnya Penyusunan Laporan Keuangan Umkm Bagi Para Pengusaha Bakery, Cake And Pastry (Bcp) Di Kota Blitar. *Jurnal Graha Pengabdian*, 2(2), 163-171.
- Farhan, M., Novriansa, A., Kalsum, U., & Mukhtaruddin, M. (2020). Pengenalan Akuntansi bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Desa Kota Daro, Kabupaten Ogan Ilir. *Sricommerce: Journal of Sriwijaya Community Services*, 1(1), 47-54.
- Rachmawan Budiarto, dkk, 2015, pengembangan UMK, Gadjah Mada University Press.
- Santoso, A. M., Hanggara, G. S., Afandi, Z., Mujiwati, E. S., Budiono, H., Primandiri, P. R., ... & Julianto, T. (2021). Penerapan Video Edukasi untuk Meningkatkan Pemahaman Penggunaan Ramuan Herbal Selama Pandemi Covid-19 bagi Kelompok Remaja Kecamatan Loceret Kabupaten Nganjuk. *Kontribusi: Jurnal Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 126-137.
- Gunaedi, J., & Nastiti, H. (2018). *UKM PEMBUKUAN AKUNTANSI SEDERHANA*. In Seminar Nasional Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat (Vol. 1, No. 1).

Implementasi Konsep Ekonomi Digital pada Kelompok Usaha Ibu Rumah Tangga di Masa Pandemi Covid-19

Dewi Mahrani Rangkuty

Universitas Pembangunan Panca Budi, Medan

dewimahrani@dosen.pancabudi.ac.id

ABSTRAK

Penduduk Desa Klambir Lima Kebun sekitar 75% adalah bermata pencaharian sebagai buruh pabrik, pemukiman terletak di kawasan perkebunan dan pabrik yang merupakan perbatasan antara Kotamadya dan Kabupaten. Sebagai mitra rumah tangga, potensi kelompok usaha ibu-ibu rumah tangga mendukung dalam peningkatan pendapatan melalui produktivitasnya. Tujuan kegiatan PKM dilakukan untuk meningkatkan pemahaman kepada ibu-ibu rumah tangga Desa Klambir Lima Kebun tentang konsep dasar ekonomi kreatif dan ekonomi digital. Adanya antusiasme ibu-ibu rumah tangga Desa Klambir Lima Kebun dalam menangkap informasi dari kegiatan PKM menjadikan peluang dalam implementasi ekonomi kreatif dan atau ekonomi digital pada usaha-usaha ibu rumah tangga. Yang menjadi rekomendasi, yakni Perlu adanya kegiatan tindak lanjut pendampingan pengelolaan kelompok usaha ibu rumah tangga melalui peran Kepala Desa maupun Kepala Dusun dengan mengadakan sosialisasi/penyuluhan yang berkelanjutan.

Kata kunci : Ekonomi, Digital, Kelompok, Rumah Tangga, Usaha

ABSTRACT

The residents of Klambir Lima Kebun Village about 75% are livelihoods as factory workers, settlements are located in plantation and factory areas that are the border between the Municipality and the Regency. As a household partner, the potential of business groups of housewives supports increasing income through their productivity. The purpose of PKM activities is to increase understanding to housewives of Klambir Lima Kebun Village about the basic concepts of the creative economy and digital economy. The enthusiasm of housewives of Klambir Lima Kebun Village in capturing information from PKM activities makes opportunities in the implementation of the creative economy and or digital economy in the businesses of housewives. The recommendation, namely the need for follow-up activities to assist the management of business groups of housewives through the role of the Village Head and The Head of The Village by holding sustainable socialization/counseling.

Keywords: Business, Digital, Economy, Groups, Household

Pendahuluan

Indonesia pertama kali terkonfirmasi positif COVID-19 pada tanggal 2 Maret 2020. Kasus pertama ini berlokasi di Jakarta sebagai Ibukota Negara Indonesia. Penyebaran COVID-19 mengalami peningkatan yang sangat luas. Hal ini terlihat dari hampir seluruh wilayah Indonesia terdapat warga atau masyarakatnya yang positif COVID-19 (Ferdi, 2020). Selain itu, telah banyak yang menjadi korban dan bahkan meninggal dunia akibat virus Corona ini.

Pandemi COVID-19 tidak hanya berdampak pada kesehatan masyarakat, tetapi juga mempengaruhi kondisi perekonomian, pendidikan dan kehidupan sosial masyarakat Indonesia. Berdasarkan data Badan Nasional Penanggulangan Bencana (BNPB), jumlah pasien positif terinfeksi COVID-19 di Indonesia mencapai 6.575 orang per April 2020. Pandemi ini menyebabkan beberapa pemerintah daerah menerapkan kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) yang berimplikasi terhadap pembatasan aktivitas masyarakat, termasuk aktivitas ekonomi, aktivitas pendidikan, dan aktivitas sosial lainnya (SRI, 2020).

Data perkembangan pasien Virus Corona (COVID-19) di Provinsi Sumatera Utara (Sumut) hingga Mei 2020 yakni PDP (Pasien Dalam Pengawasan) 140 positif 406 Meninggal 41 Sembuh (BPBDProvSU, 2020). Awal tahun 2021 pemerintah mulai menerapkan kebijakan rekomendasi vaksin kepada seluruh masyarakat Indonesia termasuk di Provinsi Sumatera Utara sehingga diharapkan akan mengurangi angka pasien terkena COVID-19.



Gambar 1. Ibu-Ibu Rumah Tangga Desa Klambir Lima Kebun Sebagai Forum Pada Kegiatan PKM

Desa Klambir Lima Kebun merupakan salah satu desa yang terdapat di Kecamatan Hampan Perak Kabupaten Deli Serdang Provinsi Sumatera Utara. Secara administrasi, lokasi desa terletak di perbatasan Kota Medan dan Kabupaten Deli Serdang. Jumlah penduduk desa Klambir Lima Kebun tercatat adalah \pm 18.000 jiwa (Survei, 2021) yang memiliki luas wilayah 2.323 Ha. Desa Klambir Lima Kebun memiliki XXI (dua puluh satu) dusun dan \pm 7.000 kepala keluarga (KK). Sekitar 75% penduduk adalah bermata pencaharian sebagai buruh pabrik, pemukiman terletak di kawasan perkebunan dan pabrik yang merupakan perbatasan antara Kotamadya dan Kabupaten.

Pandemi juga mempengaruhi kondisi perekonomian Desa Klambir Lima Kebun. PSBB mengakibatkan pendapatan rumah tangga berkurang dari biasanya. Ibu rumah tangga sebagai mitra suami berinisiatif mulai membuka usaha kecil dengan modal seadanya baik dari keluarga sendiri dan atau dari bantuan COVID-19 yang telah diberikan oleh pemerintah (Survei, 2021). Produk usaha dipromosikan dari pintu ke pintu yang dijual kepada tetangga sekitar dan atau kerabat dekat maupun jauh. Terbatasnya akses promosi untuk target penjualan menjadi permasalahan usaha rumah tangga tersebut. Keadaan ini yang menjadi potensi pada

implementasi ekonomi kreatif melalui penggunaan media digital *smartphone* dalam memudahkan promosi dan penjualan produk usaha rumah tangga Desa Klambir Lima Kebun.

Istilah ekonomi kreatif berkembang dari konsep modal berbasis kreatifitas yang dapat berpotensi meningkatkan pertumbuhan ekonomi di suatu daerah. Menurut Presiden Susilo Bambang Yudhoyono dalam (Pascasuseno, 2014) 'Ekonomi kreatif merupakan ekonomi gelombang ke-4 yang mana kelanjutan dari ekonomi gelombang ketiga dengan orientasi pada kreatifitas budaya dan lingkungan'.

Adapun desain dan atau rencana pemecahan masalah yakni berupa: (1) Ceramah/Sosialisasi/Penyuluhan dalam bentuk edukasi konsep dasar ekonomi kreatif dan ekonomi digital, (2) Diskusi/Tanya Jawab bentuk permasalahan yang menjadi kendala di dalam penjualan produk usaha rumah tangga, (3) Solusi yang ditawarkan berupa membentuk kelompok-kelompok usaha rumah tangga sehingga pelaksanaan dalam bentuk tim kerja sehingga meningkatkan promosi dan target penjualan, (4) Evaluasi yang menjadi tahap akhir dari pemecahan masalah sehingga kendala tidak dialami lagi oleh kelompok usaha rumah tangga yang telah terbentuk.

Tujuan kegiatan PKM dilakukan untuk meningkatkan pemahaman kepada ibu-ibu rumah tangga Desa Klambir Lima Kebun tentang konsep dasar ekonomi kreatif dan ekonomi digital yang kemudian dapat diimplementasikan dalam bentuk menghasilkan kelompok-kelompok usaha rumah tangga yang dapat bekerja sama meningkatkan promosi dan target penjualan produk-produk sehingga dapat meningkatkan pendapatan ibu rumah tangga sebagai mitra suami menuju kesejahteraan penduduk desa.

Metode Pelaksanaan

Tahapan prosedur kerja dalam kegiatan PKM dapat dijabarkan seperti berikut:

1. Observasi
2. Mengkaji permasalahan
3. Penyusunan tahap-tahap pelaksanaan
4. Melakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat
5. Mengevaluasi hasil dengan observasi kembali

Berdasarkan tahapan prosedur kerja di atas maka adapun metode pelaksanaan kegiatan PKM yang telah dilakukan dapat dijelaskan melalui Gambar berikut.



Gambar 2. Metode Pelaksanaan PKM

Hasil Kegiatan dan Pembahasan

Klasifikasi industri kreatif yang ditetapkan oleh setiap negara berbeda-beda. Pengklasifikasian industri kreatif tergantung pada tujuan analitik dan potensi suatu negara. Industri kreatif yang dikembangkan oleh pemerintah Indonesia telah ditetapkan sebanyak 14 (empat belas) sub sektor industri kreatif (Fadhilah, 2019).

Ada 14 subsektor Ekonomi Kreatif, yaitu: (1) Periklanan; (2) Arsitektur; (3) Pasar Barang Seni; (4) Kerajinan; (5) Desain; (6) Fesyen (Fashion); (7) Video, Film, dan Fotografi; (8) Permainan Interaktif (Game); (9) Seni Pertunjukan (Showbiz); (10) Penerbitan dan Percetakan; (11) Layanan Komputer dan Piranti Lunak (Software); (12) Televisi dan Radio (Broadcasting); (13) Riset dan Pengembangan (R&D); (14) Kuliner (Akhmad & Hodayat, 2015).

Ekonomi digital lahir dan berkembang seiring penggunaan Teknologi Informasi dan Komunikasi yang juga semakin mengglobal di dunia. Sejarah ekonomi dunia telah melalui empat era dalam hidup manusia yaitu era masyarakat pertanian, era mesin pasca revolusi industri, era perburuan minyak, dan era kapitalisme korporasi multinasional (Dalle, 2016). Empat gelombang ekonomi sebelumnya berkarakter eksklusif dan hanya bisa dijangkau oleh kelompok elit tertentu. Gelombang ekonomi digital hadir dengan topografi yang landai, inklusif, dan membentangkan ekualitas peluang. Karakteristik ini memiliki konsep kompetisi yang menjadi spirit industri yang dengan mudah terangkat oleh para pelaku startup yang mengutamakan kolaborasi dan sinergi. Karena itu pula ekonomi digital merupakan sharing economy yang mengangkat banyak usaha kecil dan menengah untuk memasuki bisnis dunia.

Implementasi ekonomi digital dalam pelaksanaan kegiatan PKM ditunjukkan pada pembentukan kelompok-kelompok usaha rumah tangga Desa Klambir Lima Kebun yang menggunakan media digital *smartphone* melalui aplikasi *Chatting* dan Grup WhatsApp, Media Sosial Facebook dan Instagram untuk promosi dan meningkatkan target penjualan. Kemudahan dalam sistem digital ternyata cukup membantu dan memberikan solusi bagi kelompok usaha rumah tangga desa. Berikut merupakan hasil pendataan produk-produk penjualan usaha rumah tangga Desa Klambir Lima Kebun.



Gambar 3. Saya dan Tim PKM Saat Melakukan Ceramah/ Sosialisasi/ Penyuluhan



Gambar 4. Saya dan Tim PKM Saat Melakukan Diskusi/Tanya Jawab dengan Forum

Tabel 1. Jenis Usaha Ibu Rumah Tangga Desa Klambir Lima Kebun

No.	Nama	Jenis Usaha	Keterangan
1	Winda	Pupuk Kandang	Non Makanan
2	Suparyati	Jamu, Kedai Kelontong	Makanan & Non Makanan
3	Andi Suprapti	Lauk Pauk & Sayur Masak	Makanan
4	Ainnur	Bakso Bakar	Makanan
5	Eni Rusmiati	Dodol Pulut	Makanan
6	Ellyana	Kue Kering	Makanan
7	Fitri	Kedai Kelontong	Makanan & Non Makanan
8	Aswijah	Jagung	Makanan
9	Tusinem	Keripik	Makanan
10	Dewi Lismono	Miesop	Makanan
11	Yani	Peyek, Tape	Makanan
12	Yeni Ermawati	Cemilan Gorengan	Makanan
13	Jumaidah	Kue Kering	Makanan
14	Mhd. Reza Harviansyah	Sop Buah	Makanan
15	Siti Aminah	Wajik Labu	Makanan
16	Sri Kesuma Tuti	Kue Bawang Kentang	Makanan

Sumber: Survei, 2021

Setelah dilakukan pendataan maka hasil yang dapat dilakukan dengan menentukan dan membentuk kelompok-kelompok usaha rumah tangga tersebut yang dapat dijabarkan dengan Gambar berikut.



Gambar 5. Terbentuk 4 Kelompok Usaha Ibu Rumah Tangga Desa Klambir Lima Kebun

Media digital *smartphone* melalui aplikasi *Chatting* dan Grup WhatsApp, Media Sosial Facebook dan Instagram merupakan beberapa pilihan yang digunakan kelompok usaha rumah tangga Desa Klambir Lima Kebun untuk promosi dan meningkatkan target penjualan. Ada yang menggunakan salah satu diantaranya dan bahkan menggunakan semua pilihan tersebut. Ternyata konsep sederhana tersebut cukup menimbulkan antusiasme dan meningkatkan inisiatif

kelompok usaha rumah tangga dalam melakukan ekspansi usahanya yang terbukti dengan perluasan wilayah promosi tidak hanya kepada penduduk di sekitar desa namun ternyata dapat menjangkau wilayah kota Medan yang dekat dengan perbatasan administrasi wilayah Desa Klambir Lima Kebun dengan kota Medan.

Aplikasi *Chatting* dan Grup WhatsApp, Media Sosial Facebook dan Instagram menjadi sarana informasi bagi masyarakat luas mengenai produk-produk penjualan kelompok usaha rumah tangga Desa Klambir Lima Kebun sekaligus sebagai prasarana dalam meningkatkan target penjualan dalam memperoleh laba sehingga dapat menambah pendapatan sebagai mitra rumah tangga menuju kesejahteraan.

Pandemi COVID-19 tidak sepenuhnya menghalangi kreatifitas dan peluang usaha dalam meningkatkan produktivitas ibu-ibu rumah tangga sebagai mitra suami. Kegiatan PKM melalui sosialisasi/penyuluhan sangat berperan dalam keberlangsungan kelompok-kelompok usaha rumah tangga Desa Klambir Lima Kebun.

Simpulan dan Rekomendasi

Dari hasil kegiatan dan pembahasan, maka kesimpulan dari kegiatan PKM yang telah dilaksanakan dapat dijelaskan seperti berikut:

1. Adanya antusiasme ibu-ibu rumah tangga Desa Klambir Lima Kebun dalam menangkap informasi dari kegiatan PKM menjadikan peluang dalam implementasi ekonomi kreatif dan atau ekonomi digital pada usaha-usaha ibu rumah tangga.
2. Kurang tanggap terhadap teknologi menjadi kendala dalam menjalankan promosi usaha rumah tangga sehingga produk hanya dikenal oleh masyarakat tertentu saja.
3. Kelompok usaha ibu rumah tangga yang telah terbentuk membutuhkan pendampingan dan dukungan informasi dan literasi ekonomi kreatif dan atau ekonomi digital dalam menjalankan usaha-usaha mereka.

Rekomendasi dari kegiatan ini adalah diperlukan adanya kegiatan tindak lanjut pendampingan pengelolaan kelompok usaha ibu rumah tangga melalui peran Kepala Desa maupun Kepala Dusun dengan mengadakan sosialisasi/penyuluhan yang berkelanjutan.

Ucapan Terima Kasih

Terima kasih saya ucapkan kepada Kepala Desa Klambir Lima Kebun, Kepala Dusun, Ibu-Ibu Rumah Tangga Desa sebagai forum dalam kegiatan PKM kami sehingga dapat berjalan dengan lancar dan sesuai harapan serta tujuan dalam pengembangan Tri Dharma Perguruan Tinggi. Tak lupa pula saya ucapkan Terima Kasih kepada Tim Dosen, Mahasiswa, Alumni sebagai *partner* dalam melengkapi anggota tim kegiatan PKM yang telah selesai dilaksanakan.

Daftar Pustaka

- Akhmad, S., & Hodayat, R. (2015). Pemetaan Potensi Industri Kreatif Unggulan Madura. *Jurnal Sains, Teknologi Dan Industri*, 12(2), 155–165.
- BPBDProvSU. (2020). *Update Data Covid-19 di Sumatera Utara*. BPBD Provinsi Sumatera Utara. <https://bpbd.sumutprov.go.id/tag/covid-19/>
- Dalle, J. (2016). *Menyoal Ekonomi Digital*. Republika.Co.Id. <http://www.republika.co.id/berita/koran/opini-ko->
- Fadhilah, N. (2019). PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF BERBASIS INDUSTRI RUMAH TANGGA DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN MASYARAKAT (Studi Pada Kelompok Usaha Rumah Tangga Binaan Yayasan EcoNatural Society di Kabupaten Kepulauan Selayar) [Universitas Negeri Makassar]. In *EPRINTS*. <http://eprints.unm.ac.id/14883/>
- Ferdi. (2020). DAMPAK PANDEMI COVID-19 TERHADAP AKTIVITAS EKONOMI MASYARAKAT DI DESA SALUMPAGA, KECAMATAN TOLITOLI UTARA. *GEOSEE*, 1(2), 37–43.
- Pascasuseno, A. (2014). *Ekonomi Kreatif: Kekuatan Baru Indonesia Menuju 2025*. Bedah Cetak Biru.
- SRI. (2020). *Studi Dampak Sosial-Ekonomi Pandemi COVID-19 di Indonesia*. SMERU Research Institute. <https://smeru.or.id/id/content/studi-dampak-sosial-ekonomi-pandemi-covid-19-di-indonesia>

Penguatan Kapital Sosial Masyarakat Desa dalam Mendukung Program TDC Desa di Wilayah Lombok Barat NTB

Alfian Hidayat¹; Zulkarnain²; Mahmududin³

^{1,2,3} Prodi Hubungan Internasional, Universitas Mataram, Indonesia

alfian.hidayat@unram.ac.id

ABSTRAK

Investasi ekonomi harus didukung dengan investasi sosial yang kuat. Pembangunan saat ini terkadang hanya terfokus pada aspek kapital ekonomi berupa investasi dana pembangunan yang cukup besar. Alhasil tidak sedikit dari cerita pembangunan berakhir dengan stagnasi atau bahkan berakhir menjadi tragedi pembangunan. Kondisi diatas diperburuk dengan kondisi kapital sosial yang mulai memudar dengan kemajuan teknologi dan komunikasi. Pada Awal tahun 2020 muncul program pengembangan Skema Bumdes di NTB berupa TDC (*trade and distribution center*) desa sebagai bentuk perwujudan visi NTB gemilang. Guna mendukung ketercapaian pembangunan tersebut, maka kegiatan pengabdian masyarakat ini mencoba menguatkan kapital sosial masyarakat desa sebagai modal pembangunan. Upaya penguatan kapital sosial melalui program sosialisasi dan penyuluhan serta *focus group discussion* dengan *stakeholder* desa terkait (Pemerintah desa, Bumdes dan Masyarakat). Secara implisit Kegiatan ini memberikan hasil munculnya rasa kepemilikan bisnis bersama serta menjalin *networking* bisnis berbasis kepercayaan dan kesadaran kolektif (*trust* dan kearifan loka desa) dalam menjalankan bisnis melalui Bumdes TDC desa.

Kata kunci: Kapital sosial, TDC, Pembangunan Desa, NTB Gemilang

Pendahuluan

Sebagai bagian dari masyarakat global, tujuan Pembangunan desa juga mengadopsi tujuan pembangunan global berkelanjutan. Pembangunan yang tidak hanya menitik beratkan pada pertumbuhan ekonomi dan sosial namun mengintegrasikan juga aspek lingkungan. Hal ini tertuang dalam SDGs (*Sustainable Development Goals*) Desa yang menjadi landasan pembangunan di desa. Orientasi pembangunan yang hanya bertumpu pada kepentingan ekonomi terbukti menghasilkan pembangunan jangka pendek dan parsial. Ide pembangunan normatif ini tentunya masih belum tergambar dalam wajah pembangunan di Indonesia, Ide pembangunan berorientasi pertumbuhan sangat yakin bahwa dengan terintegrasi dengan ekonomi global dan industrialisasi, negara-negara berkembang akan lebih mudah untuk memperoleh hasil baik dari proses pembangunan (Peet & Hartwick, 2015). Institusi pembangunan diarahkan untuk mengukur kesuksesan sebuah pembangunan negara dalam pencapaian pertumbuhan ekonomi yang tinggi dan berkelanjutan.

Dalam konteks di Indonesia, terkait kajian empiris diatas tentunya memiliki modal pembangunan yang beragam. Nilia-nilai lokal yang menjadi basis kearifal lokal tentunya akan memudahkan tercapainya tujuan pembangunan yang inklusif. Selain itu juga Undang-Undang 32 tahun 2004 juga memberikan otonomi dan kemandirian bagi daerah untuk mengelola secara mandiri dan partisipatif agenda-agenda prioritas daerah. Prioritas pembangunan nasional dan

daerah tentunya berawal dari pembangunan pada tingkat desa. Pembangunan desa merupakan garda depan pembangunan nasional. Pembangunan desa menjadi bagian integral dari pembangunan nasional yang sangat strategis, dan bahkan menjadi tulang punggung nasional (Kimbal, 2018). Hal ini merujuk pada masalah dan tantangan pembangunan di Indonesia yang masih terpusat pada masalah kemiskinan, pengangguran dan kesenjangan. Dari ketiga masalah pembangunan tersebut jika diamati secara cermat justru banyak berada di pedesaan (Nain, 2019). Undang-undang Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa memberikan semangat baru bagi desa untuk memperkasai dirinya dengan melahirkan semangat “Desa Membangun”, artinya desa ditempatkan sebagai tonggak awal keberhasilan pembangunan secara nasional.

Pada konteks pembanguan desa di NTB, data BPS menunjukkan Indeks pembangunan desa di wilayah Nusa Tenggara Barat (NTB) telah berada pada rata-rata nasional. Rata-rata Indeks Pembangunan Desa di Provinsi NTB adalah sebesar 66,63, di atas rata-rata Indeks Pembangunan Desa secara nasional. Jumlah desa yang ada di Provinsi Nusa Tenggara Barat sebanyak 995 desa. Dari keseluruhan jumlah desa tersebut, sebanyak 9 desa (0,90persen) masih masuk dalam kategori desa tertinggal, 899 desa (90,35persen) masuk dalam kategori desa berkembang, dan 87 desa (8,74 persen) telah masuk dalam kategori desa mandiri. Berdasarkan nilai rata-rata indeks masing-masing dimensi, Provinsi NTB memiliki nilai rata-rata indeks tertinggi pada Dimensi Aksesibilitas/Transportasi dengan nilai rata-rata indeks 84,89. Sementara itu, untuk rata-rata indeks terendah pada Dimensi Kondisi Infrastruktur dengan nilai rata-rata indeks sebesar 51,11. Untuk Dimensi Pelayanan Dasar nilai rata-rata indeks sebesar 67,10, Dimensi Pelayanan Umum sebesar 55,02, dan Dimensi Penyelenggaraan Pemerintahan sebesar 78,63. Nilai rata-rata Indeks Pembangunan Desa yang paling tinggi di Provinsi NTB, terdapat di Kabupaten Lombok Utara dengan nilai rata-rata indeks sebesar 71,04 dengan jumlah desa sebanyak 33 desa. Dari 33 desa tersebut tidak ada desa tertinggal. Sebanyak 24 desa masuk dalam kategori desa berkembang, dan sisanya sebanyak 9 desa masuk dalam kategori desa mandiri. Kabupaten. Lombok Utara merupakan salah satu dari lima kabupaten di Provinsi NTB yang sudah tidak memiliki desa tertinggal.

Data diatas menunjukkan pembangunan desa di wilayah NTB terbilang cukup sukses. Visi Gubernur Dr. Zulkifliemansyah menjadikan “NTB Gemilang” terlihat dari beberapa terobosan pembangunan yang sedang berjalan. Sinkronisasi tujuan pembanguan terhadap SDGs desa menjadi bagian penting. Dalam rangka merevitaliasi berbagai potensi perekonomian Provinsi Nusa Tenggara Barat (NTB). Pemerintah Provinsi NTB membuat terobosan baru melalui program-program unggulan, dalam rangka menjadikan provinsi NTB sebagai provinsi yang mampu berdaya saing ekonomi secara nasional. Revitalisasi yang gencar dilakukan pemerintah NTB adalah infrastruktur ekonomi digital yang terintegrasi yang dimulai dari tingkat desa. Program digitalisasi ini telah dimulai dengan mulai berdirinya Bumdes yang bergerak pada pusat ditribusi dan perdagangan di bebrapa desa di wilayah lombok barat. Salah satu program andalan adalah Trade and Distribution (TDC) desa. TDC merupakan program Suplai dan distribusi logistik tersebut menggunakan distribusi mahadesa. Model digitalisasi dengan sistem TDC diharapkan mampu mewujudkan ekonomi desa dengan sistem modernisasi melalui program TDC, ini adalah

sistem modernisasi marketing berbasis on line, dan tentu ini akan membutuhkan sumber daya manusia *human resouse* TDC.

TDC Desa adalah pintu masuk bagi UMKM dan para petani untuk memasarkan produknya secara bebas ke hampir jutaan penduduk Pulau Lombok dan Sumbawa dengan memanfaatkan Jaringan TDC Desa dan Katalog Online yang memungkinkan perdagangan antar Kabupaten melalui e-commerce MAHADESA. TDC Desa disamping sebagai pusat *supply chain* produk lokal dan produk pabrikan yang umum dikonsumsi oleh masyarakat, TDC Desa didesain sebagai pusat e-commerce Desa yang memungkinkan wirausaha, UMKM, dan perorangan memanfaatkan TDC Desa untuk membantu mereka mendaftarkan produk hasil produksi lokal, baik barang ataupun jasa, masuk kedalam katalog online e-commerce Desa tersebut. Infrastruktur Ekonomi Digital ini mengkolaborasi seluruh e-commerce Desa di seluruh kabupaten di NTB yang bisa diperdagangkan di internal warga NTB ataupun di level Nasional.

Seluruh komponen pembangunan Desa sudah saatnya diberikan kepercayaan untuk membangun sendiri, mengambil keputusan, bahkan mengelola keuangannya sendiri sesuai dengan asas *subsidiarity*, pengambilan keputusan berbasis lokal. Nilai-nilai luhur desa yang menjadi bagian dari kapital sosial tentunya menjadi bagian penting dalam pembangunan desa. Namun konsepsi pembangunan desa melalui strategi digitalisasi dan modernisasi tentunya menihilkan nilai dan kapital sosial yang ada. Secara kultural, program TDC maha desa yang diimplementasikan melalui PT Mahadesa akan menjadi arus balik bagi sosio kultural, karena pembangunan berbasis digitalisasi ini sesungguhnya mencoreng akar sosiologis, yaitu sifat gotong royong, dan kultur kearifan lokal masyarakat desa.

Tantangan terbesar dari program utama TDC desa di proyeksikan seperti program Badan Usaha Milik Desa (Bumdes) sebelumnya yakni hilangnya kapital sosial dalam implemntasi Bumdes selama ini. Pesona masyarakat akan hilang (Nain, 2019), modernisasi akan mengilangkan nilai sosio kultural masyarakat desa, masyarakat desa lambat laun akan terkikis oleh akibat jalinan capital, relasi sosial berbasis kapital akan menggantikan sosiokultural yang ada. Tumbuh pesatnya pasar-pasar modern di desa adalah salah satu contoh bagaimana desa mengalami proses pemiskinan secara struktural tersebut. Serbuan kapitalisasi gaya baru, seperti model TDC desa dapat mengancam akar sosiologi pembangunan yang mengutamakan gotong royong dan partisipatori, namun sebaliknya akan menguntungkan kelompok pemodal.

Hilangnya pesona desa dengan hadirnya digitalisasi tentunya menjadi masalah baru bagi masyarakat desa. TDC desa tidak lain seperti memberikan izin bagi perusahaan retail untuk masuk ke desa. Permasalahan utamanya adalah TDC desa yang dijalankan oleh PT Mahadesa akan mengurangi dan membatasi akses partisipasi masyarakat desa. Modernisasi dan digitalisasi desa sebagai salah satu program andalan NTB Gemilang tentunya inovatif. Namun menilik dari kajian teoritis bahwa pembangunan tidak bebas nilai, maka digitalisasi dan modernisasi masyarakat desa dalam konteks pembanguan mungkin akan menjadi masalah baru bagi masyarakat desa. Pembangunan desa haruslah mengintegrasikan aspek kemajuan yang dilandasi oleh nilai-nilai luhur desa atau kapital sosial (kapital sosial). Salah satu bentuk kapital sosial yang dimaksud dapat digambarkan melalui beragamnya ikatan sosial dan solidaritas sosial

yang kuat dimiliki masyarakat desa sebagai penyangga penting kegiatan pemerintahan, pembangunan dan kemasyarakatan (Fitriyani et al., 2018). Ditambahkan oleh Susilo dalam (Fitriyani et al., 2018) bahwa kondisi kapital social yang dimiliki masyarakat desa masih berbanding terbalik dengan kondisi modal ekonomi desa, dimana kapital social masyarakat desa yang terdiri dari ikatan sosial (*social bonding*), jembatan sosial (*social bridging*) dan jaringan sosial (*social linking*), yang ketiga ikatan sosial masyarakat desa tersebut bersifat parokial atau menjadi kapital social yang paling dangkal, serta tidak mampu memfasilitasi pembangunan ekonomi, guna mewujudkan desa yang bersemangat sosial dalam konteks demokrasi lokal.

Hal inilah yang mendasari kegiatan pengabdian ini, dalam rangka mewujudkan dan menguatkan karangka kapital sosial yang lebih kuat guna mendukung program pembangunan. Studi (Santi & Wulandari, 2018) memperlihatkan peran kapital sosial dalam pengelolaan Bumdes memiliki kontribusi yang besar. Dalam konteks yang lebih praktis bahwa hadirnya program TDC desa melalui pembentukan Bumdes di wilayah Lombok Barat perlu dikuatkan oleh seluruh pihak dan komponen masyarakat desa yang menjadi corak pembangunan desa yang partisipatif dan inklusif. Sehingga kapital sosial sebagai *engine of development* dapat menjadi jawaban atas keberhasilan pembangunan yang terwujud dalam kesejahteraan masyarakat desa secara menyeluruh.

Dengan mempelajari analisis situasi dan pentingnya Penguatan Sosial Kapital Masyarakat Desa Dalam Mendukung Program TDC Desa Di Wilayah Lombok Barat NTB, maka dapat dirumuskan ide-identifikasi masalah pengabdian, *pertama*, Perlunya peningkatan pemahaman mengenai konsep pembangunan dan kapital sosial. *Kedua*, Perlunya penyuluhan untuk lebih memahami strategi dan model yang perlu dikembangkan dalam penguatan kapital sosial masyarakat desa. *Ketiga*, Perlunya keikutsertaan pemerintah dalam menciptakan nilai-nilai luhur yang menjadi kapital sosial masyarakat desa khususnya menjadi subyek agenda pembangunan NTB Gemilang. Adapun manfaat dari kekegiatan pengabdian ini adalah untuk memberikan pemahaman mengenai konsep-konsep penting dalam terminologi kapital sosial serta kajian perbandingan empiris pembangunan desa di beberapa negara, khususnya dalam aspek modernisasi dan digitalisasi. Dari kegiatan ini output yang diharapkan adalah seluruh komponen desa yang terlibat dalam agenda TDC desa (Mahadesa, pemerintah Desa serta tokoh masyarakat) memiliki pemahaman dan ide-ide penguatan kapital sosial yang nantinya dapat dipergunakan dalam menyukseskan agenda Pembangunan khususnya terkait skema bisnis Bumdes.

Metode Pelaksanaan

Upaya penguatan kapital sosial dalam mencapai tujuan pembangunan desa salah satunya adalah dengan sosialisasi yang intensif mengenai kapital sosial masyarakat desa. Model sosialisasi yang digunakan adalah dengan pemberian materi dan *focus group discussion* (FGD). FGD dilaksanakan dengan tiga komponen yakni pemerintah desa dan badan permusyawaratan desa, Bumdes serta seluruh komponen masyarakat. FGD dilakukan secara terpisah ke 3 desa yakni, desa Duman, Selat dan Dasan baru (desa di wilayah kab, Lombok Barat). Kegiatan pengabdian ini kemudian dilanjutkan dengan penyuluhan hasil FGD dalam bentuk sosialisasi dan penguatan

materi kepada seluruh komponen masyarakat yang terlibat dalam pembangunan desa yang terpusat di kantor desa Duman. Pendalaman materi dan teknis terangkum dalam 2 aspek utama yakni *corporate capacity* dan reproduksi kapital sosial masyarakat desa oleh pemerintah desa.

Hasil Kegiatan dan Pembahasan

Kegiatan Pengabdian masyarakat ini merupakan sebuah tindak lanjut dari penelitian yang dilakukan oleh tim peneliti pada awal bulan Juli-Agustus 2021. Kegiatan Pengabdian dilaksanakan pada dua bentuk kegiatan yakni Pertama, *Focus Group Discussion* dengan tujuan untuk membahas bagaimana cara untuk menguatkan kapital sosial dalam mendukung program TDC desa di tiga desa di wilayah Lombok Barat (desa Duman, Selat dan Dasan Baru). Sasaran kegiatan ini adalah stakeholder pengelola Bumdes baik pemerintah Desa sebagai investor dan Bumdes/PT Mahadesa sebagai operator bisnis. Bentuk kegiatan yang kedua adalah penyuluhan dan sosialisasi berupa hasil FGD serta penyuluhan materi terkait hasil penelitian mengenai kapital sosial dalam pembangunan. Kegiatan tersebut dihadiri oleh masyarakat, anggota BPD, tokoh masyarakat, dan aparatur desa. Kegiatan ini terpusat di kantor desa Duman dengan format, sosialisasi yang disampaikan oleh tiga pemateri yaitu Kepala Desa Duman, Ketua Bumdes TDC Duman, dan ketua dari Akademisi (ketua tim pengabdian masyarakat) kegiatan ini diakhiri dengan acara dialog dan sesi rembug desa mengenai kapital sosial perlu dikuatkan dalam pengelolaan dan pengembangan Bumdes.

Dalam mewujudkan kapital sosial dalam suatu desa guna menyelesaikan pembangunan desa, maka terdapat tiga strategi dalam melakukan pendekatan kapital sosial terhadap pengelolaan Bumdes, hal tersebut dilakukan dengan cara : Penguatan kapital sosial melalui satu jalur yaitu melalui *Corporate Capacity*. Dalam pengelolaannya, Bumdes harus memilih kapasitas SDM yang memiliki reputasi yang baik. Misalnya staf dan SPV dalam Bumdes harus memiliki *track record* yang baik di tengah masyarakat. Karena, jika pekerjanya memiliki reputasi yang kurang baik, maka hal tersebut dapat menghambat proses supply. Kedua, Penguatan kapital sosial melalui pihak Desa/Negara. Dalam penguatan kapital sosial, pihak desa harus menghadirkan atau menginisiasi pelebagaan organisasi kemasyarakatan di tingkat desa. Karena, banyaknya organisasi dan keaktifan masyarakat di dalamnya dapat menguatkan kapital sosial desa. Selain itu Integrasi dan internalisasi nilai-nilai/kearifan lokal dalam merumuskan dan implementasi skema desa. Hal ini diperkuat dengan studi (Suranto & Hardianto, 2019) bahwa Kapital sosial dibagi dalam tiga aspek antara lain pada aspek struktural yakni hubungan antar anggota dan kelompok/organisasi kemasyarakatan, kemudian aspek kognitif, nilai dan norma serta kesamaan prinsip yang akan dicapai dan terakhir pada aspek relasional, berupa kepercayaan dan interaksi yang dibangun oleh berbagai pihak dalam kehidupan sosial.

FGD Dengan Pihak Pemerintah Desa

Kegiatan FGD diawali dengan melibatkan aparatur desa. Intensifikasi diskusi dengan pihak di pemerintah desa menekankan pada aspek dan strategi reproduksi kapital sosial

masyarakat. Kapital sosial tidak hanya terwujud dengan sifat yang *endogenous* tetapi juga bisa diciptakan dengan kapasitas pemerintah. Menurut (Evans, 1996) Akumulasi kapital sosial dapat digerakkan oleh instrumen pemerintah melalui pelembagaan dan kegiatan pemberdayaan masyarakat. Ditambahkan oleh (Komalasari et al., 2020) Salah satu bentuk pemberdayaan masyarakat tercermin dari aspek kapabilitas masyarakat. Dari studi diatas FGD dengan pemerintah desa memberikan alternatif baru dalam mengakumulasi kapital sosial. Beberapa diantaranya strategi tersebut adalah *Pertama*, pemerintah desa bersinergi dengan organisasi dan kelompok masyarakat dalam membangun skema pengembangan Bumdes. Keterlibatan organisasi masyarakat dapat terwujud melalui rembuk desa sampai pada pelembagaan pengawasan di internal desa. Kedua, organisasi kemasyarakatan desa juga dapat menjadi Supervisor sales (SPV) yang berfungsi sebagai ujung tombak bisnis Bumdes digerakkan melalui anggota Pemberdayaan kesejahteraan keluarga (PKK) dengan mengedepankan jejaring yang luas sampai pada akar rumput desa. Strategi ini selain menguatkan aspek kapital sosial yang ada juga mampu memberikan multiplayer efek terhadap pendapatan ibu-ibu anggota PKK. Ketiga, pemerintah desa melalui keuntungan bisnis Bumdes (fee) yang didapatkan setiap bulan akan masuk menjadi pendapatan asli desa (PADes) diinvestasikan kembali dalam bentuk penguatan pelembagaan dan pemberdayaan masyarakat. Sehingga siklusnya bisnis tersebut pada akhirnya mengembangkan kapital sosial berupa *reciprocity* masyarakat, pemerintah dan bisnis. Keempat, Pemerintah desa juga perlu memberikan stimulus untuk merangsang adanya *trust* dalam pengembangan dana desa tersebut. Stimulus tersebut melalui adanya transparansi dan akuntabilitas serta keterbukaan dalam pengelolaan dana desa dan *service excellent* dalam pelayanan terhadap masyarakat. Studi oleh (Fukuyama, 1995) memperlihatkan adanya korelasi dari munculnya *trust* dalam struktur sosial dapat berkontribusi positif terhadap kesejahteraan masyarakat. Kapital sosial juga mampu dibentuk oleh pemerintah melalui kegiatan rutin desa dengan masyarakat melalui tradisi gotong royong. Hal ini perlu dintensifkan oleh pemerintah, tradisi ini terbukti mampu memperkuat kelembagaan dan hubungan timbal balik/ *reciprocity* diantara masyarakat dan pemerintah (Wahyudi, 2014).

FGD Dengan Bumdes Dan PT MAHADESA

Diskusi kedua pada kegiatan pengabdian ini terpusat pada Bumdes di tingkat desa dan PT mahadesa sebagai operator. Penekanan pada diskusi sesi ini adalah terkait pada aspek *corporate capacity*. PT Mahadesa harus berkomitmen dalam menjaga investasi ekonomi berjalan dengan baik dengan investasi sosial yang baik. Salah satu bentuknya adalah dengan model *corporate social responsibility* yang mengarahkan pada pemberdayaan masyarakat desa. Hal ini ditegaskan oleh (Suwandi et al., 2019) program CSR mampu memperkuat kapital social masyarakat serta dapat meningkatkan taraf kesejahteraan, baik pendidikan dan kesehatan serta pendapatan masyarakat. Selain itu juga strategi *corporate capacity* yang dapat dikembangkan melalui 2 tahapan yakni penguatan SDM melalui kegiatan keagamaan dan kemasyarakatan. Penguatan dimulai dari rekrutmen SDM Bumdes berdasarkan pada kapasitas moral dan tingkah laku yang baik yang tercermin dari hubungan *social/track record sosial* dengan masyarakat desa. Rekrutmen SDM di Bumdes tetap menjunjung tinggi mekanisme yang profesional dengan

mengedepankan aspek-aspek kepercayaan dan komitmen yang kuat. Strategi selanjutnya, PT mahadesa pada aspek yang lebih luas perlu mengintegrasikan nilai-nilai serta prinsip yang tumbuh dalam masyarakat desa kedalam implementasi bisnis. Sistem *reward dan punishment* tidak bisa digeneralisir di setiap desa, dikarenakan nilai-nilai satu desa dengan desa lain pasti berbeda. Salah satu bentuknya adalah pelibatan tokoh agama, tokoh masyarakat sehingga ada jaminan yang secara sosial mengikat konsumen ketika terjadi *dispute* dalam bisnis. Dipaparkan oleh (Wahyudi, 2014) bahwa ada kapital sosial dapat terwujud dari interaksi keagamaan baik melalui ritual keagamaan maupun tokoh keagamaan. Integrasi nilai dan prinsip dalam menjalankan bisnis di desa juga merupakan bagian dalam mewujudkan masyarakat yang partisipatif dan menjadi bagian dari pengembangan bisnis desa. Hal ini tergambar dari studi (Zulpahmi et al., 2020) yang memperlihatkan norma sosial yang terintegrasi kedalam skema bisnis Bumdes mampu memberikan dampak positif terhadap pendapatan Bumdes yang masuk kedala, Pades dan kesejahteraan masyarakat desa.

Kegiatan Sosialisasi

Kegiatan sosialisasi merupakan upaya mendeseminasikan hasil FGD serta penyampaian materi secara empiris mengenai kapital sosial. Beberapa kajian teoritis diantaranya keberhasilan negara besar seperti china dengan reformasi anggaria di mulai dari desa, serta model pembangunan desa di Korea Semaul Undong yang terbilang sukses. Kajian teoritik juga mencaoba memberikan pemahaman mengenai kapital sosial emngakar daam kehidupan berbangsa dan bernegara. Pada dasarnya, materi atau sosialisasi yang disampaikan oleh Ketua Tim merupakan hasil dari penelitian-penelitian yang dilakukan sebelumnya, kemudian dikaji atau ditelaah melalui teori *Kapital sosial*. Selain itu, permasalahan-permasalahan yang kerap terjadi dalam pengelolaan Bumdes juga tidak luput dari bahan sosialisasi. Beberapa bentuk kegagalan Bumdes diantaranya, penyelewenang dana bumdes, profesionalisme SDM serta Brandding Bumdes. Ketua Tim tidak hanya menjelaskan permasalahan-permasalahan yang terkait, Ia juga menjelaskan *problem solving* atau cara untuk mengatasi permasalahan yang ada di Bumdes, salah satunya adalah dengan melakukan penguatan kapital sosial.



Gambar1. Kegiatan penyuluhan kapital sosial dalam pengelolaan Bumdes

Simpulan dan Saran

Kegiatan pengabdian dalam penguatan kapital sosial masyarakat desa berjalan dengan baik dan kondusif dengan menerapkan protokol kesehatan. Setelah mengikuti rangkaian FGD dengan stakeholder serta penyuluhan dengan komponen masyarakat, mulai adanya rangsangan terhadap pengembangan bisnis desa dengan pendekatan kapital sosial. Hal ini tercermin dari adanya inisiatif dari Bumdes untuk menggunakan kapital sosial sebagai bagian dari penguatan SDM manusia di Bumdes. Bagi pemerintah desa juga berkomitmen untuk menumbuhkan dan mereproduksi kapital sosial yang ada melalui organisasi kemasyarakatan serta agenda-agenda rutin desa. Pada sisi masyarakat desa, juga proaktif dalam mendukung agenda dan pengembangan bisnis desa dikarenakan ada nilai resiprokal yang mulai muncul dari interpretasi tim pengabdian selama sesi penyuluhan dan antusiasme dialog yang terjadi selama diskusi. Sehingga sinergitas antara pemerintah, bisnis dan masyarakat menghasilkan relasi mutualisme yang saling menguntungkan.

Namun, tentunya kegiatan pengabdian ini tidak mampu mengukur secara jelas ketercapaian itu dalam pengembangan Bumdes desa saat ini. sehingga dibutuhkan beberapa hal guna mencapai tujuan dan manfaat kegiatan pengabdian ini kedepannya, *Pertama*, dibutuhkan sasaran yang lebih luas di wilayah lombok barat guna mampu menggeneralisir kondisi Bumdes di wilayah lombok barat. *Kedua*, dibutuhkan studi evaluasi yang komperhesif dalam menilai adanya penguatan kapital sosial dalam implmentasi pembangunan desa. Ketiga, investasi ekonomi desa di Bumdes akan mampu sukses dengan mengedepankan investasi kapital sosial masyarakat desa.

Daftar Pustaka

- Evans, P. (1996). Government action, kapital sosial and development: Reviewing the evidence on synergy. *World Development*. [https://doi.org/10.1016/0305-750X\(96\)00021-6](https://doi.org/10.1016/0305-750X(96)00021-6)
- Fitriyani, Y., Nurmalina, R., Pebriana, R., & Suasri, E. (2018). MENGERAKKAN EKONOMI DESA MELALUI BADAN USAHA MILIK DESA (Bumdes). *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat MEDITEG*, 3(1), 1–7. <https://doi.org/10.34128/mediteg.v3i1.35>
- Fukuyama, F. (1995). Trust : social virtues and the creation of prosperity / Francis Fukuyama. In *Library Catalogue*
- Kimbal, M. (2018). PARTISIPASI POLITIK DALAM PROSES PEMBANGUNAN DESA DI KECAMATAN WORU KABUPATEN MINAHASA UTARA. *Sosiohumaniora*, 20(3), 282–287. <https://doi.org/10.24198/sosiohumaniora.v20i3.19018>
- Komalasari, M. A., Karyadi, L. W., Chaniago, D. S., & Inderasari, O. P. (2020). Kapital sosial untuk Meningkatkan Pengetahuan dan Kepedulian Pemuda dalam Pembangunan Perdesaan di Desa Gondang. *Jurnal PEPADU*.
- Nain, U. (2019). Pembangunan Desa Dalam Perspektif Sosiohistoris. In F. Muhammad (Ed.), *Garis Khatulistiwa*. Graha Khatulistiwa.
- Peet, R., & Hartwick, E. (2015). Introduction: Growth versus Development. In *Theories of Development: Contentions, Arguments, Alternatives*. Guilford Press.
- Santi, K. S., & Wulandari, T. (2018). Peran Kapital sosial dalam Pengelolaan Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) di Desa Pongok Kecamatan Polanharjo Kabupaten Klaten. *SOCIAL STUDIES*.
- Suranto, A., & Hardianto, F. N. (2019). Model Konseptual Hubungan Kapital sosial dan Kinerja Bumdes. *Management Dynamic Conference 5 (MADIC 5)*.

- Suwandi, S., Sukaris, S., & Faris, A. (2019). Model CSR dalam Penguatan Kapital sosial dan Peran Kelembagaan Masyarakat. *Akuntabilitas*, 12(1), 105–118. <https://doi.org/10.15408/akt.v12i1.12748>
- Wahyudi, H. C. (2014). Fenomena Modernisasi Di Indonesia: Membangun Trust Society Melalui Kapital Sosial Ditinjau Dari Perspektif Islam. *Jurnal Ilmu Administrasi Publik*.
- Zulpahmi, Z., Badaruddin, B., & Humaizi, H. (2020). Peran Kapital sosial dalam Pengelolaan Badan Usaha Milik Desa Maju Bersama di Desa Sei Jawi-Jawi Kecamatan Sei Kepayang Barat Kabupaten Asahan. *PERSPEKTIF*. <https://doi.org/10.31289/perspektif.v9i2.3346>

Pengembangan Ekonomi Kreatif di Desa Terdampak Bencana Melalui Pendampingan Pengolahan Limbah *Ilung* (*Eichhornia Crassipes*)

Dwi Atmono¹, Muhammad Rahmattullah², Monry Fraick Nicky Gillian Ratumbuyang³,
Maulana Rizky⁴, Baseran Nor⁵

^{1,2,3,4,5}Universitas Lambung Mangkurat, Banjarmasin
mrahmattullah@ulm.ac.id

ABSTRAK

Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan masyarakat dalam mengolah limbah *Ilung* sebagai bentuk pengembangan ekonomi kreatif di desa terdampak bencana banjir besar di Kalimantan Selatan 2021. Lingkup kegiatan mencakup pendampingan pengolahan *Ilung* di masyarakat di Desa Gudang Hirang (Sungai Madang), Kecamatan Gambut, Kabupaten Banjar. Metode pengabdian yang digunakan yakni *workshop* pengolahan *Ilung* dan pengenalan konsep kewirausahaan dengan melibatkan narasumber ahli dari pengusaha limbah *Ilung* dan para dosen serta mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP ULM. Kegiatan pengabdian dilaksanakan selama bulan Juni 2021. Kegiatan diawali dengan pengumpulan limbah *Ilung* di sepanjang wilayah sungai, penjemuran hingga kering, pendampingan pengolahan *Ilung*, dan diskusi terkait konsep kewirausahaan berbasis ekonomi kreatif. Hasil kegiatan menunjukkan proses pengolahan *Ilung* berjalan lancar walaupun kualitas bahan baku tidak maksimal. Masyarakat cukup antusias untuk mengikuti kegiatan *workshop* pengolahan *Ilung* dan diskusi kewirausahaan. Hasil akhir menunjukkan meningkatnya pemahaman masyarakat terkait konsep kewirausahaan berbasis ekonomi kreatif dan bertambahnya kompetensi masyarakat dalam mengolah *Ilung* menjadi aneka produk kreatif. Selain itu kebersihan sungai di wilayah sekitar meningkat karena limbah *Ilung* dibersihkan dan digunakan untuk kegiatan *workshop*.

Kata kunci : Ekonomi Kreatif, Limbah Sungai, *Ilung*, Kewirausahaan.

ABSTRACT

This community service program aims to improve community skills in processing Ilung as river waste as a form of creative economic development in a village affected by the big flood disaster in South Kalimantan 2021. The scope of activities includes assistance for Ilung processing in Gudang Hirang Village (Sungai Madang), Gambut District, Banjar Regency. The program method includes a workshop to process Ilung and introduce the entrepreneurship concept by involving experts from Ilung entrepreneurs, lecturers, and students of the Economic Education Department of FKIP ULM. This program will be carried out during June 2021. The activity begins with collecting Ilung along the river area, drying process, assisting Ilung processing, and discussing the concept of entrepreneurship based on the creative economy. The activity results show that the Ilung processing process runs successfully even though the quality of the raw materials is not optimal. The community was quite enthusiastic about taking part in Ilung processing workshops and entrepreneurship discussions. The final result shows an increase in public understanding regarding the concept of creative economy-based entrepreneurship and increasing community competence in processing Ilung into various creative products. In addition, the cleanliness of the river in the surrounding area has increased because Ilung waste is cleaned and used for workshop activities.

Keywords: Creative Economy, River Waste, *Ilung*, Entrepreneurship.

Pendahuluan

Bencana banjir yang melanda provinsi Kalimantan Selatan pada awal tahun 2021 telah memporak porandakan perekonomian di beberapa wilayah yang terdampak seperti Kota Banjarmasin, Kota Banjarbaru Kabupaten Tanah Laut, Kabupaten Banjar, Kabupaten Tapin, Kabupaten Hulu Sungai Tengah, Kabupaten Hulu Sungai Selatan, Kabupaten Hulu Sungai Utara, dan Kabupaten Balangan. Banyak warga masyarakat yang kehilangan tempat tinggal dan mata pencaharian. Mereka hanya bergantung pada bantuan pemerintah dan warga lainnya yang tidak ikut terdampak. Salah satu daerah yang paling parah adalah Desa Gudang Hirang (Sungai Madang) Kecamatan Gambut, Kabupaten Banjar. Menurut informasi dari media cetak lokal, hampir semua kelurahan dan desa di Gambut terendam banjir dengan kapasitas air mencapai satu meter lebih dan merupakan banjir terparak dalam kurun waktu 40 tahun terakhir.

