



**AREAI**  
ASOSIASI RISET EKONOMI DAN AKUNTANSI INDONESIA

P-ISSN : 3031-6448

E-ISSN : 3031-4380

# MENGABDI

Jurnal Hasil Kegiatan Bersama Masyarakat

VOLUME 2 NO. 4 AGUSTUS 2024

bekerjasama dengan:



diterbitkan oleh:

Asosiasi Riset Ekonomi dan Akuntansi Indonesia  
Alamat: Perum. Cluster G11 Nomor 17, Jl. Plamongan Indah  
Kadungwringin, Pedurungan, Semarang City, Central Java 50195

**MENGABDI**  
**JURNAL HASIL KEGIATAN BERSAMA MASYARAKAT**  
**VOLUME 2 NO. 4 AGUSTUS 2024**

**FOKUS DAN RUANG LINGKUP JURNAL**

**MENGABDI : Jurnal Hasil Kegiatan Bersama Masyarakat**, adalah jurnal nasional yang berisi hasil-hasil kegiatan pengabdian dan pemberdayaan masyarakat berupa penerapan berbagai bidang ilmu diantaranya pendidikan, teknik, pertanian, sosial humaniora, komputer dan kesehatan yang diterbitkan oleh Asosiasi Riset Ekonomi dan Akuntansi Indonesia. **MENGABDI : Jurnal Hasil Kegiatan Bersama Masyarakat**, memuat publikasi hasil kegiatan pengabdian masyarakat, model atau konsep dan atau implementasinya dalam rangka peningkatan partisipasi masyarakat dalam pembangunan, pemberdayaan masyarakat atau pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat. Jurnal ini terbit 1 tahun 6 kali (**Februari, April, Juni, Agustus, Oktober dan Desember**).

Artikel-artikel yang dipublikasikan di **MENGABDI : Jurnal Hasil Kegiatan Bersama Masyarakat** meliputi hasil-hasil penelitian ilmiah asli (prioritas utama), artikel ulasan ilmiah yang bersifat baru (tidak prioritas), atau komentar atau kritik terhadap tulisan yang ada. **MENGABDI : Jurnal Hasil Kegiatan Bersama Masyarakat** menerima manuskrip atau artikel dalam bidang Ilmu Ekonomi, Ilmu Perpajakan dan Akuntansi. dari berbagai kalangan akademisi dan peneliti baik nasional maupun internasional.

Artikel-artikel yang dimuat di jurnal adalah artikel yang telah melalui proses penelaahan oleh Mitra *Bebestari* (*peer-reviewers*). Pusat Publikasi Hasil bidang Ilmu Ekonomi, Ilmu Perpajakan dan Akuntansi yang relevan hanya menerima artikel-artikel yang berasal dari hasil-hasil penelitian asli (prioritas utama), dan artikel ulasan ilmiah yang bersifat baru (tidak prioritas). Keputusan diterima atau tidaknya suatu artikel ilmiah di jurnal ini menjadi hak dari Dewan Penyunting berdasarkan atas rekomendasi dari Mitra *Bebestari*.

**INFORMASI INDEKSASI JURNAL**

**MENGABDI : Jurnal Hasil Kegiatan Bersama Masyarakat** Dengan e-ISSN :3031-4380, p-ISSN :3031-6448 <https://journal.areai.or.id/index.php/MENGABDI> adalah *peer-reviewed journal* yang rencana terindeks di beberapa pengindeks bereputasi, antara lain: **Google Scholar; Garda Rujukan Digital (GARUDA), Directory of Open Access Journal (DOAJ)**.