Kondisi ini terjadi kurang lebih selama 1-2 bulan. Terjadinya banjir disebabkan berbagai macam faktor, seperti curah hujan yang tinggi, bertambahnya lingkungan tempat tinggal, dan lain-lain. Saat ini kondisi banjir sudah hilang, namun masih banyak warga masyarakat yang belum pulih dari trauma dan kesulitan bertahan hidup. Mereka harus membersihkan rumah dari limbah bekas banjir, membersihkan lingkungan sekitar dan memulai berusaha untuk terus bertahan. Salah satu limbah yang banyak terdapat di wilayah Desa Sungai Hirang adalah *Ilung* (dalam Bahasa Banjar) atau Enceng Gondok. Tanaman air ini memang paling banyak terdapat di seluruh wilayah sungai provinsi Kalimantan Selatan. Selain sebagai tanaman liar, menyumbat transportasi sungai, juga menjadi pengganggu bagi pertanian padi (gulma). Hal ini senada dengan yang disampaikan oleh Dewanti et al. (2013) bahwa *Ilung* atau enceng gondok (*Eichhornia crassipes*) adalah tanaman air yang sering merusak lingkungan danau dan sungai, dapat menyumbat saluran irigasi, mempercepat hilangnya air, mencemari area penangkapan ikan.

Pertumbuhan *Ilung* ini sangat cepat dan bergerombol dalam satu tempat (habitat), apalagi ketika musim hujan. Kondisi ini diperparah dengan tidak dimanfaatkannya *Ilung* sebagai sesuatu yang berguna atau bernilai ekonomis. Banyak daerah yang sudah memanfaatkan *Ilung* atau enceng gondok menjadi sesuatu yang berhasil guna. Ada yang menjadikan enceng gondok menjadi pakan ternak, pupuk organik bagi tanaman, bahan bakar terbarukan dan sebagainya (Dewanti et al., 2013; Yunindanova et al., 2020; Ariyanto et al., 2014). Salah satunya adalah menjadikan *Ilung* sebagai bahan baku kerajinan anyaman seperti tas, sandal, tempat tisu dan lain-lain.

Sebagai wilayah yang memiliki warga dengan latar belakang kemampuan dalam membuat anyaman dari rotan dan tanaman liar seperti *Purun*, desa Gudang Hirang tentunya tidak mengalami kesulitan ketika membuat anyaman dengan bahan baku *Ilung*. Namun, karena belum pernah dan belum tahu cara mengolah *Ilung* sehingga keberadaan *Ilung* hanya sebatas sebagai tanaman liar yang mengganggu. Kondisi inilah yang mendorong program studi Pendidikan Ekonomi FKIP ULM untuk melakukan pendampingan pengolahan *Ilung* sebagai salah satu sumber pendapatan baru masyarakat Desa Gudang Hirang yang terdampak banjir.

Tujuan kegiatan pengabdian kepada masyarakat kali ini adalah untuk memberikan ppengetahuan tambahan terkait konsep kewirausahaan berbasis ekonomi kreatif dan meningkatkan keterampilan menganyam berbagai macam kerajinan berbahan baku *Ilung*.

Di era pandemik sekarang ini, banyak usaha-usaha yang gulung tikar dikarenakan adanya pembatasan kegiatan masyarakat di luar rumah. Para pelaku usaha harus bisa dan mampu mencari solusi atau cara untuk mempertahankan usahanya dengan tetap mematuhi protokol kesehatan yang ditetapkan pemerintah. Misalnya untuk para pedagang makanan dan minuman, mereka hanya memberikan jasa layanan *take away* atau membawa pulang barang dagangan yang dibeli. Mall atau minimarket yang membatasi jumlah pengunjungnya untuk mengurangi kerumunan masyarakat. Kondisi ini menunjukkan tentang kemampuan seseorang dalam menghadapi suatu permasalahan dan mampu mencari solusinya. Ini lah yang dinamakan dengan wirausaha atau wiraswasta.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) wiraswasta/wirausaha adalah orang yang pandai atau berbakat mengenali produk baru, menentukan cara produksi baru, menyusun operasi untuk pengadaan prorduk baru, memasarkannya, serta mengatur permodalan operasinya (KBBI, 2021). Kewirausahaan adalah sebuah proses mengkreasikan dengan menambahkan nilai sesuatu yang dicapai melalui usaha keras dan waktu yang tepat dengan memperkirakan dana pendukung, fisik, dan resiko sosial, maupun *reward* yang diterima berupa keuangan dan kepuasan serta kemandirian personal (Ratumbusang & Misbah, 2021). Berdasarkan pengertian kewirausahaan atau kewiraswastaan di atas dapat disimpulkan bahwa kewirausahaan adalah seseorang yang memiliki kemampuan untuk membaca peluang dan memanfaatkannya sebagai sumber penghasilan.

Banyaknya potensi daerah yang bisa diangkat masyarakat sebagai sumber pendapatan bagi mereka. Misalnya suatu daerah memiliki wilayah dekat perairan, maka mereka dapat membuat keramba ikan. Begitu juga daerah yang masyarakatnya memiliki kemampuan untuk menganyam, maka mereka akan membuat kerajinan anyaman dan menjualnya sebagai sumber pendapatannya. Kondisi ini disebut juga istilah ekonomi kreatif.

Program studi Pendidikan Ekonomi FKIP ULM melakukan Pengabdian Kepada Masyarakat antara dosen dan mahasiswa dengan warga Desa Gudang Hirang (Sungai Madang) Kecamatan Gambut, Kabupaten Banjar berupa Workshop Pengolahan Ilung dan pengenalan konsep kewirausahaan. Luaran dari program pengabdian kepada masyarakat berupa berupa peningkatan pengetahuan tentang kewirausahaan berbasis ekonomi kreatif dan menciptakan produk kerajinan dari *Ilung*.

Metode Pelaksanaan

Program studi Pendidikan Ekonomi FKIP ULM mengadakan pertemuan dengan para warga Desa Gudang Hirang (Sungai Madang) di salah satu rumah warga setempat dan mengundang nara sumber dari perkumpulan pengrajin anyaman dari daerah sekitar yang sudah melakukan kunjungan atau studi banding ke pengrajin anyaman enceng gondok di Pulau Jawa.

Pertama-tama dosen, mahasiswa dan warga desa Gudang Hirang bersama sama mengumpulkan limbah *Ilung* yang banyak terdapat di sepanjang sungai dengan memperhatikan ukuran panjang batang *Ilung* sekitar 15 – 45 cm. Perolehan limbah *Ilung* yang sesuai dengan kriteria akan dikeringkan dengan menjemur langsung di bawah terik matahari kurang lebih 2-4 hari. *Ilung* yang sudah kering akan dijadikan bahan baku dalam proses anyaman.



Gambar 1. Kegiatan mengambil *Ilung* di sungai

Berikutnya, narasumber dari kelompok anyaman akan memaparkan cara pengolahan limbah *Ilung* menjadi produk anyaman. Setelah pemaparan selesai, pengrajin anyaman akan melakukan pendampingan pengolahan limbah *Ilung*. Kegiatan ini dibantu oleh mahasiswa program studi Pendidikan Ekonomi FKIP ULM. Pendampingan dilakukan sampai terbentuk produk anyaman berupa tas, topi, dan lain-lain. Kegiatan akhir adalah menyampaikan materi tentang konsep kewirausahaan berbasis ekonomi kreatif oleh dosen program studi Pendidikan Ekonomi FKIP ULM.



Gambar 2. Penyampaian materi oleh Dosen Pend. Ekonomi dan pendampingan proses mengolah anyaman *Ilung*

Hasil Kegiatan dan Pembahasan

Berdasarkan hasil pengamatan dan observasi dapat disampaikan bahwa proses pengolahan limbah *Ilung* berjalan dengan lancar. Hal ini terlihat dari banyaknya produk anyaman *Ilung* yang bisa dihasilkan oleh para warga. Ada beberapa kesulitan yang dihadapi warga saat melakukan anyaman seperti ukuran panjang batang *Ilung* yang tidak merata, dan diameter batang *Ilung* yang bervariasi. Selain itu antusias warga sangat tinggi dalam mengikuti kegiatan workshop pengolahan *Ilung* dan kewirausahaan. Ini terlihat dari banyaknya warga yang hadir dan mengikuti kegiatan tersebut. Adanya kegiatan ini meningkatkan pemahaman warga tentang konsep kewirausahaan berbasis ekonomi kreatif dan meningkatkan kemampuan warga dalam membuat anyaman dari bahan baku *Ilung* yang banyak tersedia di sekitar pemukiman warga setempat.



Gambar 3. Ukuran batang *Ilung* dan antusias warga mengikuti kegiatan

Luaran dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berupa berbagai macam produk kreatif berbahan dasar *Ilung*. Selain itu juga menambah nilai guna dari bahan *Ilung* yang selama ini dianggap sebagai tanaman pengganggu/penyakit dan menjadikan sungai bersih dari tanaman *Ilung*.



Gambar 4. Hasil produk anyaman *Ilung*

Simpulan dan Saran

Kegiatan Pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan dosen dan mahasiswa program studi Pendidikan Ekonomi FKIP ULM kepada warga Desa Gudang Hirang (Sungai Madang) Kecamatan Gambut, Kabupaten Banjar telah mampu meningkatkan pengetahuan tentang konsep kewirausahaan berbasis ekonomi kreatif dan kompetensi dalam mengolah bahan *Ilung* menjadi produk kreatif yang berguna seperti tas, alas alat makanan, tempat tisu, dan lain-lain.

Disarankan untuk program pengabdian kepada masyarakat berikutnya menyasar pada proses pemasaran produk hasil olahan *Ilung* agar dapat bersaing dengan produk anyaman lainnya.

Daftar Pustaka

- Ariyanto, E., Karim, M. A., & Firmansyah, A. (2014). BIOBRIKET ENCENG GONDOK (EICHHORNIA CRASSIPES) SEBAGAI BAHAN BAKAR ENERGI TERBARUKAN. *Reaktor*, 15(1), 59. <https://doi.org/10.14710/reaktor.15.1.59-63>
- Dewanti, R., Irham, M., & (Sudiyono), S. (2013). PENGARUH PENGGUNAAN ENCENG GONDOK (Eichornia crassipes) TERFERMENTASI DALAM RANSUM TERHADAP PERSENTASE KARKAS, NON-KARKAS, DAN LEMAK ABDOMINAL ITIK LOKAL JANTAN UMUR DELAPAN MINGGU. *Buletin Peternakan*, 37(1), 19. <https://doi.org/10.21059/buletinpeternak.v37i1.1955>
- Kamus Besar Bahasa Indonesia. <https://kbbi.web.id>.
- Ratumbusang, M. F. N. G., & Misbah. (2021). *Kewirausahaan,, Teori, dadn Aplikasinya: Vol. Cetakan Pertama*. CV. Banyubening Cipta Sejahtera.
- Yunindanova, M. B., Supriyono, S., & Hertanto, B. S. (2020). Pengolahan Gulma Invasif Enceng Gondok Menjadi Pupuk Organik Layak Pasar Sebagai Solusi Masalah Rawa Pening. *PRIMA: Journal of Community Empowering and Services*, 4(2), 78. <https://doi.org/10.20961/prima.v4i2.42053>

Upaya Peningkatan Pendapatan Keluarga Melalui Pengolahan Pangan Berbahan Hasil Laut di Desa Kungkai Baru Kabupaten Seluma Provinsi Bengkulu

Heni Nopianti¹, Diyas Widiyarti², Ika Pasca Himawati³
^{1,2,3}Jurusan Sosiologi Universitas Bengkulu, Kota Bengkulu
heninopianti@unib.ac.id

ABSTRAK

Hasil laut merupakan salah satu andalan pendapatan bagi penduduk desa Kungkai Baru Kabupaten Seluma Provinsi Bengkulu. Namun, hasil laut yang melimpah disana belum diolah menjadi produk pangan yang lebih awet dan tahan lama. Sehingga menyebabkan tidak maksimalnya pemanfaatan terhadap hasil laut tersebut. Dengan demikian dibutuhkan pengetahuan dan cara mengelola hasil laut agar bernilai ekonomis tinggi. Oleh karena itu tim pengabdian mengadakan kegiatan berupa pemberian pelatihan pengolahan pangan berbahan hasil laut sebagai upaya menciptakan industri kreatif pangan yang berpotensi ekonomis untuk meningkatkan pendapatan keluarga nelayan. Kegiatan bertujuan memberikan pengetahuan dan keterampilan kepada 15 orang ibu-ibu penduduk desa Kungkai Baru, dengan usia produktif yang bekerja mengurus rumah tangga serta diutamakan mata pencaharian suaminya adalah nelayan-untuk mengelola aneka produk pangan yang berbahan hasil laut. Metode yang digunakan dalam kegiatan yaitu dengan cara *workshop* yang disertai tanya jawab, praktik(demo) pengolahan pangan dan pendampingan oleh tim pengabdian. Hasil dari kegiatan menunjukkan bahwa peserta telah mampu menghasilkan produk pangan berbahan hasil laut dan akan memasarkan ke komunitas disekitarnya. Kegiatan berikutnya yang diharapkan adalah tim pengabdian dapat memberikan pengetahuan mengenai *branding* dan pemasaran dari produk yang sudah dihasilkan oleh peserta pelatihan sehingga mereka dapat menjual produknya ke komunitas yang lebih luas.

Kata kunci : Hasil laut, Olahan Pangan, Pendapatan Keluarga

ABSTRACT

Marine products are one of the mainstays of income for the villagers of Kungkai Baru, Seluma District, Bengkulu Province. However, the abundant marine products there have not been processed into more durable and long-lasting food products. This causes the utilization of these marine products are not optimal. Thus, knowledge and ways to manage marine products are needed so that they have high economic value. Therefore, the service team held activities in the form of providing training in food processing made from seafood as an effort to create a creative food industry that has economic potential to increase the income of fishermen's families. The activity aims to provide knowledge and skills to 15 women from the village of Kungkai Baru, with productive age who work to take care of the household and prioritize their husband's livelihood as fishermen to manage various food products made from seafood. The method used in the activity is by a workshop accompanied with discussions, practice (demo) of food processing and assistance by the service team. The results of the activity show that the participants have been able to produce food products made from seafood and will market them to the surrounding community. The next activity is expected that the service team can provide knowledge about branding and marketing of products that have been produced by training participants, so they can sell their products to the wider community.

Keywords: Seafood, Food Processing, Family Income

Pendahuluan

Desa Kungkai Baru secara administratif merupakan salah satu desa bagian dari Kecamatan Air Periukan Kabupaten Seluma Provinsi Bengkulu. Wilayahnya berbatasan dengan Samudera Hindia di sebelah Selatan, dengan Sungai Kungkai dan Desa pasar Ngalam di sebelah Timur, dengan Desa Tawang Rejo di sebelah Utara, dan dengan Sungai Siabun dan Desa Riak Siabun di sebelah Barat. Desa ini berjarak 26 KM dari ibu kota provinsi dan 37 KM dari ibu kota kabupaten. Lingkungan desa dikelilingi oleh pepohonan dan perkebunan sawit. Iklim desa Kungkai Baru sama seperti iklim desa-desa yang berdekatan dengan pantai pada umumnya yang berada di Bengkulu, beriklim tropis dengan cuaca yang hangat cenderung panas.

Berdasarkan pemaparan tersebut dapat diketahui bahwa Desa Kungkai Baru secara geografis merupakan perpaduan wilayah pesisir dengan perkebunan. Oleh karena itu mata pencaharian penduduk mayoritas adalah petani dan nelayan.

Dari sektor pertanian dan perkebunan, penduduk desa Kungkai Baru menghasilkan padi, palawija, kakao dan kelapa sawit. Sedangkan di sektor perikanan dan kelautan, selain mengambil sumber daya dari laut dan Muara Kungkai, penduduk juga mengusahakan tambak ikan, tambak udang, dan keramba ikan. Hasil dari sektor laut dan perikanan adalah Udang, Kepiting, Kerang Hijau, dan Ikan. Hasil tambak lainnya selain Udang adalah ikan bandeng.

Hasil laut merupakan salah satu andalan pendapatan bagi penduduk Desa Kungkai, apalagi pada saat mereka menunggu masa panen tiba dari sektor perkebunan dan pertaniannya. Hasil dari sektor perikanan dan lautlah yang mereka andalkan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Hasil laut berupa Udang, Kepiting dan Kerang Hijau yang melimpah, tidak saja dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari. Melainkan juga sudah dapat memasok kebutuhan rumah-rumah makan atau warung kuliner yang ada di sekitar Desa Kungkai bahkan sampai ke Kota Bengkulu.

Hasil laut yang biasanya mereka pasok tersebut masih dalam keadaan hidup. Dan meskipun sudah dipasok keluar desa, hasil laut tersebut masih melimpah. Terkadang sampai terbuang atau karena belum sempat diolah hasil laut tersebut sudah tidak *fresh* lagi. Oleh karena itu, perangkat desa Kungkai menyatakan bahwa mereka membutuhkan pengetahuan dan cara mengelola hasil laut agar bisa menjual produk dalam keadaan tidak "mentah", tetapi sudah diolah terlebih dahulu, sehingga produk jadi lebih awet dan tahan lama.

Berdasarkan pemaparan tersebut dapat dikatakan bahwa diperlukan pengetahuan dan keterampilan untuk proses pengelolaan lebih lanjut dari hasil laut yang ada. Hal ini tentu saja dapat menciptakan sumber daya pendapatan melalui mata pencaharian alternatif bagi penduduk desa Kungkai Baru, khususnya keluarga nelayan. Itu artinya kebutuhan mendesak tersebut membutuhkan respon dari berbagai pihak demi terkelolanya secara baik sumber daya laut yang ada sehingga pemanfaatannya dapat dilakukan secara maksimal untuk kelangsungan hidup rumah tangga nelayan dengan tetap menjaga kelestariannya. Studi yang dilakukan oleh Illo dan Polo (Kusnadi, 2009 : 107) menyimpulkan bahwa rumah tangga nelayan akan menghadapi kesulitan-kesulitan kehidupan jika hanya bertumpu pada aktivitas dari melaut, karena sumber daya perikanan terus mengalami penipisan. Menurutnya, untuk bisa bertahan dan meningkatkan pendapatan ekonomi rumah tangga, rumah tangga nelayan harus

mengembangkan strategi-strategi ekonomi yang beragam diluar sektor penangkapan, seperti berdagang, bertani, dan beternak.

Dalam kaitannya dengan penciptaan mata pencaharian alternatif bagi rumah tangga nelayan, khususnya perempuan pesisir, ada tiga hal yang perlu diperhatikan. *Pertama*, jenis-jenis mata pencaharian alternatif yang akan dikelola perempuan pesisir sangat bergantung pada struktur dan potensi sumber daya ekonomi lokal, baik yang tersedia di kawasan pesisir, maupun dengan mendayagunakan potensi sumber daya laut. *Kedua*, penentuan atas jenis usaha sebagai mata pencaharian alternatif akan berpengaruh terhadap teknologi dan peralatan yang dibutuhkan untuk mendukung usaha tersebut. Sebaiknya jenis teknologi dan peralatan yang akan digunakan adalah teknologi tepat guna. *Ketiga*, jaringan pemasaran yang luas dan jauh untuk menjamin keberlanjutan usaha dari mata pencaharian alternatif. Selama ini produk-produk industri kecil-menengah di desa-desa nelayan memiliki jangkauan konsumen dan wilayah pemasaran yang terbatas, maksimal berbasis hanya di tingkat kabupaten terdekat (Kusnadi, 2009 : 109).

Pengembangan mata pencaharian alternatif berbasis teknologi tepat guna dan berkelanjutan sebagai pelengkap usaha penangkapan, merupakan tuntutan dan kebutuhan yang harus dilakukan, khususnya untuk masyarakat pesisir di desa-desa yang miskin dan terpencil. Pemanfaatan teknologi dan peralatan tepat guna dalam pengembangan mata pencaharian alternatif merupakan sarana untuk menunjang optimalisasi aktivitas usaha dan menjamin agar peluang kerja di kawasan pesisir tetap tersedia bagi mereka yang membutuhkan. Struktur sosial dan ekonomi desa-desa pesisir memberi ruang yang luas bagi perempuan pesisir untuk mengembangkan mata pencaharian alternatif.

Guna mewujudkan harapan tersebut, maka Tim PPM Sosiologi Universitas Bengkulu merencanakan untuk melaksanakan kegiatan PPM di Desa Kungkai Baru. Kegiatan PPM yang akan dilaksanakan berupa pelatihan keterampilan bagi penduduk desa, khususnya ibu-ibu untuk mengelola makanan berbahan dasar utama hasil laut yaitu udang dan Ikan dengan produk berupa kerupuk, nugget dan siomay yang berbahan dasara utama udang dan ikan. Selain memberikan pengetahuan dan keterampilan mengolah makanan berbahan dasar sumber daya laut, tim PPM Sosiologi UNIB juga akan mengenalkan khalayak tentang pentingnya pengemasan bagi produk. Harapannya produk yang dihasilkan nantinya dapat dijual secara massal dan bernilai ekonomi tinggi.

Metode Pelaksanaan

Sasaran kegiatan pengabdian pada masyarakat ini adalah 15 orang ibu-ibu penduduk desa Kungkai Baru, dengan usia produktif yang bekerja mengurus rumah tangga serta diutamakan mata pencaharian suaminya adalah nelayan. Tujuan, target dan luaran yang ingin dicapai dalam kegiatan pengabdian pada masyarakat tentang Upaya Peningkatan Pendapatan Keluarga Nelayan Melalui Pengolahan Pangan Berbahan Hasil Laut Di Desa Kungkai Baru Kecamatan Air Periukan Kabupaten Seluma Provinsi Bengkulu, dilakukan melalui metode *workshop* dengan cara:

1. Melakukan FGD (*Focus Grup Discussion*)

FGD dapat didefinisikan sebagai suatu diskusi yang dilakukan secara sistematis dan terarah mengenai suatu isu atau masalah tertentu. Kegiatan FGD ini akan diawali dengan *brainstorming* mengenai kendala dan permasalahan dalam memanfaatkan hasil laut di desa Kungkai Baru. Setelah itu dilakukan dialog secara terarah yang memuat tanya jawab mengenai persoalan yang diulas. Peserta diberikan kesempatan seluas-luasnya untuk menuangkan ide atau gagasannya serta mengajukan pertanyaan guna mendapatkan informasi dan pengetahuan secara mendalam terkait topic yang dibahas dalam kegiatan.

2. Memberikan pelatihan terpimpin dengan pendekatan PRA

Menurut Gaventa partisipasi menjadi elemen penting dalam penyelenggaraan pemerintahan dan pembangunan pada era demokrasi dan pada arena itu diperlukan metode yang efektif untuk menumbuhkan partisipasi masyarakat yang tinggi (dalam Hidayana, dkk : 2019). Dalam agenda pembangunan desa, salah satu metode itu adalah PRA (*participatory rural appraisal*). Lestari & Sururi menjelaskan bahwa Pendekatan *participatory rural appraisal* (PRA) merupakan pendekatan yang mengedepankan hasil perumusan secara bersama sesuai kebutuhan dalam menyelenggarakan program pemberdayaan perempuan. Lebih lanjut Ali dan Sri menyebutkan bahwa pendekatan PRA digunakan untuk meningkatkan pemberdayaan masyarakat dan menjadi tujuan dalam perubahan sosial, ekonomi, dan kesejahteraan (dalam Ridwan, dkk, 2019). Pada kegiatan pelatihan ini jelas melibatkan partisipasi peserta yang mana peserta ikut mendemonstrasikan apa yang disampaikan oleh nara sumber. Selain itu partisipasi peserta juga dilibatkan dalam kegiatan pengkajian potensi hasil laut dan menemukan pemasalahannya, sehingga masyarakat juga ikut mengambil peran dalam membuat penilaian, menganalisa dan mengevaluasi tentang kegiatan yang telah dilaksanakan. Praktik pengolahan pangan dengan pemberian contoh melalui demo oleh narasumber merupakan bagian dari cara ini.

3. Melakukan pendampingan

Pendampingan dilakukan pasca pemberian informasi dan pengetahuan terkait pengolahan pangan berbahan hasil laut kepada peserta. Tujuan dari kegiatan pendampingan adalah untuk mempraktikkan informasi dan pengetahuan yang telah didapatkan.

Hasil Kegiatan dan Pembahasan

Kegiatan pengabdian telah selesai dilaksanakan. Kegiatan inti dilaksanakan dalam tiga kali pertemuan. Pada pertemuan pertama merupakan pertemuan dalam rangka melakukan diskusi (FGD) dengan terlebih dahulu memberikan materi yang bertema kewirausahaan. Materi pada pertemuan pertama ini disampaikan oleh Diyas Widiyarti, S.Sos., M.A. Dalam materi ini disampaikan tentang inisiasi tim PPM mengajak warga Desa Kungkai untuk menciptakan usaha mandiri seperti *home industry* sehingga nantinya dapat menyerap tenaga kerja.

Pada intinya materi ini difokuskan untuk dapat mengarahkan peserta kegiatan agar memahami tentang keinginan, kebutuhan, sumber daya, penentuan pilihan dan pengambilan keputusan, kegiatan atau pekerjaan ekonomi dan tujuan ekonomi. Harapannya mereka nanti memahami dan bisa memanfaatkan kegiatan keterampilan yang akan disampaikan dalam kegiatan yang diselenggarakan oleh TIM Pengabdian Masyarakat ini.

Lalu dilanjutkan dengan pemberian materi oleh Ika Pasca Himawati, S.Pd, M.A mengenai "Pentingnya *Branding* dan Pengemasan". Beliau menjelaskan mengenai apa itu *Brand*, apa itu pengemasan dan tujuannya, mengapa *branding* itu penting dan contoh-contoh *brand*. Kemudian

dilanjutkan oleh pemateri ke-3, yaitu Heni Nopianti, S.Sos., M.Si yang mengenalkan tentang aneka ragam hasil laut dan produk yang dapat dihasilkannya. Ia menjelaskan jenis –jenis hasil laut yang dapat diolah untuk menjadi makanan yang tidak saja bernilai gizi tinggi dan bernilai jual tinggi. Kali ini ia menyampaikan trik-trik bagaimana cara membuat aneka hasil laut hingga menjadi produk pangan yang digemari.



Gambar 1. Narasumber sedang Menyampaikan Materinya

Dalam pertemuan kedua, fokus pada praktik membuat olahan berbahan dasar hasil laut seperti siomay, *nugget* dan kerupuk. Membuat siomay udang/ikan bahan yang diperlukan adalah : Kulit lumpia, Udang, Ayam, Merica bubuk, Garam, Telur, Gula, Tepung Tapioka, Daun Seledri, Labu Siam, Bawang Merah dan Putih, Royko (jika suka). Cara membuat Siomay Udang :

1. Blender udang dan ayam, telur, bawang putih, garam, lada dan gula
2. Lalu masukkan hasil udang/ikan yang sudah diblender tadi kedalam wadah yang sudah diisi tepung. Aduk rata adonan menggunakan sendok.
3. Masukkan labu siam yang sudah diparut serta daun seledri.
4. Siapkan kulit pembungkus, masukkan adonan udang dan tepung kedalam kulit. Bentuk sesuai selera. Sambil mencetak siomay, panaskan kukusan.
5. Setelah kukusan panas, masukkan siomay tadi, lalu kukus hingga matang (+/- 30 menit).



Gambar 2. Bahan-Bahan Membuat Siomay Udang



Gambar 3. Tim pengabdian demo membuat siomay udang

Rangkaian kegiatan selanjutnya adalah praktik atau demo membuat produk yang kedua ialah *nugget udang/ikan*. Dalam membuat *nugget udang* bahan-bahan yang diperlukan adalah: Udang, Tepung Panir, Roti Tawar, Tepung Terigu, Tepung Tapioka, Wortel, Daun Bawang, Telur, Merica bubuk, Gula, Garam, Bawang Merah dan Putih, Royko (jika suka). Cara Membuat Nugget Udang :

1. Blender roti tawar
2. Blender udang/ikan, telur, bawang putih, bawang merah, garam, lada dan gula
3. Masukkan udang/ikan dan bumbu yang sudah diblender tadi kedalam wadah, lalu tambahkan roti yang juga sudah diblender, aduk rata.

4. Tambahkan tepung tapioka dan tepung terigu. Aduk lagi hingga rata menggunakan sendok.
5. Terakhir masukkan daun bawang iris dan wortel yg telah diparut.
6. Kemudian pindahkan adonan tersebut kedalam loyang yang sudah dialasi aluminium foil atau kertas minyak.
7. Lalu kukus hingga matang (+/- 30 menit).
8. Setelah matang, diinginkan. Kemudian dipotong-potong
9. Siapkan telur ayam dan tepung panir untuk memanis nugget yang sudah dipotong-potong tadi, setelah itu digoreng hingga matang kecoklatan.



Gambar 4. Bahan dan Cara Membuat Nugget Udang

Produk olahan ketiga ialah kerupuk udang/ikan bahan-bahan yang diperlukan adalah: Udang, Tepung Sagu, Bawang Merah, Bawang Putih, Terasi, Gula, Garam. Cara Membuat Kerupuk Udang/ikan :

1. Blender Udang/ikan, bawang merah, bawang putih, gula dan garam
2. Hancurkan terasi dengan air
3. Lalu campurkan udang/ikan dan bumbu yang sudah diblender tadi dalam wadah yang besar.
4. Masukkan tepung sagu, lalu adon merata.
5. Kemudian bentuklah adonan tersebut seperti lenjeran-lenjeran pempek
6. Kemudian direbus didalam air mendidih hingga matang
7. Setelah matang, tiriskan. Diamkan hingga lenjeran-lenjeran tersebut mengeras dan dapat diiris-iris. Biasanya butuh waktu selama 2 hari untuk menunggu lenjeran tersebut keras.
8. Setelah lenjeran keras, lalu diiris tipis-tipis kemudian dijemur hingga kering. Butuh waktu tiga hari menunggu kerupuk tersebut kering (jika cuaca bagus)
- 9.



Gambar 5. Proses Pembuatan Kerupuk Udang/Ikan

Kegiatan ketiga ialah evaluasi hasil kegiatan kepada kelompok. Pada pertemuan ketiga ini peserta pelatihan mempraktikkan langsung dalam kelompok untuk pembuatan produk siomay, *nugget*, dan kerupuk. Kegiatan evaluasi dari Tim PPM Jurusan Sosiologi Universitas Bengkulu untuk melihat praktik peserta pelatihan yang telah mengikuti kegiatan pada dua pertemuan sebelumnya, apakah sudah seperti yang telah disampaikan oleh tim PPM sebelumnya.



Gambar 6. Peserta Pelatihan sedang Praktik Membuat Siomay, Kerupuk dan Nugget

Diakhir kegiatan tim pengabdian memberikan hibah alat penapis minyak sebagai kelengkapan atau penunjang yang dapat dimanfaatkan oleh kelompok ibu-ibu nelayan dalam mengelola produk berbahan dasar hasil laut.



Gambar 7. TIM PPM memberikan alat penapis minyak kepada Desa Kungkai Baru

Berdasarkan hasil pengamatan dan evaluasi terhadap aktivitas peserta pengabdian selama berlangsungnya kegiatan, maka dapat disimpulkan bahwa peserta sangat berminat untuk mengembangkan usaha pembuatan pangan berbahan hasil laut. Menurut Agustini dan Swastawati (2003) pemanfaatan hasil perikanan melalui penganeka-ragaman produk-produk *value added* memiliki prospek yang bagus di masa mendatang dan dapat mendukung suksesnya

Program Ketahanan Pangan Nasional bila disertai dengan kerjasama yang baik antarlembaga terkait.

Pengembangan olahan pangan berbahan dasar hasil laut dapat dijadikan pangan lokal dan dipandang strategis dalam menunjang ketahanan pangan, terutama berkaitan dengan aspek promosi, ketersediaan pangan yang beragam, penanggulangan masalah gizi dan pemberdayaan ekonomi masyarakat (penciptaan dan pengembangan usaha ekonomi produktif). Jika disisi hilir (pengolahan dan pemasaran) produktif, maka akan mendorong pula produktivitas di sektor hulu, sehingga ketahanan pangan yang tercermin dari terpenuhinya pangan bagi rumah tangga, tersedianya pangan yang cukup, baik jumlah maupun mutu, aman, merata, dan terjangkau dapat terwujud (Marsigit, 2010).

Oleh karena itu pengembangan usaha ini dapat dilakukan dengan adanya dukungan dan tuntunan dari berbagai pihak. Peserta pelatihan nantinya memerlukan pendampingan dan pembinaan lanjutan agar produk yang dihasilkan dapat bernilai jual dan bergizi tinggi. Pembinaan diperlukan mulai dari pemilihan bahan baku yang baik, pengolahan yang higienis dan pengemasan produk yang menarik. Pengembangan usaha dapat dilakukan secara mandiri atau berkelompok. Menurut sekretaris desa Kungkai Baru, kegiatan pengolahan berbahan hasil laut ini akan dilanjutkan sebagai salah satu usaha BUMDES Kungkai Baru dengan melibatkan ibu-ibu peserta pelatihan. Kemudian hasil produksi akan dijual ke masyarakat disekitarnya. Harapannya kegiatan produksi ini benar-benar akan memberikan kontribusi bagi rumah tangga yang ada di desa tersebut.

Simpulan dan Saran

Kesimpulan yang dapat kami sampaikan adalah sebagai berikut:

1. Kegiatan yang telah dilaksanakan adalah pelatihan pengolahan pangan berbahan dasar hasil laut, penyuluhan tentang kewirausahaan, pentingnya *branding*, produksi pangan, dan hibah alat penapis minyak.
2. Peserta pelatihan sangat partisipatif dan antusias dalam mengikuti rangkaian kegiatan yang telah dilaksanakan oleh tim pelaksana pengabdian.
3. Peserta telah mampu menghasilkan produk pangan berbahan hasil laut.

Berdasarkan kesimpulan di atas, tim pelaksana pengabdian dapat menyampaikan saran berikut:

1. Tim pengabdian diharapkan dapat melanjutkan kegiatan serupa dengan jenis keterampilan yang lebih variatif.
2. Tim pengabdian diharapkan dapat memberikan pengetahuan lanjutan mengenai *branding* dan pemasaran dari produk yang sudah dihasilkan oleh peserta pelatihan.

Ucapan Terima Kasih

Tim pengabdian masyarakat mengucapkan terima kasih kepada Dekan FISIP Universitas Bengkulu yang telah memfasilitasi sehingga kegiatan pengabdian ini dapat terselenggara.

Daftar Pustaka

- Agustini, T.W. dan F. Swastawati. (2003). *Pemanfaatan Hasil Perikanan sebagai Produk Bernilai Tambah (Value-Added) dalam Upaya Penganekaragaman Pangan*. Jurnal Teknologi dan Industri Pangan IV (1): 74-81
- Hudayana, Bambang, dkk. (2019). Participatory Rural Appraisal (PRA) untuk Pengembangan Desa Wisata di Pedukuhan Pucung, Desa Wukirsari, Bantul. Jurnal Bakti Budaya Vol.2 No.2 : 99-112
- Kusnadi. (2006). *Perempuan Pesisir*. Yogyakarta : LKiS Yogyakarta
- Kusnadi. (2009). *Keberdayaan Nelayan dan Dinamika Ekonomi Pesisir*. Yogyakarta : Ar-Ruzz Media
- Marsigit, W. 2010. Pengembangan Diversifikasi Produk Pangan Olahan Lokal Bengkulu untuk Menunjang Ketahanan Pangan Berkelanjutan. AGRITECH, Vol. 30, No. 4, November 2010: 256-264
- Ridwan, Ihwan , Asdar Dollo, dan A. Andriyan. (2019). *Implementasi Pendekatan Participatory Rural Appraisal Pada Program Pelatihan*. Journal of Nonformal Education and Community Empowerment Volume 3 (2) Desember 2019 : 88-94 <https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/jnfc/article/view/34913/15038>

Implementasi Konsep Gastrodiplomasi Thailand Sebagai *Branding Tool* Pariwisata dalam Upaya Peningkatan Arus Wisatawan di Provinsi Nusa Tenggara Barat

Lalu Putrawandi Karjaya¹, Ahmad Mubarak Munir,² Alfian Hidayat³

^{1,2,3}Ilmu Hubungan Internasional Universitas Mataram

Email : putrawandi@unram.ac.id

ABSTRAK

Penciptaan “merek” Negara adalah model umum bagi negara-negara untuk memperbaiki citranya dalam rangka memperkenalkan diri mereka kepada dunia, dengan membuat konsep khusus –melalui kekuatan kata-kata serta visual atau hanya melalui konstruksi ide dan konsep– yang akan diterima oleh negara lain. Hasil dari representasi ini bertujuan untuk mendapatkan pengakuan nama dan penghormatan global. Dalam banyak kasus, negara-negara yang disebut branding didanai oleh pemerintahnya melalui serangkaian kampanye branding dengan harapan membawa manfaat positif dan luas bagi negara mereka, seperti ekonomi yang lebih kuat melalui peningkatan perdagangan dan investasi, modal politik yang lebih besar untuk dimanfaatkan dalam negosiasi, atau peningkatan pendapatan negara yang diperoleh dari sektor pariwisata. Oleh sebab itu, guna menunjang visi besar Indonesia akan diplomasi publik –yang diantaranya diplomasi ekonomi dan diplomasi budaya– sebagai arena nation branding melalui wonderful Indonesia, maka konsep gastrodiplomacy muncul sebagai sebuah entitas soft power Indonesia.

Kata Kunci: Nation Branding, Wonderful Indonesia, Gastrodiplomasi, Diplomasi Budaya

Pendahuluan

Nation branding adalah praktik umum bagi negara-negara untuk membangun citranya dalam rangka promosi diri mereka kepada dunia, dengan menciptakan representasi khusus –melalui kata-kata dan gambar visual atau hanya melalui ide dan konsep– yang akan ditangkap oleh negara lain. Hasil dari representasi ini bertujuan untuk mendapatkan pengakuan nama dan penghormatan global. Dalam banyak kasus, negara-negara yang disebut branding didanai oleh pemerintahnya melalui serangkaian kampanye branding dengan harapan membawa manfaat positif dan luas bagi negara mereka, seperti ekonomi yang lebih kuat melalui peningkatan perdagangan dan investasi, modal politik yang lebih besar untuk dimanfaatkan dalam negosiasi, atau peningkatan pendapatan negara yang diperoleh dari sektor pariwisata.

Ide di balik branding nasional melibatkan lebih dari sekadar pengakuan atas aspek unik dari budaya atau masyarakat suatu bangsa, meskipun kualitas khas ini tentu dapat dimanfaatkan untuk pembentukan branding bangsa. Sebaliknya, *nation branding* dalam konteks kontemporer menyiratkan upaya bersama di pihak pemerintah dan stakeholder terkait untuk secara efektif dan efisien memanfaatkan, meningkatkan, serta memperbaiki fitur khusus bangsa untuk menaikkan citranya di luar negeri (Wilson, 2013).



Gambar 1. Hexagon Nation Brands(Sumber: google.com)

Jalan utama dan pertama untuk memperbaiki citra bangsa di mata dunia dalam sistem internasional yang terjalin hari ini yakni berdiplomasi. Diplomasi dalam arti multilayernya melambangkan formulasi dan implementasi politik luar negeri, teknik politik luar negeri, negosiasi internasional dan aktivitas profesional. Diplomasi dapat secara sederhana didefinisikan sebagai metode utama di mana politik luar negeri direalisasikan dan sebagai sarana komunikasi normal dalam hubungan internasional. Diplomasi bertanggung jawab untuk mengelola hubungan antara negara-negara dan aktor-aktor lain melalui bantuan saran, desain dan realisasi politik luar negeri, koordinasi dan memastikan kepentingan spesifik dan luas.

Dalam konteks ini, diplomasi publik bisa digunakan sebagai salah satu alat penguatan identitas suatu negara dalam *framework nation branding*. Secara konsep dan prakteknya, diplomasi publik digunakan untuk mengukur, membangun dan mengatur reputasi dari suatu negara dengan menempatkan pentingnya nilai simbol dari suatu produk guna menempatkan negara agar memperkuat karakteristik khas negaranya. Diplomasi publik inilah yang nantinya akan mempengaruhi pola dari *brand strategy, public diplomacy, cultural relations, investment and export promotion, tourism and economic development* dari negara tersebut (Ariance, 2021).

Agenda diplomasi publik bertalian erat dengan *people to people contact* yang dalam bahasan ini dapat dicapai melalui diplomasi ekonomi dan diplomasi budaya dimana keduanya sangat mempengaruhi *nation branding* sebuah negara. Pemerintahan Joko Widodo yang dimulai pada tahun 2015 memperkenalkan diplomasi ekonomi sebagai salah satu prioritas utama dalam kebijakan luar negeri Indonesia. Aspek penting dari diplomasi ekonomi adalah meningkatkan kerjasama perdagangan, pariwisata dan investasi (*Trade, Tourism, Investment*) dengan akronim TTI (Mulachela, 2017). Aspek *tourism* ditonjolkan dengan proyeksi meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan mancanegara menjadi 20 juta orang pada tahun 2019 (Sabarudin, 2021). Jumlah kunjungan wisatawan mancanegara sebanding dengan upaya kegiatan promosi internasional yang dijalankan oleh pemerintah Indonesia untuk menarik minat kunjungan ke Indonesia.

Bagian cukup krusial lainnya dari diplomasi publik ialah diplomasi budaya yang dimaknai sebagai kontak langsung dan berkelanjutan antar-masyarakat dari negara yang berbeda yang ditujukan untuk membangun kepercayaan serta pemahaman internasional yang lebih baik dimana relasi antar-pemerintah dapat terlaksana. Ia juga bisa diibaratkan sebagai sebuah

kumpulan dari *national policy designed to support the export of representative sample of that nation's culture in order to further the objectives of foreign policy*. Agen-agen dari diplomasi budaya ini melibatkan aktor negara dan aktor non-negara seperti organisasi-organisasi privat, akademisi, philanthropists, missionaries dan pelaku seni dalam melakukan misi-misi kebudayaan (Hermawan, 2014). Keberagaman aktor-aktor dalam diplomasi publik ini juga ada di negara dengan heterogenitas yang kompleks, yakni Indonesia.

Negara kepulauan terbesar dengan pelbagai suku, etnis, ras yang mendiami wilayah ini tentunya memiliki sebuah kesempatan yang besar dalam mempromosikan budayanya melalui kampanye *Wonderful Indonesia*. *Wonderful* atau *Pesona Indonesia* adalah janji pariwisata Indonesia kepada dunia. Kata “*Wonderful*” atau “*Pesona*” mengandung janji bahwa Indonesia kaya dengan ketakjuban, dari segi manusia maupun alamnya, yang mengusik kalbu dan menjanjikan pengalaman baru yang menyenangkan. Indonesia percaya bahwa dunia akan menjadi tempat yang lebih baik ketika semua orang memiliki kesempatan untuk menikmati “*World of Wonderful*” (kemenpar.go.id., 2021).

Wonderful Indonesia atau *Pesona Indonesia* menjadi *nation branding* Indonesia untuk membumikan pelbagai destinasi wisata imbas berlimpahnya SDA (Sumber Daya Alam) yang terus direstorasi sistem pengelolaannya agar “10 Bali baru” (Adiakurnia, 2018) yang telah ditetapkan oleh pemerintahan era Joko Widodo dapat dijamah secara berkelanjutan oleh para wisatawan. Salah satu dari 10 Bali baru yang diluncurkan oleh pemerintahan Kabinet Kerja ini ialah Provinsi Nusa Tenggara Barat yang terletak disebelah timur Provinsi Bali. Provinsi yang terdiri atas Pulau Lombok dan Sumbawa serta gugusan pulau kecil atau biasa dikenal dengan gili menyajikan ragam budaya dan alam yang asri.

Oleh sebab itu, guna menunjang visi besar Indonesia akan diplomasi publik –yang diantaranya diplomasi ekonomi dan diplomasi budaya– sebagai arena *nation branding* melalui *wonderful Indonesia*, maka konsep *gastrodiplomacy* muncul sebagai sebuah entitas *soft power* Indonesia. Konsep ini beririsan langsung dengan konsep diplomasi ekonomi serta menyentuh aspek diplomasi publik, komersil dan terutama budaya. Konsep yang diinisiasi pertama kali oleh Thailand pada tahun 2002 ini bertujuan untuk merekonstruksi masyarakat dunia yang mengenal Thailand sebagai “negara industri seks” (Gassani, 2021). Keberhasilan Thailand kemudian diikuti oleh beberapa negara seperti Korea Selatan, Jepang, Malaysia, dan Peru.

Indonesia sebagai negara *middle powers* sudah sepatutnya melakukan *gastrodiplomacy* sebagai *platform* kekinian untuk mempromosikan kulinernya sebagai daya tarik agar masyarakat internasional mengenal Indonesia (Rahman, 2018) dan berimbas pada meroketnya jumlah kunjungan wisatawan mancanegara di 10 Bali baru sesuai harapannya. Dalam kaitannya dengan *gastrodiplomacy*, kuliner khas Nusantara yang beragam salah satunya juga datang dari Provinsi Nusa Tenggara Barat (NTB) yang terkenal akan *spicy food*-nya hingga aneka makanan manis lainnya. Sehingga, jika orang ingin datang ke Pulau Lombok dan Sumbawa maka tidak akan melewatkan kepedasan ayam taliwang, keunikan peleceng kangkung, nasi puyung, sate Rembiga, sate Tanjung hingga madu hutan Sumbawa.

Oleh karena itu, dalam pengabdian kali ini akan membahas mengenai bagaimana penerapan konsep Gastro Diplomasi layaknya di Thailand, untuk diimplementasikan di Nusa Tenggara Barat (NTB) guna meningkatkan arus wisatawan di NTB.

Permasalahan Mitra, Solusi, Target Luaran

Dengan mempelajari analisis situasi dan pentingnya *Workshop* Model Gastro diplomasi Thailand Sebagai *Branding Tool* Pariwisata Untuk meningkatkan kunjungan Wisatawan di Provinsi Nusa Tenggara Barat, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Perlunya peningkatan kesadaran generasi muda akan pentingnya pemahaman mengenai konsep wisata gastronomi dan dilomasi berbasis kearifan lokal terutama yang berkaitan dengan pembangunan pariwisata di Indonesia khususnya di daerah.
2. Perlunya penyuluhan dan pelatihan untuk lebih memahami dinamika pariwisata internasional untuk meningkatkan arus kunjungan wisata.

Pemerintah sebenarnya sudah mampu untuk memformulasikan kebijakan-kebijakan terkait dengan pariwisata yang berkelanjutan. Hanya saja menjadi permasalahan adalah bagaimana meng-sinkronisasi-kan antara idealisme pemerintah dengan masyarakat terutama para pelaku ekonomi di bidang pariwisata.

Berangkat dari kesadaran bahwa para generasi muda khususnya di daerah yang memiliki potensi pariwisata sebagai generasi yang akan menentukan arah kebijakan pembangunan nasional di masa depan sudah selayaknya untuk turut berkontribusi dalam upaya melaksanakan perubahan baik dalam tataran paradigma maupun implementasi. Adanya kontribusi dari generasi muda ini tentu akan menjadi pintu masuk perubahan *mindset* pengembangan pariwisata Indonesia. Oleh sebab itu, banyak agenda-agenda yang dapat diupayakan oleh kalangan generasi muda untuk dapat merealisasikan konsep pariwisata berbasis gastronomi dengan model gastrodiplomasi..

Salah satu kegiatan yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kesadaran generasi muda terhadap pentingnya pengetahuan mengenai gastrodiplomasi dan potensi pariwisata NTB adalah melalui seminar atau *workshop*. Sebab, masih sedikit sekali informasi di dalam tataran generasi muda NTB yang mengetahui bagaimana sektor pariwisata dapat memberikan sumbangsih yang cukup besar bagi Negara dan daerah.

Target luaran dari Pengabdian Kepada Masyarakat ini adalah:

1. Meningkatkan kesadaran generasi muda akan pentingnya pemahaman mengenai dinamika model pariwisata yang implikasinya kepada pembangunan pariwisata di Indonesia khususnya di daerah untuk meningkatkan investasi..
2. Meningkatkan kesadaran untuk lebih memahami dampak-dampak dari dinamika perkembangan pariwisata nasional dan daerah khususnya antisipasi mengenai dampak negatif yang akan timbul.

Metode Pelaksanaan

Metode yang digunakan dalam *Workshop* Model Gastro diplomasi Thailand Sebagai *Branding Tool* Pariwisata Untuk meningkatkan kunjungan Wisatawan di Provinsi Nusa Tenggara Barat adalah *Focus Group Discussion* (FGD).

Sasaran dari Program Pengabdian Pada Masyarakat ini adalah Warga desa di Kabupaten Lombok Tengah seiring dengan banyaknya investasi di kabupaten ini terutama di Desa Prai Meke, Kecamatan Praya Tengah, Kabupaten Lombok Tengah. Dalam implementasinya program

Pengabdian pada Masyarakat ini berupa *Workshop* Model Gastro diplomasi Thailand Sebagai *Branding Tool* Pariwisata Untuk meningkatkan kunjungan Wisatawan di Provinsi Nusa Tenggara Barat. Melalui kegiatan ini diharapkan masyarakat khususnya generasi muda dapat meningkatkan kesadaran akan pentingnya pemahaman mengenai dinamika model gastrodiplomasi dalam pemasaran pariwisata di Indonesia serta lebih memahami dampak-dampak yang akan timbul sebagai konsekuensi dari dinamika pariwisata yang ada dan mampu mengantisipasi dampak negatif yang timbul.

Program Pengabdian pada Masyarakat ini dilaksanakan di Desa Prai meke, Kecamatan Praya Tengah, Kabupaten Lombok Tengah. Peserta yang mengikuti kegiatan tersebut sebanyak 40 orang yang merupakan warga desa prai meke.

Hasil Kegiatan

Bentuk dari Program Pengabdian Masyarakat ini adalah *Workshop* Pariwisata yang dilaksanakan di Desa Prai Meke Kecamatan Praya Tengah Kabupaten Lombok Tengah. Dari hasil pengamatan dan evaluasi oleh tim pelaksana terhadap pelaksanaan penyuluhan Pariwisata yang dilaksanakan di desa tersebut dapat dikemukakan beberapa hal sebagai berikut:

Penyuluhan

Pelaksanaan kegiatan *Workshop* Model Gastro diplomasi Thailand Sebagai *Branding Tool* Pariwisata Untuk meningkatkan kunjungan Wisatawan di Provinsi Nusa Tenggara Barat dapat dikatakan cukup berhasil. Pada tahap awal tim pelaksana melakukan penjajakan ke beberapa desa di Kabupaten Lombok Tengah. Hasilnya, Desa Prai Meke memberikan respons positif kepada tim pelaksana. Mereka bersedia menjadikan desanya sebagai tempat pelaksanaan *Workshop gastrodiplomasi*. Selain itu, pihak Desa Prai Meke juga akan menyiapkan warga mereka untuk menjadi peserta.

Respons positif itu pun ditindaklanjuti dengan pembicaraan yang lebih teknis. Tim pelaksana dan pihak desa menyepakati beberapa hal. Kedua belah pihak menyepakati waktu pelaksanaan *Workshop* pariwisata yaitu pada bulan oktober-november 2021. Setelah sepakat soal waktu, kedua belah pihak pun membagi tugas. Pihak Desa Prai Meke bertugas menyiapkan ruangan serta kelengkapannya dan menyiapkan pemuda-pemudinya yang berminat jadi peserta sedangkan tim pelaksana menyiapkan pemateri, moderator, materi *Workshop*, spanduk, dan komsumsi. Pihak Desa Prai Meke pun juga menyodorkan surat perjanjian kerjasama kepada Ketua Prodi Ilmu Hubungan Internasional Universitas Mataram yang kemudian disetujui dan ditandatangani oleh kedua belah pihak

Pelaksanaan *Workshop* mengenai gastrodiplomasi di Desa Prai Meke sesuai jadwal yang disepakati yaitu pada minggu kedua di bulan oktober sampai dengan minggu kedua di bulan november berjalan lancar dan menarik. Sebanyak 40 Pemuda-pemudi ikut menjadi peserta di setiap minggunya. Bertindak sebagai pembicara atau pembawa materi pada pelatihan di Desa Prai Meke adalah Khairur Rizki, S.IP, M.A dan dimoderatori oleh Lalu Puttrawandi Karjaya, S.IP, M.A. Sesi pelatihan dibagi menjadi tiga sesi secara singkat yaitu sesi pengenalan konsep gastronomi pariwisata dengan model gastrodiplomasi oleh pemateri dan tanya jawab,

pengimplementasian konsep gastrodiplomasi Thailand di NTB serta penjelasan mengenai kunjungan wisatawan, dan evaluasi hasil presentasi.

Keempat puluh pemuda-pemudi terlihat antusias mengikuti *Workshop*. Hal ini terlihat proses seluruh sesi *Workshop*. Di sesi pengenalan konsep gastronomi pariwisata, peserta menyimak dengan seksama penjelasan pemateri dan saat diberikan kesempatan bertanya. Mereka berlomba mengacungkan tangan untuk bertanya. Begitu pun saat mereka ditugaskan untuk mencari pola-pola bentuk implementasi pariwisata berbasis gastronomi di NTB beserta dampaknya. Para peserta dengan sigap membagi kelompok sesuai dengan kelompoknya masing-masing dan melakukan diskusi dengan antusias mengenai tema yang telah diberikan oleh tim. Di sesi evaluasi, peserta pun terlihat aktif memberikan tanggapan, masukan, hingga kritikan terhadap hasil diskusi teman-temannya yang lain.

Evaluasi

Setelah dilaksanakan *Workshop* di Desa Prai Meke, kecamatan Praya Tengah, Lombok Tengah yang dilaksanakan di bulan oktober-november 2021, beberapa capaian atau hasil dari pelaksanaan kegiatan pelatihan terorisme dapat diketahui diantaranya;

1. Semua 40 pemuda-pemudi yang mengikuti *Workshop* gastrodiplomasi ini memang tertarik untuk mengetahui dan mengenal lebih dalam tentang model pariwisata berbasis gastronomi.
2. Para pemuda-pemudi tersebut sangat antusias mengikuti *Workshop* gastrodiplomasi yang diselenggarakan oleh tim dari Prodi Ilmu Hubungan internasional Universitas Mataram.
3. Mereka telah memperoleh pengetahuan tentang industri pariwisata terutama konsep dan pola implementasi pariwisata berbasis gastronomi dengan model gastrodiplomasi untuk meningkatkan arus kunjungan wisata di NTB.
4. Tidak hanya sebatas mengetahui tetapi mereka pun sudah mampu melakukan identifikasi terhadap pola-pola pariwisata berbasis gastronomi dan bagaimana pola-pola tersebut menciptakan peningkatan arus kunjungan wisata di NTB, walaupun kualitas logikanya masih perlu ditingkatkan lagi hingga bisa menjadi bekal buat mereka untuk menghadapi dinamika pariwisata internasional.
5. Pihak Desa Prai Meke merespons secara positif Program Pengabdian Masyarakat yang diselenggarakan oleh tim Prodi Hubungan Internasional Universitas Mataram dan mengharapkan kegiatan serupa bisa dilaksanakan kembali di desanya.

Kesimpulan dan Saran

Singkat kata, kegiatan ini memberikan kontribusi bagi pengembangan pengetahuan dan wawasan terkait dengan pemahaman konsep baru pariwisata dan pola-pola implementasi konsep gastrodiplomasi di NTB yang secara langsung berimplikasi terhadap peningkatan arus kunjungan wisata yang mengiringi isu terkini mengenai pariwisata internasional kepada para pemuda-pemudi Desa Prai Meke. Pihak Desa Prai Meke telah merasakan manfaat langsung pelaksanaan program pengembangan pengabdian pada masyarakat dari Prodi Ilmu hubungan internasional Universitas Mataram.

Daftar Pustaka

- Ariance, AH. 'Bentuk Diplomas Publik Malaysia Terhadap Indonesia Melalui Animasi Upin & Ipin', 2017. <http://scholar.unand.ac.id/28579/2/Pendahuluan.pdf>
Diunduh dalam <http://scholar.unand.ac.id/28579/2/Pendahuluan.pdf>, diakses pada 3 januari 2021.
- Azizah. N., dkk., 'Final Report "Pembentukan Forum Kerjasama Ekonomi Indonesia-Afrika" Kerjasama BPPK Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia dan Program Studi Ilmu Hubungan Internasional Universitas Muhammadiyah Yogyakarta,' *Studylibid* (daring), 2016, <<http://studylibid.com/doc/732474/final-report--umy-repository---universitas-muhamma-diyah>>, diakses pada 21 januari 2021.
- Baskoro. R.M., 'Konseptualisasi dalam Gastrodiplomacy: Sebuah Diskusi Kontemporer dalam Hubungan Internasional,' *Jurnal INSIGNIA* Vol 4, No 2, November 2017.
- Hermawan Y.P., IndraswariR., 'Diplomasi Budaya di Kawasan Asia Tenggara', 2014, diunduh dalam <https://media.neliti.com/media/publications/12677-ID-diplomasi-budaya-di-kawasan-asia-tenggara.pdf>, diakses pada 4 januari 2021.
- Immawati, NA. Chapter II: Gastrodiplomacy in Brief, 'The Thailand's Gastrodiplomacy As A Strategy To Develop National Branding 2002', 2017, <http://repository.umy.ac.id/bitstream/handle/123456789/17182/6.%20BAB%20II.pdf?sequence=6&isAllowed=y>, diakses pada 5 januari 2021.
- Nurwitasari. A., 'Pengaruh Wisata Gastronomi Makanan Tradisional Sunda Terhadap Keputusan Wisatawan Berkunjung Ke Kota Bandung,' *Barista*, Vol. 2, No. 1, Juli 2015.
- R.K.R. Gassani, 'Kampanye Diplomas Publik Thailand Studi Kasus: Gastrodiplomacy "Kitchen Of The World"', 2016, diakses pada 3 januari 2021.
- S.S. Sabaruddin, 'Grand Design Diplomas Ekonomi Indonesia: Sebuah Pendekatan Indeks Diplomas Ekonomi,' *Researchgate* (daring), <https://www.researchgate.net/publication/319124535_Grand_Design_Diplomas_Ekonomi_Indonesia_Sebuah_Pendekatan_Indeks_Diplomas_Ekonomi>, diakses pada 21 januari 2021.
- United Nations World Tourism Organization. *UNWTO Global Report – Food Tourism* Vol.4, 2012, www2.unwto.org/publication/unwto-am-report-vol-4-global-report-food-tourism diakses pada 3 januari 2021.
- Wilson. R. 'Cocina Peruana Para El Mundo: Gastrodiplomacy, the Culinary Nation Brand, and the Context of National Exchange': *The Journal of Public Diplomacy*, Volume 2, Iss. 1, Art. 2, 2013, diunduh dalam <https://surface.syr.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1014&context=exchange>, diakses pada 4 januari 2021.
- Zainuri dkk. *Keragaman Pangan Lokal di Pulau Lombok untuk Menunjang Pengembangan Pariwisata*, *Jurnal Agritech*, Vol. 36, No. 2, 2016, <https://media.neliti.com/media/publications/100179-ID-keragaman-pangan-lokal-di-pulau-lombok-u.pdf>
- Zhang. J., *The Foods of the Worlds: Mapping and Comparing Contemporary Gastrodiplomacy Campaigns*, *International Journal of Communication* 9(2015), 568–591, diunduh dalam <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/viewFile/2847/1316>, diakses pada 3 januari 2021.
- Adiakurnia M.I., 'Apa Kabar 10 Destinasi Prioritas Pariwisata "Bali Baru"?' *travel.kompas.com* (daring), 19 Januari 2018, <<https://travel.kompas.com/read/2018/01/19/164355827/apa-kabar-10-destinasi-prioritas-pariwisata-bali-baru>>, diakses pada 4 januari 2021.
- Ahmad I., 'Indonesia Perlu Bangun Landasan Gastronomi Terkait Pariwisata,' 29 Maret 2017, online dalam <http://berita.baca.co.id/9097440?frombaca=1>, diakses pada 10 Januari 2021.
- Anggraini D., 'Postmodernisme dalam Dunia Politik Internasional,' *web.unair.ac.id* (daring), 5 Mei 2013, <http://devi-anggrainifisip12.web.unair.ac.id/artikel_detail-78292TEORI%20HUBUNGAN%20INTERNASIONALPOSTMODERNISME%20DALAM%20DUNIA%20POLITIK%20INTERNASIONAL.html>, diakses pada 29 Januari 2021.
- Dewangga T. A., 'Meningkatkan Branding Negara Melalui "Gastro Diplomacy",' *setkab.go.id* (daring), 29 Agustus 2017, <<http://setkab.go.id/meningkatkan-branding-negara-melalui-gastrodiplomacy/>>, diakses pada 2 Januari 2021.
- Kementerian Luar Negeri RI, 'Gastrodiplomasi: Penjuru Diplomas Ekonomi Indonesia,' *kemlu.go.id* (daring), 6 Oktober 2016, <<https://www.kemlu.go.id/id/berita/beritaperwakilan/Pages/Gastrodiplomacy,-Penjuru-Diplomasi-Ekonomi-Indonesia.aspx>>, diakses pada 6 januari 2021.

- Kemeterian Pariwisata Republik Indonesia, *Wonderful Indonesia Brand Guidelines*, diunduh dalam [http://www.kemenpar.go.id/userfiles/Kemenpar%20%20Wonderful%20Indonesia%20Brand%20Guidelines\(1\).pdf](http://www.kemenpar.go.id/userfiles/Kemenpar%20%20Wonderful%20Indonesia%20Brand%20Guidelines(1).pdf), diakses pada 4 januari 2021.
- Rahman F., 'Apa itu Gastro Diplomacy,' *Geotimes* (daring), 7 Januari 2018, online dalam <<https://geotimes.co.id/opini/apa-itu-gastro-diplomasi/>>, diakses tanggal 15 Januari 2021.
- Thai Select: a Thai Cuisine, 'Thai Biz Restaurant,' (daring), <<https://thailandselect.wordpress.com/thai-biz-restaurant/>>, diakses pada 4 januari 2021.
- Thaifood, 'The Surprising Reason that There Are So Many Thai Restaurants in America,' 30 Maret 2018 (daring), <https://munchies.vice.com/en_us/article/paxadz/the-surprising-reason-that-there-are-so-many-thai-restaurants-in-america>, diakses pada 5 januari 2021.
- <https://ntb.bps.go.id/dynamictable/2017/06/07/155/banyaknya-kunjungan-wisatawan-ke-provinsi-nusa-tenggara-barat-2009---2016.html>, diakses pada 2 januari 2021.

Analisis Perkembangan Industri Ekonomi Kreatif di Kota Bandung

Tedi Gunawan

Kementerian Dalam Negeri, Jakarta

gtedi07@gmail.com

ABSTRAK

Pemerintah Indonesia saat ini sedang gencar menggalakkan ekonomi kreatif sebagai mesin penggerak perekonomian nasional. Berbicara tentang ekonomi kreatif, maka tidak dapat dilepaskan dari Kota Bandung. Kota ini telah mendapat pengakuan internasional sebagai pelopor kota ekonomi kreatif di Indonesia. Bahkan Bandung dinobatkan sebagai salah satu kota paling kreatif di Asia pada tahun 2011, menurut survei yang dilakukan oleh *Channel News Asia* di Singapura. Selanjutnya UNESCO juga menetapkan kota tersebut sebagai kota kreatif dalam bidang desain pada tahun 2015. Dengan berbagai pencapaian tersebut, peneliti tertarik untuk mengkaji bagaimana ekonomi kreatif berkembang di kota Bandung dan faktor apa saja yang menyebabkan kota ini menjadi salah satu sentra industri kreatif di Indonesia. Kajian ini menggunakan metode studi kasus, yang merupakan jenis penelitian kualitatif. Metode studi kasus digunakan oleh peneliti untuk menjawab lebih jauh mengapa dan bagaimana hal ini bisa terjadi. Berdasarkan temuan di lapangan, perkembangan Kota Bandung sebagai kota kreatif terjadi secara bertahap, diawali dengan berdirinya Bandung *Creative City Forum* (BCCF) pada 21 Desember 2008. Selain itu, Kota Bandung memiliki modal sosial yang tinggi. Modal sosial yang tinggi berpotensi untuk merangsang kreativitas penduduk dan berperan dalam kegiatan ekonomi kreatif.

Kata kunci : Ekonomi Kreatif, Modal Sosial, Kota Bandung

ABSTRACT

The Indonesian government is now pushing the creative economy as the country's primary source of revenue. The Bandung City is inextricably linked to the creative economy. This city has been recognized as a leader in Indonesia's creative economy. In addition, according to a poll performed by Channel News Asia in Singapore, Bandung was voted one of Asia's most innovative cities in 2011. Furthermore, UNESCO also designated the city as a creative city in the field of design in 2015. With these accomplishments, the researcher is interested in learning more about how Bandung's creative economy grows and what variables have contributed to the city's status as one of Indonesia's creative industries hotspots. The case study approach, a form of qualitative research, is used in this research. Researchers utilize the case study technique to learn more about why and how this happens. According to the results, Bandung's transformation into a creative city happened gradually, beginning on December 21, 2008, with the establishment of the Bandung Creative City Forum (BCCF). Bandung also has a high level of social capital. Social capital has the ability to boost people's creativity and contribute in creative economic activity.

Keywords: Creative Economy, Social Capital, Bandung City.

Pendahuluan

Dari segi terminologi, ada dua kata utama dari ekonomi kreatif: ekonomi dan kreatif. Kata sifat "kreatif" menunjukkan perilaku yang terus-menerus dicirikan dengan produksi kreasi dalam berbagai bentuk (Daniel, 2020; Pahlevi, 2017). Penemuan manusia, seperti diketahui, tidak dibatasi dalam istilah aktual dan bahkan dapat berbentuk abstraksi. Dorongan manusia untuk selalu berkembang ke arah yang lebih baik memunculkan kapasitas kreatif manusia, membuatnya lebih kuat (kekuatan itu sendiri adalah gambaran dari upaya yang dilakukan setiap saat). Jadi, apa hubungan antara kreativitas dan ekonomi secara keseluruhan? Ekonomi berasal dari Bahasa Yunani, yakni tata tertib (nomos) dalam rumah tangga (oikos), atau segala hal yang menyangkut bagaimana sebuah keluarga dapat eksis melalui segala tindakan atau tata cara yang harus dilakukan agar segala keinginan dalam rumah tangga dapat terwujud, merupakan inti makna dari Bahasa Yunani (Basuki, 2019).

Dari dua definisi di atas, jelas bahwa untuk memenuhi tujuan ekonomi yang telah ditetapkan, penting untuk memiliki sebuah kreasi yang harus diciptakan secara konsisten. Semakin produktif Anda, semakin besar kemampuan ekonomi Anda. Oleh karena itu, pemerintah mendirikan ekonomi berbasis kreativitas ini, yang terus berkembang, karena tentunya akan meningkatkan daya saing dan kedigdayaan negara di masa depan (Irawan, 2015; Venus, Octavianti, El Karimah, & Suprpto Arifin, 2020). Institute For Development Economy and Finance menyebutkan ekonomi kreatif merupakan salah satu metode penumbuhan nilai tambah yang berasal dari eksplorasi kekayaan intelektual berupa kreativitas, keahlian, dan keterampilan manusia menjadi suatu produk yang dapat dijual.

Untuk merangsang perekonomian kreatif, Presiden telah mengarahkan Menteri, Kepala Lembaga Pemerintah Non Departemen, Gubernur, Bupati/Walikota untuk membuat dan melaksanakan Rencana Aksi Pengembangan Ekonomi Kreatif dalam rangka pengembangan ekonomi kreatif (melalui Instruksi Presiden Nomor 6 Tahun 2009 tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif). Dalam Inpres tersebut disebutkan bahwa pengembangan ekonomi kreatif adalah pengembangan kegiatan ekonomi yang berdasarkan kreativitas, ketrampilan, dan bakat individu untuk menciptakan daya kreasi dan daya cipta individu yang bernilai ekonomis dan berpengaruh pada kesejahteraan masyarakat Indonesia.

Berbicara tentang ekonomi kreatif di Indonesia, maka tidak dapat dilepaskan dari Kota Bandung. Kota Bandung merupakan salah satu daerah di Indonesia dengan potensi industri kreatif yang paling besar. Kota ini juga telah mendapatkan pengakuan dunia sebagai motor penggerak ekonomi kreatif Indonesia. Menurut polling yang dilakukan oleh Channel News Asia di Singapura, Bandung terpilih sebagai salah satu kota paling inovatif di Asia pada tahun 2011. Selain itu, pada tahun 2015, UNESCO mengklasifikasikan kota ini sebagai kota kreatif dalam ranah desain. Pertumbuhan ekonomi kreatif di Bandung telah meningkat pesat selama lebih dari satu dekade. Lebih lanjut, potensi dan keterlibatan sektor industri kreatif dalam pertumbuhan perekonomian Bandung sangat signifikan, dengan 400 gerai industri kreatif mampu menyerap sekitar 334.244 orang pada tahun 2019 dan berkontribusi 11% terhadap pertumbuhan ekonomi kota (Rahmi, 2018; Rusiawan et al., 2017). Lebih lanjut, menurut survei Badan Ekonomi Kreatif (Ekraf) 2016 yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik (BPS), terdapat 126.184 pelaku ekonomi kreatif di Bandung yang beroperasi di 16 subsektor ekonomi kreatif.

Berdasarkan uraian di atas, menunjukkan bahwa pembangunan di Kota Bandung sangat tergantung kepada industri ekonomi kreatif. Sebagian besar industri ekonomi kreatif ini merupakan berasal dari karakteristik lokal atau budaya masyarakat sekitar. Dengan memadukan teknologi, beberapa barang dan makanan tradisional seperti kerajinan tangan, boneka, aneka rajutan, serta makanan-makanan ringan dikemas lebih menarik dan secara otomatis nilai jualnya menjadi lebih tinggi berkali lipat sehingga memacu pertumbuhan, tidak hanya pada aspek ekonomi namun juga masyarakat secara lebih umum.

Dengan berbagai pencapaian tersebut, penulis tertarik untuk mengkaji bagaimana ekonomi kreatif berkembang di kota Bandung dan faktor apa saja yang menyebabkan kota ini menjadi salah satu sentra industri kreatif di Indonesia. Dengan menggunakan teori modal sosial sebagai pisau bedah, penulis berusaha untuk menelusuri perkembangan ekonomi kreatif di Bandung. Putnam (Febriani & Saputra, 2018; Purwanto, 2015; Subangkit, Yanti, Kusnadi, & Sonuari, 2020) mendefinisikan modal sosial sebagai kemampuan masyarakat untuk memecahkan masalah publik dalam lingkungan yang demokratis. Ketika ada nilai kepercayaan atau trust antara pemimpin dan masyarakat, maka terciptalah suasana demokratis. Putnam mendefinisikan modal sosial sebagai seperangkat institusi sosial yang memungkinkan koordinasi dan kerjasama yang saling menguntungkan, seperti jaringan, norma, dan kepercayaan sosial.

Menurut Hanifan (Siregar, 2011; Syahra, 2003), modal sosial mengacu pada aset berwujud yang penting dalam kehidupan masyarakat, seperti kemauan, persahabatan, simpati timbal balik, hubungan sosial, dan kerjasama antar individu yang membentuk kelompok sosial. Lebih lanjut, menurut Bourdieu (Asquith, 2019; Huang, 2019; Julien, 2015), modal sosial adalah elemen sosial dengan nilai ekonomi yang dapat dilembagakan. Modal sosial adalah sumber daya nyata atau potensial yang dihubungkan oleh jaringan koneksi kelembagaan jangka panjang berdasarkan saling pengertian dan pengakuan.

Terbentuknya kota kreatif ditopang oleh adanya modal sosial (jaringan norma dan budaya yang dijadikan pedoman hidup antar anggota masyarakat) serta sebagai saluran sumber daya manusia untuk bekerja sama menciptakan lingkungan kota yang kreatif (Prahara & Jamil, 2018). Dalam hal membawa kebersamaan, transfer ide, rasa saling percaya, dan keuntungan bersama di masa depan merupakan faktor penting untuk membentuk ekosistem ekonomi kreatif. Di Indonesia, hal yang sama terjadi ketika ide kota kreatif diterapkan pada Bandung (desain grafis dan visual), Pekalongan, Solo, dan Yogyakarta (seni dan budaya rakyat), semua mengalami fenomena yang sama ketika konsep kota kreatif diperkenalkan, di mana elemen masyarakat, pemerintah, dan swasta bahu-membahu bekerjasama. Kota-kota di atas memiliki populasi yang besar dan modal sosial yang tinggi yang pada akhirnya meningkatkan kemampuan suatu kelompok untuk berinovasi. Modal sosial masyarakat memainkan peran penting dalam penciptaan kegiatan di banyak bidang masyarakat, termasuk seni dan budaya, untuk menjadi komoditas tersebut memiliki nilai ekonomi tinggi.

Metode Pelaksanaan

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif dengan metode studi kasus. Jenis penelitian kualitatif menjadi pilihan karena dalam penelitian kualitatif adanya penekanan pada proses dan makna. Sedangkan dipilihnya metode studi kasus karena studi kasus merupakan

strategi yang lebih cocok untuk menjawab pertanyaan bagaimana dan mengapa hal ini bisa terjadi (Gunawan, 2014). Dengan menggunakan studi kasus, diharapkan penelitian ini mampu memperoleh hasil yang lebih rinci dan detail dari pertanyaan bagaimana perkembangan industri ekonomi kreatif di Kota Bandung.

Lokasi pengumpulan data di Kota Bandung, Provinsi Jawa Barat dari tanggal 18 Juni - 22 Juni 2020. Pengumpulan data primer dan sekunder dilakukan untuk mendapatkan data yang diinginkan dalam kajian ini. Untuk memperoleh data yang diinginkan, kajian ini menggunakan beberapa teknik pengumpulan data sebagai berikut:

1. Observasi, pengumpulan data melalui pengamatan secara langsung di tempat. Menggunakan observasi ini memiliki keuntungan yang memungkinkan peneliti untuk lebih memahami konteks sosial dan dengan demikian memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif tentang fenomena yang sedang diteliti. Jenis observasi ini dilakukan oleh peneliti karena metode wawancara tidak selalu mengungkapkan segala sesuatu yang perlu diketahui.
2. Wawancara, sebelum melakukan wawancara, peneliti berusaha menyusun interview guide (rancangan pertanyaan) agar wawancara tetap pada jalurnya. Untuk penelitian ini digunakan model wawancara mendalam dengan teknik mengajukan pertanyaan umum kepada informan kemudian mengajukan pertanyaan lanjutan, yang digunakan pada penelitian sebelumnya. Sebagai langkah tambahan untuk mempermudah analisis, wawancara dilakukan dengan bantuan alat perekam.
3. Pengumpulan data sekunder dilakukan melalui studi pustaka, berupa telaah terhadap tulisan jurnal, majalah ilmiah, dan hasil-hasil penelitian terkait.

Beberapa narasumber yang ditemui antara lain: Bappeda Kota Bandung, Kabid Perekonomian; Sekda Kota Bandung, Bidang Perekonomian; Dinas Pariwisata, Bidang Ekonomi Kreatif; Dinas Perdagangan, Bidang Industri Kecil dan UMKM.

Mencakup jenis data, kuantitas, dan kualitas data, antara lain:

Data Primer diperoleh melalui wawancara mendalam. Sementara itu, data sekunder diperoleh melalui telaah RPJMD Kota Bandung Tahun 2013-2018 dan 2019-2024, Renstra Bappeda Kota Bandung Tahun 2013-2018 dan 2019-2024, Renja Perubahan Tahun 2019, LAKIP Tahun 2019.

Hasil Kegiatan dan Pembahasan

Kota Bandung dan Arah Pembangunannya

Bandung adalah ibu kota provinsi Jawa Barat. Kota Bandung terletak pada posisi $107^{\circ}36'$ Bujur Timur dan $6^{\circ}55'$ Lintang Selatan. Kota Bandung memiliki luas sekitar 16.729,65 Ha (Wijaya, Permana, & Swanto, 2017). Luas wilayah ini dihitung dengan menggunakan Peraturan Daerah Kota Bandung Tingkat II Nomor 10 Tahun 1989 tentang Perubahan Batas Daerah Tingkat II Kota Bandung sebagai tindak lanjut dari Peraturan Pemerintah Nomor 16 Tahun 1987 tentang Perubahan Batas Wilayah Kota Bandung Daerah Tingkat II Kota Bandung dengan Daerah Tingkat II Kabupaten Bandung (BPS Kota Bandung, 2020).

Kota Bandung sebagai ibu kota Provinsi Jawa Barat memiliki kebijakan pokok dalam penetapan tata ruang sebagai berikut, sebagaimana tertuang dalam Peraturan Daerah Nomor 18 Tahun 2011 tentang Perubahan Atas Peraturan Daerah Kota Bandung Nomor 03 Tahun 2006 tentang Rencana Tata Ruang Wilayah (RTRW) untuk Kota Bandung:

- a. Dua hub utama, City Center Core di Alun-alun untuk wilayah Bandung Barat dan Gedebage untuk wilayah Bandung Timur harus dikembangkan.
- b. Membangun enam Wilayah Pengembangan (WP), dengan masing-masing satu pusat sekunder yang melayani. Pusat sekunder Setrasari, melayani WP Bojonegara; pusat sekunder Sadang Serang, melayani WP Cibeunying; Pusat Sekunder Kopo Kencana, melayani WP Tegalega; Pusat Sekunder Turangga, melayani WP Karees; Pusat Sekunder Arcamanik, melayani WP Ujungberung; dan Pusat Sekunder Margasari melayani WP Gedebage.

Kota Bandung juga ditetapkan sebagai Pusat Kegiatan Nasional (PKN) yang vital yang tertuang dalam RTRW. Dengan jumlah penduduk sebesar 2.507.888 jiwa pada tahun 2019 dan tingkat angkatan kerja sebesar 65,98 persen, berdasarkan lingkungan dan kondisi serta perkembangannya, maka arah RTRW Provinsi Jawa Barat adalah meningkatkan kualitas kota yang unggul dalam iklim kreatif, keseimbangan pertumbuhan ekonomi dan konservasi lingkungan untuk menjamin pembangunan berkelanjutan (Pemkot Bandung, 2018b). Upaya yang dilakukan untuk menyeimbangkan kegiatan di wilayah Kota Bandung dengan mendorong pengembangan Gedebage di bagian timur kota, sehingga Kota Bandung secara keseluruhan memiliki daya dukung lingkungan yang lebih baik dan berkelanjutan. Pengendalian kegiatan di pusat kota dan Bandung Utara merupakan isu penting lainnya yang perlu mendapat perhatian, karena laju pemekaran saat ini tidak berkelanjutan. Inisiatif ini membutuhkan kerjasama dengan Kab. Bandung Barat serta dukungan dari Pemerintah Provinsi Jawa Barat.

Saat ini, Bandung memiliki tujuh pusat industri inovatif, termasuk rajutan Binongjati, kain Cigondewah, denim Cihampelas, dan kaos Suci. Pusat industri tahu dan tempe Cibuntu, dan pusat industri boneka Sukamulya Sukajadi. Karakter spasial Kota Bandung ditentukan oleh persebaran sentra produksi dan penjualan di Cibaduyut dan Suci, serta lokasi penjualan industri kreatif di wilayah Cihampelas, Dago, Riau, dan Surapati (Pemkot Bandung, 2018a). Apalagi, wilayah Cibaduyut, Suci, dan Cihampelas ditetapkan sebagai sentra produksi industri kreatif berdasarkan Perda 18 Tahun 2011. Cihampelas adalah tujuan wisata yang populer. Sementara di Cibaduyut, produksi berpindah ke pemukiman penduduk, sedangkan penjualan berada ke jalan utama. Pembuatan kaos dipusatkan di Suci, meski produksi juga dilakukan di lingkungan pemukiman.

Karakteristik Industri Kreatif di Kota Bandung

Bandung, sebagai ibu kota Provinsi Jawa Barat, memegang peranan penting dalam pembangunan ekonomi wilayah sekitarnya. Laju pertumbuhan ekonomi Bandung pada 2018 mencapai 7,08 persen sebelum turun menjadi 6,75 persen pada 2019, jauh di atas rata-rata pertumbuhan ekonomi nasional sebesar 5,02 persen (BPS Kota Bandung, 2020). Faktor-faktor ini berkontribusi pada daya tarik Bandung sebagai pusat pertumbuhan ekonomi daerah. Interaksi

ekonomi antara kota Bandung dan luar kota Bandung menjadi lebih umum dalam sistem perekonomian terbuka. Statistik (BPS Kota Bandung, 2020) mengungkapkan bahwa lebih dari 95 persen pasokan bahan baku untuk sektor pengolahan, baik untuk konsumsi masyarakat Bandung maupun untuk keperluan perdagangan lintas daerah, disediakan oleh kota-kota di sekitar kota Bandung, bahkan ada dari luar provinsi Jawa Barat. Hal ini menyiratkan bahwa Bandung dan kota-kota tetangganya memiliki hubungan yang kuat, terutama dalam hal pertumbuhan ekonomi daerah. Keadaan ini secara umum dapat memberikan pengaruh terhadap pertumbuhan usaha kecil dan menengah. Kegiatan ekonomi dan PDRB/kapita biasanya meningkat, yang mendorong permintaan domestik yang kuat. Hal ini menunjukkan bahwa banyak kegiatan ekonomi di Bandung akan mampu bertahan atau tumbuh, karena permintaan domestik terus meningkat, belum lagi permintaan tempat-tempat di luar Bandung. Konektivitas jalan yang lebih baik ke kota Bandung dapat membantu dalam kelancaran arus permintaan dari luar kota.

Berbicara mengenai ekonomi kreatif, Kota Bandung beberapa waktu lalu mendapat pengakuan dari dunia internasional, khususnya atas tumbuh dan berkembangnya kegiatan industri kreatif yang menitikberatkan pada potensi unggulan yang ada di setiap kecamatan dan dusun (berbasis potensi lokal). Pada tahun 2007, Indonesia mencatatkan Bandung sebagai salah satu kota kreatif di Asia Timur pada forum Creative Cities International Meeting di Yokohama, yang mana mengawali tren kota kreatif di Indonesia. Kemudian, pada tahun 2011, Bandung terpilih sebagai salah satu kota paling kreatif di Asia dalam jajak pendapat yang dilakukan oleh Channel News Asia di Singapura. Bandung telah mendapatkan pengakuan dunia sebagai kota kreatif yang baru muncul dari forum internasional dan direkomendasikan sebagai kota kreatif UNESCO pada tahun 2013 sebagai pelopor kota kreatif Indonesia. Terakhir, pada November 2015, UNESCO mengklasifikasikan Bandung sebagai kota kreatif dalam ranah desain.

Lebih lanjut lagi, melalui kebijakan pemerintah daerah, sektor-sektor industri tertentu yang telah berfungsi dan berkontribusi terhadap perekonomian telah dievaluasi untuk kemudian fokus pada peningkatan kreativitas produk agar terus berkembang. Perkembangan kota Bandung sebagai kota kreatif menjadi daya tarik tersendiri bagi para pelaku ekonomi kreatif di pelosok tanah air dan bahkan dunia. Lebih lanjut, data dari Departemen Perindustrian mengungkapkan bahwa kelompok usia kerja, artinya 15 tahun ke atas, memiliki jumlah terbesar berdasarkan data BPS tahun 2019. Pada tahun 2019 (BPS Kota Bandung, 2020), seluruh penduduk usia produktif di Kota Bandung adalah 65,98 persen dari total penduduk 2.507.888 jiwa. Angka ini menunjukkan bahwa potensi tenaga kerja kreatif di Kota Bandung cukup memadai.

Potensi dan peranan sektor industri kreatif dalam perekonomian Bandung cukup tinggi. Di mana pada tahun 2019, dengan 400 gerai industri kreatif mampu menyerap sekitar 334.244 orang pada tahun 2019 dan berkontribusi 11% terhadap pertumbuhan ekonomi kota (Rahmi, 2018; Rusiawan et al., 2017). Menurut survei Badan Ekonomi Kreatif (Ekraf) 2016 yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik (BPS), terdapat 126.184 pelaku ekonomi kreatif di Bandung yang beroperasi di 16 subsektor ekonomi kreatif, antara lain pengembangan aplikasi dan game, arsitektur, desain produk, fashion, desain interior, desain komunikasi visual, seni pertunjukan, film (animasi dan video), fotografi, kriya, kuliner, musik, penerbitan, perikanan, seni rupa, dan televisi (Badan Ekonomi Kreatif, 2017). Menurut data Dinas Koperasi, UMKM, dan Perdagangan

Kota Bandung, pelaku ekonomi kreatif ini termasuk dalam lingkup usaha UMKM yang meliputi 94,74 persen industri kecil formal dan nonformal (Pemkot Bandung, 2018b).

Potensi usaha industri ekonomi kreatif di Kota Bandung tahun 2019 didominasi oleh industri makanan dan minuman (kuliner) yakni terdapat lebih dari 80 ribu unit usaha. Kemudian sebanyak 20 ribu lebih usaha di bidang industri tekstil dan pakaian jadi (fashion) (Bekraf, 2016). Dari sisi penyerapan tenaga kerja, maka tercatat bahwa industri makanan dan minuman mampu menyerap 38,25 persen tenaga kerja (BPS Kota Bandung, 2020). Kemudian industri tekstil dan pakaian jadi menyerap 36,22 persen tenaga kerja. Data dari Penilaian Mandiri Kota/Kabupaten Kreatif Indonesia (PMK3I) Deputi Infrastruktur Badan Ekonomi Kreatif Indonesia pada tahun 2016, menunjukkan omset sektor fashion mencapai 3-5 triliun per tahunnya (Bekraf, 2016). Potensi ini menjadi modal utama dari pengembangan industri kreatif yang dapat memberi kontribusi besar dalam meningkatkan Indeks Pembangunan Manusia Kota Bandung.

Sedangkan berdasarkan jumlah kelompok usaha yang ada, kecamatan Babakan Ciparay merupakan kecamatan dengan jumlah populasi kelompok usaha (Mikro, Kecil, Menengah) yang paling banyak sekitar 3.221 usaha, sedangkan kecamatan Antapani dan Arcamanik merupakan kecamatan dengan jumlah populasi kelompok usaha paling sedikit (Pemkot Bandung, 2018b). Penetapan klasifikasi industri menurut ketentuan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah ini selanjutnya akan bermanfaat terutama dalam rangka mengklasifikasi dalam rangka pembinaan dan pengembangan industri di kota Bandung, tidak terkecuali industri kreatif.

Tabel 1. Kategori Kelompok Usaha Menurut UU No 20 Tahun 2008

No	Besaran Asset Bersih Usaha	Kategori Kelompok Usaha
1	Di bawah 50 juta rupiah	Usaha Mikro
2	Antara 50 juta – 500 juta rupiah	Usaha Kecil
3	Antara 500 juta – 10 milyar rupiah	Usaha Menengah
4	Di atas 10 milyar rupiah	Usaha Besar

Sumber: UU Nomor 20 Tahun 2008

Jika menilik dalam transaksi ekspor, data dari Dinas Koperasi UKM dan Perindustrian Perdagangan Kota Bandung tahun 2019, volume ekspor ke luar negeri sebanyak 139.583.821,57 kg (BPS Kota Bandung, 2020). Adapun untuk nilai ekspor mencapai 466.159.113,25 US \$. Salah satu komoditi utamanya adalah tekstil/produk tekstil dengan volume ekspor produk tekstil pada tahun 2019 mencapai 77.320.313,04 kg dengan nilai \$ 18.008.900,94. Proporsi nilai ekspor tekstil dan produk tekstil tahun 2019 mencapai 75,47 persen dari total nilai ekspor Kota Bandung (BPS Kota Bandung, 2020). Salah satu industry kreatif yang bersinar di dunia tekstil dan pakaian jadi adalah bisnis fashion. Sejak awal tahun 2000-an, jumlah distributor menjadi pendorong utama perkembangan bisnis fashion di Bandung, terutama tas dan pakaian jadi dalam berbagai model menjadi salah satu trend barang fashion yang menambah nilai ekspor. Pada 2014, Ridwan Kamil, Wali Kota Bandung periode 2013-2018, mencanangkan kota Bandung untuk menjadi pusat fashion muslim global.

Kontribusi Modal Sosial Dalam Perkembangan Ekonomi Kreatif di Kota Bandung

Sehubungan dengan penetapan kota Bandung sebagai kota kreatif, maka menjadi penting untuk memperhatikan modal sosial di kota Bandung dan hubungannya dengan kota ini sebagai kota kreatif. Bourdeou (Asquith, 2019; Huang, 2019; Julien, 2015) mendefinisikan modal sosial sebagai aset sosial dengan nilai ekonomi yang dapat dilembagakan. Modal sosial adalah sumber daya berwujud atau tidak berwujud yang terhubung melalui jaringan ikatan kelembagaan permanen berdasarkan rasa pengetahuan dan pengakuan bersama. Modal sosial dianggap sebagai komponen penting dari tindakan kolektif, pertukaran ide, saling percaya, dan keuntungan bersama. Demikian pula yang terjadi di Indonesia ketika prinsip kota kreatif diterapkan di kota Bandung (bidang desain grafis dan visual). Jumlah penduduk yang besar, sekitar 2,5 juta jiwa, disertai dengan peluang, kebijakan, dan modal sosial yang kuat, memiliki tingkat untuk membangkitkan kreativitas penduduk. Modal sosial sangat penting untuk menghasilkan aktivitas dalam kehidupan sosial, ekonomi, dan budaya, serta untuk produksi barang, jasa, dan pencapaian.

Pertumbuhan Kota Bandung sebagai kota kreatif terjadi dalam empat tahap, diinisiasi oleh tiga individu: Ridwan Kamil (komunitas arsitektur – saat ini Gubernur Jawa Barat –), yang mengajak Gustaff H. Iskandar (komunitas Common Room), dan Fiki Satari (Creative Independent Clothing Community yaitu komunitas distro) yang pada 21 Desember 2008, mendirikan Bandung Creative City Forum (BCCF) (Ichsana Nur, Valiant Salomo, Umam, & Alia, 2019). Tahap awal pengembangan adalah sosialisasi dan pengenalan konsep BCCF untuk mengubah Bandung menjadi kota kreatif, seperti penerapan kota kreatif dan pertumbuhan ekonomi kreatif di London, Inggris. Fase kedua meyakinkan dan melibatkan orang atau kelompok kreatif untuk mengenali BCCF dan mengukur manfaat keanggotaan. Fase ketiga adalah fase pilihan, di mana seorang individu diberi pilihan untuk mengadopsi atau menolak untuk bergabung dengan BCCF. Motivasi bergabung dengan BCCF untuk mengembangkan Bandung antara lain adalah karena kepentingan pribadi (self-centered motives), keinginan untuk mencapai kesuksesan bersama (desire for group success), keinginan untuk memuaskan orang lain (desire to benefit others), dan keinginan untuk membantu masyarakat (to desire to benefit the community) (Lumbantoruan, Mulyana, & Santoso, 2021). Tahap keempat adalah implementasi, yang melibatkan keterlibatan anggota dalam kegiatan BCCF dengan tindakan kolaboratif dan partisipasi dalam kegiatan yang diselenggarakan BCCF; tahap kelima adalah konfirmasi, yang mencakup penilaian keuntungan yang diperoleh dari pilihan untuk bergabung dengan BCCF.

Selain pembentukan BCCF, elemen sosial Bandung menunjukkan kekuatan berikutnya sebagai hotspot kota kreatif adalah angka usia produktif (pemuda) yang tinggi. Generasi muda dari tempat lain yang datang ke Bandung untuk menempuh pendidikan di universitas-universitas Bandung menjadi pendukung tumbuhnya kota Bandung sebagai kota kreatif. Selain itu, masyarakat Bandung menunjukkan kualitasnya dengan secara terbuka menerima banyak budaya dari luar dan dinamis dalam beradaptasi terhadap perubahan. Jauh sebelum BCCF terbentuk, Pemerintah Kota Bandung kurang memanfaatkan potensi yang ada untuk membangun kota kreatif (Tinggi & Pasundan, 2017). Selain itu konsep triple helix (pemerintah, akademisi, dan bisnis) belum secara maksimal melibatkan komunitas dalam pengembangan kota Bandung

sebagai kota kreatif. Maka dari itu, keberadaan BCCF sangat penting dalam menstimulasi industry ekonomi kreatif di Bandung.

Selain mahasiswa yang datang dari berbagai penjuru, faktor yang tidak dapat dilupakan adalah terkait dukungan dari daerah-daerah sekitar Kota Bandung, seperti Kota Cimahi, Kabupaten Bandung Barat, dan Kabupaten Bandung. Kota Bandung tidak dapat berdiri sendiri karena daerah-daerah hinterland inilah yang menyokong kebutuhan SDM dan juga bahan-bahan pokok yang digunakan untuk industri kreatif. Daya dukung daerah hinterland ini seperti yang telah dijelaskan di awal, sangat besar sekali dikarenakan 95% kebutuhan Kota Bandung dipasok oleh daerah-daerah tersebut. Daerah hinterland di sekitar Kota Bandung juga memiliki andil dalam roda perekonomian Kota Bandung dengan menyediakan SDM yang menjadi bagian dari pekerja kreatif. Daerah-daerah hinterland juga menjadi pangsa pasar bagi produk-produk olahan atau produk ekonomi kreatif Kota Bandung. Bandung sebagai pusat daya tarik dan pertumbuhan ekonomi daerah sekitarnya mampu menghasilkan output ratio yang tinggi dan pada beberapa sektor dapat memberikan dampak yang meluas (spread effect) dan efek pengganda (multiplier effect) terhadap sektor-sektor lain dengan cakupan wilayah yang lebih luas.

Dukungan pemerintah, jelas merupakan faktor pendorong ekonomi kreatif Kota Bandung. Berbagai kebijakan diarahkan untuk melancarkan pengembangan ekonomi kreatif. Dengan terpilihnya Ridwan kamil menjadi Walikota Bandung pada saat itu, maka semakin melengkapi faktor pendorong ekonomi kreatif tersebut. Sebagai pemimpin Kota Bandung, Beliau berperan besar dalam pembangunan ekonomi kreatif. Memiliki latar belakang seorang arsitek yang aktif dalam komunitas kreatif dan dengan semangat serta tekad yang kuat, berbagai arahan kebijakan digunakan untuk mendukung pertumbuhan ekonomi kreatif ini.

Tindakan manusia dapat dipengaruhi oleh suasana yang inspirasional karena orang merasa nyaman dan termotivasi untuk memunculkan ide-ide baru saat mereka berada di dalamnya. Untuk merangsang pemikiran yang out of the box dari penduduk Bandung, lingkungan yang menyenangkan untuk berpikir, seperti taman kota, diciptakan untuk digunakan sebagai wadah mencari inspirasi. Sejumlah strategi jangka pendek dan jangka panjang telah dikembangkan oleh Bandung Creative City Forum (BCCF) dalam rangka menjadikan kota Bandung sebagai kota kreatif berskala global. Adapun strategi yang sedang diupayakan (Pemkot Bandung, 2018a): 1. mendukung tumbuhnya budaya kreatif di masyarakat; 2. memelihara dan meningkatkan kewirausahaan di bidang ekonomi kreatif; 3. menghasilkan perencanaan dan desain kota yang responsif.

Simpulan dan Saran

Kota Bandung merupakan salah satu lokasi Indonesia dengan potensi industri kreatif yang paling besar. Kota ini juga telah mendapatkan pengakuan dunia sebagai pelopor ekonomi kreatif di Indonesia. Pemerintah kota Bandung sudah membuat kebijakan daerah yang kondusif dan konsisten bagi industri kreatif, terutama yang menyangkut perbaikan infrastruktur transportasi, jalan, pasar, lokasi pengembangan, perpajakan, permodalan/finansial, telekomunikasi, pemasaran dan jaminan keamanan lingkungan. Untuk menumbuhkembangkan kawasan industri kreatif di masing-masing wilayah termasuk kecamatan dan kelurahan, pemerintah kota sudah memfokuskan arah pengembangan kawasan ke arah industri yang mendapatkan dukungan

sumber daya baik fisik maupun nonfisik dengan melakukan kemitraan strategis antar kawasan, meskipun yang ditemui, pelaksanaannya belum menyeluruh.

Perkembangan Kota Bandung sebagai kota kreatif tidak lepas dari modal sosial yang ada di kota ini. Modal sosial menjadi komponen penting dari tindakan kolektif, mobilitas ide, saling percaya, dan keuntungan Bersama untuk mencapai kreativitas. Pertumbuhan Kota Bandung sebagai kota kreatif diinisiasi oleh tiga individu: Ridwan Kamil (komunitas arsitektur – saat ini Gubernur Jawa Barat –), Gustaff H. Iskandar (komunitas Common Room), dan Fiki Satari (Creative Independent Clothing Community yaitu komunitas distro) yang pada 21 Desember 2008, mendirikan Bandung Creative City Forum (BCCF). Elemen sosial lainnya, seperti; banyaknya pelajar dan pemuda, lingkungan yang kondusif, dukungan pemerintah, dan lokasi yang strategis membuat Kota Bandung berkembang pesat menjadi kota kreatif di Indonesia.

Diperlukan kerjasama yang lebih luas lagi dengan daerah-daerah hinterland guna pengembangan kawasan ekonomi kreatif Kota Bandung karena selama ini peran hinterland masih berkuat pada penyediaan bahan baku dan pemasaran produk kreatif. Perlu meningkatkan peran lembaga pendidikan mulai dari pendidikan menengah, keterampilan dan perguruan tinggi dalam meningkatkan kreatifitas, keahlian, pengetahuan, dan teknologi untuk menghasilkan inovasi-inovasi baru untuk mendukung pengembangan kawasan perekonomian kreatif Kota Bandung. Dan yang terakhir adalah optimalisasi kerja sama kemitraan antar daerah dan institusi baik di dalam dan luar negeri untuk membangun industri kreatif agar muncul talenta-talenta baru serta transfer teknologi baru yang dapat meningkatkan kreatifitas dan inovasi.

Ucapan Terima Kasih

Terima kasih kepada pihak-pihak terkait yang telah membantu penulis dalam melakukan penelitian ini.

Daftar Pustaka

- Asquith, L. (2019). Bourdieu and Social Capital. In *Rebuilding Lives After Genocide*. https://doi.org/10.1007/978-3-030-14074-8_2
- Badan Ekonomi Kreatif. (2017). Data Statistik dan Hasil Survei. *Hasil Survei Khusus Ekonomi Kreatif*.
- Basuki, K. (2019). Pengertian Ilmu Ekonomi. In *ISSN 2502-3632 (Online) ISSN 2356-0304 (Paper) Jurnal Online Internasional & Nasional Vol. 7 No.1, Januari – Juni 2019 Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta* (Vol. 53).
- Bekraf. (2016). *Penilaian Mandiri Kota/Kabupaten Kreatif Indonesia (PMK3I) Deputi Infrastruktur Badan Ekonomi Kreatif Indonesia*. Jakarta.
- BPS Kota Bandung. (2020). *KOTA BANDUNG DALAM ANGKA 2020*. Bandung.
- Daniel. (2020). pengertian ekonomi kreatif menurut para ahli : jenis, misi, dan ciri peluang industri kreatif. In *ekonomimanajemen.com*.
- Febriani, L., & Saputra, P. P. (2018). Modal Sosial Dalam Pengembangan Madu Kelulut Sebagai Komoditas Ekonomi Dan Pariwisata Di Kecamatan Lubuk Kabupaten Bangka Tengah. *Society*, 6(2). <https://doi.org/10.33019/society.v6i2.67>
- Gunawan, I. (2014). Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik. *Jakarta: Bumi Aksara*.
- Huang, X. (2019). Understanding Bourdieu - Cultural Capital and Habitus. *Review of European Studies*, 11(3). <https://doi.org/10.5539/res.v11n3p45>
- Ichsana Nur, M., Valiant Salomo, R., Umam, K., & Alia, S. (2019). Interferences of Bandung Creative City in Developing

- the Creative Economy of Bandung City. *Iapa Proceedings Conference*.
<https://doi.org/10.30589/proceedings.2019.259>
- Irawan, A. (2015). Ekonomi Kreatif Sebagai Suatu Solusi Mensejahterakan Masyarakat Dalam Meningkatkan Tingkat Perekonomian. *Seminar Nasional Ekonomi Dan Bisnis (SNEB)*.
- Julien, C. (2015). Bourdieu, Social Capital and Online Interaction. *Sociology*, 49(2).
<https://doi.org/10.1177/0038038514535862>
- Lumbantoruan, R. S., Mulyana, N., & Santoso, M. B. (2021). BANDUNG CREATIVE CITY FORUM (BCCF) SEBAGAI PENGGERAK GENERASI MILENIAL DALAM MENCIPTAKAN PERUBAHAN DI KOTA BANDUNG. *Share : Social Work Journal*, 10(2). <https://doi.org/10.24198/share.v10i2.30637>
- Pahlevi, A. S. (2017). Gagasan Tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif Nasional Daya Saing sub sector industry kreatif dan Penyelarasan Industri kreatif kreatif. *Prosiding Membangun Tradisi Inovasi Melalui Riset Berbasis Praktik Sedi Dan Desain*.
- Pemkot Bandung. (2018a). *Renstra Bappeda Kota Bandung Tahun 2013-2018 dan 2019-2024*. Bandung.
- Pemkot Bandung. (2018b). *RPJMD Kota Bandung 2013-2018*. Bandung.
- Prahara, R. S., & Jamil, A. S. (2018). Konsep Pembelajaran Ekonomi Berbasis Ekonomi Kreatif. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE)*, 1(1). <https://doi.org/10.31538/iijsse.v1i1.68>
- Purwanto, A. (2015). Modal Budaya dan Modal Sosial dalam Industri Seni Kerajinan Keramik. *MASYARAKAT: Jurnal Sosiologi*, 18(2). <https://doi.org/10.7454/mjs.v18i2.3727>
- Rahmi, A. N. (2018). Perkembangan Industri Ekonomi Kreatif dan Pengaruhnya Terhadap Perekonomian di Indonesia. *Seminar Nasional Sistem Informasi, Fak. Teknologi Informasi UNMER Malang*, (9 agustus).
- Rusiawan, W., Pamungkas, S. A., Permanasari, D., Hariawan, P., Wijayanti, S. C., Nur Pajriyah, A., ... Mafiroh, R. (2017). Data Statistik Hasil Survei Khusus Ekonomi Kreatif. *Badan Ekonomi Kreatif*, 10(2).
- Siregar, P. R. (2011). Modal Sosial Para Pedagang Kaki Lima Etnis Jawa Studi Di Daerah Nagoya Kota Batam. *Jurnal Fisip UMRAH*, 1(1).
- Subangkit, A., Yanti, D. F., Kusnadi, L. M., & Sonuari, M. I. (2020). MODAL SOSIAL DALAM PENGEMBANGAN URBAN FARMING DI KAMPUNG HIDROPONIK KELURAHAN PENGADEGAN, JAKARTA SELATAN. *EMPATI: Jurnal Ilmu Kesejahteraan Sosial*, 8(2). <https://doi.org/10.15408/empati.v8i2.14691>
- Syaha, R. (2003). MODAL SOSIAL : KONSEP DAN APLIKASI Perkembangan Konsep Modal Sosial. *Jurnal Masyarakat Dan Budaya*, 5(1).
- Tinggi, S., & Pasundan, I. E. (2017). DUKUNGAN BANDUNG CREATIVE CITY FORUM TERHADAP RINTISAN USAHA BARU GENERASI MUDA KOTA BANDUNG (Studi Kasus pada Komunitas NGADUide sebagai Partner Eksternal BCCF) Ashila Dwiyansa. *Bisnis & Entrepreneurship*, 11(2).
- Venus, A., Octavianti, M., El Karimah, K., & Suprpto Arifin, H. (2020). Komunikasi krisis Forum Ekonomi Kreatif Kabupaten Bandung Barat menghadapi pandemi Covid-19. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 5(1).
- Wijaya, K., Permana, A. Y., & Swanto, N. (2017). KAWASAN BANTARAN SUNGAI CIKAPUNDUNG SEBAGAI PERMUKIMAN MASYARAKAT BERPENGHASILAN RENDAH (MBR) DI KOTA BANDUNG. *Jurnal Arsitektur ARCADE*, 1(2). <https://doi.org/10.31848/arcade.v1i2.7>

Pelatihan Bahasa dan Budaya Jepang bagi Pokdarwis untuk Menyambut Desa Plunturan sebagai Desa Wisata Budaya

Luluk Ulfa Hasanah¹, Endang Poerbowati², Muhammad Fattahul 'Alim³

^{1,2,3}Program Studi Sastra Jepang Fakultas Ilmu Budaya Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Indonesia
lulukulfa@untag-aby.ac.id

ABSTRAK

Kegiatan pelatihan bahasa dan budaya Jepang ini bertujuan untuk membekali masyarakat desa, khususnya kelompok sadar wisata di Desa Plunturan Kecamatan Pulung Kabupaten Ponorogo, terkait pengetahuan dasar tentang bahasa dan budaya Jepang. Pengetahuan dasar ini akan digunakan masyarakat sebagai bekal dalam menerima wisatawan asing yang nantinya berkunjung di Desa Wisata Budaya Plunturan. Mengingat Desa Plunturan telah mendeklarasikan desanya sebagai desa wisata budaya di awal tahun 2020 pada acara Gebyar Desa Wisata Budaya Plunturan dan berharap bisa menjadi desa wisata budaya yang dapat bersaing di tingkat mancanegara. Lingkup kegiatan yang dilakukan dibatasi hanya pada kegiatan pelatihan bahasa Jepang dasar dan budaya berupa *hospitality* dan *tourism*. Metode pelaksanaan program ini dilaksanakan secara offline dan online. Dalam pelaksanaan program ini peserta sangat puas dan senang, karena mereka bisa mengetahui budaya Jepang dan bisa belajar bahasa Jepang. Antusiasme warna terlihat dari semakin banyaknya peserta yang mau ikut dan bergabung di kelas pelatihan bahasa dan budaya Jepang pada beberapa periode setelah program tahap pertama sudah selesai.

Kata kunci : Pelatihan, Bahasa dan Budaya Jepang, Desa Wisata Budaya, *Tourism*

ABSTRACT

This Japanese language and culture training activity aim to equip village communities, especially tourism-aware groups in Plunturan Village, Pulung District, Ponorogo Regency, regarding basic knowledge of Japanese language and culture. This basic knowledge will be used by the community in receiving foreign tourists who will later visit the Plunturan Cultural Tourism Village. That Plunturan Village has declared its village as a cultural tourism village in early 2020 at the Gebyar Desa Wisata Budaya Plunturan and hopes to become a cultural tourism village that can compete globally. The scope of activities carried out is limited to the basic Japanese language and the cultural training activities in the form of hospitality and tourism. The method of implementing this program is offline and online. The participants were very satisfied and happy because they could know Japanese culture and could be learning the Japanese language. Their enthusiasm can be seen from the increasing number of participants who want to join the Japanese language and culture training class several periods after the first period has been completed.