**MENGABDI**  
**JURNAL HASIL KEGIATAN BERSAMA MASYARAKAT**  
**VOLUME 2 NO. 4 AGUSTUS 2024**

**Ketua Dewan Editor**

Dr. Imang DP, SE.,M.Si.,Ak.,CA.,CIBA.,ACPA  
Universitas Dian Nuswantoro

**Ketua Pelaksana**

Dr Trinandari Prasetyo Nugrahanti SE. Ak. MSi. CA. CTA.,  
Asean CPA IKPIA Perbanas Institute Jakarta

**Anggota Dewan Editor**

Metyria Imelda Hutabarat, S.E., M.Si STMIK Methodist Binjai  
Zamalludin Sembiring, S.E., S.Pd.M.H. Universitas Muslim Nusantara Al Washliyah Medan  
Syamsul, SE., M.SC Universitas Abdul Azis Lamadjido (STIE Panca Bhakti Palu)  
Dr. Vivi Herlina, S.IP., S.E., M.M. STIA Nusantara Sakti Sungai Penuh  
Suwandi, S.E., M.Ak. Institut Ilmu Sosial dan Bisnis Andi Sapada  
Ali Hardana Universitas Islam Indonesia Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan

**Asisten Pelaksana**

Khoiruddin, S. Sos, ME, C. Marcom Universitas Darul 'Ulum Jombang  
Ahmad Rizani, S.HI., S.E., M.Eng., M.Ec.Dev. Universitas Palangka Raya

**Tim Reviewer**

Prasetio Ari Wibowo, S.MB., M.M., Ph.D Universitas Indraprasta PGRI Jakarta  
Teguh Permana, S.E. M.E. Universitas Halu Oleo  
Nanang Qosim, S.E., M.M. Universitas Alkhairaat  
Asrini Mahdia S.E., M.A Gunadarma  
Deri Kusmadeni., S.Kom.,MM Universitas Anaka Bangsa  
Basuki Toto Rahmanto, S.E., M.M., M.Ak. STIMIK ESQ

**Diterbitkan Oleh :**

**ASOSIASI RISET EKONOMI DAN AKUNTANSI INDONESIA**

**Alamat: Taman Batusari Indah E-3 RT 003 RW 036, kel. Batusari, Kec. Mranggen, Kab.  
Demak, Jawa Tengah, Indonesia**

**MENGABDI**  
**JURNAL HASIL KEGIATAN BERSAMA MASYARAKAT**  
**VOLUME 2 NO. 4 AGUSTUS 2024**

**KATA PENGANTAR**

**MENGABDI : Jurnal Hasil Kegiatan Bersama Masyarakat**, adalah jurnal nasional yang berisi hasil-hasil kegiatan pengabdian dan pemberdayaan masyarakat berupa penerapan berbagai bidang ilmu diantaranya pendidikan, teknik, pertanian, sosial humaniora, komputer dan kesehatan yang diterbitkan oleh Asosiasi Riset Ekonomi dan Akuntansi Indonesia. **MENGABDI : Jurnal Hasil Kegiatan Bersama Masyarakat**, memuat publikasi hasil kegiatan pengabdian masyarakat, model atau konsep dan atau implementasinya dalam rangka peningkatan partisipasi masyarakat dalam pembangunan, pemberdayaan masyarakat atau pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat. Jurnal ini terbit 1 tahun 6 kali (**Februari, April, Juni, Agustus, Oktober dan Desember**).

**MENGABDI : Jurnal Hasil Kegiatan Bersama Masyarakat** menerbitkan satu-satunya makalah yang secara ketat mengikuti pedoman dan template untuk persiapan naskah. Semua manuskrip yang dikirimkan akan melalui proses *peer review double-blind*. Makalah tersebut dibaca oleh anggota redaksi (sesuai bidang spesialisasi) dan akan disaring oleh Redaktur Pelaksana untuk memenuhi kriteria yang diperlukan untuk publikasi. Naskah akan dikirim ke dua *reviewer* berdasarkan pengalaman historis mereka dalam *mereview* naskah atau berdasarkan bidang spesialisasi mereka. **MENGABDI : Jurnal Hasil Kegiatan Bersama Masyarakat** menerbitkan telah meninjau formulir untuk menjaga item yang sama ditinjau oleh dua pengulas. Kemudian dewan redaksi membuat keputusan atas komentar atau saran pengulas.