Keywords: Training, Japanese Language and Culture, Cultural Tourism Village, *Tourism*

Pendahuluan

Desa Plunturan adalah salah satu desa yang berada di Kecamatan Pulung Kabupaten Ponorogo. Desa ini mempunyai arah pengembangan desa untuk menjadi desa wisata budaya. Daya tarik wisata yang diunggulkan oleh pihak desa adalah kegiatan festival atau gebyar budaya yang menampilkan pertunjukan reyog pakem dari Komunitas Reyog Onggopati yang dilakukan setiap bulan. Di samping itu, beberapa aktivitas seni dan budaya dari masyarakat Desa Plunturan juga menjadi daya tarik pendukung wisata budaya. Program Desa Plunturan menjadi desa wisata budaya telah direncanakan sejak tahun 2018 oleh Pemerintah Desa Plunturan. Bekerja sama dengan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Desa Plunturan mendeklarasikan diri menjadi desa wisata budaya dalam acara Gebyar Budaya Plunturan, tepatnya pada tanggal 11-12 Januari 2020 (<https://www.kabarjawatimur.com/desa-plunturan-ponorogo-siapkan-diri-jadi-desa-wisata-budaya/> dan <https://rri.co.id/humaniora/wisata/770971/desa-plunturan-ponorogo-siap-jadi-desa-wisata-budaya>).

Inisiasi Pemerintah Desa Plunturan untuk mendeklarasikan desanya sebagai desa wisata budaya merupakan strategi yang sangat baik. Mengingat bahwa bidang pariwisata adalah salah satu penggerak perekonomian yang terbukti mampu memberikan kontribusi yang baik terhadap pertumbuhan suatu wilayah atau negara (Gusti Bagus, 2017). Pembangunan di bidang pariwisata dipercaya mampu menggairahkan berbagai aktivitas bisnis untuk menghasilkan banyak manfaat di bidang sosial, budaya, dan ekonomi yang berfungsi untuk meningkatkan perekonomian desa.

Di lihat dari sudut pandang ekonomi, pembangunan pariwisata memberikan banyak dampak positif. **Pertama**, mampu mendatangkan devisa bagi negara melalui penukaran mata uang asing di daerah tujuan wisata. **Kedua**, bisa menjadi pasar potensial bagi produk barang dan jasa dari masyarakat setempat. **Ketiga**, dapat meningkatkan pendapatan masyarakat yang kegiatannya terkait langsung atau tidak langsung dengan jasa pariwisata. **Keempat**, memperluas penciptaan kesempatan kerja, baik pada sektor-sektor yang terkait langsung seperti perhotelan, restoran, agen perjalanan, maupun pada sektor-sektor yang tidak terkait langsung seperti industri kerajinan, penyediaan produk-produk pertanian, atraksi budaya, bisnis eceran, dan jasa-jasa lainnya. **Kelima**, menjadi sumber pendapatan asli daerah (PAD). **Terakhir**, bisa merangsang kreativitas seniman, baik seniman pengrajin industri kecil maupun seniman 'tabuh' yang diperuntukkan sebagai konsumsi wisatawan (Antara, 2011, dalam Gusti Bagus, 2017). Dampak positif (*positive impact*) ini memang sudah tidak bisa terbantahkan dalam bidang pariwisata, baik dalam perekonomian regional ataupun nasional. Beberapa arti penting pariwisata sendiri diantaranya, mampu memberikan kesempatan kerja dan bisa memperkecil pengangguran; meningkatkan penerimaan pajak dan retribusi daerah; meningkatkan pendapatan nasional (*national income*); memperkuat posisi neraca pembayaran (*net balance payment*); dan memberikan efek multiplier dalam perekonomian daerah tujuan wisata.

Dalam proses mewujudkan Desa Plunturan menjadi desa wisata budaya tentunya dibutuhkan banyak kegiatan pendukung begitupun dengan dana operasionalnya. Di tahun 2019 Pemerintah Desa Plunturan sudah mengeluarkan banyak alokasi dana untuk proses peninjauan kerja sama dan sosialisasi dengan para pemangku kepentingan dan kebijakan guna memperoleh dukungan penuh dan menambah motivasi bagi pemerintah desa dan masyarakat desa dalam proses mewujudkan desa wisata budaya. Pemerintah Desa Plunturan juga telah menjalin kerja

sama dengan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dalam hal Tri Dharma Perguruan Tinggi. Bentuk kerja sama tersebut diaplikasikan dalam beberapa kegiatan, diantaranya Kuliah Kerja Nyata (KKN), penelitian dan pengabdian dosen dan mahasiswa yang sudah berlangsung dari tahun 2020 hingga sekarang.

Berdasarkan situasi dan kondisi lokasi kegiatan yang telah dijabarkan di atas, masih diperlukan banyak kegiatan untuk menunjang kesiapan sumber daya manusia (SDM) masyarakat desa sebagai upaya mewujudkan Desa Wisata Budaya Plunturan. Untuk itulah Program Studi Sastra Jepang Fakultas Ilmu Budaya Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya menginisiasi kegiatan pengabdian masyarakat dengan judul “Pelatihan Bahasa dan Budaya Jepang bagi Pokdarwis sebagai Bekal Menyambut Desa Plunturan sebagai Desa Wisata Budaya”. Dalam kegiatan ini terdapat dua kegiatan pelatihan yaitu pelatihan bahasa Jepang dasar dan pelatihan budaya Jepang.

Tujuan dari kegiatan pengabdian ini adalah untuk membekali masyarakat desa, khususnya kelompok sadar wisata yang ada di Desa Plunturan Kecamatan Pulung Kabupaten Ponorogo, terkait pengetahuan dasar tentang bahasa dan budaya Jepang. Pengetahuan dasar ini akan digunakan masyarakat sebagai bekal dalam menerima wisatawan asing yang nantinya berkunjung di Desa Wisata Budaya Plunturan. Mengingat Desa Plunturan telah mendeklarasikan desanya sebagai desa wisata budaya di awal tahun 2020 pada acara Gebyar Desa Wisata Budaya Plunturan dan berharap bisa menjadi desa wisata budaya yang dapat bersaing di tingkat mancanegara. Lingkup kegiatan yang dilakukan dibatasi hanya pada kegiatan pelatihan bahasa Jepang dasar dan budaya Jepang pada bidang *hospitality*, seperti memasak dan penjelasan tentang keindahan *kimono*, busana adat Jepang.

Banyak manfaat yang diharapkan dapat tercapai setelah kegiatan pelatihan bahasa dan budaya Jepang ini dilakukan. Diantaranya, kelompok sadar wisata di Desa Plunturan mampu berbahasa Jepang, terutama menggunakan ungkapan sehari-hari dengan lancar. Selain itu mereka juga bisa mengetahui makanan-makanan khas Jepang dan bisa cara memasaknya; mengetahui arti keindahan baju adat Jepang, *kimono*, dan mampu menggunakan kimono. Dengan mengetahui dan paham akan hal-hal tersebut masyarakat Desa Plunturan diharapkan siap untuk menerima tamu dan wisatawan asing dari Jepang khususnya dan secara umum wisatawan mancanegara dari berbagai negara yang ada di dunia.

Metode Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilakukan adalah kegiatan “Pelatihan Bahasa dan Budaya Jepang bagi Pokdarwis sebagai Bekal Menyambut Desa Plunturan menjadi Desa Wisata Budaya” yang berlangsung selama dua semester. Pelatihan pertama dilakukan di bulan Januari hingga Juni 2020. Pelatihan pertama dimulai berbarengan dengan kegiatan KKN Universitas 17 Agustus 1945 dan Gebyar Budaya Plunturan pada bulan Januari 2020. Kemudian kegiatan berlanjut hingga bulan Februari 2021. Metode pelaksanaan program ini dilaksanakan secara offline dan online. Kegiatan pelatihan secara offline dilaksanakan secara langsung di aula Desa Plunturan. Adapun kegiatan secara online ini dilaksanakan di masa pandemi covid 19, karena adanya pembatasan-pembatasan sehingga tidak memungkinkan bagi tim pelatihan untuk datang langsung ke Desa Plunturan.

Kegiatan pelatihan ini dijadwalkan satu pertemuan dalam satu minggu. Adapun rincian kegiatan dijabarkan dalam tabel berikut ini.

Tabel 1. Jadwal Pelatihan Bahasa Jepang

No.	Tema Pelatihan
1	Pre-Test, Perkenalan Diri
2	Pengenalan Huruf Hiragana (+ praktik)
3	Pengenalan Huruf Katakana (+ praktik)
4	Pengenalan Pola Dasar Kalimat Jepang (.....wa.....desu)
5	Praktik Membuat Kalimat Jepang dalam Pola Dasar
6	Membuat kalimat perkenalan diri (+ praktik)
7	Membuat kalimat perkenalan untuk orang lain (+ praktik)
8	Penjelasan kata petunjuk untuk benda mati (+ praktik)
9	Penjelasan tentang kata penunjuk tempat (+ praktik)
10	Penjelasan tentang kata penunjuk arah (+ praktik)
11	Pengenalan angka dalam bahasa Jepang dan angka serapan dari China
12	Praktik penggunaan angka dengan dialog tentang harga
13	Penjelasan tentang kata kerja
14	Praktik : Contoh tentang kegiatan : Gohan Wo Tabemasu
15	Ptaktik : Contoh tentang kegiatan di waktu lampau : Gohan wo tabemashita
16	Post test

Adapun untuk pelatihan budaya Jepang yang diajarkan adalah cara memasak makanan khas Jepang, Oden. Metode yang digunakan adalah praktikum. Jadi peserta pelatihan yang hadir langsung diajarkan bagaimana cara memasak makanan Jepang dan bagaimana cara penyajiannya. Hal ini berkaitan dengan hospitality, di mana ilmu tentang hospitality ini sangat diperlukan dalam hal menyambut atau menerima wisatawan, baik domestik maupun mancanegara.

Hasil Kegiatan dan Pembahasan

Kegiatan pelatihan bahasa dan budaya Jepang di Desa Plunturan ini telah dilakukan sejak awal tahun 2020. Diawali dengan pelatihan yang dilaksanakan secara offline sebelum virus covid-19 merebak di Indonesia. Dalam pelaksanaan pelatihan secara offline ini dilakukan di aula Desa Plunturan. Bahasa Jepang yang diajarkan meliputi: Huruf Jepang Hiragana, Katakana, Kanji, Mengenal pola dasar kalimat dalam bahasa Jepang, praktik menulis, berbicara/percakapan, dan membaca, mengenal kata tunjuk dalam bahasa Jepang, praktik berhitung, dan sebagainya. Dalam proses pelaksanaan kegiatan pelatihan ini terdapat beberapa hambatan dan kendala. Adapun hambatan, kendala, dan cara penyelesaiannya akan diuraikan pada penjelasan berikut ini.



Gambar 1. Situasi Pelatihan Bahasa Jepang. (Sumber: Dokumen Pribadi, April 2020)

Gambar di atas adalah situasi pelaksanaan kegiatan pelatihan secara luring/offline yang dilakukan di aula desa. Dalam kegiatan secara luring ini secara teknis tidak ada kendala. Masyarakat yang tergabung dalam kelompok sadar wisata dan ibu-ibu PKK mampu mengikuti kegiatan pelatihan dengan baik. Antusias mereka sangat terlihat ketika diberi materi bahasa dan budaya Jepang. Mereka juga praktik menggunakan busana adat Jepang, yaitu yukata. Antusias pokdarwis terlihat pada beberapa dokumentasi foto kegiatan berikut ini.



Gambar 2. Foto bersama-sama Pokdarwis Desa Plunturan dengan menggunakan Yukata
(Sumber: Dokumen Pribadi, April 2020)

Dalam proses menggunakan Yukana, Ibu-Ibu PKK dan anggota Pokdarwis dibantu langsung oleh tim pengabdian dari Untag Surabaya. Adapun prosesnya juga terlihat beberapa dokumen foto berikut ini.



Gambar 3. Proses pemakaian Yukana dan Detail Yukata Tampak Belakang
(Sumber: Dokumen Pribadi, April 2020)

Selain pengenalan budaya Jepang berupa pakaian adat Yukata, dalam pelatihan budaya ini juga diberikan pelatihan memasak makanan khas Jepang. Pelatihan memasak ini fokus pada memasak makanan berupa oden. Oden adalah makanan yang sejenis bakso, tapi ini bakso Jepang. Makanan ini adalah makanan rakyat seperti halnya bakso di Indonesia. Sangat enak dinikmati ketika panas. Makanan ini juga banyak dijual di minimarket di Jepang dengan aneka pilihan isi yang bermacam-macam, seperti telur, lobak, rumput laut, tahu, dan berbagai olahan ikan. Adapun cara memasaknya: (1) siapkan air matang; (2) teruh di atas kompor dengan api sedang; (3) masukkan kombu dan bumbu-bumbu sari laut; (4) jika sudah mendidih masukkan isinya hingga mendidih, lalu siap untuk dihidangkan. Akan lebih sedap jika ditambahkan rasa pedas dari cabe bubuk (kalau di Indonesia). Tapi di Jepang biasa ditambahi pedasnya dengan wasabi. Beberapa dokumentasi foto kegiatan pelatihan budaya memasak disajikan sebagai berikut.



Gambar 4. Proses Pelatihan Budaya Jepang 'Memasak Oden' & Gambar 5. Latihan Percakapan Bahasa Jepang dengan Native Jepang sambil Mencicipi Oden (Sumber: Dokumen Pribadi, April 2020)

Dalam proses pelatihan budaya Jepang ini tidak ditemui kendala-kendala yang perlu ditindaklanjuti secara lebih lanjut. Hal ini karena masyarakat mampu mengikuti kegiatan pelatihan dengan baik. Di samping itu, masyarakat dan pokdarwis juga sangat antusias untuk belajar budaya Jepang.



Gambar 6. Mengenakan Yukata di Lokasi **Wisata Taman Zoor Sengon** (Sumber: Dokumen Pribadi April 2020)

Adapun untuk pelatihan bahasa Jepang lebih banyak dilakukan secara daring/online dari pada luring. Hal ini karena selama proses kegiatan lebih banyak dilakukan selama pandemi covid-19. Pelatihan bahasa Jepang yang pertama diberikan adalah terkait pengenalan dan penulisan huruf Jepang, katakana dan hiragana.

Huruf Hiragana (Jepang)	Huruf Katakana (Asing)
あいうえお	アイウエオ
a i u e o	a i u e o
かきくけこ	カキクケコ
ka ki ku ke ko	ka ki ku ke ko
がぎぐげご	ガギグゲゴ
ga gi gu ge go	ga gi gu ge go
さしすせそ	サシスセソ
sa shi su se so	sa shi su se so
ざじずぜぞ	ザジズゼゾ
za ji zu ze zo	za ji zu ze zo
たちつてと	タチツテト
ta chi tsu te to	ta chi tsu te to
だぢづでど	ダヂヅデド
da di du de do	da di du de do
なにぬねの	ナニヌネノ
na ni nu ne no	na ni nu ne no
はひふへほ	ハヒフヘホ
ha hi hu he ho	ha hi hu he ho
ばびぶべぼ	バビブベボ
ba bi bu be bo	ba bi bu be bo
ぱぴぷぺぽ	パピプペポ
pa pi pu pe po	pa pi pu pe po
まみむめも	マミムメモ
ma mi mu me mo	ma mi mu me mo
やゆよ	ヤユヨ
ya yu yo	ya yu yo
らりるれろ	ラリルレロ
ra ri ru re ro	ra ri ru re ro
わ	ワ
wa	wa
ん	ン
n/m/ng	n/m/ng

Gambar 7. Pengenalan Huruf Hiragana dan Katakana

Pada saat akan memulai proses pelatihan bahasa Jepang secara daring/online, tim pengabdian selalu mengawali dengan sapaan seperti di bawah ini.

Bismillah.

Kita akan mulai belajar bahasa jepang dari awal yaitu bab 1, dengan menggunakan buku Minna No Nihongo 1.

Renshuu A

1. *Watashi wa Maiku Miraa desu.*
2. *Watashi wa kaishain desu.*
3. *Wan san wa Chuugokujin desu.*
4. *Wan san wa Isha desu.*

ditulis dlm huruf jepang.

1. わたしはマイク.ミ
ラーです。
2. わたしはかいしゃい
んです。
3. わたしはちゅうごく
じんです。
4. わたしはいしゃで
す。

Pola Kalimat : Subjek は Predikat です。

arti kata

Watashi : Saya

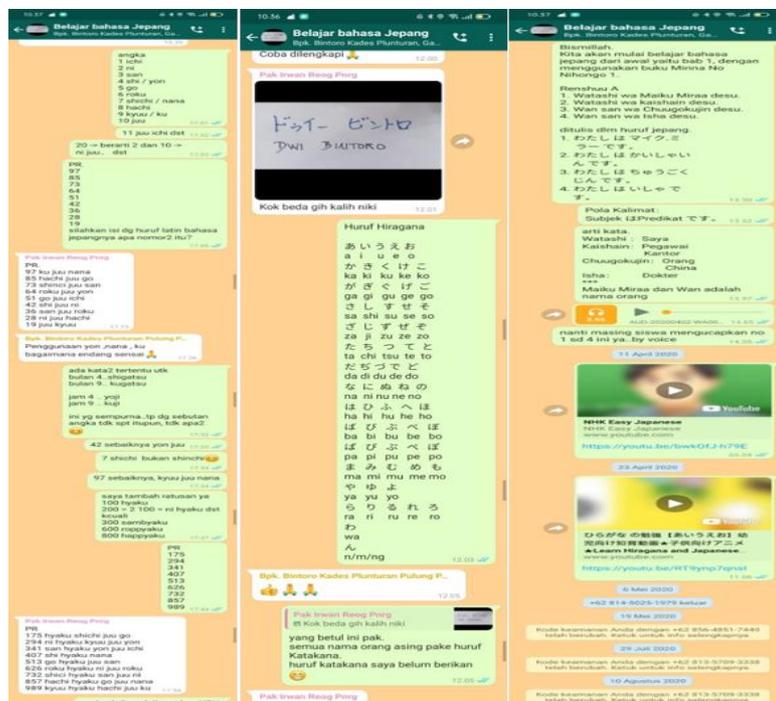
Kaishain : Pegawai Kantor

Chuugokujin : Orang China

Isha : Dokter

Maiku Miraa dan *Wan* adalah nama orang.

Beberapa screenshot pelatihan bahasa Jepang yang dilakukan secara daring dijabarkan berikut ini.

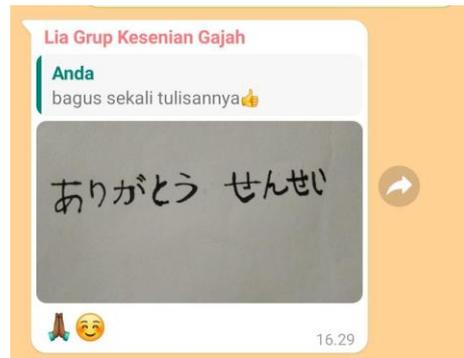


Gambar 8. Sampling Screenshot Pelaksanaan Pelatihan Bahasa Jepang melalui Chat WAG (Sumber: Dokumen Pribadi, Agustus 2020)

Di samping pelatihan bahasa yang dilakukan melalui WAG, pelatihan bahasa Jepang juga dilakukan menggunakan media youtube dan juga pelatihan yang dilakukan menggunakan media zoom meeting. Pelatihan ini dilakukan dengan media pelatihan yang bervariasi bertujuan untuk membuat peserta pelatihan tidak boring atau jenuh dengan prosesnya.

Kendala yang dialami selama proses pelatihan adalah terkait jaringan internet atau wifi. Mengingat lokasi Desa Plunturan ada di tengah-tengah pegunungan atau dataran tinggi, sehingga membuat proses pelaksanaan pelatihan sedikit terkendala ketika menggunakan zoom meeting. Akan tetapi kendala ini tidak membuat peserta pelatihan (perangkat desa dan pokdarwis Desa Plunturan) tidak bersemangat. Mereka selalu antusias untuk mengikuti proses pelatihan yang dilakukan oleh Prodi Sastra Jepang. Antusias peserta terlihat dari semangat

mereka mengerjakan tugas-tugas yang diberikan selama pelatihan berlangsung. Berikut ini ada beberapa foto tugas-tugas peserta pelatihan.



Gambar 9. Tugas Menulis Peserta Pelatihan (Sumber: Dokumen Pribadi, September 2020)

Selain contoh tugas tersebut, juga masih banyak tugas-tugas lainnya yang tidak bisa dilampirkan semua dalam artikel ini.

Jaringan wifi yang menjadi kendala utama dalam pelaksanaan pelatihan ini akhirnya bisa teratasi pada semester kedua pelaksanaan pelatihan. Kendala ini diatasi dengan cara membuat sampungan wifi di beberapa titik di Desa Plunturan, sehingga masyarakat yang akan mengikuti pelatihan bahasa Jepang dapat menggunakan wifi tersebut. Dengan asumsi pelaksanaan pelatihan bahasa Jepang bisa berjalan dengan lancar dan masyarakat desa bisa menggunakan percakapan dalam bahasa Jepang ketika menerima wisatawan dari Jepang.

Ditinjau dari sudut pandang ketersediaan SDM, masyarakat Desa Plunturan yang terdiri atas perangkat desa dan ibu-ibu PKK bisa dengan mudah mengikuti proses pelatihan bahasa Jepang dengan Baik. Walaupun mereka terdiri atas gabungan usia yang terpaut jauh dan mempunyai jenjang pendidikan yang berbeda-beda, mereka mampu menyamakan visi dan misi guna belajar bersama-sama demi terwujudnya Desa Wisata Budaya Plunturan yang mampu bersaing di bidang pariwisata dunia.

Simpulan dan Saran

Kegiatan pelatihan bahasa dan budaya Jepang yang dikemas sedemikian rupa oleh Prodi Sastra Jepang Untag Surabaya dilaksanakan dengan tujuan untuk memfasilitasi masyarakat di Desa Plunturan belajar bahasa dan budaya Jepang. Hal ini dilakukan guna menunjang Desa Plunturan menjadi desa wisata budaya yang mampu bersaing tidak hanya di tingkat nasional tapi juga internasional. Kegiatan pelatihan ini dilaksanakan dengan durasi satu pertemuan dalam satu minggu dan telah dilaksanakan selama 1 tahun. Selama pelaksanaan kegiatan didapatkan hasil yang memuaskan. Masyarakat desa yang tergabung dalam perangkat desa, pokdarwis, dan Ibu-ibu PKK sangat antusias mengikuti kegiatan ini. Hal ini terlihat dari semakin banyaknya warga yang mau belajar bahasa dan budaya Jepang dan kemampuan peserta yang semakin baik dalam menulis dan berbicara menggunakan bahasa Jepang.

Jika ingin berhasil dalam belajar bahasa kedua setelah bahasa ibu, harus dilakukan praktik berbicara secara intens dan berkesinambungan. Oleh karena itu, tim pengabdian memberikan saran untuk dilakukan kegiatan pelatihan *hospitality* dan *tour guide* di program pelatihan selanjutnya. Hal ini dilakukan guna mawadahi kemampuan masyarakat desa yang sudah bisa menggunakan bahasa Jepang untuk terus berlatih dan melakukan percakapan menggunakan

bahasa Jepang. Alhasil, tujuan akhir dari kegiatan pendukung demi mewujudkan desa wisata budaya Plunturan yang bisa bersaing di tingkat internasional bisa tercapai.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada semua pihak yang telah banyak membantu dalam proses pelaksanaan kegiatan pengabdian ini, terutama kepada tim inti pengabdian yang telah mau bersama-sama dan berkolaborasi demi terselesainya kegiatan pengabdian ini. Semoga kegiatan yang telah dilakukan ini bisa memberikan banyak manfaat terutama kepada pihak-pihak yang menjadi sasaran dalam kegiatan ini.

Daftar Pustaka

- Hasanah, A. (2020). Desa Plunturan Ponorogo: Siap Jadi Desa Wisata Budaya. Artikel Berita. <https://rri.co.id/humaniora/wisata/770971/desa-plunturan-ponorogo-siap-jadi-desa-wisata-budaya>
- Inskeep, E. (1991). *Tourism Planning, and Integrated and Sustainable Development Approach*. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Kadowaki, K., dan Nishiuma, K. (TT). *Minna No Nihonggo: Mengarang Bahasa Jepang Mudah*. Penerbit IMC Center.
- Nurita, W., dan Meidarani, N.W. (2019). Pelatihan Bahasa dan Budaya Jepang bagi Pemuda Asal Kabupaten Buleleng Bali. *Jurnal Abdiku*, 2(1). 16-31. <http://publikasi.stkipppgri-bkl.ac.id/index.php/JA/article/view/199/151>
- Pearce, D. (1995). *Tourism a Community Approach*. Harlow Longman
- Rahmawati, I., dan Allen, B. (2015). Pelatihan Bahasa Asing bagi Pemandu Wisata di Gua Lowo Kabupaten Trenggalek. *J-ADIMAS: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 3(1). 34-37.
- Rini, E.I.H.A.N., dan Rahmah, Y. (2021). Pelatihan Bahasa Jepang Bisnis di PT Fukuryo Semarang. *Jurnal Harmoni*, 5 (1). 26-31. <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/harmoni/article/view/38594>
- Rochman. (2020). Desa Plunturan – Ponorogo Siapkan Diri Jadi Desa Wisata Budaya. Artikel Berita. <https://www.kabarjawa timur.com/desa-plunturan-ponorogo-siapkan-diri-jadi-desa-wisata-budaya/>
- Suansri, Pontjana. (2003). *Community Based Tourism Hand Book*. Rest Project World Tourism Organization.
- Sucitarti, N.N.A., dan Sugiharni, G.A.D. (2018). Pelatihan Penggunaan Bahasa Ibu dalam Karya Sastra Digital. *Widyabhakti: Jurnal Ilmiah Populer*, 1 (1). 106-112. <http://widyabhakti.stikom-bali.ac.id/index.php/widyabhakti/article/view/22/19>
- Swasta, I.B.J. (2014). Peran Pendidikan, Pelatihan Bahasa Inggris, dan Teknik Kepemanduan dalam Pengembangan Mina Wisata. *Jurnal Cakrawala Pendidikan*, 33 (3). 474-482. <https://media.neliti.com/media/publications/86427-none-b30feac4.pdf>

Pengembangan Kapasitas Kawasan Ekowisata Mangrove Bagek Kembar Dalam Mempromosikan Potensi Wilayah

Shinta Desiyana Fajarica¹, M. Jamiluddin Nur², Tenri Waru³

Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mataram

Email: shintadesiyana.f@unram.ac.id

ABSTRAK

Lombok merupakan salah satu pulau yang memiliki banyak pesona keindahan wisatanya. Hal ini tentunya menjadi peluang besar bagi setiap wilayah yang ada di Pulau Lombok. Beragam potensi wisata yang ada tentunya memerlukan strategi atau cara tertentu agar bisa memiliki daya tarik bagi wisatawan domestik maupun mancanegara. Salah satu wilayah yang memiliki potensi wisata yang luar biasa yaitu kawasan ekowisata mangrove Bagek Kembar, yang terletak di Desa Cendi Manik, Kecamatan Sekotong, Kabupaten Lombok Barat, Nusa Tenggara Barat. Kawasan ekowisata ini merupakan salah satu tempat budidaya mangrove yang cukup dikenal di wilayah Lombok. Namun, potensi ekowisata mangrove ini dari segi promosi belum dikelola secara maksimal oleh masyarakat dan pemerintah setempat. Berdasarkan uraian diatas, maka dalam kegiatan pengabdian yang dilakukan ini berfokus pada pengembangan kapasitas kawasan ekowisata mangrove Bagek Kembar melalui pendampingan pembuatan konten media promosi yang diaplikasikan dalam bentuk video profil dan media promosi cetak guna memaksimalkan aktivitas promosi dan publikasi. Di sisi lain dengan adanya kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran, pengetahuan dan keterampilan dari kelompok masyarakat setempat dalam mengenali serta memahami penggunaan teknologi dan media promosi sebagai sarana untuk memperkenalkan dan meningkatkan potensi wisata daerah.

Kata kunci: Desa Cendi Manik, Bagek Kembar, Ekowisata Mangrove, Media Promosi

ABSTRACT

Lombok is one of the islands that has a lot of charm and beauty of tourism. This is certainly a great opportunity for every region on the island of Lombok. The various existing tourism potentials certainly require a certain strategy or method in order to have an attraction for domestic and foreign tourists. One area that has extraordinary tourism potential is the Bagek Kembar mangrove ecotourism area, which is located in Cendi Manik Village, Sekotong District, West Lombok Regency, West Nusa Tenggara. This ecotourism area is one of the well-known places for mangrove cultivation in the Lombok area. However, the potential of mangrove ecotourism in terms of promotion has not been managed optimally by the community and local government. Based on the description above, this service activity focuses on developing the capacity of the Bagek Kembar mangrove ecotourism area through assisting in the creation of promotional media content that is applied in the form of profile videos and print promotional media in order to maximize promotional and publication activities. On the other hand, this activity is expected to increase awareness, knowledge and skills of local community groups in recognizing and understanding the use of technology and promotional media as a means to introduce and increase regional tourism potential.

Keywords: Cendi Manik Village, Bagek Kembar, Ecotourism Mangrove, Media Promotion

Pendahuluan

Wilayah pesisir merupakan wilayah daratan yang berbatasan dengan laut, batas wilayah daratan meliputi daratan yang tergenang ataupun yang tidak tergenang, sedangkan batas wilayah laut adalah daerah yang dipengaruhi proses - proses alami serta daerah laut yang dipengaruhi kegiatan manusia di daratan. Wilayah ini juga merupakan ekosistem yang dinamis dan mengalami perubahan yang cepat serta produktif (Yuliani dan Herminasari, 2017). Beberapa ekosistem utama wilayah pesisir di Indonesia antara lain terumbu karang, hutan mangrove, padang lamun, estuaria, pantai dan pulau-pulau kecil (Tulungen, et al., 2003).

Sebagai salah satu ekosistem di wilayah pesisir, ekosistem mangrove merupakan salah satu ekosistem utama di wilayah pesisir yang sangat produktif, namun sangat rentan terhadap perubahan-perubahan atau pengaruh eksternal. Hal ini disebabkan karena struktur ekosistem mangrove banyak dipengaruhi oleh faktor alam seperti pasang surut, salinitas, kondisi tanah/substrat serta asupan bahan organik maupun anorganik (Tahir et al., 2017).

Kawasan ekowisata mangrove Bagek Kembar merupakan salah satu ekosistem wilayah pesisir yang sangat produktif, namun di sisi lain kurangnya publikasi dan promosi membuat Kawasan ini produktif dari sisi pemeliharaan dan pengawasan ekosistem saja tetapi minim wisatawan yang berkunjung. Kawasan ekowisata mangrove Bagek Kembar terinspirasi dari paparan dan pelaksanaan Program Rehabilitasi Kawasan Pesisir dengan Penanaman Mangrove yang dilaksanakan oleh Balai Pengelolaan Sumberdaya Pesisir dan Laut (BPSPL) Denpasar di pesisir di Desa Cendi Manik, Kecamatan Sekotong, Kabupaten Lombok Barat, para pemuda di Dusun Madak Belek, dusun terdekat dengan lokasi rehabilitasi berkumpul dalam sebuah wadah kelompok masyarakat untuk meneruskan program tersebut dengan menjadikan kawasan mangrove itu menjadi kawasan ekowisata berbasis mangrove.

Bagek Kembar dipilih menjadi nama identitas kawasan ekowisata berbasis mangrove ini karena nama ini memiliki kharisma di kalangan warga masyarakat sekitar lokasi. Bagek artinya pohon asem, sementara Kembar artinya sama/duplikat. Jadi Bagek Kembar artinya dua pohon asem yang identik. Pohon ini saat ini sudah tidak ada, namun namanya masih terngiang di benak warga masyarakat sekitar. Kelompok Pemuda tersebut berupaya untuk meneruskan program rehabilitasi mangrove yang telah dilakukan dengan menjadikannya sebagai kawasan ekowisata. Namanya Kawasan Ekowisata Mangrove Bagek Kembar, disingkat KEMBar. Secara kelembagaan, kelompok pemuda tersebut menamakan diri sebagai Kelompok Masyarakat Pengelola Ekowisata Mangrove, disingkat PokMasLaWisMa. Lembaga ini diketua oleh H. Agus Alwi dengan dukungan anggota para pemuda di Dusun Madak Belek. (bagekkembar.web.id:2021). Kawasan ekowisata mangrove Bagek Kembar, sesungguhnya memiliki potensi yang luar biasa, untuk itu diperlukan berbagai variasi konten yang dapat menjadi pelengkap aktivitas promosi dan publikasi, salah satunya melalui pembuatan video profil.

Video profil merupakan sebuah media elektronik untuk menyampaikan informasi yang sangat efektif dalam memperkenalkan suatu produk. Dikenal sebagai salah satu media promosi yang dinilai cukup efektif, karena mampu menyajikan sebuah produk dalam tampilan gambar visual serta dilengkapi dengan narasi, sehingga bisa membuat audiens berimajinasi pada gambar-gambar yang ditampilkan. Menurut (Arsyad A, 2011) menyatakan bahwa video merupakan gabungan beberapa banyak frame yang diproyeksikan secara mekanis menggunakan media

digital. Sedangkan menurut (Haryoko, 2012) Video Profil adalah media yang sangat efektif yang digunakan mempromosikan daerah, produk, dan mempromosikan suatu perusahaan tertentu. Video profil atau istilah lainnya *company profil* merupakan solusi kreatif dan inovatif untuk berbagai kebutuhan, terutama untuk kebutuhan mempromosikan. Hal inilah yang akhirnya mendorong kegiatan pengabdian ini dilakukan di wilayah Kawasan Ekowisata Mangrove Bagek Kembar.

Metode Pelaksanaan

Kegiatan yang dilaksanakan dalam pengabdian pada masyarakat ini menggunakan pendekatan observasional deskriptif. Dalam metode ini tidak ada intervensi yang dilakukan terhadap subjek dan objek yang diamati. Adapun tujuan dari penggunaan metode ini yaitu, mendapatkan sebanyak mungkin data yang nantinya dapat dihimpun dalam sebuah kemasan berbentuk video profil.

Di sisi lain, kegiatan pengabdian ini juga menggunakan metode observasi partisipatif melibatkan kawasan yang diamati secara langsung dengan kelompok masyarakat di dalamnya, sehingga akan terlihat keaktifan dalam proses pengembangan kapasitas wilayah serta peran sertanya untuk ikut mempromosikan wilayah ekosistem yang ada di sekitar mereka. Dari hasil kegiatan pendampingan pengabdian dengan menggunakan metode ini, kemudian akan dideskripsikan berdasarkan hasil temuan kegiatan.

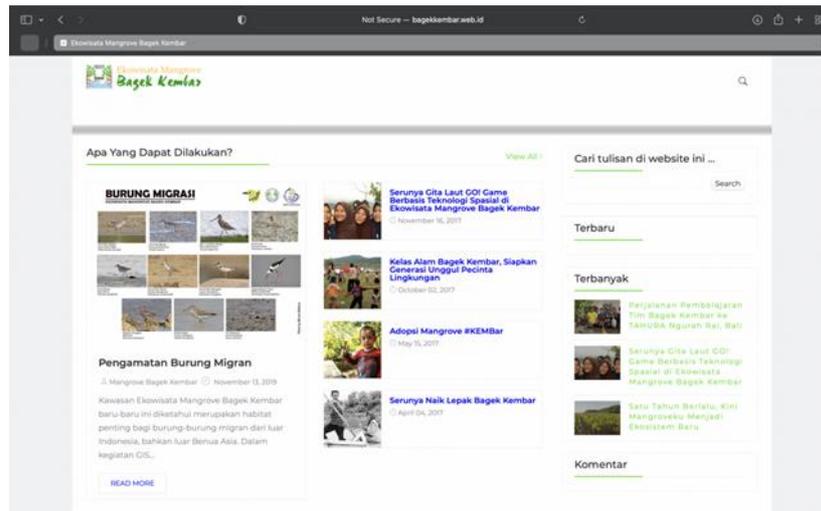
Adapun hasil temuan kegiatan kemudian dikumpulkan dan diberikan solusi sesuai dengan kapasitas dan sumber daya yang ada di wilayah pengabdian. Solusi ini tidak menutup kemungkinan adanya saran atau masukan dari pihak lain selama masih berhubungan dengan peningkatan kualitas dari upaya promosi dan publikasi di area ekowisata tersebut.

Hasil Kegiatan

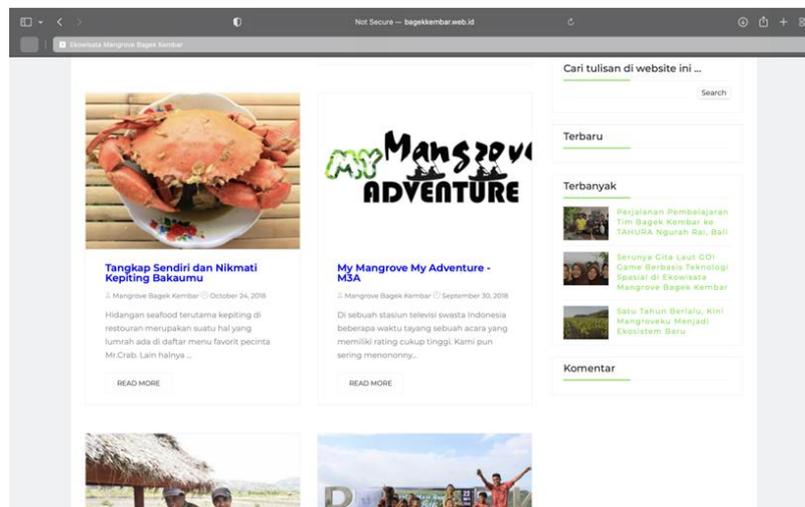
Dari kegiatan yang telah dilakukan serta diskusi dengan rekan-rekan Pokdarwis melalui metode observasional deskriptif dan observasi partisipatif, didapatkan hasil sebagai berikut:

1. Pokdarwis setempat atau biasa disebut Kelompok Masyarakat Pengelola Ekowisata Mangrove, disingkat PokMasLaWisMa, saat ini sudah memiliki 2 (dua) media promosi yaitu: *Website* (<http://www.bagekkembar.web.id>) dan *Facebook Page* (<https://web.facebook.com/bagekkembar>). Kedua media ini yang menjadi wadah bagi pokdarwis setempat untuk mempublikasikan berbagai informasi ataupun kegiatan yang dilakukan di ekowisata *mangrove* Bagek Kembar. Namun, hal ini belum dirasakan optimal, mengingat tidak ada agenda khusus untuk melakukan kegiatan promosi serta publikasi dan aktivitas promosi pun hanya mengandalkan beberapa anggota pokdarwis saja untuk melakukan *update* aktivitas publikasi baik melalui *web* maupun *facebook page*. Berikut tampilan *Web* dan *Facebook Page* dari Kawasan Ekowisata *Mangrove* Bagek Kembar:

Tampilan Laman Website Kawasan Ekowisata Mangrove Bagek Kembar

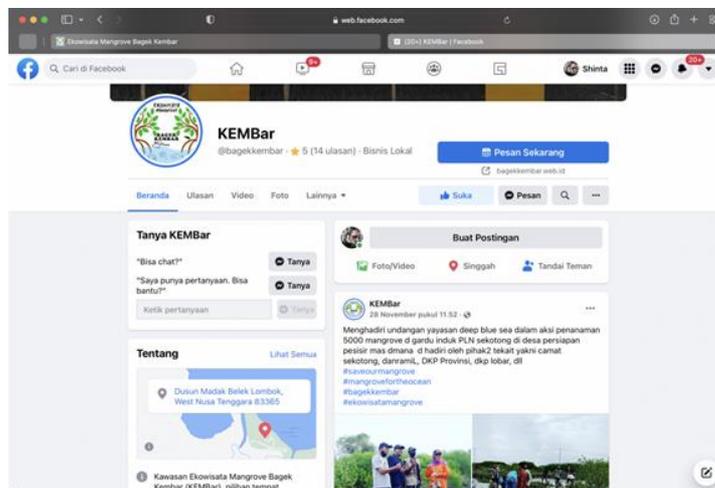


Gambar 1. Contoh halaman depan *website* Kawasan Ekowisata Bagek Kembar

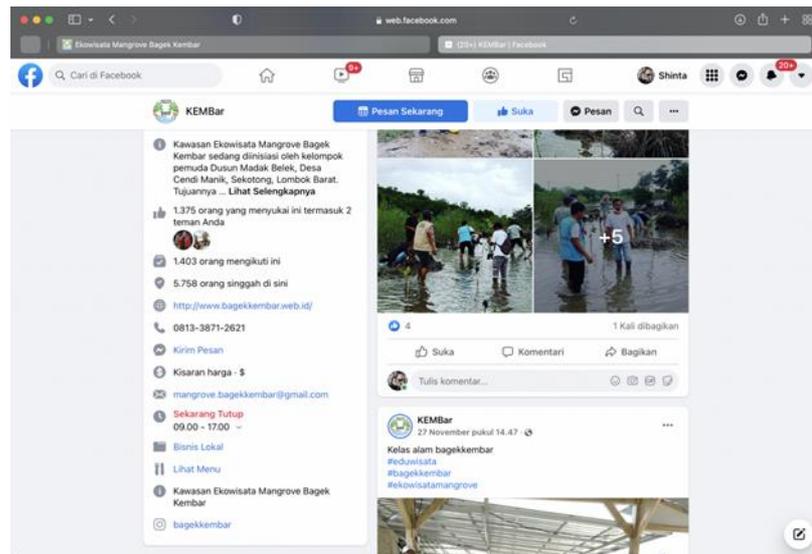


Gambar 2. Contoh menu informasi dalam *website* Kawasan Ekowisata Bagek Kembar

Tampilan Laman Facebook Page Kawasan Ekowisata Mangrove Bagek Kembar



Gambar 3. Tampilan Halaman Depan *Facebook Page* Kawasan Ekowisata Bagek Kembar



Gambar 4. Tampilan menu informasi dalam Facebook Page Kawasan Ekowisata Bagek Kembar

2. Dari hasil diskusi yang dilakukan dengan Kepala Desa, Ketua Pokdarwis dan masyarakat setempat, didapatkan hasil bahwa belum ada anggaran khusus yang direncanakan di tingkat desa dalam upaya promosi pengembangan kawasan ekowisata *mangrove* di wilayah Bagek Kembar Desa Cendi Manik. Saat ini aktivitas promosi yang dilakukan hanya mengandalkan inisiatif dari pokdarwis setempat dan hibah pemerintah ataupun pihak swasta (Kementerian, BUMN, BUMD).



Gambar 5. Tim Pengabdian berdiskusi dengan Kepala Desa dan Ketua Pokdarwis



Gambar 6. Tim pengabdian bersama dengan perwakilan anggota pokdarwis dan masyarakat setempat

3. Kurangnya partisipatif dari warga desa setempat untuk ikut memberdayakan serta mempromosikan kawasan ekowisata yang ada di wilayah mereka. Hal ini tentunya menjadi salah satu hambatan dalam upaya mengenalkan kawasan ekowisata mangrove ini ke wisatawan baik domestik maupun mancanegara.



Gambar 7. Potensi Kawasan Ekowisata Mangrove Bagek Kembar

Simpulan dan Saran

Dari hasil kegiatan pengabdian maka didapatkan kesimpulan bahwa kawasan ekowisata mangrove merupakan salah satu kawasan ekowisata yang memiliki potensi luar biasa dalam mendatangkan wisatawan baik domestik maupun mancanegara. Kawasan ini ditunjang dengan struktur wilayah yang memiliki keindahan dari segi alamnya dan sumber daya manusia yang mumpuni. Di sisi lain, jika kita berkunjung ke kawasan ini, kita tidak hanya disajikan dengan pesona alam yang luar biasa, namun juga bisa mendapatkan informasi seputar mangrove dan pengalaman dalam menanam mangrove, selain itu pengunjung juga dapat menikmati sajian kuliner lokal berupa kepiting bakau, kerang dan ikan bandeng yang dikembangkan di kawasan sekitar mangrove tersebut. Berbagai potensi yang ada di kawasan ekowisata mangrove Bagek Kembar ini tentunya menjadi daya tarik tersendiri bagi calon wisatawan, namun tentunya hal ini tidak dapat berjalan optimal jika tidak didukung dengan aktivitas promosi serta publikasi yang memadai serta berkelanjutan.

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka berikut beberapa saran yang dapat diberikan guna menunjang keberlanjutan kawasan ekowisata mangrove Bagek Kembar: 1) Diperlukan adanya partisipatif warga secara aktif untuk ikut mempromosikan serta mempublikasikan potensi wisata yang ada di wilayahnya; 2) Perbanyak aktivitas pelatihan serta seminar awam tentang pembuatan media promosi dan publikasi bagi masyarakat dan anggota pokdarwis setempat sebagai pengelola utama dari kawasan ekowisata mangrove Bagek kembar; 3) Perlu adanya peran serta Kepala Desa dalam menaungi kegiatan promosi dan publikasi kawasan ekowisata mangrove Bagek Kembar melalui penganggaran desa, sehingga kegiatan promosi dan publikasi dapat juga ditunjang dengan sarana dan prasarana yang memadai.

Daftar Pustaka

- Arsyad A (2011) 'Media Pembelajaran', in. Jakarta: Rajawali Pers, p. 49.
- Lampungsae (2017) 'Inilah 10 Media Sosial Paling Efektif untuk Promosi Bisnis dan Produk', pp. 2–5. Available at: www.Lampungsae.com.
- Tahir, I., Paembonan, R.E., Harahap, Z.A., Akbar, N., Wibowo, E.S., 2017a. Sebaran Kondisi Ekosistem Hutan Mangrove Di Kawasan Teluk Jailolo, Kabupaten Halmahera Barat. Provinsi Maluku Utara. J. Enggano 2, 143–155. <https://doi.org/10.31186/jenggano.2.2.143-155>
- Tulungen, J.J., Kasmidi, M., Rotinsulu, C., Dimpudus, M., Tangkilisan, N., 2003. Panduan Pengelolaan Sumberdaya Wilayah Pesisir Berbasis Masyarakat: Seri PSWPBM, Dalam Koleksi Dokumen Proyek Pesisir 1997-2003.
- Wicaksana, R. B. S. and Purwanto, A. (2013) 'Pembuatan Video Profil Tempat Wisata Unggulan di Klaten', 14(4), pp. 37–39.
- Yuliani, S., Herminasari, N.S., 2017. Partisipasi Masyarakat Dalam Pengelolaan Hutan Mangrove Di Desa Segarajaya, Kecamatan Tarumajaya Kabupaten Bekasi. J. Green Growth Dan Manaj. Lingkung. 6, 42–53. <https://doi.org/10.21009/jgg.062.04>
- Bayan, MM. 2019. [Penggunaan Unmanned Aerial Vehicle \(UAV\) untuk Pemetaan Mangrove di Kawasan Mangrove Bagek Kembar, Sekotong, Lombok, Nusa Tenggara Barat](#) Skripsi. Universitas Brawijaya. <http://www.bagekkembar.web.id/p/peta-jalan.html>, Diakses pada 20 Februari 2021

Subtema 3.

Komunikasi Lingkungan dan Kesehatan

Edukasi Geohazard Melalui Media Komunikasi Audio Visual

Diyah Indiyati¹, Siti Chotijah², Dian Lestari Miharja³, Jusfarida Chaniago⁴

^{1,2,3}Universitas Mataram, Mataram

⁴Institut Teknologi Adhitama Surabaya

dewi.indi@unram.ac.id

ABSTRAK

Desa Jelantik, Kecamatan Jonggat, Kabupaten Lombok Tengah, Provinsi Nusa Tenggara Barat tengah mempersiapkan diri untuk mengembangkan potensi wilayahnya menjadi sebuah desa wisata. Namun, sebelum merancang sebuah pengembangan desa wisata masyarakat perlu mengetahui tentang potensi kebencanaan yang berada di sekitarnya. Hal ini terkait dengan kondisi Pulau Lombok sendiri yang merupakan salah satu kawasan rawan bencana. Berangkat dari hal ini maka pada tahap awal sebelum penyusunan *masterplan* pengembangan desa wisata dibutuhkan edukasi di tingkat masyarakat mengenai potensi bencana yang ada di wilayah setempat. Pengabdian kepada masyarakat kali ini bertujuan untuk memberikan edukasi potensi geohazard kepada masyarakat desa setempat untuk membekali pengetahuan tentang potensi bencana yang ada dengan menggunakan media komunikasi massa format audio-visual agar mudah dipahami. Kegiatan berlangsung selama 5 bulan mulai tahap perencanaan, produksi hingga sosialisasi.

Kata kunci : edukasi, geohazard, desa wisata

ABSTRACT

Jelantik Village, Jonggat District, Central Lombok Regency, West Nusa Tenggara Province is preparing to develop its regional potential into a tourist village. However, before designing a tourism village development, the community needs to know about the potential for disasters that are around it. This is related to the condition of Lombok Island itself which is one of the disaster-prone areas. Departing from this, in the early stages before the preparation of the tourism village development master plan, education at the community level is needed about the potential for disasters in the local area. This community service aims to provide education on the potential of geohazards to local village communities to provide knowledge about the potential for existing disasters by using mass communication media in audio-visual format so that they are easy to understand. The activity lasted for 5 months starting from the planning stage, production to socialization.

Keywords: education, geohazard, tourist village

Pendahuluan

Sebagai sebuah negara kepulauan yang berada di lingkaran cincin api Pasifik membuat Indonesia mendapati dua kondisi yang berseberangan. Di satu sisi Indonesia menjadi sebuah hamparan negeri yang subur, namun di sisi lain potensi bencana pun senantiasa mengancam. Indonesia merupakan negara yang tak lepas dari insiden bencana alam dalam setiap tahunnya. Bahkan Indonesia termasuk dalam 35 negara di dunia dengan tingkat ancaman bencana tertinggi versi World Bank. (CNN Indonesia, 2020)

Demikian halnya di Lombok, Provinsi Nusa Tenggara Barat, tak sedikit jenis bencana alam yang datang setiap tahunnya mulai dari banjir di musim penghujan, tanah longsor hingga gempa bumi. Hal ini tentu saja menjadi sebuah keprihatinan sekaligus perhatian masyarakat dan pengambil keputusan. Kehidupan sehari-hari masyarakat tetap berjalan meski bencana datang, yang diperlukan adalah kesiapan dalam menghadapi bencana dengan meminimalisasi risiko terjadinya korban ataupun kerugian material dan imaterial akibat bencana. Hal ini disebut sebagai mitigasi bencana. Menurut UU No 24 Tahun 2007 Tentang Penanggulangan Bencana Mitigasi adalah serangkaian upaya untuk mengurangi risiko bencana, baik melalui pembangunan fisik maupun penyadaran dan peningkatan kemampuan menghadapi ancaman bencana.

Berangkat dari hal ini baik pengambil kebijakan maupun masyarakat umum perlu memahami langkah-langkah ataupun upaya mitigasi mulai dari level pedesaan hingga ke level penentuan kebijakan. Upaya mitigasi perlu disematkan dalam berbagai pengambilan kebijakan baik yang terkait langsung dengan pelaksanaan penataan tata ruang, pengaturan pembangunan, pembangunan infrastruktur, tata bangunan dan penyelenggaraan pendidikan, penyuluhan dan pelatihan baik secara konvensional maupun modern.

Terkait hal tersebut, Program Studi Ilmu Komunikasi melihat potensi untuk memberikan edukasi tentang mitigasi bencana kepada masyarakat Desa Jelantik, Kecamatan Jonggat, Kabupaten Lombok Tengah dalam bentuk penyuluhan berbasis media audio visual agar mudah dipahami dan menarik perhatian. Pemilihan lokasi ini salah satunya dikarenakan keinginan Pemerintah Desa Jelantik untuk memperkenalkan wilayahnya sebagai sebuah Desa Wisata dalam rangka peningkatan ekonomi kerakyatan. Hal ini dapat dipahami mengingat kondisi pandemi telah memukul seluruh lapisan masyarakat secara ekonomi sehingga dibutuhkan upaya tambahan untuk meningkatkan penghasilan masyarakat desa.

Profil Mitra

Desa Jelantik, merupakan salah satu desa di Kecamatan Jonggat, Lombok Tengah, NTB yang memiliki 15 dusun dengan jumlah penduduk berdasarkan data BPS Kabupaten Lombok Tengah pada tahun 2018 berjumlah 9.284 jiwa dengan 2.972 KK.

Wilayah ini secara umum memang tergantung pada aktivitas pertanian. Dari 776, 40 hektare luas wilayah di Desa Jelantik, sekitar 70,1% atau sekitar 544 hektare merupakan tanah sawah dan sisanya merupakan tanah kering. Aktivitas pertanian di wilayah ini sangat didukung oleh tersedianya sarana irigasi seperti waduk/DAM, bendungan dan saluran irigasi teknis. Hal ini membuat wilayah ini dari produktif dari sisi hasil pertanian.

Melihat kondisi topografi yang ada di Desa Jelantik, Pemerintah Desa setempat melihat adanya potensi pariwisata yang dapat ditonjolkan dengan konsep Desa Wisata. Tim Pengabdian Masyarakat Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mataram melihat potensi pariwisata yang muncul dari hamparan luas lahan persawahan serta adanya bendungan Jelantik menjadi salah satu factor daya tarik yang dapat dikembangkan sebagai sebuah tujuan pariwisata. Namun, sebelum menyusun sebuah masterplan pariwisata dengan konsep Desa Wisata, masyarakat

setempat perlu dikenalkan tentang potensi bencana melalui identifikasi geohazard di wilayah tersebut.

Permasalahan mitra

Mitra Program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) belum memahami konsep mitigasi bencana ataupun mengenali *geohazard* di wilayahnya sementara Pemerintah Desa Jelantik dan masyarakat secara umum ingin segera merealisasikan konsep Desa Wisata di wilayahnya, sehingga dibutuhkan pendampingan untuk edukasi geohazard dengan media yang paling mudah dipahami, yakni media audio visual.



Gambar 1 Embung Jelantik, Lombok Tengah

Solusi untuk menyelesaikan permasalahan yang dialami oleh mitra 1 adalah dengan mengidentifikasi *geohazard* di wilayah yang akan dikembangkan menjadi Desa Wisata.

- a. Membantu mengidentifikasi lokasi yang memiliki potensi geohazard
- b. Membantu mengidentifikasi lokasi spot wisata yang memiliki potensi geohazard
- c. Memvisualisasikan lokasi yang memiliki potensi geohazard sebagai

Metode Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan di Desa Jelantik, Kabupaten Lombok Tengah ini terbagi menjadi tiga tahapan, untuk tahap pertama dilakukan focus group discussion dengan mitra dalam hal ini adalah masyarakat Desa Jelantik baik yang tergabung dalam Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Desa Jelantik ataupun masyarakat umum termasuk juga perangkat desa Jelantik yang saat ini masih mengembangkan potensi desa menjadi Desa Wisata di Kabupaten Lombok Tengah. Tahapan kedua dari program ini dilakukan dengan survei lokasi wisata yang memiliki potensi ancaman geohazard sembari melakukan dokumentasi, sedangkan tahap terakhir merupakan tahapan produksi media audio visual Bersama mitra.

Tahapan awal pelaksanaan akan dibagi menjadi tiga tahapan yakni

1. Diskusi awal dengan tim internal yang terlibat untuk merumuskan konsep terkait pemberdayaan masyarakat
 - Persiapan tim beserta kontribusi dan job description masing-masing
 - Persiapan peralatan
2. *Focus group discussion* dengan calon mitra

- Pemetaan potensi yang dimiliki calon mitra
 - Pengenalan Geohazard dilakukan oleh Dosen Teknik Geologi Institut Teknologi Adhitama Surabaya (ITATS) Jusfarida Chaniago, ST, MT untuk menyamakan persepsi terkait *geohazard* dan bagaimana mengkomunikasikan pengetahuan tentang potensi bencana ini dalam bentuk produk video yang diproduksi oleh Tim Pengabdian Universitas Mataram
3. *Produksi dan Pascaproduksi*
- Produksi Media dan sosialisasi
 - Keterlibatan mahasiswa akan lebih banyak dilakukan pada fase ini, karena pengambilan *footage* ataupun pembuatan *nutgraph* pendukung video edukasi sudah dapat dilakukan oleh mahasiswa secara teknis, demikian halnya untuk proses editing juga dilakukan oleh mahasiswa yang terlibat.

Hasil Kegiatan dan Pembahasan

Kemampuan media video dalam menyampaikan pesan cukup luas jika dibandingkan dengan media lainnya seperti radio maupun cetak. Seiring dengan berkembangnya teknologi, fleksibilitas yang dimiliki oleh video menempatkannya sebagai media *multi device*. Video tidak hanya dapat disalurkan melalui televisi namun juga dapat diunggah ke berbagai situs populer internet. Sehingga mampu dengan cepat memperkenalkan objek-objek yang ada pada video kepada audiens (Anam, 2018)

Program pengabdian masyarakat ini tidak hanya melakukan membuat produk media audio visual yang berisi konten edukasi *geohazard*, namun program ini mengajak warga bersama-sama dalam pembuatan konten edukasi. Sehingga proses transfer pengetahuan juga ikut terjadi di lapangan pada saat pembuatan konten edukasi audio visual berlangsung.

Tim pengabdian Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mataram mengajak warga desa Jelantik untuk mengidentifikasi potensi geohazard di lokasi yang ke depannya akan digunakan sebagai objek wisata unggulan desa, yakni Embung Jelantik.

Materi untuk kegiatan diskusi terarah diperoleh dari narasumber dosen Teknik Geologi ITATS Jusfarida Chaniago, ST, MT yang menjelaskan mengenai geohazard beserta potensi bencana yang bisa terjadi.

Kegiatan berikutnya berupa *field trip* bersama warga untuk melakukan identifikasi lokasi yang memiliki potensi geohazard di Embung Jelantik. Salah satu yang perlu diperhatikan oleh warga adalah bahaya menanam tanaman keras di sepanjang bendungan yang memiliki potensi merusak struktur bendungan akibat akar pohon yang terus menghunjam ke bumi.



Gambar 2 Area tepi bendungan yang masih banyak ditumbuhi pohon-pohon besar



Gambar 3 Lanskap area Desa Jelantik yang memiliki potensi destinasi wisata

Area sekitar Embung Jelantik menawarkan pemandangan yang mempesona, tidak hanya sebagai lokasi wisata akan tetapi juga dapat digunakan sebagai jalur olahraga baik lari maupun bersepeda. Dibutuhkan partisipasi warga untuk membenahi jalur trek di Desa Jelantik agar dapat aman dan nyaman digunakan oleh wisatawan. Aktivitas warga setempat yang turut mendokumentasikan potensi wisata serta beberapa kendala yang muncul manakala field trip menjadi dasar bagi Pokdarwis untuk melakukan pembenahan dan pengembangan fisik di wilayah tersebut.

Diskusi dengan kelompok warga dan Pokdarwis serta perangkat desa beberapa kali dilakukan dan berbuah pada inisiasi sejumlah aktivitas di Embung Jelantik yang menarik minat warga sekitar untuk mengunjungi lokasi tersebut. Beberapa sudut kemudian dikembangkan menjadi spot fotografi, dan jalur pematang sawah yang semula tidak terawat menjadi makin terawat akibat kegiatan Bersama yang dilakukan oleh warga.



Gambar 4 Tanaman penghias di tepi bendungan hanya berupa tanaman dalam pot

Bendungan Jelantik mulai mendapat perhatian tidak hanya dari warga sekitar namun juga menarik perhatian pemerintah daerah dan juga Balai Wilayah Sungai BWS Nusa Tenggara Barat I. Sejumlah rencana pengembangan dirilis, khususnya untuk revitalisasi area bendungan.



Gambar 5 Proyeksi 3D Embung Jelantik (cortesy of Pokdarwis Desa Jelantik)

Kesimpulan

Pengembangan Kawasan menjadi sebuah destinasi wisata membutuhkan analisis kelayakan, pada program pengabdian kepada masyarakat Universitas Mataram kali ini lebih menekankan pada analisis kerentanan *geohazard* pada lokasi yang diproyeksikan sebagai destinasi wisata unggulan Desa. Pendekatan partisipatif berupa field trip, dokumentasi Bersama serta diskusi bersama warga sekitar dan Pokdarwis dirasa cukup efektif dalam memberikan semangat perubahan dan memberikan dasar pengetahuan tentang potensi kerentanan yang ada di sekitar mereka.

Daftar Pustaka

- CNN *Indonesia*. (2020, 12 15). Diambil kembali dari CNN Indonesia: <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20201215141037-20-582358/doni-monardo-ri-masuk-35-negara-rawan-bencana-di-dunia>
- (2019). *Statistik dan Spasial Kecamatan Jonggat 2019*. Jonggat Central Lombok: Kecamatan Jonggat.
- Subaidi, A. (2021, 02 6). *detik.com*. Diambil kembali dari detiknews.com: <https://news.detik.com/foto-news/d-5363805/hati-hati-jalan-di-senggigi-ntb-longsor>

Strategi Penanggulangan Sampah Plastik Bahari di Malang Raya

Wifka Rahma Syauki, Wayan Weda Asmara Dewi
Jurusan Ilmu Komunikasi, Universitas Brawijaya, Malang
wifka@ub.ac.id

ABSTRAK

Pencemaran lingkungan oleh sampah plastik tentu saja memiliki dampak negatif yang dapat merusak ekosistem bumi termasuk salah satunya ekosistem bahari. Sampah plastik yang tidak mudah terurai menjadi permasalahan utama pencemaran lingkungan bahari yaitu sungai dan lautan. Melalui pengabdian masyarakat ini penulis ingin memberikan edukasi dan meningkatkan kesadaran masyarakat akan perlunya peduli akan lingkungan bahari. Kegiatan ada pada tataran *awareness* dengan format webinar dengan sasaran pelajar, mahasiswa, dan masyarakat umum. Bersama *Marrine buddies*, salah satu organisasi lingkungan di bawah naungan WWF, masyarakat diberikan materi berupa fakta dan strategi penanganan sampah di sungai dan wilayah pantai Malang Raya. Sampah di wilayah laut memiliki dampak pada sektor ekonomi dan pariwisata, mengganggu kehidupan biota laut, ekosistem pesisir dan kesehatan manusia. pada sektor perikanan, produktivitas ikut menurun dan ada implikasi bahwa mikroplastik yang dikonsumsi ikan masuk pada makanan yang menimbulkan kesehatan manusia. Melihat keadaan tersebut, *Marrine Buddies* kota Malang menerapkan beberapa program dalam rangka menanggulangi sampah plastik. Program tersebut diharapkan menjadi pengetahuan masyarakat sehingga bersama-sama turut serta melakukan konservasi, serta melindungi habitat laut.

Kata kunci : Sampah plastik, Kampanye komunikasi, Habitat bahari

ABSTRACT

*Environmental pollution by plastic waste has a negative impact that can damage the earth's ecosystem, including the marine ecosystem. Plastic waste that is not easily decomposed is a major problem for the marine environment, namely rivers and oceans. Through this community service, the author wants to provide education and increase public awareness of the need to care about the marine environment. The activity is at the awareness level with a webinar format targeting students, and public. Together with *Marrine buddies*, one of the environmental organizations under WWF, the community was given material in the form of facts and strategies for handling plastic waste in rivers and coastal areas of Malang Raya. Plastic waste in marine areas has an impact on the economic and tourism sectors, disrupting marine life, coastal ecosystems and human health. In the fishery sector, productivity also decreases and there is an implication that microplastics consumed by fish. Fish are consumed by human so it will interfere the health. Seeing this situation, *Marine Buddies* Malang has implemented several programs in order to tackle plastic waste. The program is expected to become public knowledge so that together they participate in conserving and protecting marine habitats.*

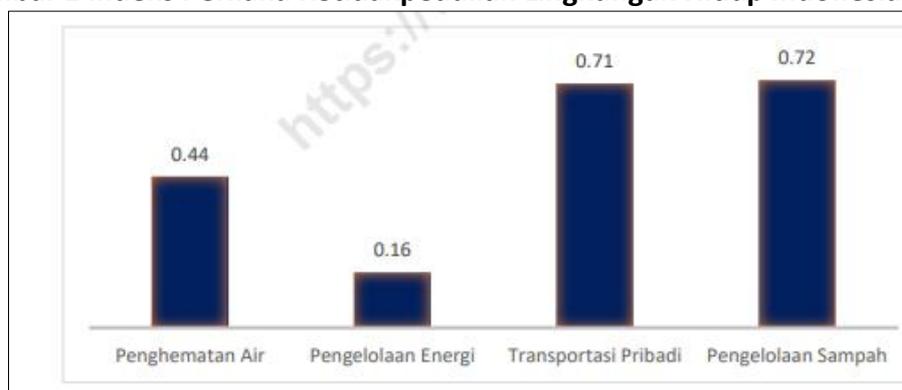
Keywords: *Plastic waste, Communication campaign, Marine habitat*

Pendahuluan

Sampah merupakan ancaman serius bagi lingkungan alam, perekonomian, serta masyarakat. Lingkungan selama ini merupakan penyedia sumberdaya seperti mineral, energi, serta penyerapan residu yang merupakan hasil dari aktivitas kehidupan manusia. Penanganan dalam pembuangan sampah yang salah akan meningkatkan permasalahan yaitu sampah mengandung bahan berbahaya yang akan memengaruhi fungsi lingkungan sehingga fungsi lingkungan sebagai penyerap residu akan terbatas. Jumlah sampah yang terus bertambah dan melampaui batas akan menjadi ancaman bagi stabilitas ekosistem.

Melansir dari katadata.co.id, berdasarkan data Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK), Indonesia menghasilkan 64 juta ton sampah setiap tahun. Komposisi sampah didominasi sampah organik atau sisa makanan, lalu urutan kedua sebanyak 14% adalah sampah plastik (Widowati, 2017). Data ini diperkuat oleh Laporan BPS tentang Indeks Perilaku Ketidakpedulian Lingkungan Hidup Indonesia 2018 (IPKLH tingginya tingkat ketidakpedulian suatu daerah terhadap lingkungan (IPKLH) berkisar dari 0 hingga 1. Nilai IPKLH yang semakin besar (mendekati 1) menunjukkan semakin tingginya tingkat ketidakpedulian lingkungan di wilayah tersebut. Nilai paling besar (0.72) ditempati oleh Pengelolaan sampah, maka data ini menunjukkan masyarakat Indonesia masih sangat tinggi tingkat ketidakpeduliannya dalam pengelolaan sampah.

Gambar 1 Indeks Perilaku Ketidakpedulian Lingkungan Hidup Indonesia 2018



Sumber: Laporan BPS 2018

Fokus daerah yang menjadi sasaran pengabdian masyarakat ini adalah Malang Raya. Berdasarkan data, jumlah timbulan sampah di Kota Malang adalah sekitar ±660 ton/hari dimana sebagian besar sampah berasal dari rumah tangga, dan sisanya berasal dari pasar dan limbah industri. Sampah Kota Malang menunjukkan sekitar bahwa 69% sampah berasal dari sampah domestik yaitu dari perumahan atau rumah tangga sedangkan sisanya 31% berasal dari sampah non domestik yaitu dari sampah pasar, fasilitas pertokoan, fasilitas industri, sampah jalan, sampah pertamanan dan sampah dari fasilitas kesehatan (Widyaningsih 2017).

Wilayah Malang Raya yang terdiri dari Kota Malang, Kota Batu, dan Kabupaten Malang memiliki potensi wisata yang tinggi, khususnya wisata Bahari di Kabupaten Malang serta wisata kampung tematik di Kota Malang, seperti Kampung Arema dan Kampung warna-warni Jodipan yang terletak di pinggir sungai. Peningkatan wisata berarti ekonomi masyarakat diharapkan akan

meningkat, namun tidak bisa dipungkiri potensi sampah khususnya sampah plastik juga akan meningkat. Hal ini yang menjadi latar belakang kegiatan pengabdian masyarakat yang mengambil tema penanganan sampah plastik di wilayah bahari Malang Raya.

Polusi air, misalnya yang berasal dari merkuri akan tidak memiliki polusi yang parah apabila jumlahnya sedikit, namun dengan kadar yang tinggi dampaknya juga akan substansial bagi lingkungan. Polusi tersebut akan mengubah fungsi ekosistem dan mengurangi kapasitas lingkungan (Perman et al, dalam Arief, 2013). Salah satu polusi tersebut ditimbulkan dari banyaknya sampah terutama sampah plastik.

Plastik yang memiliki fungsi sebagai pembungkus dan wadah praktis untuk membawa barang merupakan kebutuhan sehari-hari masyarakat. Sifatnya yang murah, praktis, dan ringkas menjadikan penggunaannya yang semakin tidak bisa dikendalikan. Peningkatan jumlah pemakaiannya juga disebabkan karena jumlah penduduk yang semakin bertambah dan menuntut kepraktisan. Menurut penelitian Lerdy dan Anityasari (2011), dalam satu tahun penduduk dunia dapat menggunakan kantong plastik sebanyak 500 juta hingga 1 miliar, di mana setiap orang menggunakan 150 kantong plastik tiap tahun. Terlebih, kantong plastik yang memiliki siklus penggunaan sekali pakai di mana setelah digunakan akan langsung dibuang oleh sebagian besar penggunanya. Penggunaan yang berlebihan ini juga diikuti berlebihnya sampah plastik yang ada di lingkungan (Astuti, 2016). Plastik bukan berasal dari senyawa biologis, sehingga membutuhkan waktu 100 hingga 500 tahun dapat terdekomposisi {terurai} dengan sempurna.

Melihat permasalahan di atas, penanggulangan isu atau fenomena seperti ini umumnya tidak cukup hanya dengan mengandalkan pengetahuan atau pemahaman publiknya saja, namun juga menuntut adanya perubahan sikap atau perilaku target publik ke arah yang lebih positif sesuai dengan kondisi ideal yang diharapkan. Untuk itu, dibutuhkan suatu upaya komunikasi yang unik, tidak biasa, dan menarik perhatian khalayak yang besar. Salah satu upaya yang dapat dilakukan adalah dengan mengadakan kampanye yang bertujuan untuk menginisiasi suatu perubahan sosial khususnya dalam penggunaan sampah plastik. Selama lebih dari tiga dekade, penerapan kampanye sosial telah berperan dalam meningkatkan kesehatan masyarakat, keamanan publik, melindungi lingkungan hidup, dan menggalakkan *community involvement*. Kampanye tentang edukasi mengenai penggunaan sampah plastik atau diet kantong plastik telah dilakukan oleh pemerintah daerah maupun komunitas yang peduli akan isu sosial.

Dalam membantu masyarakat meningkatkan kesadaran lingkungan dibutuhkan media seperti kampanye kreatif agar lebih menarik perhatian masyarakat sebagai target audiensnya. Kampanye sebagai alat untuk menyebarkan informasi dan meningkatkan kesadaran, untuk meningkatkan kepedulian dan perubahan perilaku dari target audien. Kampanye juga dapat dilihat sebagai alat advokasi kebijakan untuk menciptakan tekanan publik pada aktor-aktor kunci, misalnya peneliti / ilmuwan, media massa, dan pembuat kebijakan. Rogers dan Storey dalam Venus (2010:7) mendefinisikan kampanye sebagai serangkaian tindakan komunikasi yang terencana dengan tujuan untuk menciptakan efek tertentu pada sejumlah besar khalayak yang dilakukan secara berkelanjutan pada kurun waktu tertentu. Kampanye secara umum berfungsi memberikan informasi dan pemahaman kepada masyarakat sehingga lebih tanggap dalam merespon pesan yang disampaikan.

Venus (2010) menjelaskan bahwa kampanye dibagi menjadi tiga kategori, yaitu: (1) *Commercial Campaign*, (2) *Political Campaign*, (3) *Social Campaign* atau kampanye sosial yang dijelaskan oleh Kotler (dalam Venus 2004) sebagai *ideological or cause oriented campaign* yaitu kampanye yang berorientasi pada tujuan-tujuan yang bersifat khusus dan seringkali berdimensi pada suatu tujuan perubahan sosial, kampanye sosial ini sering ditujukan untuk menangani masalah-masalah sosial. Pada hakikatnya memberikan pendidikan merupakan cara memanusiakan manusia, sehingga melalui pendidikan juga dapat diciptakan generasi penerus yang memahami masalah lingkungan, dan diharapkan berperan aktif mengatasi permasalahan sampah plastik yang dikemas dalam bentuk kampanye kreatif. Permasalahan yang dihadapi adalah tingginya penggunaan plastik dan partisipasi generasi muda terhadap lingkungan.

Perubahan yang diharapkan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah kesadaran dalam mengurangi penggunaan sampah plastik. Melalui kegiatan ini, diharapkan dapat memicu perubahan perilaku untuk mengurangi penggunaan sampah plastik dan memiliki wawasan dan keahlian tentang menjaga lingkungan sekitar.

Metode Pelaksanaan

Pengabdian masyarakat ini merupakan sebuah *grand design* dalam upaya membantu mengurangi permasalahan sampah plastik, khususnya di wilayah bahari dan perairan Malang Raya. Kegiatan akan dibagi ke dalam beberapa tahap dari *awareness*, aksi, sampai pada perubahan perilaku yang merupakan target utama. Untuk mencapainya maka kami ke dalam beberapa tahapan capaian, untuk tahun pertama ini, tujuan adalah pada level *awareness*. Pada level ini sasaran kami adalah kelompok masyarakat yang dimulai dari mahasiswa dan masyarakat umum.

Target dari kegiatan pengabdian masyarakat ini, sasaran kegiatan mendapatkan edukasi berupa materi mengenai strategi pengelolaan sampah plastik. Berdasarkan kegiatan tersebut, tim pengabdian masyarakat akan memberikan pengetahuan-pengetahuan terkait strategi pengelolaan sampah yang bertujuan untuk:

- a. Membuat sasaran kegiatan paham mengenai identifikasi peningkatan jumlah sampah plastik.
- b. Membuat sasaran kegiatan paham tentang bagaimana strategi mengurangi sampah plastik, terutama pada lokasi wisata.
- c. Membuat sasaran kegiatan mampu menerapkan beberapa program yang dapat dilakukan untuk mengurangi sampah plastik.

Bekerja sama dengan *Marrine Buddies* Malang kami melakukan kolaborasi kegiatan edukasi kampanye dengan metode;

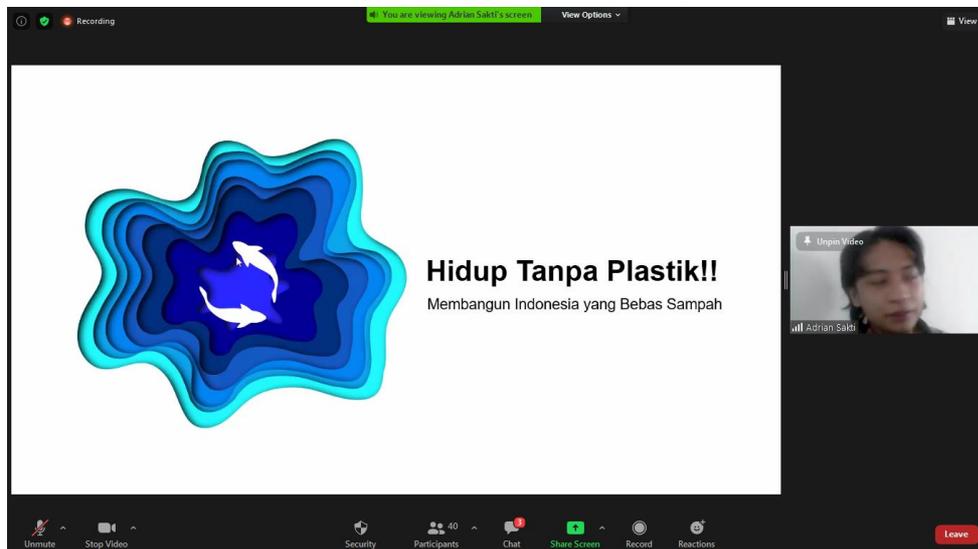
1. Identifikasi permasalahan dan menawarkan solusi.
2. Mengadakan Webinar dengan pemateri dari praktisi pegiat lingkungan yaitu; *Marrine Buddies*.
3. Dalam Pelaksanaannya tim juga akan menyebarkan Pre-test dan post test terkait kesadaran dalam mengurangi sampah plastik. Hal ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana pengetahuan sebelum dan sesudah kegiatan.

4. Post test juga menjadi sarana evaluasi program apakah masyarakat sudah lebih memahami akan pentingnya pengetahuan akan perilaku bijak dalam mengurangi sampah plastik.

Hasil Kegiatan dan Pembahasan

Pengabdian masyarakat dengan tema Kampanye Komunikasi Lingkungan dalam Mengurangi Penggunaan Sampah Plastik oleh Non Government Organization. Pengabdian masyarakat dikemas dengan bentuk webinar diadakan pada tanggal 26 Juni 2021. Webinar tersebut dihadiri oleh target utama kegiatan yaitu mahasiswa dan masyarakat umum dengan pemateri, Adrian Sakti mewakili Marine Buddies Malang. Tema utama kegiatan pengabdian masyarakat adalah Hidup Tanpa Plastik, tema ini dipilih karena sampah plastik merupakan sebuah permasalahan yang menjadi isu global dan cukup rumit dalam penyelesaiannya karena konsumsi masyarakat yang masih tinggi.

Gambar 2 Pelaksanaan Webinar Hidup Tanpa Plastik



Sumber: Dokumentasi Pribadi

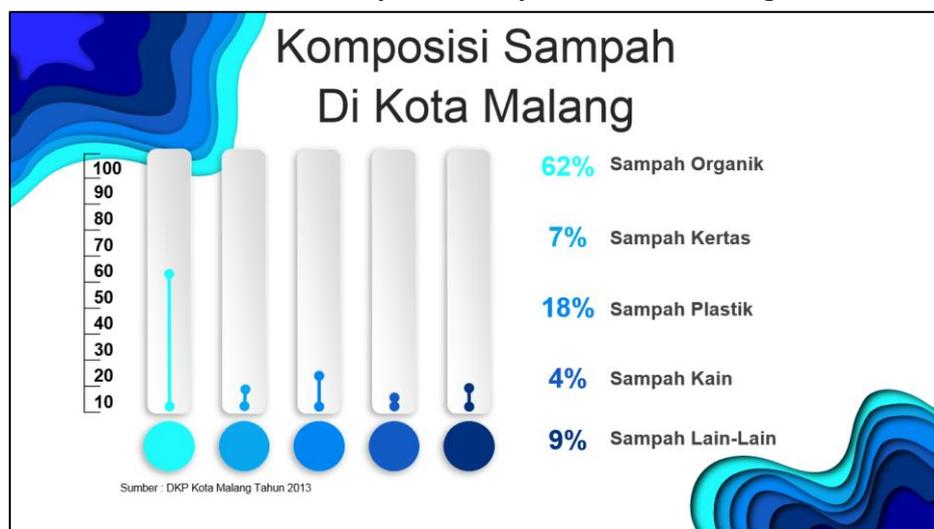
Marine Buddies adalah sebuah komunitas di bawah naungan WWF yang mempunyai perhatian utama terhadap berbagai masalah serta isu yang menyangkut laut beserta isinya. Marine Buddies dibentuk untuk menjadi wadah bagi pemuda pencinta lingkungan, penggiat laut, serta mahasiswa sebagai agen perubahan melalui sebuah forum diskusi. Marine Buddies untuk saat ini sudah tersebar di 5 kota yaitu Surabaya, Jakarta, Denpasar, Makassar, dan Medan. Tahun ini Marine Buddies sedang dikembangkan di 5 kota lainnya yaitu Jogja, Banda Aceh, Tangerang, Semarang, dan termasuk kota Malang.

Marine Buddies mengangkat 4 isu utama yaitu *Marine Biodiversity*, *Climate Change*, *Plastic-Free Ocean*, dan *Ecotourism*. Marine Buddies Malang nantinya akan melakukan aksi tidak hanya dalam lingkup pantai dan laut saja, tetapi juga melakukan aksi di sekitaran kota Malang agar masyarakat lebih sadar tentang pentingnya menjaga ekosistem laut karena kita percaya apapun yang kita lakukan di darat akan berakhir di laut. Marine Buddies Malang ke depannya akan melakukan berbagai aksi baik aksi internal maupun aksi kolaborasi dengan berbagai macam pihak seperti komunitas, mahasiswa, maupun pihak instansi pemerintah.

Pada kesempatan webinar kali ini, materi yang disampaikan kali ini dibagi menjadi beberapa sub topik antara lain; terkait sampah di Kota Malang, Penanggulangan sampah di Indonesia khususnya Kota Malang, Program yang dilakukan Mairine Buddies dalam membantu pengelolaan sampah, serta strategi Mairine buddies dalam memperluas edukasi dan mengajak masyarakat untuk peduli akan sampah.

Data yang disampaikan dalam materi antara lain berupa fakta bahwa Indonesia merupakan negara penyumbang sampah tertinggi nomor 2 di dunia dengan total 67,8 juta ton per tahun. Sedangkan di Kota Malang sendiri, berdasarkan data DKP tahun 2013 (gambar 3) sampah yang masih mendominasi adalah Sampah Organik atau sisa makanan dan diikuti oleh sampah plastik sebanyak 18%. Mairine buddies sendiri merupakan organisasi yang fokus pada pengelolaan sampah plastik terutama di lingkungan sungai dan laut. Hal ini dikarenakan banyak masyarakat yang masih abai membuang sampah plastik ke sungai lalu bermuara ke laut.

Gambar 3 Komposisi Sampah di Kota Malang



Sumber: Presentasi Mairine Buddies

Menurut Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK), selama 2020 tercatat sekitar 521.275 ton sampah plastik berada di lautan Indonesia. Sampah plastik menyebabkan pencemaran laut. Lamanya sampah plastik untuk terurai membuat sampah plastik mengendap di dasar laut dan menjadi mikroplastik. Akibatnya, banyak biota laut dan penyu ditemukan sering mengonsumsi sampah plastik secara tak langsung (Antara: 2021).

Di Kota Malang sendiri, terkait pengelolaan sampah plastik diatur oleh beberapa peraturan daerah. Peraturan tersebut merupakan sebuah imbauan pemerintah kepada masyarakat agar mengurangi dan memerangi sampah plastik. Peraturan yang menjadi acuan berdasarkan aturan pusat sampai daerah antara lain; Peraturan Pemerintah RI Nomor 27 Tahun 2020, Peraturan Presiden Nomor 83 Tahun 2018 – KKP, PERWALI No. 7 Tahun 2019, Surat Edaran Walikota Malang Nomor 8 Tahun 2021 Tentang Pengurangan Sampah Plastik, PERDA Kab. Malang No. 2 Tahun 2018, dan PERBUP Kab. Malang No. 20 Tahun 2017.

Secara umum sampah laut berdampak sektor ekonomi dan pariwisata, mengganggu kehidupan biota laut dan ekosistem pesisir dan kesehatan manusia. Banyak biota yang memakan

plastik (entangled) dan terjerat plastik (ingestion). Jika sampah plastik ini tidak dikendalikan dikelola dengan baik, maka terjadi proses pelapukan menjadi mikro dan nano plastik yang akan merusak ekosistem pesisir dan/atau dimakan oleh plankton atau ikan. Selanjutnya, produktivitas perikanan dapat menurun dan implikasi dari mikroplastik bisa masuk ke jejaring makanan (food-chain) yang akhirnya dapat menimbulkan masalah pada kesehatan manusia.

Melihat keadaan tersebut, Marine Buddies kota Malang menerapkan beberapa program dalam rangka menanggulangi sampah plastik. Salah satu program yang dilaksanakan bersama pemerintah Kota Malang: Jambore Indonesia Bersih dan Bebas Sampah pada tahun 2018 yang memfokuskan untuk pembersihan sampah-sampah di area bantaran Sungai Brantas (kawasan Jodipan). Program paling baru yang dilaksanakan Marine Buddies adalah Beach Clean up 2021, yaitu bersih-bersih sampah di area kawasan Pantai Bajulmati. Dimana kegiatan ini merupakan kegiatan turun lapang (kolaborasi Marine Buddies Malang & Surabaya) sebagai contoh bagi masyarakat umum.

Selanjutnya, untuk mengembangkan kesadaran masyarakat akan sampah plastik, strategi yang dilakukan Marine Buddies Malang yaitu:

- a. *Collect Your Skincare*: pengumpulan sampah bekas *skincare* untuk diolah kembali.
- b. *MOT (Management Of Training)*: melakukan brainstorming, workshop, atau bentuk pengajaran dengan berbagai pihak.
- c. *Goes to School & Goes to Campus*: kunjungan ke sekolah dan kampus untuk melakukan kuliah tamu.
- d. *CFD (Car Free Day)*: bentuk sosialisasi dan edukasi perihal lingkungan
- e. Kumbang: kolaborasi dengan Earth Hour untuk training (program dari WWF).
- f. *River Clean Up*: bersih-bersih sungai.

Kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh Marine Buddies terkait dengan edukasi akan pentingnya bertanggung jawab terhadap wisata bahari dan konservasi laut. Edukasi yang diberikan tersebut melalui kegiatan-kegiatan seperti workshop (sebelum pandemi), webinar, campaign, serta beberapa kegiatan lainnya yang berhubungan dengan konservasi laut. Melalui kegiatan-kegiatan tersebut, diharapkan dapat mengubah pola pikir para seseorang untuk menerapkan gaya hidup yang cinta akan lingkungan dan dapat mengajak orang sekitar untuk lebih sadar dan peduli terhadap lingkungan. Selain itu, berdasarkan pengetahuan yang telah didapatkan melalui kegiatan-kegiatan tersebut maka wawasan menjadi semakin luas, dapat berbagi ilmu, pengalaman, melakukan konservasi, serta melindungi habitat laut agar dapat diikuti oleh masyarakat sekitar.

Simpulan dan Saran

Hasil pengabdian masyarakat yang diperoleh melalui webinar kali ini sesuai dengan target utama yaitu memberikan *awareness* pada masyarakat. Hal ini dilihat dari respon peserta selama kegiatan dan dari hasil post test di mana mereka setuju bahwa sampah plastik terutama di wilayah bahari merupakan permasalahan serius. Penanganan sampah, khususnya sampah plastik tidak hanya berhenti pada level kebijakan pemerintah, namun masyarakat harus membantu dalam implementasinya.

Kegiatan selanjutnya yang dapat dilakukan sebagai tindak lanjut pengabdian masyarakat ini adalah mengajak masyarakat untuk ikut serta dalam aksi, bisa berupa kegiatan rutin pengurangan sampah plastik atau kegiatan besar seperti ikut bagian dalam aksi bersih sampah di wilayah pantai Malang Raya. Selain itu implikasi praktis akan pengurangan sampah plastik adalah pengurangan pula konsumsi barang atau produk yang menghasilkan sampah itu sendiri.

Daftar Pustaka

- Antar, Venus. 2010. Manajemen kampanye: panduan teoritis dan praktis dalam mengefektifkan kampanye komunikasi. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.
- Antara, (7 Juli 2021), KLHK Catat Setengah Juta Ton Sampah Plastik di Lautan Indonesia. Diakses pada 30 September 2021 dari <https://tirto.id/klhk-catat-setengah-juta-ton-sampah-plastik-di-lautan-indonesia-ghxv>
- Arief, Sofyan (2013). Pengelolaan Sampah Malang Raya Menuju Pengelolaan Sampah Terpadu Yang Berbasis Partisipasi Masyarakat. Jurnal Humanity, 8(2), 195-208. Retrieved from <https://media.neliti.com/media/publications/11371-ID-pengelolaan-sampah-malang-raja-menuju-pengelolaan-sampah-terpadu-yang-berbasis-p.pdf>
- Astuti, Dwi Ariyanti (2016). Penerapan Kantong Plastik Berbayar sebagai Upaya Mereduksi Penggunaan Kantong Plastik. Jurnal Litbang, XII(1), 32-40.
- Badan Pusat Statistik. (2018). Laporan Indeks Perilaku Ketidakpedulian Lingkungan Hidup Indonesia 2018. Jakarta: BPS-RI
- CNN Indonesia. (2019, August 21). *KLHK: 72 Persen Masyarakat Tak Peduli dengan Sampah Plastik*. Diakses pada 3 Agustus 2021 dari <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20190821164641-199-423470/klhk-72-persen-masyarakat-tak-peduli-dengan-sampah-plastik>
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. Marketing Managemen, 15th Edition, Pearson Education, Inc
- Lerdy, L., M. Anityasari. 2011. *Pemodelan Consumer Acceptance Terhadap Produk Pengganti Tas Plastik dengan Metode SEM (Studi Kasus: Konsumen Ritel di Surabaya)*. Jurusan Teknik Industri. Tugas Akhir. Surabaya: Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS).
- Widowati, Hari (2019). Komposisi Sampah di Indonesia Didominasi Sampah Organik. Diakses pada 10 Oktober 2021 dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/11/01/komposisi-sampah-di-indonesia-didominasi-sampah-organik>
- Widyaningsih, Rizqi Mutia., & Welly Herumurti. (2017) Timbulan dan Pengurangan Sampah di Kecamatan Klojen Kota Malang. Jurnal Teknik ITS, 468-473. Retrieved from <https://ejournal.its.ac.id/index.php/teknik/article/viewFile/24825/4527>

Komunikasi Lingkungan dalam Mengurangi Sampah Plastik Melalui Pesan Kampanye

Wayan Weda Asmara Dewi¹, Wifka Rahma Syauki²

Universitas Brawijaya, Malang

wedaasmaradewi@ub.ac.id

ABSTRAK

Pencemaran lingkungan oleh sampah tentu saja memiliki dampak negative yang merusak ekosistem bumi di masa kini bahkan yang akan datang. Manusia menyumbangkan banyak sampah terlebih sampah plastic sekali pakai yang dianggap dapat memudahkan dalam aktivitas sehari-hari namun memiliki dampak yang buruk terhadap lingkungan. Komunikasi merupakan kebutuhan setiap manusia untuk hidup dalam masyarakat. Manusia melakukan komunikasi dengan berbagai tujuan, salah satunya adalah untuk menyampaikan suatu pesan yang mudah dimengerti dan dipahami dengan harapan dapat mempengaruhi keyakinan, keinginan dan Tindakan target audiens. Komunikasi lingkungan dalam pengabdian masyarakat ini adalah melalui advokasi kampanye. Kampanye merupakan suatu kegiatan yang dapat dilakukan baik individu maupun kelompok untuk membujuk atau menciptakan dampak tertentu. Pengabdian masyarakat ini melibatkan Non Government Organization yaitu *bye bye plastic bag*. Target kegiatan pengabdian ini adalah masyarakat yang mendapatkan edukasi dalam hal strategi pengelolaan sampah plastik. Kegiatan pengabdian masyarakat ini mempunyai tujuan yaitu meningkatkan kesadaran masyarakat tentang bahayanya dampak dari sampah plastic yang sekarang menjadi issue yang penting di Indonesia.

Kata kunci : komunikasi lingkungan, pesan kampanye, *bye bye plastic bag*

ABSTRACT

*Environmental pollution by garbage of course has a negative impact that damages the earth's ecosystem in the present and even in the future. Humans donate a lot of waste, especially single-use plastic waste which is considered to be able to facilitate daily activities but has a bad impact on the environment. Communication is a necessity for every human being to live in society. Humans communicate with various purposes, one of which is to convey a message that is easy to understand and understand in the hope of influencing the beliefs, desires and actions of the target audience. Environmental communication in this community service is through campaign advocacy. Campaign is an activity that can be carried out either individually or in groups to persuade or create a certain impact. This community service involves a non-government organization, namely *bye bye plastic bags*. The target of this service activity is the community who gets education in terms of plastic waste management strategies. This community service activity has the aim of increasing public awareness about the dangers of the impact of plastic waste which is now an important issue in Indonesia.*

Keywords: *environmental communication, campaign message, bye bye plastic bag*

Pendahuluan

Indonesia merupakan salah satu negara penghasil sampah plastik terbesar di dunia. Pada tahun 2019 Indonesia menghasilkan sekitar 68 juta ton sampah dimana jumlah plastik yang dihasilkan sekitar 9,52 juta ton atau berjumlah 14% dari total sampah yang ada berdasarkan data dari Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK). Indonesia juga menjadi negara penghasil sampah terbanyak nomor 2 pada tahun 2019. Menurut Kementerian Lingkungan Hidup

dan Kehutanan (KLHK) sekitar 72% masyarakat Indonesia kurang peduli dengan masalah sampah. Masyarakat pada umumnya tidak peduli dengan sampah plastik, terlebih plastik sekali pakai yang sangat memudahkan dan membantuk aktivitas sehari-hari manusia. Hal ini disampaikan oleh Direktur Pengelolaan Sampah KLHK, Novrizal Tahar berdasarkan laporan indeks “Perilaku ketidakpedulian Lingkungan Hidup” dari Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2018.

Isu atau fenomena seperti ini umumnya tidak cukup hanya dengan mengandalkan pengetahuan atau pemahaman publiknya saja, namun juga menuntut adanya perubahan sikap atau perilaku target publik ke arah yang lebih positif sesuai dengan kondisi ideal yang diharapkan. Untuk itu, dibutuhkan suatu upaya komunikasi yang unik, tidak biasa, dan menarik perhatian khalayak yang besar. Salah satu upaya yang dapat dilakukan adalah dengan mengadakan kampanye yang bertujuan untuk menginisiasi suatu perubahan sosial khususnya dalam penggunaan sampah plastik. Selama lebih dari tiga dekade, penerapan kampanye sosial telah berperan dalam meningkatkan kesehatan masyarakat, keamanan publik, melindungi lingkungan hidup, dan menggalakkan *community involvement*. Kampanye tentang edukasi mengenai penggunaan sampah plastik atau diet kantong plastik telah dilakukan oleh pemerintah daerah maupun komunitas yang peduli akan isu sosial.

Dalam membantu masyarakat meningkatkan kesadaran akan lingkungan dibutuhkan media seperti kampanye kreatif agar lebih menarik perhatian masyarakat sebagai target audiensnya. Kampanye sebagai alat untuk menyebarkan informasi dan meningkatkan kesadaran, untuk meningkatkan kepedulian dan perubahan perilaku dari target audien. Kampanye juga dapat dilihat sebagai alat advokasi kebijakan untuk menciptakan tekanan publik pada aktor-aktor kunci, misalnya peneliti / ilmuwan, media massa, dan pembuat kebijakan. Rogers dan Storey dalam Venus (2009:7) mendefinisikan kampanye sebagai serangkaian tindakan komunikasi yang terencana dengan tujuan untuk menciptakan efek tertentu pada sejumlah besar khalayak yang dilakukan secara berkelanjutan pada kurun waktu tertentu. Kampanye secara umum berfungsi memberikan informasi dan pemahaman kepada masyarakat sehingga lebih tanggap dalam merespon pesan yang disampaikan.

Venus (2010) menjelaskan bahwa kampanye dibagi menjadi tiga kategori, yaitu: (1) *Commercial Campaign*, (2) *Political Campaign*, (3) *Social Campaign* atau kampanye sosial yang dijelaskan oleh Kotler (dalam Venus 2004) sebagai *ideological or cause oriented campaign* yaitu kampanye yang berorientasi pada tujuan-tujuan yang bersifat khusus dan seringkali berdimensi pada suatu tujuan perubahan sosial, kampanye sosial ini sering ditujukan untuk menangani masalah-masalah sosial. Pada hakikatnya memberikan pendidikan merupakan cara memanusiakan manusia, sehingga melalui pendidikan juga dapat diciptakan generasi penerus yang memahami masalah lingkungan, dan diharapkan berperan aktif mengatasi permasalahan sampah plastik yang dikemas dalam bentuk kampanye kreatif.

Terkait perubahan perilaku yang mungkin dimunculkan oleh rangkaian kegiatan kampanye, sebuah metode akan dipilih tim pengabdian untuk menstimulus, merancang, mengarahkan dan melakukan evaluasi atas perilaku yang muncul setelah menerapkan metode tersebut terhadap target adopter. Perubahan yang diharapkan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah perubahan perilaku dalam mengurangi penggunaan sampah plastik yang merupakan permasalahan di kalangan milenial dalam bentuk pendidikan dan pengetahuan yang fokus pada

pemberian solusi merujuk pada sumber masalah. Melalui kegiatan kampanye komunikasi lingkungan ini, diharapkan dapat memicu terbentuknya komunitas yang peduli lingkungan serta gerakan yang gencar mengampanyekan untuk mengurangi penggunaan sampah plastik dan memiliki wawasan dan keahlian tentang menjaga lingkungan sekitar. Hal tersebut yang dilakukan oleh komunitas bernama *Bye Bye Plastic Bag Bali*.

Permasalahan yang dihadapi adalah tingginya penggunaan plastik dan partisipasi generasi muda terhadap lingkungan. Komunitas berbasis lingkungan seperti *Bye Bye Plastic Bag Bali* memerlukan perancang strategi Kampanye Komunikasi Lingkungan yang dapat secara efektif dan persuasif merubah perilaku generasi tersebut untuk membantu target adopter mereka dalam menyikapi permasalahan penggunaan plastic yang merupakan permasalahan social dan sudah menjadi permasalahan global.

Metode Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah membantu Kelompok Masyarakat yang merupakan segementasi pesan kampanye tentang sampah plastik. Bekerja sama dengan Kelompok masyarakat peduli lingkungan yaitu Praktisi *Bye Bye Plastic Bag Bali* dan tim Pengabdian Masyarakat FISIP Universitas Brawijaya berusaha untuk melakukan kolaborasi kegiatan edukasi kampanye komunikasi lingkungan khususnya dalam penanganan sampah plastik.

Metode yang dilakukan dalam upaya mencapai tujuan pengabdian masyarakat ini adalah;

1. Tim melakukan identifikasi permasalahan dan menawarkan solusi.
2. Mengadakan workshop pada kelompok masyarakat dengan pemateri dari praktisi pegiat lingkungan yaitu *Bye Bye Plastic Bag Bali*
3. Dalam Pelaksanaannya tim juga akan menyebarkan Pre-test dan post test terkait kesadaran dalam mengurangi sampah plastik. Hal ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana pengetahuan sebelum dan sesudah workshop.
4. Post test juga menjadi sarana evaluasi program apakah masyarakat sudah lebih memahami akan pentingnya pengetahuan akan perilaku bijak dalam mengurangi sampah plastik.

Hasil Kegiatan dan Pembahasan

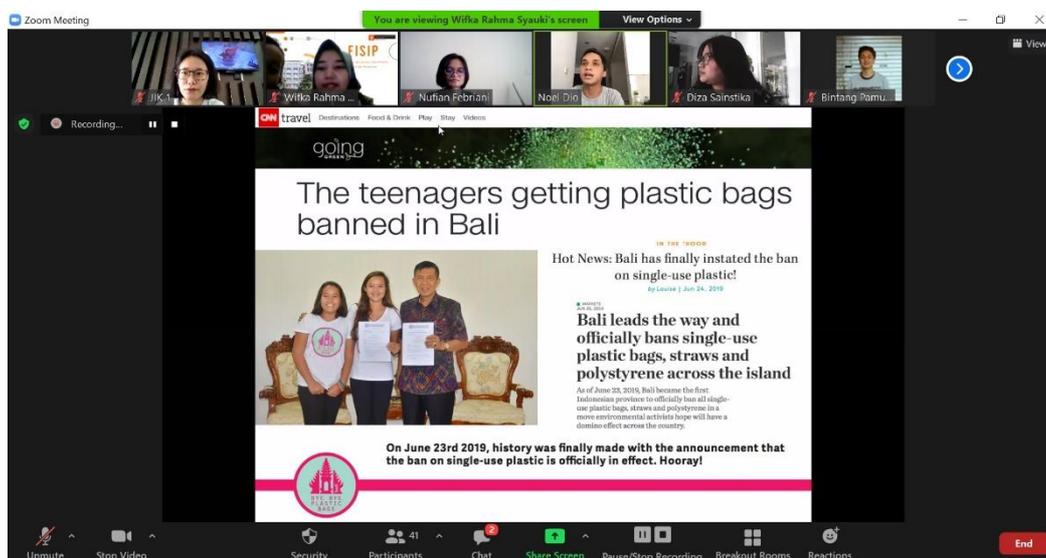
Pengabdian masyarakat dengan tema Kampanye Komunikasi Lingkungan dalam Mengurangi Penggunaan Sampah Plastik oleh Non Government Organization. Pengabdian masyarakat dikemas dengan bentuk webinar hidup tanpa atau dengan plastic, diadakan pada tanggal 26 Juni 2021. Webinar tersebut dihadiri oleh NGO yang berasal dari Bali. Pemateri dari Malang adalah Noel Dio yang merupakan *team leader Bye Bye Plastic Bag Bali*. Tema utama kegiatan pengabdian masyarakat adalah Hidup Tanpa Plastik, tema ini dipilih karena sampah plastik merupakan sebuah permasalahan yang menjadi isu global dan cukup rumit dalam penyelesaiannya karena konsumsi masyarakat yang masih tinggi. Berikut adalah pengabdian masyarakat tentang kampanye komunikasi lingkungan dalam mengurangi sampah plastic, dengan pemateri dari BBPB Bali

Bye Bye Plastic Bag, disingkat BBBP, merupakan salah satu *non-government organization* yang digerakan oleh sekelompok pemuda yang ingin menanggulangi permasalahan sampah

plastik di Bali. Organisasi ini bermula pada tahun 2013, yaitu dimulai dari social movement yang diprakarsai oleh dua orang kaka beradik bernama Melati Riyanto Wijesen dan Isabel Sari Riyanto Wijesen. Pada awal pembentukan BBPB, *social movement* yang dijalankan oleh mereka merupakan tugas dari sekolah mereka yaitu Green School, Bali. Green School itu sendiri merupakan sekolah yang mengajarkan pendidikan lingkungan hidup sejak dini, mulai dari menanam, mengompos, dan sebagainya. Melati dan Isabel pada saat itu masih berumur 10 dan 12 tahun. Berikut adalah pendiri dari Bye Bye Plastic Bag

Latar belakang lahirnya BBPB ini adalah karena Melati dan Isabel melihat banyaknya sampah plastik yang berserakan di jalanan Bali. Mereka juga terinspirasi dari pelajaran sekolah mereka tentang orang – orang yang mempunyai pengaruh terhadap sekitar dan pembawa perubahan seperti Nelson Mandela, Lady Diana, Kartini, dan sebagainya. hingga pada akhirnya, mereka menginisiasikan BBPB untuk menjadi sebuah gerakan kecil untuk meningkatkan kesadaran masyarakat agar tidak membuah sampah sembarangan. Selain Melati dan Isabel, anggota awal BBPB juga berisikan orang tua mereka, sesama murid dari Green School, dan orang tua teman – teman mereka.

BBPB mulai diluncurkan secara resmi dalam *Global Initiative Network (GIN) Youth Conference* di Bali pada bulan Oktober 2013. Konferensi ini dihadiri oleh berbagai kalangan, terutama pelajar dari berbagai sekolah yang ada di Bali. Pada saat peluncurannya, mereka membawa hasil petisi yang telah mereka lakukan. Petisi tersebut berisikan dukungan masyarakat Bali untuk larangan untuk kantong plastik. Lebih dari 77.000 tanda tangan dikumpulkan secara online pada *platform* petisi *online* Avaaz. Mereka juga membawa bukti dukungan masyarakat dalam bentuk fisik yaitu 10.000 tanda tangan yang didapatkan secara langsung pada saat berkampanye di Bandara Internasional I Gusti Ngurah Rai Bali.



Gambar 1. Webinar dengan pemateri Noel Dio

Melalui webinar dengan tema Kampanye Komunikasi Lingkungan dalam Mengurangi Penggunaan Sampah Plastik oleh Non Government Organization, Bye bye plastic bag menyampaikan beberapa pesan kampanye yang dilakukan. *Social Campaign* atau kampanye sosial yang dijelaskan oleh Kotler (dalam Venus 2004) sebagai *ideological or cause oriented*

campaign yaitu kampanye yang berorientasi pada tujuan-tujuan yang bersifat khusus dan seringkali berdimensi pada suatu tujuan perubahan sosial, kampanye sosial ini sering ditujukan untuk menangani masalah-masalah sosial. Sesuai dengan tujuan dari pesan kampanye yang disampaikan *bye bye plastic bag* adalah dapat diciptakan generasi penerus yang memahami masalah lingkungan. Target dari kegiatan pengabdian ini adalah masyarakat ataupun target mendapatkan edukasi dalam hal yang disampaikan pemateri yaitu mengenai strategi pengelolaan sampah plastik. Berdasarkan kegiatan tersebut, tim pengabdian masyarakat akan memberikan pengetahuan-pengetahuan terkait strategi pengelolaan sampah yang bertujuan untuk:

- d. Membuat sasaran kegiatan webinar paham mengenai identifikasi peningkatan jumlah sampah plastik.
- e. Membuat sasaran kegiatan webinar paham tentang bagaimana strategi mengurangi sampah plastik, terutama pada lokasi wisata.
- f. Membuat sasaran kegiatan webinar mampu menerapkan beberapa program yang dapat dilakukan untuk mengurangi sampah plastik.

Pesan Kampanye Bye Bye Plastic Bag Bali

Noel Dio selaku team leader BBPB Bali menjelaskan beberapa kampanye yang dilakukan oleh BBPB Bali. Berikut adalah pesan kampanye yang dilakukan oleh BPBB

- a. One Island One Voice



Gambar Logo One Island One Voice

Sumber: dokumentasi BBPB

One Island One Voice atau Satu Pulau Satu Suara adalah kumpulan dari beberapa NGO, restoran, hotel, toko, *brand*, individu maupun kelompok lain yang bergerak untuk mengurangi sampah dan menyelesaikan permasalahan sampah plastik di pulau Bali. Program ini sebelumnya diinisiasikan BBPB pada tahun 2015 untuk menandakan toko, restoran, hotel yang tidak memakai plastik. BBPB memberikan apresiasi dengan cara memberikan *sticker* dan menyebarkan bisnis tersebut di seluruh media sosial BBPB. hingga saat ini, ada lebih dari seribu pelaku usaha yang mengikuti One Island One Voice.

- b. *Bali's Biggest Clean Up*

Bali's Biggest Clean Up adalah salah satu kegiatan tahunan yang dilaksanakan oleh perkumpulan One Island One Voice. Kegiatan tahunan ini adalah bentuk kepedulian masyarakat Bali pada lingkungan khususnya permasalahan sampah. Dalam pelaksanaannya, One Island One Voice bersama NGO lainnya melakukan koordinasi mengenai kegiatan pembersihan pantai-

pantai yang berada di Bali. *Bali's Biggest Clean Up* telah dilaksanakan sebanyak lima kali berturut-turut sejak tahun 2017 hingga 2021.

c. **Komitmen**

Komitmen merupakan sebuah program bagian yang lahir dari inisiatif dari One Island One Voice dengan tujuan membantu pemerintah melaksanakan Peraturan Gubernur Bali No.97/2018 tentang Pembatasan Timbulan Sampah Plastik Sekali Pakai. Komitmen pertama kali dilaksanakan pada Juli 2018. Tujuan dari inisiatif ini adalah untuk menghilangkan plastik yang tidak diperlukan dalam kehidupan sehari-hari serta lingkungan bisnis, Komitmen dilaksanakan dengan cara menandatangani perjanjian untuk tidak menggunakan plastik dan mendukung pengelolaan limbah berkelanjutan akan diberikan sticker yang bisa ditampilkan dalam lingkungan bisnis mereka. Saat ini, sudah ada lebih dari 1000 bisnis yang menjadi bagian dari kegiatan Komitmen di Bali.

d. **Education Booklet**

Education Booklet adalah salah satu bentuk upaya BBPB untuk menyebarluaskan isu lingkungan khususnya sampah plastik kepada anak sekolah dalam bentuk buku. Education Booklet berisi fakta – fakta menarik seputar sampah di Indonesia maupun mancanegara. sejauh ini, BBPB sudah mengeluarkan Educational Booklet sebanyak dua edisi. Educational Booklet edisi pertama hadir pada Januari 2015 dan berisikan 25 halaman yang telah didistribusikan kepada 30 sekolah di Indonesia. selain itu, BBPB juga memberikan Educational Booklet edisi pertama secara gratis melalui unduhan *online*.

Simpulan dan Saran

Urgensi kampanye sosial terhadap bahaya pencemaran sampah plastic menjadi penting sebagai basic pada pola pengelolaan lingkungan hidup. Hal ini dapat didukung dengan komunikasi lingkungan yang efektif untuk mempersuasi target audiens, salah satunya melalui program pesan kampanye. Melalui webinar dengan tema Kampanye Komunikasi Lingkungan dalam Mengurangi Penggunaan Sampah Plastik oleh Non Government Organization, Kerjasama dari dosen Ilmu Komunikasi fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik bersama dengan Bye bye plastic bag bali , diharapkan adanya peningkatan kesadaran pada masyarakat mengenai bahaya dari dampak sampah plastik.

Daftar Pustaka

- Antar, Venus. 2004. Manajemen kampanye: panduan teoritis dan praktis dalam mengefektifkan kampanye komunikasi. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.
- Antara, (7 Juli 2021), KLHK Catat Setengah Juta Ton Sampah Plastik di Lautan Indonesia. Diakses dari <https://tirto.id/klhk-catat-setengah-juta-ton-sampah-plastik-di-lautan-indonesia-ghxv>
- CNN Indonesia. (2019, August 21). *KLHK: 72 Persen Masyarakat Tak Peduli dengan Sampah Plastik*. Diambil kembali dari <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20190821164641-199-423470/klhk-72-persen-masyarakat-tak-peduli-dengan-sampah-plastik>
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. Marketing Managemen, 15th Edition, Pearson Education, Inc

Edukasi Regulasi Hukum Melalui Sosialisasi Kepada Masyarakat Terhadap Pencemaran Air Sungai Kahayan di Kota Palangka Raya

Sanawiah¹, Rita Rahmaniati², Sari Marlina³

^{1,2,3} Universitas Muhammadiyah Palangkaraya, RTA Milono St. Km. 1,5, Palangka Raya, Indonesia
email: marlinasari@umpr.ac.id

ABSTRAK

Sungai Kahayan merupakan salah satu sungai terbesar di Kalimantan Tengah yang terletak di Kelurahan Pahandut Seberang, Kecamatan Pahandut, Kota Palangka Raya, Sungai ini bermuara di 3 kabupaten/kota antara Kota Palangka Raya, Sungai ini memiliki panjang lebih dari 600 km, saat ini sungai Kahayan menjadi perhatian publik karena kualitas airnya yang mengalami penurunan di karenakan terjadinya pencemaran di sungai Kahayan yang disebabkan oleh aktifitas masyarakat yang tinggal di sekitar sungai seperti limbah rumah tangga. Kesadaran masyarakat yang kurang peduli terhadap kelestarian sungai menjadi penyebab utama serta tidak efektifnya penegakan Peraturan Daerah Nomor 01 Tahun 2018 Tentang Pengelolaan Sampah dan Kebersihan di masyarakat. Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberikan wawasan masyarakat terhadap pemahaman hukum pencemaran lingkungan sungai kahayan dan meningkatkan pengetahuan serta kesadaran masyarakat dalam mencegah pencemaran sungai Kahayan Kota Palangka Raya. Sasaran dalam kegiatan ini adalah Masyarakat Flamboyant Bawah di sekitar Rumah Sehat Aisyiah sebanyak 40 orang. Metode pelaksanaan kegiatan PKM meliputi beberapa tahap yaitu observasi, pelaksanaan, dan evaluasi program. Hasil pengabdian masyarakat ini menunjukkan bahwa pemahaman sasaran meningkat, dapat dilihat dari peningkatan hasil posttest yang diberikan setelah kegiatan berlangsung, meningkatnya kesadaran akan dampak bahaya pencemaran air, dan menghubungkannya dengan Hukum Pencemaran.

Kata kunci : Edukasi Regulasi Hukum, Pencemaran Air Sungai Kahayan

ABSTRACT

Kahayan River is one of the Largest rivers in Central Kalimantan which is located in Pahandut Seberang Village, Pahandut District, Palangka Raya City, This river empties into 3 districts/cities between Palangka Raya City, this river has a length of more than 600 km. The Kahayan is a public concern because the water quality has decreased due to pollution in the Kahayan river caused by the activities of people living around the river such as household waste. Public awareness that does not care about river sustainability is the main cause and ineffective enforcement of Regional Regulation Number 01 of 2018 concerning Waste Management and Hygiene in the community. This community service development aims to provide public insight into the legal understanding of environmental pollution of the Kahayan river and increase public knowledge and awareness in preventing pollution of the Kahayan river, Palangka Raya City. The target in this activity is the Lower Flamboyant Community around the Aisyiah Healthy Home as many as 40 people. The method of implementing PKM activities includes several stages, they are observation, implementation, and program evaluation. The results of this community service development show that the understanding of the target increases, it can be seen from the increase in the results of the posttest given after the activity takes place, increasing awareness of the dangers of water pollution, and be it with the Pollution Law.

Keywords: Education of Regal Regulations, Water Pollution of Kahayan River

Pendahuluan

terlihat sepanjang tahun di daerah aliran Sungai Kahayan. Data Badan Lingkungan Hidup Provinsi Kalimantan Tengah tahun 2015 memperlihatkan bahwa Sungai Kahayan sudah mengalami kondisi tercemar dengan status tercemar ringan berdasarkan perhitungan pollutant index, terutama pada parameter, Kekeruhan, TSS, BOD dan COD (BLH Provinsi Kalimantan Tengah, 2015). Hal ini didukung oleh hasil kajian lingkungan strategis Kabupaten Pulang Pisau tahun 2014, dengan hasil yang kurang lebih sama yaitu dengan status tercemar, dimana TSS, BOD, COD, timbal, klorida dan phenol yang sudah melampau baku lingkungan hidup PP No. 82 tahun 2001 (Pemerintah Kabupaten Pulang Pisau, 2014). Pemerintah daerah mengeluarkan Peraturan Daerah Nomor 01 Tahun 2018 Tentang Pengelolaan Sampah dan Kebersihan dalam rangka pencegahan pencemaran lingkungan sehingga masyarakat sadar dan peduli serta ikut bertanggung jawab.

Masyarakat selama ini hanya memperoleh sosialisasi tentang mencegah dan menjaga lingkungan perairan yaitu sungai dari aspek ilmiah yang dilihat dari bahayanya bagi kesehatan dan lingkungan, diperlukan juga sosialisasi yang diberikan dari sisi berbeda adalah dari aspek ilmiah hukum pencemaran dari dampak terkait pencemaran lingkungan berupa sungai tersebut. Oleh karena itulah penulis melakukan kegiatan sosialisasi regulasi hukum di sungai Kahayan dalam rangka memberikan sudut pandang yang berbeda agar menyadarkan masyarakat melalui program sosialisasi yang bernuansa hukum. Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberikan wawasan masyarakat terhadap pemahaman hukum pencemaran lingkungan sungai kahayan mampu menumbuhkan kesadaran masyarakat dalam mencegah pencemaran lingkungan sungai Kahayan Kota Palangka Raya

Metode Pelaksanaan

Metode kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan pada bulan Juni-September 2021. Kegiatan ini dilaksanakan di Rumah Sehat Komplek Flamboyant Bawah, kelurahan Langkai, Kecamatan Pahandut Kota Palangka Raya. Sasaran dalam kegiatan ini adalah masyarakat Flamboyant Bawah (ibu-ibu dan Bpak-Bapak). Metode pelaksanaan kegiatan PKM meliputi beberapa tahap yaitu observasi, pelaksanaan, dan evaluasi program. Tahapan pelaksanaan kegiatan disajikan pada tabel berikut.

Tabel 1. Pelaksanaan Kegiatan

No.	Kegiatan	Metode	Pemateri dan Pembantu Lapangan
1.	Sosialisasi Hukum Pencemaran menurut Perspektif Agama	Ceramah, tanya Jawab dan Kuis.	Dr. Sanawiyah, M.H dan Mahasiswa
2.	Edukasi dampak dari pencemaran lingkungan bagi masyarakat sekitar	Ceramah, tanya Jawab dan Kuis.	Dr. Rita Rahmaniati, M.,Pd dan Mahasiswa
3.	Penyuluhan Hukum dan bimbingan tentang Dampak Hukum Pencemaran Lingkungan Sungai Kahayan di Kota Palangka Raya	Ceramah, tanya Jawab dan Kuis.	Dr.Sari Marlina, M.,Si dan Mahasiswa

Sumber. Hasil Penelitian, 2021

Hasil dan Pembahasan

Kegiatan Sosialisasi Edukasi Hukum terhadap masyarakat pada Pencemaran Air Sungai Kahayan di Kota Palangka Raya dilaksanakan tanggal 14-15 Agustus 2021. Kegiatan dimulai pukul 08.00 Wib sampai 13.00 Wib. Untuk mengawali kegiatan ini, Ketua RT 004 membuka kegiatan. Dalam sambutannya Ketua RT 004 menyampaikan tujuan dan pentingnya kegiatan Sosialisasi Hukum dan bimbingan tentang pemahaman Hukum Pencemaran air Sungai Kahayan di Kota Palangka Raya. Dia juga menambahkan bahwa sosialisasi ini pertama kalinya bagi masyarakat Flamboyan bawah, dia berharap bahwa masyarakat bisa mengikuti kegiatan ini dengan baik, tetap menjaga protocol kesehatan dan usahakan jangan membawa anak kecil, mengingat kegiatan ini dilakukan secara luring atau offline dengan jumlah peserta yang cukup banyak. Selain itu ketua RT menyampaikan, kegiatan ini sebagai bentuk edukasi bagi masyarakat agar tidak membuang sampah dan melakukan pencemaran air, setelah mengetahui dampak yang ditimbulkannya dan mengetahui hukum pencemaran air sungai Kahayan. Kegiatan pembukaan ini dapat dilihat pada gambar 1 berikut.



Gambar 1. Ketua RT 004 membuka kegiatan.

Setelah acara pembukaan selesai dibuka oleh Ketua RT 004, selanjutnya sambutan dari ketua TIM Pengabdian Oleh Ibu Dr. Sanawiah S.Ag.M.H sekaligus memberikan materi Penyuluhan Hukum Pencemaran menurut Perspektif Agama. Metode ceramah dan diskusi digunakan oleh pemateri untuk memberikan informasi Hukum mencemari lingkungan sesuai ajaran agama dan dampaknya jika tidak memelihara lingkungan. Sebelum dimulai kegiatan pelaksanaan edukasi, ibu-ibu diberi pre test (lisan) dan setelah edukasi ibu-ibu kembali diberikan post test (lisan) yang ditujukan untuk mengetahui tingkat pemahaman ibu-ibu sebelum dan sesudah mendapatkan edukasi. Kegiatan ceramah dan diskusi ini dapat dilihat pada gambar di bawah ini.



Gambar 2. Kegiatan pemaparan materi dengan metode ceramah Penyuluhan Hukum Pencemaran menurut Perspektif Agama.



Gambar 3. Kegiatan pemaparan materi Edukasi dampak pencemaran Lingkungan



Gambar 4. Kegiatan pemaparan materi Dasar Hukum Pengelolaan sumber Air dan Pemberian Hadiah kepada peserta aktif.



Gambar 5. Kegiatan diskusi dengan peserta penyuluhan

1. Hukum Pencemaran Sungai menurut Perspektif Agama

Hukum pencemaran sungai menurut perspektif agama dimulai dari Nilai dasar. Nilai dasar adalah nilai-nilai filosofis yang menjadi pondasi pengelolaan Air sungai. Nilai dasar kemudian menjadi landasan bagi penyusunan prinsip universal (al usul al- kulliyah) dan ketentuan hukum atau rumusan impelentatif (al ahkam al-fariyyah) pengelolaan Air Sungai. Tauhid adalah fondasi keimanan dan amal kebaikan dalam Islam. Kepercayaan Tauhid melahirkan kesadaran bahwa seluruh alam semesta termasuk air, diciptakan, diatur dan dipelihara oleh Allah Yang Maha Esa. Sehingga melindungi air bagian dari kewajiban agama (Q.S al-An'am (6): 162 dan az-Zariyat (51):56), bukan semata-mata tugas keduniawian. Prinsip tauhid menciptakan motivasi agama dan moral yang kokoh untuk melindungi dan mengatur Air. Prinsip Universal Pengelolaan air: 1) Keterlibatan Publik (Masyarakat al-Mujtama); 2) Penyusunan Skala Prioritas (Tanzim al-Awlawiyyat); 3) Konservasi Air (al-Muhafazah 'ala al-Ma'); 4) Regulasi Kepemilikan Air (Nizam Milkiyyah al -Ma'); 5) Regulasi Pendistribusian Air (Nizam Tauzi' al-Ma')

Kegiatan Ceramah di selingi dengan diskusi kepada masyarakat sasaran sehingga masyarakat sasaran mengetahui manfaat air bagi alam semesta dan apa akibat manusia tidak bersyukur dengan keberadaan air.

2. Edukasi dampak Pencemaran Air

Pencemaran Air dapat terjadi melalui limbah rumah tangga, limbah pabrik dan melalui limbah hasil penambangan emas di daerah hulu sungai. Masyarakat Flamboyant bawah masih banyak menggunakan air sungai kahayan secara langsung untuk konsumsi sehari-hari sekaligus masih terbiasa membuang sampah di sungai tersebut. Ada sampah plastik, limbah rumah tangga, hingga ranting pohon yang hanyut bersandar dibawah rumah warga. Sebagian masyarakat belum banyak mengetahui akibat yang ditimbulkan dari kebiasaan membuang sampah ke sungai, munculnya berbagai macam penyakit pada jangka pendek maupun jangka panjang. Musiman air Sungai kahayan yang meluap bahkan sampah sampah disungai memasuki rumah warga. Tidak hanya tercemar oleh sampah rumah tangga, sungai Kahayan juga dilaporkan sudah tercemar oleh mercury. Kompas (online) 11 November 2003 memberitakan Bahwa pencemaran sungai Kahayan sudah melewati ambang batas. Semakin maraknya penambangan emas secara tradisional yang biasa disebut penambang emas tanpa izin di sepanjang aliran Sungai Kahayan, Palangkaraya, Kalimantan Tengah, dalam dua bulan terakhir membuat air sungai tercemar. Pencemaran di sungai yang melintasi Kota Palangkaraya terjadi karena penggunaan air raksa (mercury) oleh para penambang. Pelaksana Tugas Kepala Balai Laboraturium Kesehatan Kalimantan Tengah mengatakan tingkat pencemaran Sungai Kahayan sudah melewati ambang batas. Berdasarkan sampel penelitian yang diambil antara juli 2002 hingga September 2002, kata dia, pencemaran rata-rata telah mencapai 0,003 miligram per liter. Padahal ambang batas normal berdasarkan Surat Keputusan Menteri Negara Lingkungan Hidup dan Peraturan Menteri Kesehatan, maksimal hanya 0,001 miligram per liter. "Artinya tingkat pencemaran sungai kahayan dari batas normal mencapai tiga kali lipat." "Akibat bagi kesehatan manusia bila mengkonsumsi air sungai yang telah tercemar mulai dari gejala ringan gatal gatal bagi anak dan orang dewasa sampai pada dampak dalam jangka panjang yakni rusaknya susunan syaraf pusat

dan ginjal yang pada akhirnya berdampak pada kematian." Diakhir edukasi kegiatan dilanjutkan diskusi dan tes bagi peserta untuk mengetahui peningkatan pemahaman peserta terhadap apa saja penyebab pencemaran dan dampak pencemaran bagi semua Makhluk hidup.

3. Dasar Hukum Peraturan Pengelolaan Sumber Daya Air

Keterkaitan Air-Manusia dan Lingkungan dijelaskan pada sesi ini, Sebagiannya disajikan pada gambar 6 berikut.



Gambar 6. Kegiatan pemaparan materi dengan metode ceramah Penyuluhan Hukum Pencemaran menurut Perspektif Agama.

Landasan-Landasan Pola Pengelolaan Daerah Aliran Sungai yakni pertama, landasan INSTITUSIONAL, berdasarkan prinsip pembagian kewenangan dan tanggung jawab, yang ditetapkan dalam UU No. 7 tahun 2004. Kedua, KONSEPSIONAL, berdasarkan prinsip kelestarian lingkungan dengan mengacu pada pendayagunaan yang berkelanjutan, dan prinsip pemanfaatan bersama, untuk pemenuhan secara lebih efisien, adil, dan merata. Ketiga, OPERASIONAL, berdasarkan prinsip one river (satu sungai), one integrated plan (satu rencana yang terpadu), dan one coordinated management system (satu sistem pengelolaan yang terkoordinasi).

Terdapat pula Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 82 Tahun 2001 Tentang Pengelolaan Kualitas Air Dan Pengendalian Pencemaran Air. PermenLHK No 68 Tahun 2016 Baku Mutu Air Limbah Domestik, dan Peraturan Presiden No. 31 Tahun 2011 Tentang Kebijakan Nasional Pengelolaan Sumber Daya Air. Diakhir edukasi kegiatan dilanjutkan diskusi dan tes bagi peserta untuk mengetahui peningkatan pemahaman peserta terhadap akibat hukum pencemaran di sungai Kahayan.

Setelah kegiatan Sosialisasi selesai, masyarakat meeberikan respon positif kegiatan. Masyarakat menyadari bahwa dari setiap individu dengan kesadaran bahwa dengan menjaga lingkungan hidup, berarti menjaga dan menyelamatkan pula air dan sumber daya air yang sangat penting bagi kehidupan kita.

Simpulan dan Saran

Berdasarkan hasil dari pengabdian kepada masyarakat, maka disimpulkan secara umum masyarakat sasaran dapat memahami edukasi Hukum melalui sosialisasi Terhadap masyarakat tentang Hukum Pencemaran air Sungai Kahayan Di Kota Palangka Raya secara rinci sebagai berikut:

1. Masyarakat sasaran telah memahami Hukum Pencemaran Sungai Perspektif Agama
2. Edukasi dampak pencemaran air dapat dipahami baik oleh masyarakat sasaran.
3. Dan masyarakat sasaran mengetahui informasi Dasar Hukum Peraturan Pengelolaan Sumber Daya Air

Saran dalam pengabdian masyarakat ini adalah untuk selanjutnya dapat di lakukan berupa aksi atau demo pelatihan dalam pengolahan air sungai yang tercemar sebagai sumber air dalam pemakaian keperluan domestic sehari-hari seperti mandi, mencuci piring dan pakaian, menyiram tanaman, dan lain-lain.

Ucapan Terima Kasih

Puji syukur penulis haturkan kepada Allah swt yang telah memberikan Rahmat serta karunia-Nya sehingga artikel ini telah selesai dengan baik. Ucapan terimakasih juga disampaikan kepada:

1. Rektor Universitas Muhammadiyah Palangkaraya
2. Kepala LP2M UM Palangkaraya
3. Ketua RT 004 RW VIII
4. Masyarakat/ibu-ibu di lingkungan Flamboyan bawah RT 004 RW VIII Kelurahan langkai Kecamatan Pahandut, Kota Palangka Raya.
5. Semua pihak yang telah mendukung sehingga kegiatan dan rtikel ini dapat terselesaikan.

Daftar Pustaka

- Arif Sumantri, 2010. *Kesehatan Lingkungan*. Kencana Prenada Media Group. Jakarta.
- Dantje T. Sembel, 2015. *Toksikologi Lingkungan*. Penerbit ANDI Yogyakarta.
- Dwiyatmo, K, 2007, *Pencemaran Lingkungan dan Penanganannya*, Citra Aji Pratama, Yogyakarta
- Litbang Kota Palangka Raya. 2019. *Studi Kualitas Air dan Identifikasi Sumber Pencemar Perairan Sungai Kahayan dan Sungai Rungan*. Palangka Raya
- M Hadin Muhjad, 2015. *Hukum Lingkungan Sebuah Pengantar untuk Konteks Indonesia*. Penerbit GENTA. Yogyakarta
- Emil Salim, 1986, *Pembangunan Berwawasan Lingkungan*, LP3ES, Jakarta
- Peraturan Daerah no 1 tahun 2018 tentang *Pengelolaan Sampah dan Masyarakat*: Kota Palangka Raya
- Robert J Kodoatie, Roestam Sjarief, 2010. *Tata Ruang Air*. ANDI Yogyakarta
- Takdir Rahmadi, 2011. *Hukum Lingkungan di Indonsia*. Penerbit Raja Grafindo Persada. Jakarta
- Undang-Undang RI No. 18 Tahun 2008 tentang *Pengelolaan Sampah*. Jakarta: Presiden Republik Indonesia

Dukungan Literasi Dasar dalam Psikoedukasi Bencana Meratus

Afita Nur Hayati¹

¹UIN Sultan Aji Muhammad Idris Samarinda
afitanurhayati@iain-samarinda.ac.id

ABSTRAK

Tujuan dilaksanakannya kegiatan ini adalah (1) meningkatkan pengetahuan pembaca bahwa Meratus sebagai salah satu paru-paru dunia di Kalimantan Selatan harus diselamatkan, (2) membangun kepedulian pembaca terhadap korban bencana yang terjadi pada bulan Januari 2021 terutama pada ibu dan anak. Metode pelaksanaan pada kegiatan ini adalah menggunakan teks tertulis untuk berpartisipasi di lingkungan sosial yang terkena bencana pada dua jenis media, yaitu media *online* dengan judul Spirit Masih Ada Hari Esok dan buku menulis bersama sebanyak 24 penulis dengan tema Kehilangan. Pada media *online*, ada dua media yang digunakan untuk menyebarluaskan hasil analisis dan tanggapan terhadap bencana Meratus yaitu menara62.com dan infokaltim.id. Dari pelaksanaan kegiatan ini, ada dua kesimpulan penting, antara lain : (1) adanya dukungan literasi dasar terhadap bencana yang terjadi di Meratus, (2) dukungan tersebut dibaca oleh pembaca dan diharapkan akan muncul kepedulian untuk ikut memulihkan dampak bencana Meratus lewat lembaga-lembaga filantropis.

Kata kunci : Dukungan Literasi, Tanggap Bencana, Psikoedukasi, Pegunungan Meratus.

ABSTRACT

The purposes of these activities are (1) to increase the reader's knowledge that Meratus as one of the lungs of the world at Kalimantan Selatan must be saved, (2) to build readers' awareness of the disaster that occurred in January 2021 especially for mothers and children. The implementation method in this activity is using written texts to participate in the social environment on two types of media, online and book of an anthology about Meratus disaster, with a total of 24 writers. In online media, there are two media used to disseminate the results of analysis and response of the disaster that occurred, namely menara62.com and infokaltim.id. Two results of this activity are (1) the existence of basic literacy support for the disaster that occurred in Meratus, (2) the support is read by readers and it is hoped that awareness will arise to participate in recovering the impact of the Meratus disaster through philanthropic institutions.

Keywords: Supporting literacy, disaster response, psychoeducation, Pegunungan Meratus.

Pendahuluan

Pada bulan Januari 2021 yang lalu, telah terjadi bencana alam berupa banjir dan tanah longsor. Bencana alam tersebut diyakini sebagai bencana terparah dalam 50 tahun terakhir di Kalimantan Selatan. Bencana alam selalu menyisakan banyak kerugian. Meratus merupakan pegunungan yang kaya akan keanekaragaman hayati terletak di Kabupaten Tabalong sampai Kotabaru, memiliki banyak komunitas Dayak dan kearifan lokal didalamnya. Dampak bencana

banjir dan tanah longsor tersebut, warga Dayak Meratus kehilangan sumber penghidupan mereka, seperti rumah dan ladang. Desa Datar Ajab dan Desa Patikalain, Hulu Sungai Tengah merupakan dua desa yang paling terdampak sehingga setelah bencana hanya bisa diakses dengan berjalan kaki. Warga mengungsi ketempat yang lebih tinggi meninggalkan rumah dan ladang yang porak poranda dengan membuat rumah hunian sementara dari bambu. Sebuah bencana yang tidak saja menimbulkan kerusakan secara fisik dan juga korban jiwa tetapi juga akan menimbulkan dampak psikososial langsung maupun tidak langsung pada korban bencana.

Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2007 tentang Penanggulangan Bencana menyebut, penanggungjawab utama dalam perlindungan dan penyelesaian adanya bencana, termasuk memberikan perlindungan kepada kelompok rentan, seperti para lansia, ibu hamil dan menyusui, serta anak-anak adalah pemerintah. Penguatannya dapat kita lihat pada Undang-Undang No 35 tahun 2014 tentang perlindungan anak, bahwa pemerintah memiliki kewajiban untuk memberikan perlindungan khusus kepada anak, salah satunya anak dalam kondisi darurat.

Dampak psikologis seperti stres tidak hanya dialami oleh orang dewasa, anak-anak yang terdampak oleh bencana pun bisa mengalaminya. Perlindungan tersebut dilakukan dengan penanganan cepat melalui rehabilitasi tidak hanya fisik tetapi juga psikis, dan sosial dengan memberikan pendampingan psikososial pada anak yang menjadi pengungsi karena menjadi korban dari bencana alam.

Dukungan psikososial dalam situasi bencana tidak hanya dapat dilakukan oleh petugas profesional yang disiapkan pemerintah tetapi juga dapat dilakukan oleh relawan profesional maupun non profesional yang sudah terlatih dari lembaga-lembaga relawan. Dukungan psikososial untuk anak tidak sama dengan dukungan psikososial untuk orang dewasa, pada anak diperlukan pendekatan dan teknik khusus yang sesuai dan mudah dipahami.

Psikoedukasi atau pendidikan psikologis adalah terapi yang bersifat *adjunctive* atau tambahan atau penunjang. Terapi ini digunakan untuk memberdayakan masyarakat. Kemasannya bisa dalam bentuk pendidikan pada masyarakat terkait dengan informasi tertentu yang digunakan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat pada umumnya (Brown, 2003). Cakupannya bisa melalui keterampilan mendengarkan dengan memahami orang lain secara empatik, dilakukan oleh psikolog dan konselor serta relawan karena jumlah psikolog dan konselor yang belum mencukupi.

Oleh karena itu sebagai salah satu upaya untuk menyelamatkan Meratus, pengabdian memberikan dukungan terhadap para relawan yang turun ke lokasi bencana yang terjadi dengan literasi dasar berupa tulisan. Literasi yang menggunakan pengetahuan dan kecakapan yang dimiliki untuk menulis informasi yang telah ditelusuri dari berbagai sumber dengan menggunakan teks tertulis (Intan, 2021). Teks tersebut berisi analisis dan tanggapan sebagai bentuk partisipasi dan dukungan di lingkungan sosial, dalam hal ini banjir dan tanah longsor di Meratus.

Metode Pelaksanaan

Dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, pengabdian mencoba melakukan pendekatan peningkatan kesadaran menyelamatkan Meratus dan peduli terhadap korban

bencana terutama ibu dan anak dengan menggunakan saluran komunikasi secara tertulis. Dua tulisan termuat di dunia media yang berbeda, antologi Kehilangan yang ber-ISBN dengan judul Tetap Tersenyum dan di media *online*. Hal ini bertujuan agar penyampaian pesan tersebut memberikan petunjuk begitu pentingnya penyelamatan Meratus sebagai paru-paru dunia di Kalimantan Selatan. Informasi bisa lebih cepat sampai ke pembaca ketika berada di media *online* daripada lewat antologi. Walaupun secara umpan balik (*feedback*), dalam komunikasi tertulis sifatnya tertunda atau tidak bisa segera diketahui.

Sasaran opini adalah para pembaca media *online* menara62.com dan infokaltim.id, sedangkan sasaran tulisan antologi adalah 23 penulis dari total 24 penulis yang ada dalam antologi tema Kehilangan dengan komposisi 19 penulis perempuan dan 5 penulis laki-laki.

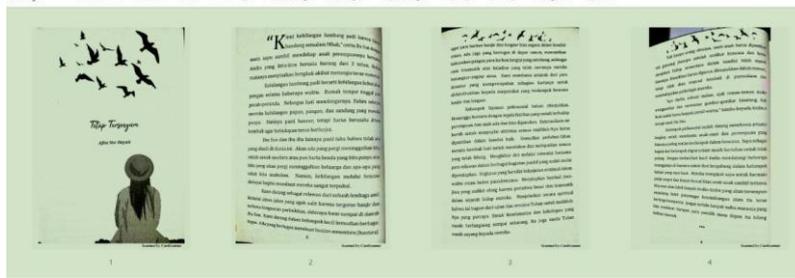
Hasil Kegiatan dan Pembahasan

Literasi dasar berupa tulisan opini Spirit Masih Ada Hari Esok dan antologi tema Kehilangan dengan judul Tetap Tersenyum, menjadi alat kampanye sosial peduli bencana banjir di Hulu Sungai Tengah.

Opini Spirit Masih Ada Hari Esok terpublikasikan di media *online* pada bulan Maret 2021 yaitu menara62.com pada gambar 5 dan infokaltim.id pada gambar 6. Pengabdian mengunggah tautan di salah satu media *online* tersebut di akun sosial *facebook* sehingga dapat dibaca oleh siapa saja yang membuka media sosial pengabdian. Satu tulisan pada antologi dengan judul Tetap Tersenyum terdapat pada daftar isi yang ditampilkan gambar 1 dan isi lengkapnya terdapat pada gambar 2 telah dibukukan dan dicetak bersama tulisan tema Kehilangan bersifat universal lainnya pada bulan April 2021.

Pada antologi tema Kehilangan yang dicetak sebanyak penulisnya, seperti yang ditunjukkan gambar 3, yaitu 24 orang, tersebar di beberapa kota diantaranya tercatat : Pekanbaru, Kutai Timur, Bandung, Kulon Progo, Kediri, Subang, Palembang, Halmahera Selatan, Surabaya, Tulungagung, Musi Banyu Asin, Tasikmalaya, Lahat, Denpasar, Sleman, Aceh Besar, Samarinda, dan Pontianak. Ketersebaran kota ini menjadikan semakin luasnya tulisan tentang bencana Meratus bisa dibaca dan diharapkan membentuk kepedulian serta adanya aksi nyata dalam tanggap terhadap bencana, terutama bencana yang terjadi di Meratus.

Gambar 1. Daftar Isi Antologi Kehilangan (Sumber : Azkiya Publishing)



Gambar 2. Literasi Tetap Tersenyum (Sumber : Azkiya Publishing)



Gambar 3. Buku antologi tema Kehilangan yang telah dicetak dan siap diedarkan ke 24 penulisnya (Sumber : Azkiya Publishing)



Gambar 4. <https://twitter.com/kangDed18255164/status/1370892822144970752>



Gambar 5. <https://menara62.com/spirit-masih-ada-hari-esok/>



Gambar 6. <https://infokaltim.id/spirit-masih-ada-hari-esok/>

Pada gambar 4, ada akun media sosial *twitter* dengan nama kang Dede, dimana pengabdian dapat ketika mengetik kata kunci spirit masih ada hari esok di mesin pencari. Siapapun kang Dede, dimana bertempat tinggal dan apapun profesinya, yang jelas yang bersangkutan sudah menambahkan tautan di menara62.com tentang opini Spirit Masih Ada Hari Esok di berandanya. Ini bisa diartikan sebagai satu bentuk dukungan terhadap literasi dasar pengabdian serta kepedulian terhadap bencana yang terjadi di Pegunungan Meratus.

Agar dukungan pada Meratus dapat lebih luas, selain pengabdian telah membagikan tautan opini lewat media sosial yang dimiliki, sehingga diharapkan lebih banyak orang bisa membacanya dan mengetahui urgensi penyelamatan Meratus serta kearifan lokal yang ada didalamnya, pada tulisan berjudul Tetap Tersenyum yang terdapat dalam antologi tema Kehilangan dengan *setting* cerita kejadian bencana yang terjadi di Meratus, pengabdian menjadikan buku antologi Kehilangan sebagai hadiah bagi penanya ketika pengabdian menjadi narasumber pada kegiatan lainnya.

Simpulan dan Saran

Dari pelaksanaan kegiatan ada beberapa kesimpulan diantaranya bahwa kepedulian terhadap bencana alam yang terjadi di Pegunungan Meratus pada Januari 2021 didukung melalui literasi dasar berupa tulisan. Satu judul tulisan yang termuat pada dua media *online* pada tanggal 13 Maret 2021 dan status akun twitter kang Dede tanggal 14 Maret 2021 serta antologi tema

Kehilangan dengan judul Tetap Tersenyum. Dukungan kepedulian tersebut ketika dibaca, diharapkan pertama akan meningkatkan pengetahuan pembaca bahwa Meratus harus diselamatkan. Kedua, akan muncul kepedulian untuk ikut memulihkan dampak bencana Meratus dengan berpartisipasi secara nyata melalui lembaga-lembaga filantropis.

Dari pengabdian yang telah dilaksanakan, disarankan ada kegiatan lain seperti kelas menulis untuk remaja usia sekolah menengah atas dengan tema kepedulian remaja pada bencana di setiap kota dimana para penulis antologi Kehilangan bertempat tinggal, terutama kota yang memiliki kedekatan jarak dengan Pegunungan Meratus seperti Samarinda, Kutai Timur, dan Pontianak dengan menggunakan *platform* dalam jaringan.

Langkah yang juga perlu dilakukan adalah mencetak ulang buku antologi kemudian menjual hasil cetak ulangnya dan hasil penjualan yang diperoleh bisa didonasikan untuk masyarakat desa Patikalain pegunungan Meratus. Tujuannya akan lebih banyak orang yang membaca dan menyadari bahwa tidak hanya Meratus yang harus diselamatkan tetapi alam yang ada di bumi ini harus dijaga keseimbangannya.

Daftar Pustaka

- Arm (red). (2021). *Kembali Peduli, BPO Kokam Kaltim Gelar Program Kemanusiaan di Desa Patikalain Kecamatan Hantakan Kabupaten Hulu Sungai Tengah*. Retrieved Juni 18, 2021 from <https://kabarmuh.com/kembali-peduli-bpo-kokam-kaltim-gelar-program-kemanusiaan-di-desa-patikalain-kecamatan-hantakan-kabupaten-hulu-sungai-tengah-kalimantan-selatan/>
- Brown, N. W. (2003). *Psychoeducational Groups: Process and Practice*. New York, NY: Brunner- Routledge.
- Intan, Nova. (2021). *Pengertian Literasi: Jenis, Tujuan, Manfaat, Contoh, dan Prinsipnya*. Retrieved Februari 10, 2021 from <https://penerbitdeepublish.com/pengertian-literasi/>
- Lazuardi, HN. (2019). *Ilusi Kehancuran Meratus, Hutan Terakhir dan Paru-Paru Dunia yang Tersisa*. Retrieved September 30, 2019 from <https://apahabar.com/2019/09/ilusi-kehancuran-meratus-hutan-terakhir-dan-paru-paru-dunia-yang-tersisa/>
- Nur Hayati, A. (2021). *Spirit Masih Ada Hari Esok*. Retrieved Maret 13, 2021 from <https://menara62.com/spirit-masih-ada-hari-esok/>
- Nur Hayati, A. (2021). *Spirit Masih Ada Hari Esok*. Retrieved Maret 13, 2021 from <https://infokaltim.id/spirit-masih-ada-hari-esok/>
- Nur Hayati, A. (2021). *Tetap Tersenyum*. Jakarta : Azkiya Publishing. Retrieved 30 September, 2021 from https://scholar.google.co.id/citations?view_op=view_citation&hl=en&user=_hC9Lk8AAAAJ&citation_for_view=_hC9Lk8AAAAJ:KIAtU1dfN6UC
- Dziqie Aulia Al Farauqi, Mohamad. (2021). *Catatan Relawan Senyum Bersama Meratus: Kita Tidak Kemana-Mana***. Retrieved Maret 22, 2021 from <https://pembangunansosial.fisipol.ugm.ac.id/en/catatan-relawan-senyum-bersama-meratus-kita-tidak-beranjak-kemana-mana/>
- Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2007 tentang Penanggulangan Bencana
- Undang-Undang No 35 tahun 2014 tentang Perlindungan Anak
- Utama, Abraham. (2021). *Banjir Kalsel : warga Dayak Meratus paling terdampak, desa yang diterjang banjir dan tanah longsor tak bisa diakses*. Retrieved Januari 22, 2021 from <https://www.bbc.com/indonesia/indonesia-55734115>

Peningkatan Pemahaman Tentang Ancaman Perdagangan Orang pada Kelompok Masyarakat *Migrant Worker* di Kabupaten Lombok Timur

Ismah Rustam

Program Studi Hubungan Internasional, Universitas Mataram

email: ismahrustam@unram.ac.id

Abstrak

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan untuk memberikan pembekalan dan pemahaman kepada kelompok masyarakat pekerja migran di Kabupaten Lombok Timur mengenai ancaman perdagangan orang. Kabupaten Lombok Timur adalah salah satu kantong pekerja migran terbanyak di Indonesia. Hal tersebut menimbulkan konsekuensi terhadap tingginya permasalahan yang dihadapi oleh pekerja migran, baik masalah keimigrasian maupun ketenagakerjaan. Seringkali, Pekerja Migran Indonesia (PMI) memilih jalan untuk menjadi pekerja non-prosedural di luar negeri. Padahal ini memberikan peluang besar bagi pelaku kejahatan perdagangan orang untuk mendapatkan keuntungan. Perdagangan orang adalah salah satu bentuk dari *Transnational Organized Crime* (TOC) yang bersifat eksploitatif dan kriminal. Pelaku tindak kejahatan perdagangan orang sifatnya dapat perorangan maupun kelompok. Dalam melakukan aksinya, pelaku tindak pidana perdagangan orang (TPPO) menjadikan para pekerja migran sebagai target korban. Fenomena TPPO sebagian besar bertujuan untuk eksploitasi seksual ataupun bekerja sebagai buruh kasar dengan upah yang rendah bahkan tidak dibayar. Kegiatan pengabdian masyarakat ini melibatkan masyarakat kelompok pekerja migran dari Desa Anggaraksa, Kecamatan Pringgabaya, Kabupaten Lombok Timur. Hasil dari kegiatan ini adalah peningkatan pemahaman masyarakat kelompok pekerja migran mengenai permasalahan yang dihadapi PMI selama ini, resiko menjadi PMI non-prosedural, ancaman perdagangan orang, cara-cara mencegah terjadinya perdagangan orang, serta tata cara dan mekanisme yang harus dilakukan jika memerlukan bantuan di luar negeri. Selain itu, kegiatan pengabdian masyarakat ini juga meningkatkan kesadaran PMI bahwa dokumen yang lengkap dan jalur yang prosedural adalah pilihan terbaik untuk bekerja dengan aman dan nyaman diluar negeri.

Kata Kunci: Pekerja Migran Indonesia (PMI), Tindak Pidana Perdagangan Orang (TPPO), jalur prosedural, jalur non-prosedural

1. PENDAHULUAN

ANALISIS SITUASI

Kegiatan peningkatan pemahaman mengenai ancaman perdagangan orang ditujukan kepada masyarakat kelompok pekerja migran di desa Anggaraksa, kecamatan Pringgabaya, Kabupaten Lombok Timur. Desa Anggaraksa merupakan salah satu desa dengan penyumbang Pekerja Migran Indonesia (PMI) terbanyak setiap tahunnya. Kegiatan ini dilakukan karena banyak kejadian yang menunjukkan tingkat kejahatan perdagangan orang semakin sering terjadi pada kelompok masyarakat pekerja migran. Salah satu bentuk peningkatan pemahaman kepada masyarakat yang paling sederhana dilakukan adalah dengan melakukan edukasi secara langsung dan tatap muka dengan kegiatan berupa sosialisasi dan diskusi yang memantik para pekerja migran untuk menyampaikan hambatan-hambatan atau tantangan-tantangan yang mereka hadapi selama ini berkaitan dengan ancaman *human trafficking*.

Tingginya angka kejahatan perdagangan orang dipengaruhi oleh letak Indonesia yang berada dalam persimpangan Asia Pasifik dengan postur memanjang dan bentuk kepulauan sehingga Indonesia cukup rentan akan berbagai tindak kejahatan lintas batas. Bentuk aktivitas kejahatan transnasional cukup beragam dan semakin berkembang setiap hari. Kejahatan lintas batas negara atau yang lebih dikenal dengan *Transnational Organized Crime* (TOC) adalah salah satu ancaman yang paling dekat dengan masyarakat dan menjadi tantangan pemerintah Indonesia untuk mengatasinya. Sebagai respons terhadap ancaman perdagangan orang, Indonesia telah meratifikasi konvensi TOC yang mencerminkan komitmen politik negara terhadap agenda internasional dalam menghadapi masalah tersebut.

Perdagangan orang adalah salah satu bentuk dari TOC yang sulit diberantas hingga kini. Penyelundupan orang bersifat eksploitatif dan kriminal. Pelaku tindak kejahatan perdagangan orang sifatnya dapat perorangan maupun kelompok. Seperti dalam konvensi TOC pasal 2 mendefinisikan kelompok kejahatan transnasional terorganisasi adalah suatu kelompok yang terbentuk dari tiga orang atau lebih yang melakukan kejahatan dengan maksud untuk mendapatkan keuntungan (Santoso, 2014). Tindak kejahatan perdagangan orang dilakukan sekelompok terorganisir untuk mendapatkan keuntungan dengan menjual manusia ke berbagai negara. Meskipun pemerintah Indonesia telah mengeluarkan UU No. 21 tahun 2007 tentang pemberantasan perdagangan orang, kasus Tindak Pidana Perdagangan Orang (TPPO) yang menimpa para pekerja migran masih marak terjadi. UU yang seyogyanya ditujukan untuk memberantas perdagangan orang, melalui serangkaian tindakan pencegahan, penindakan, maupun tindakan lainnya ternyata masih belum mampu secara maksimal menghentikan kasus TPPO yang ada. Dalam mengatasi permasalahan TPPO pemerintah tentu membutuhkan kerjasama dari berbagai pihak terkait seperti pihak kepolisian, TNI, media, akademisi dan terutama kelompok masyarakat.

Kelompok masyarakat pekerja migran adalah salah satu yang kerap menjadi korban yang dimanfaatkan oleh pelaku kejahatan perdagangan orang. Indonesia sebagai negara penyumbang angka pekerja migran yang cukup tinggi di Asia Tenggara. Diperkirakan sekitar 6,5 juta hingga 9 juta orang bekerja diluar negeri sebagai pekerja migran baik kategori prosedural maupun non-prosedural. Dengan negara persebaran antara lain di; Malaysia, Saudi Arabia, Taiwan, dan negara lain yang kebanyakan di Timur Tengah. Diperkirakan 43 hingga 50 persen bekerja di sektor domestik yang terindikasi mengalami praktek perdagangan orang (Pudjiastuti, 2011).

Dari sekian banyak provinsi di Indonesia yang menyalurkan pekerja migran, Nusa Tenggara Barat (NTB) adalah kantong terbanyak kedua Pekerja Migran Indonesia (PMI). Sebagian besar masyarakat NTB bekerja di luar negeri hingga menjadi sebuah pekerjaan yang turun temurun. PMI asal NTB tercatat paling banyak sebagai pekerja di ladang sawit di Malaysia, sementara khusus perempuan kebanyakan menjadi pekerja sebagai penatalaksana rumah tangga dan paling banyak bekerja di Arab Saudi. Selain itu, ada yang bekerja dalam sektor industri, konstruksi, sopir, tenaga kebersihan, bidang peternakan, hotel dan restoran.

Wilayah di NTB dengan angka pekerja migran tertinggi adalah Kabupaten Lombok Timur (Lotim). Berdasarkan data yang diolah dari Dinas Tenaga Kerja dan Transmigrasi Provinsi NTB,

BPS NTB, BNP2TKI, Kemenpppa RI, angka pekerja migran asal Provinsi NTB terus mengalami fluktuasi. Berikut tabel yang menggambarkan jumlah Pekerja Migran asal NTB.

Tabel 1. Angka Pekerja Migran Asal Provinsi NTB

Tahun	Laki-Laki	Perempuan	Total
2008	28.491	21.393	49.884
2009	32.903	20.828	53.731
2010	37.405	18.745	56.150
2011	44.088	14.142	58.230
2012	31.537	5.483	37.020
2014	36.219	9.968	46.187
2018	13.328	9.702	23.030
2019	12.419	9.053	21.472

Tabel diatas menunjukkan bahwa Kabupaten Lombok Timur memiliki angka pekerja migran tertinggi dibandingkan dengan kabupaten lainnya. Tercatat pada 2019, sekitar 9.000 pekerja migran berasal dari Lombok Tengah, 4.000 Lombok Barat, 12.000 Lombok Timur, dan sisanya diisi oleh Mataram, Sumbawa, Sumbawa Besar, Bima, Dompu, dan Lombok Utara. Untuk tahun 2020 penurunan keberangkatan pekerja migran cukup signifikan disebabkan oleh adanya pandemi Covid-19. Dari banyaknya jumlah keberangkatan PMI, Malaysia menjadi negara paling diminati sebagai tujuan dari pekerja Migran asal NTB disusul dengan negara-negara di Timur Tengah.

Lombok Timur selama ini selalu menjadi kabupaten di NTB dengan angka penduduk yang menjadi Pekerja Migran Indonesia (PMI) tertinggi dibandingkan dengan kabupaten lainnya. Hal ini dapat dilihat dari tingginya persentase remitansi dari Malaysia, Arab Saudi, dan negara lainnya tempat dimana para migran tersebut bekerja. Tercatat pada tahun 2020, angka remitansi terbanyak yaitu Lombok Timur (24,12%), Lombok Tengah (23,59%), Kabupaten Sumbawa (12,84%), Lombok Barat (10,77%), Sumbawa Barat (10,18%), Mataram (8,22%), Kabupaten Bima (3,55%), Dompu (3,09%), Lombok Utara (2,47%), dan Kota Bima (1,17%) (Suara NTB, 2020). Akan tetapi, dengan banyaknya orang tua yang bekerja sebagai pekerja migran keluar negeri juga menyebabkan permasalahan sosial baru di Kabupaten Lombok Timur. Banyak anak-anak memutuskan untuk menikah dini atau putus sekolah karena kurangnya pengawasan dari orang tua. Selain itu, sejumlah permasalahan yang kerap dihadapi oleh para PMI adalah masalah tindak kekerasan, pelecehan seksual, narkoba hingga perdagangan orang.

Salah satu permasalahan serius yang dihadapi para PMI asal Lombok Timur ialah maraknya Tindak Pidana Perdagangan Orang (TPPO) atau *human trafficking*. Fenomena TPPO sebagian besar bertujuan untuk eksploitasi seksual ataupun bekerja sebagai buruh kasar dengan upah yang rendah. Para pekerja migran yang awalnya mendaftarkan diri dengan tujuan bekerja di luar negeri seringkali tidak sadar mereka sedang diperdagangkan. Ada banyak faktor yang menyebabkan terjadinya kejahatan tersebut. selain faktor ekonomi dan pendidikan yang rendah juga karena banyaknya masyarakat yang tergiur untuk menggunakan calo penyalur PMI tidak resmi atau yang masyarakat Lombok Timur kenal dengan sebutan "tekong". Alhasil, tidak jarang

ditemukan masyarakat yang awalnya berniat menjadi pekerja migran ke luar negeri justru berakhir menjadi korban perdagangan orang.



Gambar 1. Kasus Perdagangan Orang atau *Human Trafficking* di Lombok Timur

Berdasarkan analisis situasi permasalahan di atas, kami memilih salah satu desa di Kabupaten Lombok Timur sebagai target kegiatan pengabdian masyarakat ini. Mengingat bahwa pengetahuan masyarakat mengenai ancaman perdagangan orang masih sangat minim, terutama bagi mereka yang terbiasa dengan administrasi non-prosedural. Sehingga, Pengabdian Masyarakat ini dilaksanakan di Desa Anggaraksa yang merupakan salah satu desa kantong Pekerja Migran (PMI) di Kabupaten Lombok Timur. Tentu saja kegiatan ini bekerja sama dengan pemerintah setempat dengan tujuan yang sama untuk mencegah terjadinya TPPO dari kelompok masyarakat yang berprofesi atau yang berkeinginan untuk menjadi seorang pekerja migran.

Permasalahan Mitra

Berangkat dari latar belakang analisis situasi yang telah dipaparkan diatas dan mengingat pentingnya upaya peningkatan pemahaman masyarakat di Nusa Tenggara Barat (NTB) yang kebanyakan memiliki profesi sebagai pekerja migran mengenai ancaman perdagangan orang dalam proses perekrutan maupun keberangkatan. Sehingga kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini mengangkat tema “Upaya Peningkatan Pemahaman Tentang Ancaman Perdagangan Orang Pada Kelompok Masyarakat *Migrant Worker* di Kabupaten Lombok Timur” dilaksanakan di Desa Anggaraksa, Kecamatan Pringgabaya. Terdapat dua permasalahan utama dalam kegiatan ini:

1. Kelompok masyarakat pekerja migran dari Kabupaten Lombok Timur kerap menjadi korban perdagangan orang karena belum banyak masyarakat yang memahami mengenai ancaman keamanan yang mereka hadapi. Sehingga, dibutuhkan upaya untuk peningkatan pemahaman terkait jenis ancaman yang dihadapi pekerja migran atas rentannya isu *transnational crime* hari ini, terutama masalah perdagangan orang.
2. Kelompok masyarakat pekerja migran belum banyak yang mengetahui mengenai cara mencegah terjadinya perdagangan orang dalam lingkungan mereka sehingga perlu

dilakukan kegiatan sosialisasi atau penyuluhan agar secara sadar menjadi PMI yang prosedural dan mengetahui konsekuensi ancaman bila memilih menjadi PMI non-prosedural.

Solusi Permasalahan

Permasalahan perdagangan orang sangat lekat pada pekerja migran. Tentu pemerintah tidak bisa menyelesaikan permasalahan ini sendiri, sehingga membutuhkan kerjasama dari berbagai pihak untuk membantu memberikan solusi. Termasuk didalamnya adalah kelompok akademisi melalui kegiatan Tri Dharma perguruan tinggi dan kelompok masyarakat itu sendiri dimana kejahatan tindak perdagangan orang bermuara. Salah satu solusi untuk melakukan pencegahan adalah dengan mengadakan kegiatan sosialisasi dan diskusi secara langsung dengan masyarakat kelompok pekerja migran. Kegiatan yang kami lakukan di Desa Anggaraksa, Kecamatan Pringgabaya, Kabupaten Lombok Timur adalah pemberian materi mengenai ancaman perdagangan orang pada pekerja migran, memaparkan berbagai kasus-kasus perdagangan orang yang terjadi di Lombok Timur, penyebab-penyebabnya dan bagaimana cara pencegahan kasusnya. Kegiatan ini diikuti oleh 30 peserta yang merupakan pekerja migran di berbagai negara.

Tujuan Program

Program kegiatan ini memiliki beberapa tujuan sebagai berikut:

1. Meningkatkan pemahaman masyarakat pekerja migran di kabupaten Lombok Timur yang sebagian besar berprofesi sebagai pekerja migran di luar negeri bahwa ancaman perdagangan orang sangat dekat dengan pilihan mereka untuk bekerja sebagai buruh migran. Pemahaman mengenai hal-hal yang berkaitan dengan peluang ancaman masih minim diterima oleh masyarakat luas, sehingga kasus perdagangan orang sering terjadi berulang kali
2. Memberikan informasi mengenai tips, strategi, konsep, dan ide-ide yang diperlukan dalam mencegah terjadinya kejahatan perdagangan orang dan meningkatkan kesadaran masyarakat luas untuk ikut andil dalam memutus rantai kejahatan kasus perdagangan orang
3. Membangun kesadaran masyarakat pekerja migran akan pentingnya jalur prosedural bagi para calon buruh migran.

Manfaat Program

Melalui kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman masyarakat akan ancaman perdagangan orang, khususnya kelompok masyarakat pekerja migran sebagai pekerjaan yang mendominasi di Kabupaten Lombok Timur. Belakangan ini kasus perdagangan orang sering terjadi pada pekerja migran Indonesia, khususnya mereka yang mendaftarkan diri secara non-prosedural. Pemerintah dan berbagai stakeholder yang terkait telah mengupayakan untuk memutus rantai kejahatan tersebut. Namun seringkali masalah mendasar berawal dari masyarakat. mereka enggan untuk memberikan laporan lengkap, memberikan kesaksian bahkan untuk mengikuti jalur yang sesuai prosedur karena minimnya pemahaman. Sehingga, melalui

kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat memberikan kontribusi pada pencegahan perdagangan orang.

Pengenalan jalur resmi prosedural menjadi penting untuk mendukung berkurangnya kasus kejahatan perdagangan orang. Dari kegiatan ini *output* yang diharapkan adalah masyarakat di Kabupaten Lombok Timur semakin memiliki pemahaman dan kesadaran yang dapat dipergunakan atau disebarluaskan untuk mencegah maraknya kegiatan perdagangan orang disekitar mereka. Selain itu pula diharapkan para pemuda yang menjadi generasi penerus didaerahnya kelak menjadi pemangku kebijakan akan membawa kontribusi positif dalam upaya mencegah tindak kejahatan di lingkungan kelompok masyarakat pekerja migran.

Keterkaitan Kegiatan

Kegiatan ini antara lain berkaitan dengan isu Kejahatan Transnasional berdasarkan Peraturan Perundang-Undangan dimana istilah 'transnasional' digunakan dalam *United Nations Convention Against Transnational Organized Crime* (UNCATOC), yang dalam bahasa Indonesia terdapat dalam Lampiran Undang-Undang Nomor 5 Tahun 2009 tentang Pengesahan *United Nations Convention Against Transnational Organized Crime* (Konvensi Perserikatan Bangsa-Bangsa Menentang Tindak Pidana Transnasional yang Terorganisasi). Selain itu, kegiatan ini juga berkaitan dengan Undang-undang No. 39 tahun 1999 tentang Hak Asasi Manusia (HAM) dan UU no. 26 tahun 2000 tentang rencana aksi anti perdagangan orang melalui Keputusan Presiden Republik Indonesia No. 88 Tahun 2002 tentang rencana aksi nasional penghapusan perdagangan perempuan dan anak.

Metode Pelaksanaan

Beranjak dari latar belakang masalah yang telah dipaparkan sebelumnya, maka metode yang akan digunakan dalam kegiatan pengabdian dengan judul 'Upaya Peningkatan Pemahaman Tentang Ancaman Perdagangan Orang Pada Kelompok Masyarakat *Migrant Worker* di Kabupaten Lombok Timur' adalah berupa *workshop* yang akan berupaya memberikan pemecahan masalah dalam bentuk pemberian materi/ceramah, *focus group discussion* (FGD), dan peserta akan melakukan simulasi model pelaksanaan pendaftaran dan alur yang sesuai dengan prosedur serta implementasi pemahaman pencegahan tindak perdagangan orang. Materi akan berkisar terkait konsep-konsep dalam kejahatan perdagangan orang antara lain pemahaman mengenai rantai kejahatan, alur, model, bahaya jalur non-prosedural, serta menguraikan contoh kasus TPPO di Lombok Timur. Disamping itu, ruang diskusi akan dibuka agar kita mengetahui apa kendala dan hambatan yang dihadapi oleh kelompok masyarakat pekerja migran yang seringkali memilih prosedur ilegal. Diskusi terarah diharapkan mampu menghasilkan rekomendasi-rekomendasi yang memudahkan masyarakat.

Tabel 1. Input/Program, Output, dan *Outcome*
Kegiatan Sosialisasi Tentang Peningkatan Pemahaman Tentang Ancaman Perdagangan Orang Pada
Kelompok Masyarakat *Migrant Worker* di Kabupaten Lombok Timur

Input/Program	Output		Outcome
	Proses/Kegiatan	Partisipan	
Penyampaian materi tentang permasalahan pekerja migran asal NTB kepada para peserta. Pemaparan mengenai masalah TPPO asal NTB, kasus-kasus serta penyebab-penyebab rentannya pekerja migran menjadi korban perdagangan orang	<ul style="list-style-type: none"> • Pemutaran Film pendek tentang ancaman perdagangan orang • Penjelasan materi • Simulasi pelaksanaan pendaftaran alur prosedural, aksi pencegahan kejahatan perdagangan orang dan FGD 	30 orang peserta dengan profesi pekerja migran (perempuan dan anak) di Desa Anggaraksa, Kecamatan Pringgabaya, Kabupaten Lombok Timur	Pemahaman masyarakat mengenai ancaman kejahatan perdagangan orang di wilayahnya dan kesadaran masyarakat untuk selalu mendaftarkan diri pada jalur prosedural

Hasil dan Pembahasan

Pelaksanaan kegiatan pengabdian yang dilaksanakan di Desa Anggaraksa, Kecamatan Pringgabaya, Kabupaten Lombok Timur merupakan salah satu bentuk pengabdian dan wadah keilmuan yang memberikan edukasi mengenai ancaman perdagangan orang pada kelompok pekerja migran. Peserta yang hadir dalam pengabdian sebanyak 30 partisipan. Kegiatan ini bekerjasama dengan perangkat desa sehingga kegiatan dilaksanakan di aula kantor desa Anggaraksa pada bulan September 2021. Adapun hasil kegiatan dalam pengabdian tersebut, yaitu:

Kegiatan workshop

Sebagai kegiatan awal, dilaksanakan workshop untuk pemaparan materi mengenai masalah Tindak Pidana Perdagangan Orang (TPPO) pada kelompok pekerja migran. Sebagaimana yang juga disadari oleh para peserta, bahwa NTB adalah salah satu provinsi penyumbang pekerja migran terbanyak setiap tahunnya. Bahkan, data dari BP2MI per Agustus 2020, NTB adalah provinsi terbanyak keempat yang menyumbangkan PMI setelah Provinsi Jawa Timur, Jawa Tengah dan Jawa Barat. Peningkatan jumlah PMI asal NTB naik setiap tahunnya, kecuali tahun 2020-2021 mengalami penurunan karena adanya pandemi Covid-19.

Daerah asal NTB yang paling tinggi angka pekerja migran adalah Kabupaten Lombok Timur, kemudian disusul oleh Kabupaten Lombok Tengah, Kabupaten Lombok Barat, Sumbawa, dan lain-lain. Kemudian untuk negara penempatan terbanyak PMI asal NTB bekerja di Malaysia. Berikut data jumlah PMI asal NTB dan persebarannya:



Gambar 2. Jumlah Pekerja Migran asal NTB dan negara penempatan

Pada tahun 2020, pemulangan PMI asal NTB mencapai 16.826 orang. Selain karena pandemi Covid-19, kebanyakan PMI dipulangkan karena memiliki sejumlah permasalahan dinegara penempatan. Masalah perdagangan orang turut mewarnai sejumlah permasalahan yang dialami PMI asal NTB. Disampaikan pula definisi menurut Undang-undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2007 Pasal 1 bahwa Perdagangan Orang adalah tindakan perekrutan, pengangkutan, penampungan, pengiriman, pemindahan, atau penerimaan seseorang dengan ancaman kekerasan, penggunaan kekerasan, penculikan, penyekapan, pemalsuan, penipuan, penyalahgunaan kekuasaan atau posisi rentan, penjeratan utang atau memberi bayaran atau manfaat, sehingga memperoleh persetujuan dari orang yang memegang kendali atas orang lain tersebut, baik yang dilakukan di dalam negara maupun antar negara, untuk tujuan eksploitasi atau mengakibatkan orang tereksplotasi.

Materi yang juga disampaikan adalah bentuk-bentuk tindak pidana perdagangan orang yang sering dilakukan terhadap pekerja migran asal NTB diantaranya; dijadikan sebagai tenaga kerja paksa dengan gaji rendah atau bahkan tidak digaji. Selain itu juga dijadikan sebagai pekerja seks. Kebanyakan yang menjadi korban dari perdagangan orang adalah perempuan dan anak dengan rentang usia 15-25 tahun. Pelaku akan memalsukan identitas korban dan memanipulasi usia korban. Sebelum keberangkatan biasanya mereka dijanjikan gaji besar untuk bekerja di ranah domestik sebagai asisten rumah tangga, penjaga toko, restoran dan lain-lain. Pekerja migran juga dijanjikan sejumlah uang apabila setuju dengan tawaran dari tekong untuk ikut dalam jalur keberangkatan PMI non-prosedural. Oleh karena itu, kebanyakan korban perdagangan orang adalah yang memang status sosial ekonominya berada dibawah garis. Berdasarkan materi awal yang disampaikan ternyata masyarakat di Kabupaten Lombok Timur tidak menyadari bagaimana pola dan bentuk perdagangan orang yang selama ini terjadi.

Selanjutnya pemaparan materi dengan memaparkan beberapa contoh kasus. Dalam beberapa contoh kasus memperlihatkan bahwa masyarakat yang memilih menggunakan jalur non-prosedural adalah yang paling rentan jadi korban perdagangan orang. Beberapa contoh kasus antara lain; *pertama*, kasus perdagangan orang yang menjadi korban adalah pekerja

migran yang berasal dari Desa Suralaga, Lombok Timur yang terjadi pada 30 September 2020. Menurut Serikat Buruh Migran Indonesia (SBMI), korban yaitu Yuli Handayani Irfan berusia 30 tahun yang berkeja sebagai PMI di Dubai, Uni Emirat Arab. Yuli diduga menjadi korban perdagangan orang setelah dirinya mendapatkan perlakuan tidak manusiawi dari majikannya berupa penyiksaan, tidak dikasih makan, bekerja 22 jam sehari, dan gaji yang diambil oleh agennya (SBMI, 2020). *kedua*, kasus TPPO yang menimpa 9 pekerja migran wanita yang diketahui masing-masing berasal dari Lombok Tengah (3 orang), Kabupaten Bima (1 orang), dan Lombok Timur (5 orang) pada tanggal 27 November 2020. Aksi perdagangan orang tersebut berhasil digagalkan saat para korban diberhentikan oleh petugas BP2MI Tanjung Pinang-Kepulauan Riau. Pelaku yang mengirim 9 perempuan ini kemudian berhasil ditangkap di Kecamatan Selong, Lombok Timur. Adapun modus yang dilakukan adalah melalui syarat administrasi yang mudah, para korban hanya dimintai surat permohonan visa agar bisa bekerja di luar negeri (PS News, 2020). *Ketiga*, kasus terbaru yang sedang ditangani oleh Polda NTB dimana pelaku TPPO melakukan penyekapan dan pemerkosaan terhadap calon pekerja migran hingga hamil. Pekerja migran ini menjadi korban perdagangan orang yang belum sempat diberangkatkan. Calon pekerja migran tersebut dibuatkan identitas palsu dengan menambah usia korban, yang sebenarnya kelahiran tahun 2004 diubah menjadi kelahiran 1998 (Inews NTB, 2021).



Gambar 3. Dokumentasi Kegiatan *Workshop*, penyampaian materi inti

Dari pemaparan studi kasus kemudian dipaparkan beberapa penyebab terjadinya masalah pekerja migran dipicu karena permasalahan keimigrasian dan permasalahan ketenagakerjaan. Hal ini yang kemudian menjadi diskusi dan *sharing session* kepada para peserta karena banyak pekerja migran pada umumnya, dan peserta pada khususnya yang tidak memahami bagaimana asal mula kejahatan perdagangan orang bisa terjadi.

Diskusi dan sharing session

Kegiatan tahap kedua yang dilakukan oleh tim pengabdian ialah diskusi dan berbagi pengalaman para pekerja migran, sehingga menghasilkan berbagai simpulan yang menjadi rujukan agar permasalahan perdagangan orang tidak kembali terjadi. Awal kegiatan, pemantik diskusi memberi kesempatan kepada para peserta untuk mengajukan pertanyaan atau menceritakan pengalaman. Beberapa hal yang diceritakan oleh peserta seperti bagaimana mereka mengalami penipuan oleh agen perekrut dengan pemotongan gaji secara sepihak, ada

juga yang memiliki pengalaman dipenjara karena dijadikan kurir narkoba. Adapula yang menceritakan pengalaman pekerja migran lain yang dijadikan mahar untuk menikah dan ini menjadi semacam budaya di Timur Tengah. Serta berbagai problematika lainnya yang mewarnai pengalaman peserta selama menjadi pekerja migran.

Permasalahan PMI memang selalu bermula dari dua hal, yaitu permasalahan keimigrasian dan permasalahan ketenagakerjaan. Permasalahan keimigrasian contohnya adalah penggunaan visa kunjungan wisata untuk bekerja dan permasalahan ketenagakerjaan contohnya ketika WNI tidak betah bekerja disatu tempat, ia tidak bisa serta merta pindah majikan karena izin tinggal dan izin bekerja itu melekat kepada pemberi kerja. Disamping itu, memalsukan dokumen dan memanipulasi data Calon PMI, memiliki dokumen tidak lengkap, mengabaikan Prosedur dan Mekanisme Penempatan PMI yang telah diatur oleh undang-undang dan ketentuan hukum yang berlaku serta tidak menggunakan visa kerja adalah sumber-sumber peluang perdagangan orang terjadi.



Gambar 4. Dokumentasi Kegiatan Diskusi dan *sharing session*

Selanjutnya, tim pengabdian mengingatkan kembali kepada para peserta untuk selalu menghindari perekrut pekerja migran non-prosedural (tekong), karena menjadi PMI non-prosedural memiliki resiko cukup besar. Mereka akan rentan terhadap penipuan dan eksploitasi, juga tidak ada yang menjamin keamanan dan perlindungan hukum bagi mereka yang memilih jalur tersebut. Hal ini disampaikan dengan harapan para peserta dapat menyampaikan kepada sanak keluarga dan tetangga mereka setelah kegiatan ini agar tidak mudah luluh dengan bujuk rayu para calo pekerja migran.

Diakhir sesi, pemateri menyampaikan hal-hal teknis yang harus diketahui oleh pekerja migran, Untuk bekerja di luar negeri, Calon PMI wajib memiliki dokumen-dokumen resmi dan terdaftar. Mengikuti langkah menjadi pekerja migran prosedural tidaklah sulit. Beberapa petunjuk teknis diantaranya:

- a. Carilah informasi Perusahaan Penempatan Pekerja Migran Indonesia (P3MI) di Dinas Ketenagakerjaan Kabupaten / Kota, Balai Pelayanan Penempatan dan Perlindungan Tenaga Kerja Indonesia (BP3TKI), Loka Pelayanan Penempatan dan Perlindungan Tenaga Kerja Indonesia (LP3TKI), Pos Pelayanan Penempatan dan Perlindungan Tenaga Kerja Indonesia (P4TKI) dan di website : <https://jobsinfo.bp2mi.go.id/> (Sistem Informasi Pasar Kerja Luar Negeri / Pendaftaran Pencaker Online)

- b. Ikuti penyuluhan oleh petugas P3MI bersama Disnaker Kabupaten / Kota, BP3TKI, LP3TKI, P4TKI.
- c. Setelah mendaftar di Dinas Ketenagakerjaan Kabupaten / Kota, Ikut proses seleksi yang dilakukan oleh P3MI dan Disnaker Kabupaten / Kota.
- d. Menandatangani perjanjian penempatan dengan P3MI yang disahkan oleh Disnaker Kabupaten / Kota.
- e. Jangan lupa selalu pahami isi sebelum menandatangani perjanjian kerja yang telah mendapat persetujuan dari Kedutaan Besar Republik Indonesia (KBRI) / Konsulat Jenderal Republik Indonesia (KJRI) dan khusus Taiwan dari Kantor Dagang dan Ekonomi Indonesia (KDEI).
- f. Wajib mengikuti Pembekalan Akhir Pemberangkatan (PAP) dari BP3TKI, LP3TKI, P4TKI.
- g. Terdaftar di dalam Sistem Komputerisasi Tenaga Kerja Luar Negeri (SISKOKTKLN). SISKOKTKLN adalah Sistem pendataan bagi Calon Pekerja Migran Indonesia yang akan berangkat keluar negeri. (<http://siskotkln.bnp2tki.go.id/>)
- h. Setelah tiba di Negara Penempatan, Melapor ke Perwakilan RI di Negara Penempatan.
- i. Setelah Kontrak Kerja berakhir, kembali ke tanah air dan Khusus bagi PMI bermasalah, melapor ke Petugas BP3TKI, LP3TKI, P4TKI di Bandara / Pelabuhan.
- j. Untuk Informasi dan Konsultasi dapat menghubungi BP2MI (Badan Pelindungan Pekerja Migran Indonesia) melalui Call Center BP2MI di Nomor **0 800 1000** (24 Jam Bebas Pulsa) dari dalam negeri atau **+62 21 29244800** dari luar negeri. Surat menyurat, BP2MI : Jl. M.T. Haryono Kav. 52, Pancoran - Jakarta Selatan 12770. Website : <https://bp2mi.go.id/>

Simpulan dan Saran

Tindak Pidana Perdagangan Orang (TPPO) atau yang sering juga disebut *human trafficking* sangat rentan terjadi pada pekerja migran. Kabupaten Lombok Timur sebagai kantong pekerja migran tidak jarang masyarakatnya menjadi korban TPPO. Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberikan edukasi lebih mendalam mengenai ancaman perdagangan orang. Sehingga, kegiatan ini dilaksanakan di Kabupaten Lombok Timur tepatnya di Desa Anggaraksa, Kecamatan Pringgabaya dengan peserta yang mengikuti rangkaian kegiatan dalam pengabdian ini sebanyak 30 partisipan yang juga berprofesi sebagai perempuan pekerja migran. Kegiatan dilaksanakan dalam 3 tahap, pertama adalah observasi ke lokasi, kedua pelaksanaan berupa kegiatan *workshop* dan ketiga adalah kegiatan diskusi dan *sharing session*. Masyarakat kelompok pekerja migran yang menjadi peserta begitu antusias dengan menyampaikan berbagai pertanyaan-pertanyaan, keluhan-keluhan, menceritakan pengalaman-pengalaman, dan menjawab berbagai pertanyaan. Dengan kegiatan yang langsung melibatkan para pekerja migran sebagai peserta ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman mereka, membangun kesadaran dan mendapatkan informasi yang lebih detail dan akurat. Oleh karena itu, kegiatan seperti ini sangat penting dilaksanakan diberbagai lokasi kantong pekerja migran agar menjadi langkah kecil untuk mencegah terjadinya perdagangan orang.

Daftar Pustaka

- Santoso, I. (2014). *Perspektif Imigrasi dalam Migrasi Manusia*. Bandung: Pustaka Pelajar.
- Pudjiastuti, T. N. (2011). Indonesia Dalam Belitan Kejahatan Lintas Negara. *Jurnal Penelitian Politik*, 8(2), 198.
- Suara NTB, *Triwulan I 2020, Remitansi TKI Rp290 Miliar Masuk NTB*, <https://www.suarantb.com/triwulan-i-2020-remitansi-tki-rp290-miliar-masuk-ntb/>, diakses pada 22 Februari 2021.
- Serikat Buruh Migran Indonesia (SBMI), *BMI Asal Lombok Jadi Korban TPPO di Dubai, SBMI Minta Polda Tangka Perekrutnya*, <https://sbmi.or.id/?p=12155>, diakses pada 22 Februari 2021.
- Pulau Sumbawa News (PSnews), *Polda NTB Ungkap Kasus Perdagangan Orang, 9 Wanita Jadi Korban*, <https://pulausumbawanews.net/2020/12/22/polda-ntb-ungkap-kasus-perdagangan-orang-9-wanita-jadi-korban/>, diakses pada 22 Februari 2021.
- Inews NTB, Kamis 14 Oktober 2021, *Sekap dan Perkosa Calon Korban, Pelaku Kasus Perdagangan Orang di NTB ditangkap*, dalam <https://ntb.inews.id/berita/sekap-dan-perkosa-calon-pekerja-pelaku-kasus-perdagangan-orang-di-ntb-ditangkap>

Teknologi Tepat Guna Wastafel Portabel Otomatis dengan Sensor Ultrasonic untuk Menanggulangi Penyebaran COVID-19 di Desa Sidodadi Bojonegoro

Anita Ima Rahmawati¹, Nikmah Suryandari², Farida Nurul Rahmawati³

^{1,2,3}Universitas Trunojoyo Madura, Bangkalan

nikmahsuryandari@trunojoyo.ac.id

ABSTRAK

Kegiatan pengabdian masyarakat ini merupakan salah satu rangkaian kegiatan dari KKN Tematik Satgas Covid-19 yang bertemakan “Bersama Mencegah Pandemi COVID-19” Universitas Trunojoyo Madura. Salah satu kegiatan yang dilakukan pada kegiatan ini adalah aplikasi Teknologi Tepat Guna Wastafel portabel otomatis dengan sensor ultrasonic untuk menanggulangi penyebaran covid-19. Sasaran utama kegiatan ini adalah masyarakat di Desa Sidodadi Kecamatan Sukosewu Kabupaten Bojonegoro. Salah satu alasan dipilihnya lokasi desa ini adalah karena mayoritas penduduk Desa Sidodadi adalah perantau, sehingga dalam kondisi pandemi sangat rentan terjadi penyebaran virus akibat mobilitas warga. Salah satu yang perlu digiatkan adalah kebiasaan mencuci tangan dengan air mengalir. Pembuatan wastafel portabel dengan sensor ultrasonic merupakan upaya mendukung gerakan kebersihan ini.

Keywords: Desa Sidodadi, Wastafel Portabel, sensor ultrasonic

ABSTRACT

This community service activity is one of a series of activities from the KKN Thematic Task Force Covid-19 themed "Together to Prevent the COVID-19 Pandemic" Trunojoyo Madura University. One of the activities carried out in this activity is the application of Automated portable sink-appropriate technology with ultrasonic sensors to cope with the spread of covid-19. The main target of this activity is the community in Sidodadi Village of Sukosewu District of Bojonegoro Regency. One of the reasons for choosing the location of this village is because the majority of sidodadi villagers are nomads, so in pandemic conditions are very vulnerable to the spread of the virus due to the mobility of residents. One that needs to be encouraged is the habit of washing hands with running water. The manufacture of portable sinks with ultrasonic sensors is an effort to support this hygiene movement.

Keywords: Sidodadi Village, Portable Sink, ultrasonic sensor

Pendahuluan

Program Kuliah Kerja Nyata (KKN) merupakan salah satu program di perguruan tinggi sebagai bentuk perwujudan pengabdian perguruan tinggi dan mahasiswa yang dilakukan oleh mahasiswa kepada masyarakat serta merupakan bentuk implementasi dari salah satu Tri Dharma Perguruan Tinggi. Program ini dilaksanakan dengan bantuan serta bimbingan dari Lembaga Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Trunojoyo Madura (UTM), dosen pembimbing lapangan (DPL) serta pihak-pihak tertentu yang telah ikut serta untuk

berkontribusi. Program KKN ini merupakan sarana bagi setiap mahasiswa untuk mengaplikasikan ilmu pengetahuan secara langsung terjun kedalam lingkup masyarakat serta mengabdikan kepada masyarakat untuk memanfaatkan potensi Sumber Daya Alam (SDA) maupun Sumber Daya Manusia (SDM). KKN pada tahun 2019/2020 ini dilakukan dengan menyesuaikan kondisi yang ada saat ini (UTM, 2020).

Karena kondisi pandemi Covid-19 ini, Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) UTM menginisiasi model KKN Satgas Penanganan Covid-19 di Semester genap tahun akademik 2019/2020 untuk membantu masyarakat dan pemerintah dalam menanggulangi wabah yang semakin meluas. Model Kuliah Kerja Nyata (KKN) yang diterapkan saat ini dilakukan secara langsung kepada masyarakat di wilayah domisili mahasiswa. Salah satu program edukasi tentang kesehatan yang dilakukan adalah mengenai cara cuci tangan yang benar serta edukasi mengenai cara hidup sehat di masa pandemi ini, guna menanggulangi penyebaran Covid-19. Melalui program ini diharapkan mampu membantu masyarakat yang terdampak langsung serta membantu pemerintah untuk memutus mata rantai penyebaran wabah Covid-19.

Tujuan dari kegiatan pengabdian pada masyarakat ini adalah (1) memberikan pengetahuan dan pemahaman mengenai pentingnya berbagai upaya pencegahan penularan virus COVID 19, (2) memberikan wawasan mengenai dampak buruk akibat pandemik virus COVID 19 (Suryandari & Haidarravy, 2020) (3) memberikan pengetahuan dan pemahaman mengenai cara pembuatan wastafel portable otomatis, (4) memberikan pengetahuan dan pemahaman tentang solusi pencegahan dan penularan virus COVID 19 melalui kegiatan yang sesuai dengan protokol kesehatan.

Metode Pelaksanaan

Tulisan ini adalah hasil kegiatan pengabdian masyarakat melalui Program Kuliah Kerja Nyata (KKN) Tematik Universitas Trunojoyo Madura semester Genap 2019-2020 yang dilakukan dengan metode sebagai berikut (Muayyaduddin, 2020):

a. Kegiatan

- Kegiatan dimulai dengan tahap perencanaan kegiatan pengabdian masyarakat berupa identifikasi masalah di lokasi sasaran, yaitu Desa Sukodadi Kecamatan Sukosewu Kabupaten Bojonegoro. Sasaran utama dari kegiatan ini, warga masyarakat di Desa Sukodadi Kecamatan Sukosewu Kabupaten Bojonegoro
- Tahapan berikutnya adalah pra survei lokasi kegiatan, dilanjutkan dengan penyusunan instrumen kegiatan pengabdian masyarakat beserta tim pelaksana. Tim Pengabdian Masyarakat adalah mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura yang melakukan kegiatan KKN Tematik di Sukodadi Kecamatan Sukosewu Kabupaten Bojonegoro pada tanggal 14 Juli 2020 dengan memberlakukan Prokes di masa pandemic covid 19 secara ketat.
- Setelah menyelesaikan prasurvei dan penyusunan instrumen, tahapan berikutnya adalah koordinasi dan penyelesaian masalah administrasi rencana kegiatan dengan pihak-pihak terkait, seperti aparat desa, kelompok sasaran warga desa di Desa Sukodadi Kecamatan Sukosewu kabupaten Bojonegoro.

b. Metode dalam kegiatan ini dilakukan dalam bentuk teknologi tepat guna yakni praktek pembuatan wastafel portable otomatis sebagai upaya menggurangi penyebaran Covid 19 di Desa Sukodadi. Teknologi Tepat Guna (TTG) pembuatan wastafel portabel otomatis diharapkan mampu memberi pemahaman bagi masyarakat khususnya dalam upaya pencegahan penyebaran Covid 19 di masa pandemic.

c. Cara yang digunakan dalam melakukan pemberdayaan kelompok sasaran

Cara yang dilaksanakan dalam program ini adalah dengan penyampaian materi dan praktek langsung kepada warga desa sasaran. Teknologi tepat guna wastafel portable otomatis dengan menggunakan sensor ultrasonic yang akan mendeteksi jarak tangan pada kran air, dan menggunakan motor servo sebagai actuator atau penggerak. Kegiatan ini akan dibagi menjadi dua tahap, tahap pertama yaitu pengisian materi oleh pembicara mengenai kondisi pandemic covid 19 dan prosedur penanganan maupun pencegahan penyebaran virus Covid 19. Salah satu yang dapat dilakukan adalah disiplin penerapan protocol kesehatan, diantaranya adalah dengan mencuci tangan dengan air mengalir dan sabun.

Hasil Kegiatan dan Pembahasan

Cara yang dilaksanakan dalam program ini adalah dengan praktek langsung pembuatan wastafel portable otomatis kepada warga desa sasaran. Kegiatan ini akan dibagi menjadi dua tahap, tahap pertama yaitu pemberian materi oleh pembicara mengenai pandemic Covid 19 dan upaya yang harus dilakukan dalam menghadapi situasi tersebut. Salah satu upaya pencegahan penyebaran virus Covid 19 adalah dengan rajin mencuci tangan dengan air mengalir. Mencucui tangan dengan air mengalir ini merupakan salah satu protocol kesehatan yang harus dipatuhi secara ketat di masa pandemic. Tahap kedua adalah praktek pembuatan wastafel portable otomatis sebagai salah satu upaya pencegahan penyebaran virus Covid 19

Hasil dari kegiatan ini adalah suatu alat teknologi tepat guna pencuci tangan otomatis yang dapat menjadikan masyarakat Sidodadi untuk lebih rajin mencuci tangan. Dampak dari kegiatan ini adalah menjadikan masyarakat sadar akan kebermanfaatan ketika kita sering-sering mencuci tangan dengan air mengalir dan sabun. Berikut adalah wastafel portabel otomatis dengan menggunakan sensor ultrasonic, yang diujicobakan pada masyarakat di Desa Sukodadi Bojonegoro.



Wastafel Portabel Otomatis

Simpulan dan Saran

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan pada warga Desa Sidodadi Kabupaten Bojonegoro. Kegiatan dilakukan dengan cara edukasi, dan demonstrasi (praktek) pembuatan wastafel portabel otomatis dalam rangka mencegah dan mengurangi penyebaran virus COVID 19. Dalam pelaksanaan kegiatann pengabdian masyarakat pembuatan wastafel portabel otomatis dilakukan melalui penyuluhan kepada masyarakat (dengan tetap memperhatikan protokol kesehatan seperti cuci tangan dengan sabun, penggunaan masker, penerapan social distancing) Kegiatan ini dilakukan sebagai upaya nyata yang diharapkan mampu memutus mata rantai penyebaran COVID 19 di Desa Sidodadi Kabupaten Bojonegoro Jawa Timur.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada pihak Lembaga Penelitian dan Pengabdian Pada Masyarakat (LPPM) Universitas Trunojoyo Madura (UTM) yang mendukung kegiatan ini sebagai salah satu wujud Tri Dharma Perguruan Tinggi

Daftar Pustaka

Muayyaduddin, dkk. (2020). *Laporan KKN Genap 2019-2020, Kelompok 17*.

Suryandari, N., & Haidarravy, S. (2020). Pembuatan Cairan Desinfektan dan Bilik Disinfektan sebagai Upaya Pencegahan Virus Covid 19 di Mlajah Bangkalan Madura. *Jurnal Abdidas*, 1(5), 345–351. <https://doi.org/10.31004/abdidas.v1i5.70>

UTM, L. (2020). *Panduan KKN*.

Peluang dan Tantangan Usaha: Strategi Bertahan dalam kondisi Pandemi Covid-19

Rahmasari Fahria¹, Ayunita Ajengtyas Saputri Mashuri², Ranti Nugraheni³

Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta

rahmasarifahria@upnvj.ac.id; ayunita.ajeng@upnvj.ac.id; ranti.nugraheni@upnvj.ac.id

ABSTRAK

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk membantu pelaku usaha mikro, kecil dan menengah atau UMKM melakukan analisis lingkungan usaha eksternal dan internal agar pelaku usaha peka terhadap perubahan lingkungan usaha di masa pandemik Covid-19 serta menyusun strategi berbasis pada analisis usaha yang tepat sehingga dapat bertahan dan mampu bersaing dengan produk lainnya. Analisis ini lebih dikenal dengan nama analisis SWOT. Metode pelaksanaan kegiatan mencakup pelatihan cara melakukan analisis SWOT dan pendampingan bagi pelaku UMKM yang membutuhkan bantuan teknis lebih lanjut. Adapun hasil yang diharapkan adalah setelah kegiatan pengabdian ini berakhir, pelaku UMKM dapat melakukan analisis SWOT secara mandiri dan menyusun strategi yang tepat untuk keberlangsungan usaha di masa depan.

Kata kunci : UMKM, internal, eksternal, SWOT, strategi

ABSTRACT

The current Covid-19 outbreak (pandemic) has forced people to limit the movement of their lives and prompted drastic changes their shopping behaviour, they are more likely to shop online. This phenomenon must be anticipated by SME's by analysing every change in lifestyle and shopping behaviour of their target market. This community service activity aims to help SME's actors analyse the external and internal business environment and develop appropriate strategies so that they can survive and be able to compete with their competitors. The method of implementing these activities includes SWOT analysis training and assistance for SME's actors who need further technical assistance. The expected result of these activities is that after this service activity ends, SME's actors can carry out a SWOT analysis independently and develop appropriate strategies for their business continuity in the future.

Kata kunci : SME's, Internal, External, SWOT, Strategy

Pendahuluan

Wabah (*pandemi*) Covid-19 yang berlangsung sejak awal tahun 2020 membuat masyarakat membatasi gerak kehidupan mereka di luar rumah. Aktivitas jaga jarak dalam setiap kegiatan publik mendorong perubahan drastic dalam pola perilaku berbelanja masyarakat. Penelitian yang dilakukan oleh Markplus (liputan6, 2020) menunjukkan bahwa aktivitas belanja online meningkat dari 4,7 persen menjadi 28,9 persen selama pandemi Covid-19, terutama untuk barang-barang kebutuhan pokok. Hasil riset yang sama juga ditunjukkan oleh lembaga riset,

seperti Center for Digital Society (Kompas, 2020). Perkembangan usaha *e-commerce* juga mendorong berkembangnya pembayaran digital, melalui seperti OVO, GoPay, dan lain sebagainya.

Perubahan gaya hidup, tuntutan dan pola belanja masyarakat harus dapat diantisipasi oleh pelaku usaha jika ingin tetap bertahan di tengah persaingan yang semakin ketat. Pelaku usaha harus dapat menganalisis setiap perubahan gaya hidup dan perilaku belanja masyarakat, khususnya masyarakat yang selama ini menjadi target pasar dan menghasilkan kontribusi penjualan yang signifikan. Kemampuan melakukan analisis pasar berdampak pada pemilihan strategi yang tepat, baik dalam hal modifikasi produk maupun modifikasi pemasaran dan modifikasi distribusi produk hingga sampai ke tangan konsumen. Analisis pasar juga membantu pelaku usaha di dalam menentukan target pasar yang tepat, serta mempermudah pelaku usaha di dalam melakukan analisis biaya dalam rangka memberikan produk yang tepat bagi konsumen, baik dari sisi kualitas maupun harga produk.

Tabel 1. Hasil Preliminary Survey pada Pelaku UMKM Kota Serang

PERNYATAAN		JAWABAN (%)		
		YA	TIDAK	MUNGKIN
P1	Apakah anda pernah mendengar tentang analisis SWOT	72	24	4
P2	rutin membaca/ mendengar/mengikuti perkembangan politik, ekonomi, sosial budaya melalui media (baik media massa maupun media sosial)	44	4	52
P3	mengikuti perkumpulan/kelompok/Grup dimana para anggota kelompok tersebut memiliki jenis usaha yang sama atau serupa dengan anda (termasuk Grup Whastapp)	88	0	12
P4	mengidentifikasi dan mempelajari pola usaha pesaing anda	40	16	44
P5	memiliki pemasok tetap untuk usaha anda	52	32	16
P6	memiliki kemampuan untuk menetapkan dan mengendalikan harga beli pasokan bahan baku yang anda butuhkan	32	32	36
P7	Apakah anda selalu menanyakan respon pembeli setelah melakukan pembelian	76	0	24
P8	memiliki sarana untuk menampung kritik dan saran dari pembeli	52	20	28
P9	rutin mengidentifikasi pangsa pasar anda, termasuk peluang untuk memperluas pangsa pasar	32	16	52
P10	melakukan penjualan secara daring (online)	96	0	4
P11	rutin mengidentifikasi sumber kekuatan usaha anda sehingga dapat berkembang/bertahan	36	12	52

PERNYATAAN		JAWABAN (%)		
		YA	TIDAK	MUNGKIN
P12	rutin mengidentifikasi sumber kelemahan usaha anda sehingga dapat menghambat perkembangan usaha	56	20	24
P13	mengetahui secara pasti nilai aset anda	56	20	24
P14	mengetahui secara pasti nilai omset penjualan anda per bulan	36	28	36
P15	melakukan pembukuan/pencatatan sederhana (termasuk, penggunaan excel)	40	32	28
P16	memanfaatkan platform tertentu (Zahir, Siapik, dan sejenisnya) untuk mengelola keuangan usaha anda	20	4	76
P17	mempelajari atau menggunakan aplikasi berikut ini atau sejenisnya: Canva, Microsoft Power Point, Pixel Lab, Picsay Pro	36	20	44
P18	menggunakan jasa Pihak lain untuk membuat desain poster atau flyer produk anda	68	8	24
P19	menggunakan foto untuk memasarkan setiap jenis produk anda	100	0	0
P20	menyusun strategi secara berkala untuk setiap tahapan perkembangan usaha anda	44	20	36

Sumber: Data diolah

Hasil survey yang dilakukan tim pengabdian kepada 25 orang pelaku UMKM binaan Dinas Perindustrian, Perdagangan dan UMKM Kota Serang dengan menggunakan kuesioner. Hasil kuesioner pada tabel 1 menunjukkan bahwa hanya 32% pelaku UMKM yang rutin melakukan identifikasi pangsa pasar, termasuk peluang untuk memperluas pangsa pasar serta hanya 40% pelaku UMKM yang mempelajari pola usaha perusahaan yang menjadi pesaing dalam industri. Namun, hal yang menarik adalah 96% responden pelaku UMKM melakukan penjualan secara online. Hal ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM telah menyadari pergeseran pola pembelian secara daring oleh masyarakat, namun hal tersebut tidak direncanakan secara strategik dimana hanya 44% responden yang menyusun strategi secara berkala. Hasil lain kuesioner menunjukkan bahwa hanya 36% responden yang rutin mengidentifikasi sumber kekuatan yang mendorong perkembangan usaha, walaupun lebih dari 50% yang secara rutin mengidentifikasi sumber kelemahan usaha. Ini menunjukkan bahwa responden lebih memperhatikan kelemahan usaha, namun tidak memiliki fokus untuk mengidentifikasi dan menggali potensi kekuatan dan peluang usaha untuk memperluas pangsa pasar. Hal yang menjadi fokus utama responden adalah reaksi konsumen terhadap produk mereka dengan meminta tanggapan konsumen melalui beberapa media, terutama menggunakan whatsapp. Penggunaan whatsapp sebagai sarana umpan balik memerlukan pengolahan data lebih lanjut sehingga dapat digunakan sebagai dasar analisis preferensi konsumen.

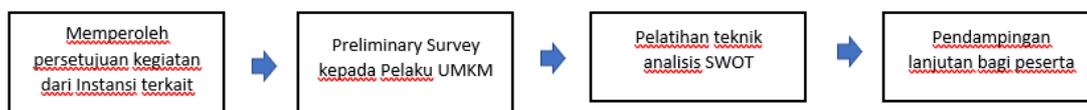
Dalam rangka membantu UMKM agar dapat bertahan di tengah kondisi pandemik Covid-19, tim pengabdian memiliki inisiatif untuk mengedukasi pelaku UMKM terkait dengan (1) peluang, tantangan, dan ancaman pasar di masa pandemik covid-19 (2) prosedur atau langkah-langkah di

dalam melakukan analisis internal dan eksternal usaha sehingga dapat menyusun strategi yang tepat dalam rangka menghadapi perkembangan dan bertahan di dalam dunia bisnis.

Analisis SWOT merupakan suatu teknik manajemen untuk melakukan identifikasi dengan cepat atas situasi strategis perusahaan dimana strategi yang efektif dapat tercapai jika manajemen dapat menyesuaikan antara sumber daya internal perusahaan, yaitu kekuatan dan kelemahan usaha dengan situasi eksternal usaha, berupa peluang dan ancaman (Pierce dan Robinson, 2013). Perkembangan lingkungan yang cenderung berubah dengan cepat memerlukan strategi yang tepat (Inayati et.al, 2018).

Metode Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan dalam bentuk sosialisasi dan pendampingan kepada UMKM Kota Serang dengan tahapan yang diuraikan dalam gambar 1. Sasaran kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah pelaku UMKM yang berlokasi di wilayah Kota Serang dan berada di bawah binaan Dinas Perindustrian, Perdagangan dan UMKM Kota Serang. Metode kegiatan dengan menggunakan (1) pelatihan atau sosialisasi teknik analisis SWOT dan penyusunan strategi berbasis analisis SWOT (2) pendampingan lanjutan bagi peserta yang membutuhkan bantuan khusus di dalam melakukan analisis SWOT



Gambar 1. Rancangan Kegiatan Pengabdian Masyarakat

Hasil Kegiatan dan Pembahasan

Analisis SWOT merupakan suatu teknik manajemen untuk melakukan identifikasi dengan cepat atas situasi strategis perusahaan dimana strategi yang efektif dapat tercapai jika manajemen menyesuaikan antara sumber daya internal perusahaan, yaitu kekuatan dan kelemahan usaha dengan situasi eksternal usaha, berupa peluang dan ancaman (Pierce dan Robinson, 2013). Sosialisasi teknik analisis SWOT kepada pelaku UMKM dilakukan dengan tahapan sebagai berikut:

Langkah pertama, peserta diminta untuk mengidentifikasi point dari faktor internal usaha, yaitu Kekuatan (S) dan Kelemahan (W) usaha dan diisi dalam tabel IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*). Peserta juga diminta untuk mengidentifikasi point dari faktor eksternal usaha, yaitu Peluang (O) dan Ancaman (T) usaha dan diisi ke dalam tabel EFAS (*External Factor Analysis Summary*). Bentuk Tabel IFAS dan EFAS ditunjukkan pada Gambar 2.

No.	STRENGTH	SKOR	BOBOT	TOTAL
1.				
2.	dst			
	Total Kekuatan			
No.	WEAKNESS	SKOR	BOBOT	TOTAL
1.				
2.				
	Total Kelemahan			
Selisih Total Kekuatan – Total Kelemahan = S – W = x				

No.	OPPORTUNITY	SKOR	BOBOT	TOTAL
1.				
2.	dst			
	Total Peluang			
No.	TREATH	SKOR	BOBOT	TOTAL
1.				
2.	dst			
	Total Tantangan			
Selisih Total Peluang – Total Tantangan = O – T = y				

Gambar 2. Matriks IFAS dan EFAS

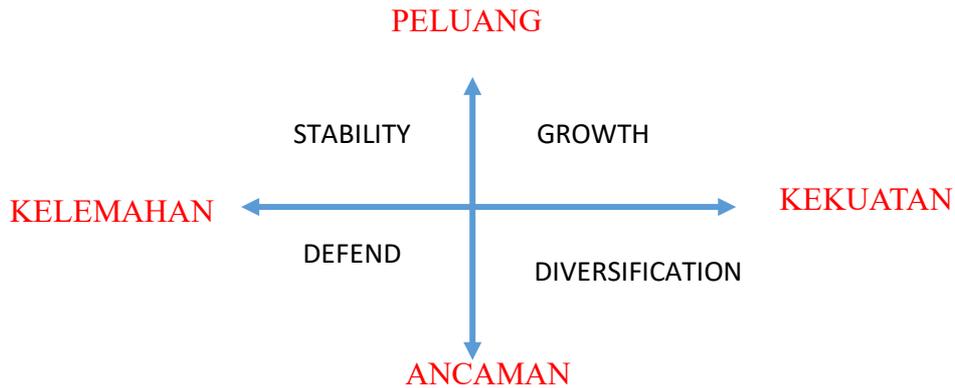
Langkah kedua, peserta diminta menetapkan bobot untuk masing-masing poin faktor pada tabel IFAS dan EFAS dengan membandingkan tingkat kepentingan atau arti penting antara satu faktor dengan faktor lainnya. Penetapan bobot didasarkan pada kontribusi atau arti penting masing-masing faktor terhadap pencapaian tujuan perusahaan.

Langkah ketiga, peserta diminta melakukan menetapkan skor masing-masing point faktor dengan pedoman penilaian masing-masing skor point faktor dilakukan secara bebas dengan rentang 1 sampai 10 dengan asumsi 1 adalah nilai yang paling rendah dan 10 adalah nilai paling tinggi.

Langkah keempat, peserta melakukan perkalian antara bobot dan skor point faktor. Perkalian antara bobot dan skor pada masing-masing point faktor akan menghasilkan Total Skor yang selanjutnya total skor masing-masing point faktor dijumlahkan sehingga ditemukan skor total untuk masing-masing aspek pengukuran, yaitu Kekuatan (S), Kelemahan (W), Peluang (O) dan Ancaman (T) usaha.

Langkah kelima, peserta melakukan pengurangan antara jumlah total nilai faktor S dengan W serta faktor O dengan T. Perolehan angka (S-W) menunjukkan apakah faktor Kekuatan (S) mengungguli Kelemahan (W) dan menjadi nilai atau titik pada sumbu X, sementara perolehan angka (O-T) menunjukkan apakah faktor Peluang (O) lebih besar dibandingkan Ancaman (T) dan menjadi nilai atau titik pada sumbu Y

Langkah keenam, berdasarkan hasil perhitungan pada matriks IFAS dan EFAS, peserta selanjutnya mencari posisi organisasi yang ditunjukkan oleh titik (x,y) pada Diagram SWOT untuk menentukan kuadran posisi perusahaan. Posisi perusahaan dalam Kuadran akan menentukan Langkah atau strategi yang sebaiknya dipilih perusahaan untuk mempertahankan keberlangsungan usaha.



Gambar 3. Diagram Kartesius SWOT

Langkah ketujuh, peserta diminta untuk membuat matriks kombinasi strategi untuk menentukan strategi yang tepat di dalam mengantisipasi kondisi internal dan eksternal usaha. Langkah ini dilakukan dengan menjumlahkan poin skor dari masing-masing aspek pengukuran SWOT di masing-masing kuadran. Strategi yang dipilih adalah strategi yang memiliki total skor paling besar

IFAS \ EFAS	<u>Peluang</u> (Opportunity)	<u>Ancaman</u> (Threat)
<u>Kekuatan</u> (Strength)	Strategi SO	Strategi ST
<u>Kelemahan</u> (Weaknesses)	Strategi WO	Strategi WT

Gambar 4. Rumusan Kombinasi Strategi Matrik SWOT

Hasil analisis SWOT bersifat unik untuk masing-masing usaha, sehingga hasil yang diperoleh satu pelaku usaha bisa berbeda dengan pelaku usaha lainnya sehingga tim pengabdian memberikan pendampingan lanjutan bagi peserta yang membutuhkan bantuan lebih lanjut.

Simpulan dan Saran

Kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan dalam bentuk pelatihan teknik analisis SWOT kepada pelaku UMKM yang menjadi peserta kegiatan. Kegiatan pelatihan ini melibatkan peserta secara langsung di dalam mengidentifikasi faktor Kekuatan (Strength), Kelemahan (Weaknesses), Peluang (Opportunity), dan Ancaman (Threat) usaha. Walaupun beberapa peserta berasal dari industri yang sama, namun kondisi eksternal usaha yang dihadapi serta kekuatan dan kelemahan internal yang dimiliki dapat berbeda antara satu peserta dengan peserta lainnya. Hal ini membuat hasil analisis SWOT masing-masing peserta berbeda dan strategi yang dipilih juga dapat berbeda. Hasil analisis SWOT yang berbeda-beda antar peserta mendorong tim pengabdian memberikan pendampingan lanjutan kepada para peserta

Pelaksanaan teknik analisis SWOT tidak dapat dilakukan dalam satu hari mengingat peserta harus betul-betul mempertimbangkan kondisi faktor eksternal yang dihadapi serta mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan usaha dengan cermat. Oleh sebab itu, maka kegiatan implementasi teknik analisis SWOT tidak dilakukan dalam satu hari sehingga peserta dapat melakukan identifikasi kondisi internal dan eksternal usaha dengan cermat.

Daftar Pustaka

- Anggraini, P., Sunarti., & Mawardi, M., K., 2017. Analisis SWOT pada UMKM Keripik Tempe Amel Malang dalam rangka Meningkatkan Daya Saing Perusahaan. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 43 (1), 104-113
- Anwar, Khaerul (2020). 10. 238 *UMKM di Kota Serang Terdampak Wabah COVID-19*. Retrieved 11 Februari 2020 from <https://banten.idntimes.com/business/economy/khaerul-anwar-2/10238-umkm-di-kota-serang-terdampak-wabah-covid/1>
- Bismala, Lila. 2016. Analisis SWOT pada Implementasi Manajemen Produksi UMKM di Sumatera Utara. *Universitas Sumatera Utara*. Presented at Seminar Nasional dan Call for Paper Dies Natalis FEB USU 2016
- Hatta, I.H., Riskarini, D., & Ichwani, T. 2018. SME Business Development Strategy: SWOT AND EFE-EFI Analysis. *Journal of Applied Management*, 16 (3), 537-543.
- Inayati, T., Evianah, & Prasetya, H. 2018. Perumusan Strategi dengan Analisis SWOT pada Usaha Mikro Kecil Menengah. *Universitas Jember*. Presented at Seminar Nasional Manajemen dan Bisnis ke-3 Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember, 217-231.
- Nawawi, M.T., Rodhiah. 2019. SWOT Analysis on the SMEs of Batik Products in Jambi City. *Advances in Economics, Business and Management Research*, Vol.145. Paper presented at 8th International Conference on Entrepreneurship and Business Management (ICEBM 2019) UNTAR, 356-360.
- Permana, A.V., Reyhan, A.M., Rafli, H., & Rakhmawati, N.A. 2021. Analisa Transaksi Belanja Online pada masa Pandemi Covid-19. *Jurnal TEKNOINFO*, 15 (1), 32-37.
- Ramli, R.Rully. (2020). *Tren Belanja Online Naik, Bagaimana Pasca- Pandemi?* Retrieved 14 Juli 2020 from <https://money.kompas.com/read/2020/05/28/154227226/tren-belanja-online-naik-bagaimana-pasca-pandemi>
- Pierce, J., A., & Robinson, R., B. 2014. *Manajemen Strategis: Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat
- Santia, Tira. (2020) *Aktivitas Belanja Online Naik 28,9 Persen saat Pandemi Corona*. Retrieve 14 Juli 2020 from <https://www.liputan6.com/bisnis/read/4274623/aktivitas-belanja-online-naik-289-persen-saat-pandemi-corona>
- Setiawan, Doni Agus. (2020). *Sederet Permasalahan UMKM Selama Masa Pandemi Menurut Kemenkop*. Retrieve 14 Juli 2020 from https://news.ddtc.co.id/sederet-permasalahan-umkm-selama-masa-pandemi-menurut-kemenkop-21907?page_y=800

Pandemi Virus Corona dan Persoalan Keamanan Manusia di Provinsi Nusa Tenggara Barat

Y.A. Wahyuddin¹, Sirwan Yazid Bustami²

^{1,2}Program Studi Hubungan Internasional, Universitas Mataram

ABSTRAK

Kegiatan pengabdian ini ditujukan untuk meningkatkan pemahaman mengenai persoalan keamanan manusia secara menyeluruh (komprehensif) di masa pandemi Covid-19 bagi para Pemuda Pemudi Karang Taruna lintas Kabupaten/Kota di Provinsi Nusa Tenggara Barat dan aparatur sipil di lingkungan pemerintahan Provinsi Nusa Tenggara Barat yang terkait langsung dengan kegiatan pencegahan serta penanganan pandemi Covid-19. Pentingnya peranan Pemuda Pemudi Karang Taruna dalam mencegah serta menangani penyebaran pandemi Covid-19 tidak dimbangi oleh tingginya tingkat literasi mengenai persoalan keamanan manusia di masa pandemi. Di sisi lain, respon kebijakan keamanan manusia yang diterapkan oleh pemerintah Provinsi Nusa Tenggara Barat tidak mencakup secara keseluruhan aspek-aspek keamanan manusia sehingga dianggap tidak menjamin keselamatan manusia secara menyeluruh (komprehensif). Melalui kegiatan *workshop* pengabdian ini, aparatur sipil di lingkungan pemerintahan Provinsi Nusa Tenggara Barat mampu memetakan berbagai macam persoalan keamanan manusia secara komprehensif sehingga dapat dihasilkan kebijakan pencegahan serta penanggulangan dampak pandemi Covid-19 berbasis pendekatan keamanan manusia. Sementara bagi para Pemuda Pemudi Karang Taruna, melalui kegiatan ini mampu memetakan berbagai macam persoalan keamanan manusia secara komprehensif sehingga dapat mengambil peranan yang lebih luas lagi dalam mendukung beragam kebijakan keamanan manusia yang diterapkan oleh pemerintah provinsi NTB untuk melindungi keselamatan manusia serta mampu meredam potensi penolakan masyarakat luas atas kebijakan perlindungan keamanan manusia yang diterapkan oleh pemerintah provinsi NTB.

Kata Kunci: Keamanan Manusia, Covid-19, Nusa Tenggara Barat, Pemuda Pemudi, Aparatur Sipil

Pendahuluan

Nusa Tenggara Barat (NTB) merupakan salah satu Provinsi di Indonesia yang diakui sebagai tujuan pariwisata internasional. Sebagai daerah tujuan pariwisata internasional di NTB, Lombok, memiliki daya tarik tersendiri bagi para wisatawan (pelancong) mancanegara asal Eropa, Australia, Tiongkok, Asia Tenggara (Malaysia dan Singapura), dan Timur Tengah. Pesona alam yang indah serta keramahmatan masyarakat Lombok terhadap ekspatriat membuat mereka senang berwisata ke Lombok. Selain menjadi incaran wisatawan mancanegara, Lombok juga menjadi tujuan pariwisata nasional. Kunjungan wisatawan domestik yang relatif tinggi setiap tahun juga berkontribusi terhadap peningkatan angka kunjungan wisatawan ke NTB.

Mobilitas manusia yang tinggi di NTB juga didukung oleh mobilitas masyarakatnya yang banyak berprofesi sebagai buruh migran (TKI, Tenaga Kerja Indonesia) yang bekerja di luar negeri. Malaysia dan Timur Tengah merupakan tujuan favorit bagi sebagian besar masyarakat NTB yang berprofesi sebagai buruh migran. Keuntungan finansial masih menjadi daya tarik utama bagi para pemburu devisa di NTB. Tidak mengherankan begitu banyak masyarakat NTB

bercita-cita menjadi buruh migran mengingat keuntungan finansial yang diperoleh begitu tinggi sehingga mampu memperbaiki taraf hidup mereka menjadi lebih baik dan sejahtera secara finansial.

Pesatnya perpindahan manusia di NTB juga ditandai dengan adanya kunjungan para pelancong mancanegara maupun domestik serta buruh migran yang kembali ke NTB menyebabkan masyarakat lokal rentan terkena risiko ancaman berbagai macam penyakit menular yang dibawa oleh mereka. Tanpa disadari berbagai macam persoalan kesehatan bermunculan sebagai akibat dari mobilitas manusia di NTB. Salah satu dampak yang ditimbulkan dari arus perpindahan manusia yang begitu pesat ke NTB ialah pandemi Covid-19.

Tidak ada satupun Provinsi di Indonesia yang tidak luput dari penyebaran pandemi Covid-19 tanpa terkecuali di Provinsi NTB. Serupa dengan sejumlah Provinsi lain di Indonesia, penyebaran virus ini begitu cepat terjadi hanya dalam sekejap mata. Namun demikian tingkat penyebaran virus ini memang tidak separah seperti kondisi di sejumlah Provinsi lain di Indonesia seperti Jakarta, Jawa Tengah, Jawa Timur, dan Jawa Barat yang notabene menjadi barometer nasional tingkat penyebaran pandemi Covid-19. Meskipun demikian kondisi penyebaran pandemi virus ini mulai dianggap sebagai persoalan serius mengingat jumlah korban positif terinfeksi virus ini kian hari mengkhawatirkan. Sampai saat ketika proposal pengabdian ini dibuat, berdasarkan laporan resmi pemerintah Provinsi NTB per tanggal 24 Februari 2021, jumlah pasien positif yang mengidap virus ini mencapai 9.204 jiwa dengan rincian 1070 pasien rawat, 7748 pasien sembuh, dan 386 pasien meninggal dunia.

Berbagai macam kebijakan dihasilkan oleh pemerintah Provinsi NTB selaku pemangku kebijakan untuk merespon penularan pandemi ini. Kebijakan tersebut antara lain berupa kebijakan yang diadopsi dari pemerintah pusat maupun kebijakan pemerintah daerah NTB. Secara substansial latar belakang dibalik keluarnya beragam kebijakan tersebut bertujuan untuk menjamin keamanan manusia (*human security*) dari berbagai macam potensi ancaman yang ditimbulkan oleh pandemi virus ini. Maka dari itu berbagai macam bentuk strategi pencegahan serta penanggulangan diberlakukan untuk mengurangi tingkat penularan pandemi virus ini sehingga mampu menjamin keselamatan manusia.

Namun demikian beragam kebijakan yang dihasilkan belum mencakup secara keseluruhan aspek-aspek keamanan manusia sehingga dianggap tidak menjamin keselamatan manusia secara menyeluruh (komprehensif). Sejumlah kebijakan yang dihasilkan terpusat pada aspek keamanan ekonomi, keamanan pangan (ketahanan pangan), serta keamanan kesehatan (jaminan kesehatan) seperti Peraturan Gubernur Nusa Tenggara Barat No. 22 Tahun 2020 Tentang Pedoman Umum Penanganan Covid-19 Pemerintah Provinsi Nusa Tenggara Barat. Sementara aspek lain yang tidak kalah penting seperti aspek keamanan lingkungan, keamanan pribadi, keamanan komunitas, serta keamanan politik dikesampingkan. Sebagai akibat, kebijakan pemerintah Provinsi NTB tidak secara menyeluruh menyentuh beragam persoalan yang terkait dengan perlindungan terhadap keselamatan manusia dari ancaman pandemi Covid-19.

Keamanan manusia (*human security*) secara substansial memuat beragam aspek yang menjadi kata kunci perlindungan terhadap keselamatan manusia. Sebagaimana disebutkan di

atas, setiap aspek saling terhubung satu sama lain sehingga menghilangkan salah satu aspek akan berpengaruh terhadap aspek yang lain. Keamanan manusia tidak dapat dipisahkan atau dikerucutkan hanya pada aspek tertentu saja sebagaimana kebijakan yang dihasilkan oleh pemerintah Provinsi NTB dalam konteks pencegahan serta penanggulangan penularan pandemi Covid-19. Sebagai pemangku kebijakan, pemerintah Provinsi NTB memerlukan strategi kebijakan keamanan manusia yang komprehensif untuk menjamin keselamatan manusia dari berbagai risiko potensi ancaman pandemi Covid-19 di NTB.

Penanganan penularan pandemi Covid-19 di Provinsi NTB melibatkan seluruh lapisan pemangku kepentingan (*stakeholders*) termasuk dalam hal ini partisipasi elemen pemuda dalam upaya penanggulangan serta pencegahan penularan pandemi Covid-19. Peran mereka di tingkat akar rumput (*grassroots*) dianggap krusial dalam situasi pandemi seperti saat ini mengingat di beberapa kabupaten/kota seperti di Lombok Timur, Kota Mataram, Lombok Barat, Lombok Tengah, serta kabupaten/kota lain di Provinsi NTB terlibat secara proaktif dalam upaya penanganan pandemi Covid-19. Mereka turut serta menyukseskan beragam program pemerintah Provinsi NTB yang terkait langsung dengan pandemi Covid-19 seperti misalnya program Germas (Gerakan Masyarakat) serta berbagai macam program yang dicanangkan oleh pemerintah masing-masing daerah di Provinsi NTB.

Partisipasi aktif pemuda-pemudi dalam upaya penanganan pandemi Covid-19 tidak diimbangi oleh tingkat literasi yang baik perihal persoalan keamanan manusia. Sebagaimana dinyatakan sebelumnya, pemahaman persoalan keamanan manusia begitu penting di masa pandemi seperti saat ini mengingat implikasinya secara langsung terhadap keselamatan manusia. Mengingat pentingnya hal ini, di sisi lain, sebagian besar mereka memiliki tingkat literasi yang rendah mengenai persoalan ini. Beragam faktor penyebab bermunculan seperti tingkat pendidikan yang rendah, keterbatasan sumber daya informasi, serta berbagai macam faktor penghambat lain.

Sebagai salah satu elemen pendukung yang sangat penting dalam penanggulangan penyebaran pandemi Covid-19, pemahaman terkait dengan keamanan manusia begitu dibutuhkan sehingga mereka mampu memetakan beragam persoalan terkait dengan keselamatan manusia di masa pandemi. Dengan demikian mereka bisa mengambil peran yang lebih luas dalam menyukseskan beragam kebijakan keamanan manusia yang dihasilkan oleh pemerintah Provinsi NTB untuk tujuan menjamin keselamatan manusia di NTB.

Metode Pengabdian

Metode yang dipergunakan dalam pelaksanaan *workshop* peningkatan keselamatan manusia di masa pandemi Covid-19 (Covid-19) di Provinsi NTB berbasis model pendekatan keamanan manusia adalah melalui metode analisis studi kasus (*case study method*), metode analisis masalah (*problem-based method*), dan diskusi kelompok terfokus (*focus group discussion*, FGD).

Metode analisis studi kasus dipergunakan untuk menelaah cakupan kebijakan strategis pemerintah Provinsi NTB guna meningkatkan keselamatan manusia di masa pandemi Covid-19. Sedangkan metode analisis masalah dipergunakan untuk membedah masalah kedalaman kebijakan strategis pemerintah Provinsi NTB dalam meningkatkan keselamatan manusia di masa pandemi Covid-19. Terakhir, metode FGD dipergunakan untuk membedah strategi peningkatan keselamatan manusia di masa pandemi Covid-19 di Provinsi NTB berbasis model pendekatan keamanan manusia (*human security approach model*).

Hasil dan Output

Pembahasan mengenai persoalan keamanan manusia di Provinsi NTB di masa pandemi Covid-19 dibagi menjadi 4 (empat) bagian, yaitu: (1) Urgensi literasi strategi kebijakan keamanan manusia berbasis model pendekatan keamanan manusia bagi para Pemuda Pemudi Karang Taruna dan Aparatur Sipil di lingkungan pemerintahan Provinsi Nusa Tenggara Barat; (2) Kebijakan keamanan manusia pemerintah Provinsi Nusa Tenggara Barat di masa pandemi Covid-19; (3) Urgensi pendekatan keamanan manusia merespon keselamatan manusia di masa pandemi Covid-19; dan (4) *Role model* kebijakan keamanan manusia berbasis model pendekatan keamanan manusia di masa pandemi Covid-19 di Provinsi Nusa Tenggara Barat.

Kegiatan *workshop* pengabdian bertajuk “**Pandemi Virus Corona dan Persoalan Keamanan Manusia di Provinsi Nusa Tenggara Barat**” dilaksanakan pada 23 Oktober 2021 pukul 09.30 WITA s/d selesai di Desa Prai Meke, Lombok Tengah. Kegiatan ini dihadiri oleh tamu undangan sekitar 40 orang yang terdiri dari para perwakilan instansi pemerintah di lingkungan pemerintahan Provinsi NTB beserta perwakilan Karang Taruna Pemuda Pemudi. Kegiatan ini dilaksanakan secara *hybrid (offline-online)* melalui pemanfaatan aplikasi media Zoom.

Melalui kegiatan *workshop* ini, ditawarkan model pendekatan keamanan manusia sebagai alternatif strategi kebijakan peningkatan keamanan manusia di masa pandemi di NTB. Model pendekatan ini berupaya untuk menyempurnakan model pendekatan kebijakan keamanan manusia yang diadopsi oleh pemerintah Provinsi NTB guna meningkatkan keselamatan manusia dari ancaman pandemi Covid-19. Model pendekatan ini berupaya menanggulangi persoalan parsialitas strategi peningkatan keamanan manusia pemerintah Provinsi NTB dalam merespon gejala ancaman pandemi Covid-19.

Kegiatan ini juga turut serta mengundang para pemuda pemudi Karang Taruna yang berasal dari lintas Kabupaten/Kota di Provinsi NTB guna meningkatkan literasi serta peranan mereka dalam memperkuat ketahanan komunitas dari ancaman pandemi Covid-19. Dalam banyak kegiatan penanggulangan serta pencegahan Covid-19, peranan pemuda begitu penting sehingga pelibatan mereka di dalam kegiatan *workshop* ini begitu berarti dan konstruktif.

Melalui kegiatan ini, para perwakilan aparatur sipil pemerintah di lingkungan pemerintahan Provinsi NTB yang terkait langsung dengan penanggulangan pandemi Covid-19 mampu: (1) menguasai konsep teoretis mengenai keamanan manusia meliputi konsep keamanan ekonomi, keamanan pangan, keamanan kesehatan, keamanan lingkungan, keamanan pribadi, keamanan komunitas serta keamanan politik; dan (2) merumuskan beragam kebijakan

penanggulangan pandemi Covid-19 yang terpusat pada perlindungan terhadap keamanan manusia secara komprehensif sehingga mampu menyentuh beragam akar persoalan keamanan manusia meliputi keamanan ekonomi, keamanan pangan, keamanan kesehatan, keamanan lingkungan, keamanan pribadi, keamanan komunitas serta keamanan politik.

Sementara bagi perwakilan Pemuda Pemudi Karang Taruna, melalui keikutsertaan dalam kegiatan ini akan mampu: (1) menguasai konsep teoretis mengenai keamanan manusia meliputi konsep keamanan ekonomi, keamanan pangan, keamanan kesehatan, keamanan lingkungan, keamanan pribadi, keamanan komunitas serta keamanan politik; (2) mengidentifikasi berbagai macam persoalan keamanan manusia secara komprehensif di masa pandemi Covid-19 di Provinsi NTB; dan (3) memperluas peranan yang dilakukan dalam konteks penanggulangan pandemi Covid-19 sehingga mampu turut serta menyukseskan beragam kebijakan keamanan manusia yang dihasilkan oleh pemerintah untuk tujuan menjamin keselamatan manusia secara komprehensif di NTB.

Kebijakan Keamanan Manusia Pemerintah NTB di Masa Pandemi Covid-19

Pemerintah Provinsi NTB bergerak cepat merespon penyebaran wabah Covid-19. Sejak awal penyebaran Covid-19, pemerintah sudah mengambil beragam kebijakan strategis guna meningkatkan keselamatan manusia di masa pandemi. Beragam strategi kebijakan dilakukan mulai dari kebijakan keamanan ekonomi (*economic security*), keamanan pangan (*food security*), hingga keamanan kesehatan (*health security*).

Kebijakan keamanan kesehatan pemerintah Provinsi NTB terkait dengan penanganan dan pencegahan penyebaran Covid-19 dilakukan sebagai berikut, yakni (1) Menetapkan rumah sakit rujukan penanganan pasien Covid-19; (2) Pemanfaatan infrastruktur publik seperti Gedung Asrama Haji Provinsi NTB dan Gedung Trauma Center RSUD Provinsi untuk penanganan pasien Covid-19; (3) Sterilisasi infrastruktur publik serta ruang publik dari infeksi Covid-19; (4) Kampanye penggunaan masker dan *physical distancing*; (5) Melakukan pengawasan secara ketat terhadap arus kedatangan dan kepergian bagi pendatang dan pekerja migran Indonesia (PMI); dan (6) Menyediakan sarana dan prasarana standar penanganan Covid-19.

Sementara kebijakan keamanan ekonomi dan pangan pemerintah Provinsi NTB terkait dengan penanganan dampak ekonomi pandemi Covid-19 dilakukan sebagai berikut, antara lain: (1) Pemberian bantuan jaring pengaman sosial (JPS) pemerintah pusat dan jaring pengaman sosial pemerintah daerah (JPS Gemilang) sehingga masyarakat berpenghasilan rendah dan kurang mampu tetap terjamin hidupnya di tengah pandemi Covid-19; dan (2) Pemberian stimulus ekonomi bagi Industri Kecil Menengah, Usaha Mikro, Usaha Kecil, dan Usaha Menengah (IKM/UMKM) di Provinsi Nusa Tenggara Barat.

Ketiga sektor keamanan ini merupakan titik fokus utama pemerintah Provinsi NTB dalam mencegah penyebaran Covid-19 dan penanganan terhadap dampak sosial-ekonomi yang ditimbulkan akibat penyebaran pandemi ini. Respon kebijakan ini bersifat parsial dan sektoral

karena hanya mencakup sebagian dimensi keamanan sehingga kurang komprehensif dalam melihat persoalan keamanan manusia di masa pandemi Covid-19.

Mengapa Menggunakan Pendekatan Keamanan Manusia?

Konsep keamanan manusia (*human security*) pertama kali dicetuskan dalam laporan Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) melalui *United Nations Development Program* (UNDP) mengenai *Human Development Report of the United Nations Development Program* pada tahun 1994. Konsep ini menitikberatkan pada pendekatan keamanan yang terpusat pada manusia dengan mengedepankan kesejahteraan, keselamatan, serta martabat manusia. Ini berarti bahwa konsep keamanan tidak hanya terpusat pada keamanan negara (*national security*) seperti halnya pada masa perang dingin (*cold war*) melainkan juga keamanan umat manusia.

Perluasan konsep keamanan tersebut berarti pula perluasan prioritas keamanan dari keamanan melalui persenjataan kepada keamanan melalui pembangunan umat manusia, dari keamanan wilayah kepada kemampuan untuk menyediakan kebutuhan primer seperti makanan, lapangan pekerjaan serta lingkungan hidup yang memadai bagi kelangsungan hidup umat manusia. Dengan kata lain, masyarakat akan merasa terjamin keamanannya apabila mereka memperoleh perlindungan dari ancaman yang berdampak pada kehancuran fisik maupun harta benda serta kesejahteraan yang mereka miliki. Singkatnya, konsep ini tidak lagi menganggap negara sebagai pihak yang terancam keamanannya (*referent object of security*) melainkan manusia. Oleh karenanya tidaklah mengherankan pendekatan ini merupakan pendekatan keamanan bersifat komprehensif yang mencakup seluruh sendi-sendi kehidupan umat manusia serta komunitas mulai dari sosial, politik, ekonomi, lingkungan, hingga kesehatan.

Kemunculan konsep *human security* tidak terlepas dari menyeruaknya fenomena globalisasi yang melahirkan arus balik oleh karena berdampak negatif khususnya terhadap negara-negara lemah (*weak states*), kelompok masyarakat tertentu hingga perseorangan. Lebih jauh lagi, menguatnya gagasan pendekatan *human security* dipicu oleh reaksi atas sejumlah masalah kemanusiaan global yang melanda dunia saat ini mulai dari persoalan pengungsi akibat konflik dan kekerasan fisik, kasus perdagangan anak dan wanita (*human trafficking*), masalah krisis pangan global, wabah penyakit menular, terorisme, perdagangan senjata ilegal, pelanggaran hak asasi manusia (HAM), dan lain sebagainya.

Salah satu definisi mengenai *human security* dikemukakan oleh Allan Collins yang menyebutkan bahwa *human security* diartikan sebagai suatu kondisi dimana masyarakat diberikan bantuan dari rasa trauma yang mengganggu dalam kehidupan dan perkembangan masyarakat. Lebih lanjut Collins menyebutkan bahwa *human security* mengandung 2 (dua) pengertian, yaitu: *pertama*, keamanan dari ancaman seperti ancaman kronis kelaparan, penyakit, dan penindasan; dan *kedua*, proteksi dari gangguan mendadak dan merugikan dalam pola kehidupan masyarakat baik di dalam rumah, pekerjaan maupun masyarakat (Chandrawati, 2001).

Tidak jauh berbeda dengan Collins, berdasarkan laporan PBB melalui UNDP mengenai *Human Development Report of the United Nations Development Program* tahun 1994, UNDP mendefinisikan konsep *human security* sebagai keamanan yang mencakup keselamatan manusia

dari pelbagai ancaman kronis seperti ekonomi, kelaparan, penyakit, lingkungan, serta tindakan represif sehingga setiap individu mendapat perlindungan dari pelbagai gangguan yang membahayakan kehidupan sehari-hari mereka dan berdampak terhadap keberadaan masyarakat secara luas. Jadi, secara umum, definisi *human security* menurut UNDP tersebut melingkupi *freedom from fear and freedom from want*.

Lebih jauh lagi, UNDP memerinci secara detail 7 (tujuh) area yang menjadi aspek utama dalam persoalan keamanan manusia. Namun sebelum konsep ini dipopulerkan oleh UNDP, konsep ini pertama kali dikemukakan oleh Mahbub Ul Haq yang berhasil mengunggguh perhatian dunia terhadap pelbagai persoalan keamanan yang dianggap sangat vital ini. Tujuh area tersebut antara lain meliputi keamanan ekonomi (*economic security*), ketahanan pangan (*food security*), jaminan kesehatan (*health security*), keamanan lingkungan (*environment security*), keamanan pribadi (*personal security*), keamanan komunitas (*community security*), dan keamanan politik (*political security*).

Pertama, keamanan ekonomi (*economic security*)—aspek keamanan ini mencakup pemberian jaminan penghasilan dasar bagi perseorangan, umumnya diperoleh dari penghasilan para pekerja produktif atau sebagai alternatif terakhir diperoleh dari pembiayaan jaring pengaman publik. Dalam lingkup ini hanya sekitar seperempat dari penduduk dunia saat ini yang aman secara ekonomi—sementara masalah keamanan ekonomi mungkin lebih serius diderita oleh negara-negara berkembang—kekhawatiran serupa juga timbul di negara-negara maju. Masalah pengangguran merupakan faktor penting yang melatarbelakangi ketegangan politik dan kekerasan etnis.

Kedua, ketahanan pangan (*food security*)—aspek keamanan ini mensyaratkan bahwa setiap perseorangan memiliki akses fisik maupun ekonomi terhadap pangan pokok. Menurut PBB, persediaan makanan tidak menjadi masalah utama, namun yang menjadi pokok persoalan ialah distribusi makanan dan rendahnya daya beli. Pada masa lampau, persoalan ketahanan pangan telah ditangani dengan baik di tingkat nasional maupun global, namun dampaknya terbatas. Menurut PBB, kuncinya persoalannya ialah bagaimana mengatasi masalah yang berkaitan dengan akses ke aset, pekerjaan, dan jaminan pendapatan (yang berkaitan dengan keamanan ekonomi).

Ketiga, jaminan kesehatan (*health security*)—aspek keamanan ini berkaitan dengan jaminan perlindungan terhadap penyakit dan gaya hidup tidak sehat. Di sejumlah negara sedang berkembang (NSB), penyebab utama kasus kematian adalah penyakit infeksi dan parasit, sementara di negara-negara industrialis maju (NIM), penyebab utama kematian adalah penyakit sistem peredaran darah. Saat ini gaya hidup yang berhubungan dengan penyakit kronis memimpin penyebab kematian di seluruh dunia dengan 80 persen kematian diakibatkan penyakit kronis yang terjadi di negara-negara berpenghasilan rendah dan menengah. Menurut PBB, ancaman terhadap kesehatan di NSB dan NIM biasanya lebih besar mempengaruhi orang-orang miskin di daerah pedesaan terutama anak-anak. Hal ini dikarenakan malnutrisi dan keterbatasan pelayanan kesehatan yang memadai, minimnya ketersediaan air bersih, dan rendahnya pasokan kebutuhan dasar lainnya.

Keempat, keamanan lingkungan (*environment security*)—aspek keamanan ini berkaitan dengan jaminan perlindungan masyarakat dari kerusakan akibat jangka pendek dan jangka

panjang dari alam, buatan manusia, ancaman dari alam, maupun kerusakan lingkungan alam. Di sejumlah negara berkembang, kurangnya akses untuk membersihkan sumber daya air merupakan salah satu ancaman lingkungan terbesar—sementara di NIM, salah satu ancaman keamanan lingkungan adalah polusi udara serta pemanasan global yang disebabkan oleh emisi gas rumah kaca.

Kelima, keamanan pribadi (*personal security*)—aspek keamanan ini berkaitan dengan jaminan perlindungan masyarakat dari kekerasan fisik baik dari internal negara maupun eksternal. Beberapa hal terkait dengan keamanan pribadi antara lain meliputi kekerasan dalam rumah tangga, atau dari orang dewasa. Bagi sebagian besar orang, sumber terbesar dari kecemasan adalah kejahatan khususnya kejahatan kekerasan. Lebih luas lagi, keamanan ini terkait dengan keselamatan dari ancaman fisik yang diakibatkan oleh perang, kekerasan domestik, kriminalitas, penggunaan obat–obatan terlarang, dan bahkan kecelakaan lalu lintas.

Keenam, keamanan komunitas (*community security*)—aspek keamanan ini berkaitan dengan jaminan perlindungan masyarakat dari ancaman hilangnya hubungan tradisional serta nilai–nilai (kelestarian identitas kultural dan tradisi budaya) dan dari kekerasan sektarian dan etnis. Masyarakat tradisional khususnya kelompok etnis minoritas seringkali merasa terancam. Sekitar setengah dari seluruh negara di dunia mengalami beberapa konflik antar etnis. PBB bahkan menyoroti kerentanan terus menerus dari 300 juta penduduk asli di 70 (tujuh puluh) negara yang menghadapi pelebaran lingkaran kekerasan.

Ketujuh, keamanan politik (*political security*)—aspek keamanan ini berkaitan dengan penghormatan serta jaminan terhadap pemenuhan hak–hak dasar (HAM) setiap individu sebagai manusia dalam masyarakat. Menurut survei yang dilakukan oleh Amnesty Internasional, represi politik, penyiksaan sistematis, dan perlakuan buruk masih terjadi di 110 negara di dunia. Pelanggaran HAM merupakan salah satu yang paling sering terjadi selama periode kerusuhan politik. Maraknya kasus penindasan oleh individu dan kelompok tertentu mendorong pemerintah membatasi arus masuk ide dan informasi (UNDP, 1994).

Berkaca dari pemahaman mengenai konsep pendekatan *human security* di atas, persoalan pandemi Covid–19 merupakan ancaman serius bagi kelangsungan hidup umat manusia. Semakin maraknya fenomena globalisasi terutama globalisasi manusia (*human globalization*) memicu penyebaran pandemi ini secara terstruktur, sistematis, dan masif (TSM) di seluruh dunia. Meskipun pada mulanya pandemi ini hanya berdimensi keamanan kesehatan, tetapi berdampak secara multidimensional pada berbagai sektor keamanan lainnya. Oleh karena itu, untuk memahami persoalan keamanan manusia di masa pandemi Covid–19 tidak dapat dilakukan secara parsial–dimensional melainkan secara komprehensif menggunakan pendekatan *human security* oleh karena didalamnya mencakup pelbagai permasalahan meliputi kesejahteraan; perlindungan hak–hak dasar (HAM) bagi kelompok masyarakat, kelompok minoritas, anak–anak, serta wanita dari kekerasan fisik; dan beragam persoalan sosial, ekonomi, dan politik yang begitu kompleks.

Role Model Kebijakan Keamanan Manusia

Penyebaran pandemi Covid–19 yang terstruktur, sistematis, dan masif (TSM) di segala lini kehidupan mendorong pentingnya peningkatan keamanan manusia. Maka dari itu diperlukan

strategi kebijakan untuk meningkatkan keamanan manusia di tengah ancaman pandemi Covid-19. Salah satu strategi kebijakan yang dapat diterapkan untuk meningkatkan keamanan manusia ialah strategi kebijakan keamanan manusia berbasis model pendekatan keamanan manusia. Terdapat sejumlah preferensi strategi kebijakan yang dapat diterapkan untuk meningkatkan keamanan manusia di masa pandemi Covid-19, yaitu: (1) Kebijakan keterjangkauan akses terhadap layanan kesehatan; (2) Kebijakan pembatasan warga negara asing (WNA) di wilayah Provinsi NTB dan pembatasan permohonan visa bagi warga lokal; (3) Kebijakan keterbukaan informasi dan partisipasi; (4) Kebijakan kontra stigmatisasi, *xenophobia*, dan rasisme; (5) Kebijakan keamanan privasi; (6) Kebijakan perumahan dan pangan; dan (7) Kebijakan *human security* di masa pemilu pandemi Covid-19.

Pertama, kebijakan keterjangkauan akses terhadap layanan kesehatan. Pelayanan perawatan kesehatan harus tersedia bagi seluruh warga masyarakat, tanpa terkecuali, khususnya bagi kelompok yang rentan dan termarginalkan. Salah satu isu krusial yang banyak dikeluhkan ialah mahalnnya biaya/tarif *rapid test antigen* dan *swab test PCR* secara khusus di wilayah Provinsi NTB yang notabene dianggap tidak terjangkau bagi sebagian besar masyarakat. Di satu sisi, kelompok miskin yang tinggal di wilayah padat penduduk adalah kelompok paling rentan, namun di sisi lain juga paling tidak bisa mengakses fasilitas *rapid test antigen* maupun *swab test PCR*. Selain isu tersebut, isu lain juga menyeruak terkait dengan ketersediaan alat pelindung diri (APD) yang tidak memadai bagi tenaga kesehatan sehingga sampai saat ini kita masih menyaksikan kehilangan para “prajurit perang” yang bertempur di medan perang melawan pandemi Covid-19.

Kedua, kebijakan pembatasan warga negara asing (WNA) di wilayah Provinsi NTB dan pembatasan permohonan visa bagi warga lokal. Salah satu isu yang banyak dikeluhkan ialah masalah WNA yang masuk ke wilayah Provinsi NTB. Kebijakan keimigrasian pertama yang diambil oleh pemerintah terkait dengan pencegahan Covid-19 adalah penghentian sementara bebas visa kunjungan (BVK), visa, dan pemberian izin tinggal keadaan terpaksa (ITKT) bagi warga negara Tiongkok. Adapun WNA RRT yang telah terlanjur di Indonesia dan tidak dapat kembali ke negaranya karena tidak adanya alat angkut, maka pemerintah memberikan Izin ITKT.

Untuk meningkatkan upaya pencegahan Covid-19 di wilayah Indonesia, pemerintah menghentikan sementara pemberian BVK dan visa kunjungan saat kedatangan/*visa on arrival* (VOA) bagi WNA yang pernah berkunjung ke Tiongkok dalam kurun waktu 14 hari sebelum masuk ke Indonesia. Meski demikian, pemerintah masih memberikan sedikit kelonggaran dengan memberikan visa kunjungan dan visa tinggal terbatas bagi WNA yang mengajukan permohonan visa kepada pejabat dinas luar negeri di perwakilan Republik Indonesia di Tiongkok berdasarkan peraturan perundang-undangan. Selain itu, pemerintah juga melarang masuk WNA yang dalam 14 hari terakhir berkunjung ke sejumlah negara seperti Iran, Italia, Vatikan, Spanyol, Perancis, Jerman, Swiss, dan Inggris. Pelarangan tersebut dikarenakan banyaknya korban positif Covid-19 pada negara-negara tersebut.

Melihat penyebaran Covid-19 semakin masif, pemerintah mulai tegas mengeluarkan kebijakan *kedua* untuk membatasi layanan keimigrasian dalam rangka mencegah penyebaran Covid-19. Pelayanan keimigrasian hanya dibuka bagi pemohon dengan kebutuhan darurat (*emergency*), yaitu orang sakit yang dirujuk ke rumah sakit luar negeri, petugas misi penanganan

Covid-19, kebutuhan melanjutkan studi ke luar negeri, dan tenaga kerja Indonesia (TKI) (Indarti, 2021).

Ketiga, kebijakan keterbukaan informasi dan partisipasi. Informasi penting terkait dengan Covid-19 harus transparan dan dapat diakses oleh semua orang tanpa terkecuali. Ini berarti informasi harus dapat dipahami dalam berbagai format dan bahasa, termasuk memperhatikan bahasa-bahasa daerah, akses bagi orang berkebutuhan khusus, serta orang-orang dengan akses internet terbatas atau nihil. Selain itu juga, pengumpulan informasi mengenai Covid-19 harus bersifat partisipatif, transparan, dan akuntabel dalam menjelaskan gambaran situasi atau kondisi sesungguhnya. Tenaga medis dan insan pers harus diperbolehkan memberitakan fakta maupun kritik terhadap pemerintah, tanpa ada larangan atau sensor. Namun tidak kalah penting lagi, perspektif serta suara perempuan juga perlu diberikan porsi dalam ruang-ruang kepemimpinan di publik.

Keempat, kebijakan kontra stigmatisasi, *xenophobia*, dan rasisme. Pandemi Covid-19 membangkitkan gelombang stigma, diskriminasi, rasisme, dan *xenophobia* terhadap etnis atau kebangsaan tertentu, dalam hal ini kelompok Tionghoa yang dianggap sebagai bagian dari Tiongkok. Dalam penanganannya, baik pemerintah maupun masyarakat sama-sama memiliki tanggung jawab moral sebagai bangsa yang pluralistik. Pimpinan partai politik, tokoh agama, tokoh masyarakat perlu bahu membahu melawan stigma dan rasisme semacam ini. Hal ini menjadi penting untuk mencegah populasi tertentu menjadi lebih rentan atas kekerasan dan diskriminasi.

Kelima, kebijakan keamanan privasi. Pengawasan kesehatan termasuk melacak dan mengawasi pergerakan penderita harus sepenuhnya untuk keperluan kesehatan masyarakat dan terbatas dalam durasi serta ruang lingkup yang dibutuhkan. Perlindungan atas privasi penderita perlu dijamin pemerintah agar tidak disalahgunakan untuk tujuan selain kesehatan masyarakat. Dalam banyak kasus di Indonesia, masih banyak orang dalam pemantauan (ODP), pasien dalam pengawasan (PDP), atau kasus positif Covid-19 yang mengalami perlakuan tidak menyenangkan dari lingkungannya. Akibatnya, orang menjadi takut berobat dan berbohong atas riwayat perjalanan dan kesehatannya.

Keenam, kebijakan perumahan dan pangan. Kebijakan *physical distancing* membuat banyak usaha bangkrut dan terpaksa melakukan pemutusan hubungan kerja (PHK) sebagian pegawainya terutama usaha mikro. Ketiadaan pemasukan bulanan menyebabkan sebagian dari masyarakat tidak mampu membayar tempat tinggal kemudian memilih untuk pulang kampung, tinggal berdesakan, atau bahkan tidur di pinggir jalan. Pemerintah harus menyediakan tempat tinggal bagi kelompok semacam ini, lengkap dengan akses terhadap air bersih dan sanitasi, seperti yang telah dilakukan pemerintah Malaysia dalam menampung masyarakatnya di fasilitas-fasilitas olahraga. Tidak hanya itu, pemerintah perlu mencegah bertambahnya *homeless people* dengan memberikan keringanan penundaan cicilan kredit perumahan rakyat (KPR).

Ketujuh, kebijakan *human security* di masa pemilu pandemi Covid-19. Terdapat 5 (lima) isu besar yang mengancam keamanan manusia di masa pemilu pandemi Covid-19, yakni kepatuhan terhadap protokol kesehatan pencegahan Covid-19; kecurangan politik uang; politik hoaks; kampanye hitam (*black campaign*); dan politik identitas. Meskipun para calon peserta pemilu sudah mendeklarasikan komitmen untuk melaksanakan pemilu secara etis, bermoral, dan

bermartabat namun pada kenyataannya praktik kecurangan semacam itu tetap terjadi secara terstruktur, sistematis, dan masif dialami setiap peserta pemilu. Hal ini jelas mengancam kebebasan berpolitik karena adanya represi serta intimidasi politik. Oleh karena itu, diperlukan sinergi kebijakan antara pemerintah dengan penyelenggara pemilu (KPU dan Bawaslu) sehingga warga masyarakat bisa bebas menentukan pilihan politiknya tanpa adanya tindakan represi maupun intimidasi politik (Jumadi, 2021).

Simpulan dan Saran

Persoalan keamanan manusia di masa pandemi Covid-19 di Nusa Tenggara Barat tidak bisa dilihat secara parsial dan sektoral melainkan secara komprehensif dan terpadu mengingat satu dengan yang lain saling terhubung. Persoalan keamanan manusia tidak bisa hanya dilihat berdasarkan prioritas kebijakan khususnya kebijakan keamanan ekonomi, pangan, dan kesehatan. Memang pada mulanya pandemi Covid-19 ini sekedar mengancam keamanan kesehatan warga masyarakat namun ternyata berdampak multidimensional sehingga sektor keamanan yang lain juga terancam karena penyebaran pandemi ini.

Model pendekatan keamanan manusia muncul sebagai sebuah model alternatif dalam melihat keamanan manusia secara komprehensif yang mencakup tujuh dimensi keamanan meliputi keamanan ekonomi, pangan, kesehatan, lingkungan, pribadi, komunitas, dan politik. Melalui pemenuhan ketujuh dimensi keamanan ini akan menghilangkan “kekhawatiran” warga masyarakat terkait dengan kelangsungan hidupnya di masa pandemi Covid-19. Model pendekatan ini juga bisa dipergunakan dalam konteks situasi non-pandemi untuk menjelaskan persoalan keamanan manusia.

Daftar Pustaka

- Peraturan Gubernur Nusa Tenggara Barat No. 22 Tahun 2020 Tentang Pedoman Umum Penanganan Covid-19 Pemerintah Provinsi Nusa Tenggara Barat, Lampiran, Bab III.
- Chandrawati, Nurani. “Perkembangan Konsep-Konsep Keamanan dan Relevansinya Terhadap Dinamika Keamanan Negara-Negara Berkembang.” *Global: Jurnal Politik Internasional*, Vol. 2, No. 8 (2001), pp. 40–56.
- United Nations Development Programme (UNDP). *Human Development Report 1994*. New York dan Oxford: Oxford University Press, 1994.
- Indarti, Shofia T. “Kebijakan Keimigrasian di Masa Covid-19: Dalam Perspektif Hak Asasi Manusia.” *Jurnal HAM*, Vol. 12, No. 1 (2021), pp. 19–36.
- United Nations Human Rights. “Covid-19 Guidance.” Diperbarui pada May 13, 2020, [https://www.ohchr.org/EN/NewsEvents/Pages/ COVID19Guidance.aspx](https://www.ohchr.org/EN/NewsEvents/Pages/COVID19Guidance.aspx).
- Jumadi, “Menjaga *Human Security* dan Menegakkan Etika Politik dalam Pelaksanaan Pilkada ditengah Covid-19.” Dalam *Pilkada di Masa Pandemi: Tantangan dan Harapan dari Beragam Perspektif*, disunting oleh Hertanto *et al.*, pp. 25–52. Bandar Lampung: Aura, 2021.

Pengembangan Kampung Mompreneur Melalui Diversifikasi Produk Minuman Tradisional ‘Seruputan’ Khas PKK Putat Wetan

Rahma Laila Fitria*¹, Zhulfikar Esa A.M², Avijaya Rizqi P³,
Elisabeth Amanda⁴, Ryand Martin Sinaga⁵,

Krensensia Ina Uto⁶, Yuvens Mogi Hardianto⁷, Nurul Dzakiya⁸

^{1,2,3,4,5,6,7}Himpunan Mahasiswa Teknik Geologi “GAIA”, IST AKPRIND Yogyakarta

⁸Jurusan Teknik Geologi, Fakultas Teknologi Mineral, IST AKPRIND Yogyakarta Jln

Kalisahak No 28 Gondokusuman DI Yogyakarta

E-mail: *rahmalaila66@gmail.com

ABSTRAK

PKK Putat Wetan Kalurahan Putat, Kapanewon Patuk, Gunung Kidul khususnya di RT 29 memiliki produk hasil desa berupa minuman tradisional seruputan dengan berbagai varian rasa yang terbuat dari rempah-rempah hasil pertanian warga sendiri. Untuk mengoptimalkan produk tersebut dilakukan pemberdayaan melalui program Kampung Mompreneur dengan melakukan diversifikasi produk salah satunya membuat varian permen dari produk minuman seruputan. Program ini bertujuan agar mitra sasaran produktif dengan mengembangkan inovasi produk baru untuk memperluas segmen pasar. Metode yang digunakan berupa sosialisasi dan pelatihan langsung sehingga produk tersebut dapat langsung dibuat serta di promosikan melalui media sosial untuk menjangkau pasar dengan memanfaatkan era industri 4.0 yang serba canggih agar warga mampu mengikuti perkembangan jaman dengan pemanfaatan internet. Harapannya dengan adanya diversifikasi produk tersebut menjadikan mitra binaan dapat memperluas pasar produk seruputan agar menjadi lebih berkembang serta lebih dikenal berbagai kalangan agar masyarakat sekitar dapat mandiri dan produktif dalam keuangan dengan diversifikasi produk buatannya sendiri.

Kata kunci : Diversifikasi Produk, Seruputan, PKK Putat Wetan, Kampung Mompreneur

ABSTRACT

PKK Putat Wetan, Putat Village, Patuk District, Gunung Kidul Regency, especially in RT 29 has village products in the form of seruputan traditional drinks with various flavor variants made from spices made from the agricultural spices of the residents themselves. To optimize the product is empowered through the Kampung Mompreneur program by diversifying products, one of which is making candy variants from seruputan products. The program aims to make target partners productive by developing new product innovations to expand market segments. The methods used in the form of socialization and direct training so that the product can be directly made and promoted through social media to reach the market by utilizing the sophisticated era 4.0 so that citizens are able to keep up with the development of the era with the use of the internet. The hope is that the diversification of these products makes the fostered partners can expand the market of sputan products to become more developed and better known to various circles so that the surrounding community can be independent and productive in finance by diversifying their own products.

Keywords: *Diversifying Innovation, Snack, PKK Putat Wetan, Mompreneur Village*

Pendahuluan

Jika jamu dikenal dengan rasa yang pahit maka wedang “seruputan” disajikan sebagai minuman herbal manis dengan menggunakan gula batu, bisa disajikan secara hangat atau dingin. Minuman ini terbuat racikan aneka rempah-rempah berkhasiat. Tujuannya agar orang-orang dan anak-anak yang tidak suka jamu bisa menikmati wedang ini saat mereka sakit atau untuk

menjaga daya tahan tubuh dan menaikkan imunitas tubuh.

Seruputan merupakan singkatan dari nama bahan baku utama dan asalnya yaitu “Serai Jeruk Nipis dari Putat Wetan”. Bahan bakunya pun juga sangat melimpah di dusun Putat Wetan, sehingga sangat membantu perekonomian di dusun tersebut. Padukuhan Putat Wetan mudah dijangkau karena lokasinya cukup strategis. Berdasarkan latar belakang tersebut tim P3D HMTG “GAIA” IST AKPRIND Yogyakarta bekerjasama dengan tokoh masyarakat dan mitra merintis “Kampung MOMpreneur” agar dapat memberi pembekalan ilmu kewirausahaan sekaligus aplikasinya bagi ibu-ibu PKK yang menjadi bekal pengetahuan yang bermanfaat sehingga bisa optimalisasi produk desa, khususnya minuman tradisional “Seruputan” sebagai upaya pemberdayaan wanita agar mandiri dan berdikari yang tetap bisa mengurus rumah tangga dan berpenghasilan sehingga sedikit mengurangi permasalahan kemiskinan, khususnya PKK Putat Wetan.

Produk utama dari pendirian Kampung MOMpreneur adalah pembinaan kepada ibu-ibu PKK Putat Wetan dengan melakukan optimalisasi minuman tradisional khas Putat Wetan yaitu “Seruputan” dari segi ketahanan produk, kemasan, dan pemasaran. Awal mula produk ini merupakan produk PKK yang dikemas dan dijual seadanya dengan harga relatif murah serta hanya dijual di lingkungan desa sekitar dan maksimal terjual 50 botol dalam sebulan. Produk ini awal mulanya dibantu dikembangkan oleh mahasiswa KKN IST AKPRIND Yogyakarta 2020 sebelumnya dengan memberi desain dan label pada botol kemasan yang ada. Setelah KKN berakhir program kerja ini dilakukan oleh tim P3D.

Sehingga jika hanya dengan produk berupa minuman khas tradisional belum mampu meraup keuntungan yang maksimal. Perlunya pengetahuan tentang diversifikasi produk dan kegiatan kewirausahaan bagi masyarakat. Kegiatan kewirausahaan merupakan sebuah jiwa yang memiliki dasar pola pikir dan usaha dengan bekal pengetahuan dan keterampilan. Kegunaannya adalah suatu pendukung untuk memahami tentang pemasaran, manajemen sumberdaya manusia serta keuangan. Sedangkan diversifikasi produk bertujuan untuk pengembangan produk sehingga dapat diterima oleh berbagai kalangan serta dapat meningkatkan keuntungan ibu-ibu PKK Putat Wetan.

Metode Pelaksanaan

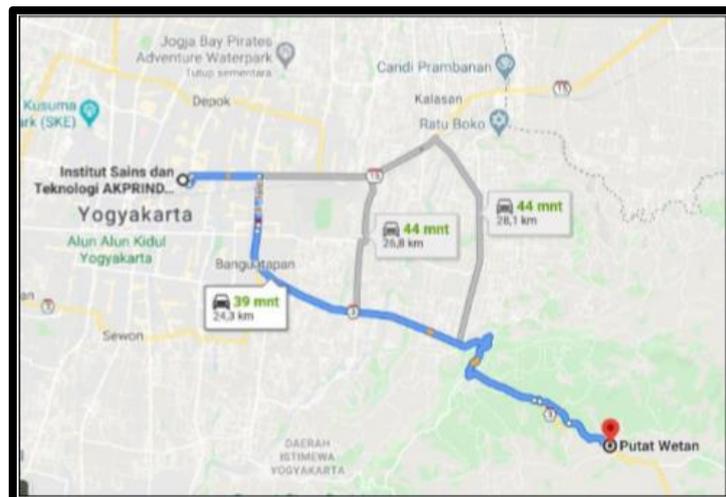
Pelaksanaan program pemberdayaan masyarakat desa dilakukan secara penuh di lokasi pemberdayaan karena lokasi merupakan zona hijau Covid-19 namun tetap memberlakukan protokol kesehatan yang ketat serta diperkuat oleh anggota tim yang telah melaksanakan vaksin sebelumnya. Mekanisme pelaksanaan program dilakukan dengan cara membagi kelompok kerja menjadi kelompok kecil sehingga tidak menimbulkan kerumunan warga di satu titik lokasi. Warga yang dibina kurang lebih sebanyak 15-20 orang yang dibagi menjadi beberapa kelompok kecil, setiap kelompok terdiri dari 4-5 orang yang didampingi oleh tiga mahasiswa sehingga mereka memiliki tanggungjawab dan fokus kerja masing-masing. Kegiatan yang diberikan berupa sosialisasi dan pelatihan langsung sehingga produk tersebut dapat langsung dibuat serta di promosikan melalui media sosial untuk menjangkau pasar dengan memanfaatkan era industri 4.0 yang serba canggih agar warga mampu mengikuti perkembangan jaman dengan pemanfaatan internet untuk mengoptimalkan hasil produk warga. Pembinaan dengan

melakukan pendekatan secara langsung untuk membangun kedekatan dengan warga sehingga warga bersama dengan tim pengabdian dapat bekerjasama mencari solusi pada masalah yang ada.

Hasil Kegiatan dan Pembahasan

Program Kampung Momprenur merupakan suatu program yang dirancang oleh tim Himpunan Mahasiswa Teknik Geologi beserta dosen pembimbing IST AKPRIND Yogyakarta dalam Program Pengembangan dan Pemberdayaan Desa (P3D) yang mendapatkan hibah dari Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan tahun 2021. Program ini memiliki misi sosial membentuk sebuah paguyuban di sebuah kampung dengan memberdayakan ibu-ibu yang bergabung dalam wadah organisasi kemasyarakatan yang berbasis kewirausahaan agar warga binaan mampu menjadi ibu-ibu berjiwa wirausaha dan mampu mandiri secara ekonomi serta mampu berperan aktif dalam keluarga dan masyarakat.

Program pendampingan ini dilaksanakan selama beberapa bulan kedepan yang terhitung sejak bulan Juni 2021 dan kegiatan rutin dilaksanakan pada hari Sabtu-Minggu pukul 08.00-14.00 WIB. Lokasi pemberdayaan dan pendampingan warga dilaksanakan di salah satu rumah warga di Desa Putat Wetan RT 29. Lokasi kesampaian daerah pendampingan dapat ditempuh dengan menggunakan sepeda motor kurang lebih berjarak 30 km ke arah timur dari kampus 1 IST AKPRIND Yogyakarta.



Gambar 1. Lokasi Daerah Pengabdian

Program diversifikasi produk diawali dengan kegiatan sosialisasi tentang Kampung Momprenur yang dilakukan oleh tim setelah itu praktik langsung diversifikasi produk untuk mencari inovasi baru dari produk seruputan yang nantinya akan menjadi produk baru, membuat desain, logo dan kemasan produk serta strategi perbaikan media sosial untuk pemasaran melalui akun Instagram.

Agenda yang telah dilaksanakan adalah sosialisasi kepada warga RT 29 mengenai diversifikasi dari produk seruputan yang bertujuan agar mitra mendapatkan pengetahuan tentang variasi produk minuman seruputan sehingga bisa diminati oleh berbagai kalangan khususnya kalangan muda. Setelah itu, dilakukan beberapa percobaan produk secara mandiri selama satu bulan untuk mendapatkan varian produk seruputan yang terbaik dengan rasa yang terbaik.



Gambar 2. Pembuatan Diversifikasi Produk Seruputan

Sebelumnya, produk khas dari Desa Putat Wetan khususnya di RT 29 hanya berupa olahan minuman “Seruputan” yang dengan berbagai varian seperti varian original, varian temulawak, varian jahe merah, varian bunga telang serta varian rosela dengan harga yang ditawarkan mulai dari Rp 5.000 – Rp 8.000. Namun, bukan berarti dengan adanya varian tersebut banyak kalangan yang langsung menyukai produk ini terutama kalangan muda atau anak-anak. Oleh sebab itu dengan adanya pendampingan ini diharapkan dapat menciptakan inovasi baru dari produk seruputan agar dapat disukai oleh semua kalangan. Pelatihan inovasi produk yang telah dilakukan yaitu membuat varian produk seruputan yang tadinya hanya produk minuman menjadi produk baru yang berupa sirup atau permen. Produk permen dipilih dikarenakan produk ini banyak disukai oleh banyak kalangan terutama anak-anak sedangkan produk sirup dipilih dikarenakan daya tahannya yang panjang dan praktis untuk dinikmati bersama. Tujuan dilakukannya pelatihan diversifikasi produk ini adalah agar mitra mendapatkan pengetahuan tentang inovasi apa saja yang mungkin bisa dikembangkan dari minuman seruputan dengan menggunakan bahan yang aman pada makanan menurut standar kesehatan yang tentunya tidak mengubah rasa dan paten dari produk asal. Setelah itu, dilakukan beberapa percobaan produk secara mandiri selama satu bulan untuk mendapatkan takaran yang terbaik dan tidak merusak rasa awal.



Gambar 3. Diversifikasi Produk Seruputan berupa varian permen



Gambar 4. Desain Kemasan varian Sirup

Simpulan dan Saran

Program Pengembangan Kampung Momprenur Melalui Diversifikasi Produk Minuman Tradisional "Seruputan" Khas PKK Putat Wetan mampu mengoptimalkan produk minuman tradisional Seruputan sehingga memiliki nilai jual lebih tinggi dari sebelumnya dengan optimalisasi dan inovasi produk dan upgrade pengetahuan kewirausahaan bagi mitra binaan PKK Putat Wetan. Mitra pun yang awalnya tidak mampu memanfaatkan media sosial untuk pemasaran kini sudah aktif menggunakan media sosial untuk promosi. Selain itu, terjadi peningkatan omzet yang signifikan setelah mitra mendapat bekal pengetahuan dan pelatihan selama tiga bulan program berjalan. Saran yang mungkin bisa dikembangkan adalah sebaiknya lokasi mitra binaan perlu dikembangkan menjadi tempat wisata karena masih banyak potensi yang bisa digali sehingga produk Seruputan dapat menjadi komoditi serta oleh-oleh khas Kabupaten Gunung Kidul.

Ucapan Terimakasih

Terimakasih kepada Kementerian dan Kebudayaan Indonesia yang telah mendanai Program Pengembangan dan Pemberdayaan Desa (P3D) tahun 2021 serta kepada Himpunan Mahasiswa Teknik Geologi GAIA, Jurusan Teknik Geologi, Fakultas Teknologi Mineral serta Wakil Rektor III: Dr. Emy Setyaningsih, S.Si., M.Kom. beserta para staf Bidang Kemahasiswaan (BAKA), Institut Sains & Teknologi AKPRIND Yogyakarta yang selalu mendukung pelaksanaan kegiatan.

Daftar Pustaka

- Aprinta, G. (2016). Pemanfaatan Facebook Ads Untuk meningkatkan Brand Awareness pada Produk Lokal. *Jurnal The Messenger*, 8(1), 68. <https://doi.org/10.26623/themessenger.v8i1.310>
- Asse, Azlam, R., & Ambo. (2018). *Strategi Pemasaran Online* (Studi Kasus Facebook Marketing Warunk Bakso Mas Cingkrank di Makassar). *Jurnal Komunikasi*, 7(2), 219–231.
- Dzakiya, N., Costa, F.S. S.D., Prasetyo R.E., Bawono, D.C., Ardianto, A., 2020, Kampung Mompreneur: Pembinaan Dan Pemberdayaan Anggota Pkk Putat Wetan Berbasis Kewirausahaan, *Prosiding Seminar Nasional ke-6 LPPM UPN 'Veteran' Yogyakarta*, Yogyakarta, 3 November.
- Hidayat, Y. dan Triharyanto, E., 2016, Peningkatan Daya Jual Aneka Produk Olahan Makanan Melalui Teknik Pengemasan Produk, *Jurnal Kewirausahaan dan Bisnis*, Vol. 19, No.X, Desember, Universitas Sebelas Maret.
- Karyanta, N.A., Susantiningrum dan Mahadjoeno, E, 2016, Peningkatan Pemasaran Produk Mebel Melalui Implementasi Teknik Pemasaran On Line, *Jurnal Kewirausahaan dan Bisnis*, Vol. 19, No.X, Desember, Universitas Sebelas Maret.
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran* (I dan II). PT. Indeks.
- Supriyanto, 2013, *How to Become a Successful Entrepreneur*, CV ANDI offset, Yogyakarta.
- Suranto, A dan M. Riza, 2005, Penentuan strategi Pemasaran Berdasarkan Perilaku Konsumen dengan Metode Diskriminan, *Jurnal Ilmiah Teknik Industri*, Vol. 04 (1), Hal 18 – 27.
- Stanton, W. (2001). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (3rd ed.). Erlangga.
- Yunus, Ulani, & R. (2017). *Advertising & Branding* (1st ed.). Edu Pustaka.

2021

Vol. 3 No. 1



9 772714 673009

E-ISSN 2714-6731