Reviewer memberikan penilaian atas orisinalitas, kejelasan penyajian, kontribusi pada bidang/ilmu pengetahuan. Jurnal ini menerbitkan artikel penelitian (*research article*), artikel telaah/studi literatur (*review article/literature review*), laporan kasus (*case report*) dan artikel konsep atau kebijakan (*concept/policy article*), di semua Ilmu pendidikan, teknik, pertanian, sosial humaniora, komputer dan kesehatan, Artikel yang akan dimuat merupakan karya yang orisinal dan belum pernah dipublikasikan. Artikel yang masuk akan *direview* oleh tim *reviewer* yang berasal dari *internal* maupun *eksternal*.

Dewan Penyunting akan berusaha terus meningkatkan mutu jurnal sehingga dapat menjadi salah satu acuan yang cukup penting dalam perkembangan ilmu. Penghargaan dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Mitra *bestari* bersama para anggota Dewan Penyunting dan seluruh pihak yang terlibat dalam penerbitan jurnal ini.

Salam,

Ketua Penyunting

**MENGABDI**  
**JURNAL HASIL KEGIATAN BERSAMA MASYARAKAT**  
**VOLUME 2 NO. 4 AGUSTUS 2024**

**DAFTAR ISI**

Fokus Dan Ruang Lingkup Jurnal	I
Tim Editor	II
Kata Pengantar	III
Daftar Isi	IV
<b>Pendampingan UMKM Tape Semen Bu Suwarti Dalam Pembuatan NIB &amp; Branding Untuk Meningkatkan Daya Saing</b> Chrystia Aji Putra, Seftia Triwulan Dari, Audy Herlina Puspitasari Reydiva Novia Hermawan, Salsabila Zahra Maulidina, Muhammad Adli Al Fawwaz	<b>Hal 01-16</b>
<b>Peranan Nomor Induk Berusaha (NIB) Sebagai Legalitas Usaha Bagi Pertumbuhan Bisnis UMKM Tape Semen Bu Suwarti</b> Audy Herlina Puspitasari, Condro Widodo,	<b>Hal 17-27</b>
<b>Menggali Potensi Daerah Dengan Pengembangan Potensi Kesenian Serta Edukasi Wisata Melalui Program KKNT di Desa Carangwulung</b> Nuriah Yuliati, Alfian Farrel A.L, Ameta Novelia Br Karo Ana Safira Putri, Choirul Miftakhul Anam, Mohammad Idhom, Nuriah Yuliati,	<b>Hal 28-38</b>
<b>Program Pemberdayaan Ekonomi Keluarga Dhuafa Ibu Citra Warga Sawangan Depok Melalui Pengembangan Usaha Takoyaki</b> Salma Julia Imbarsyah, Salsa Silva Zahra, Riska Nabilah, Mulkan Habibi,	<b>Hal 39-47</b>
<b>Pentingnya Penerapan Digital Marketing Dalam Proses Memajukan UMKM Di Daerah Jakarta Selatan</b> Sri Astuti, Bela Hemalia Putri, Firli Agustini, Indratni Khair,	<b>Hal 48-56</b>
<b>Utilization of Digital Marketing in Increasing Sales of Msme in Bengkalis Regency</b> Juspiani Juspiani, Yunelly Asra,	<b>Hal 57-66</b>
<b>Peningkatan Kualitas Laporan Keuangan UMKM Toko Sembako Dan Laundry Care</b> Ali Muddin Ritonga, Yudas Tadius Andi Candra	<b>Hal 67-74</b>
<b>Penguatan Manajemen pada Usaha Kerajinan Bambu Jihan Craft Desa Somakaton</b> Najmudin Najmudin, Sri Lestari, Lasmedi Afuan, Devani Laksmi Indyastuti,	<b>Hal 75-84</b>
<b>Pendampingan Usaha Mikro dalam Upaya Meningkatkan Penjualan melalui Digitalisasi</b> Trisni Handayani, Kholifaturrossidin Kholifaturrossidin, Firman Ihsan Herditya Muhammad Ammar Fadgham	<b>Hal 85-93</b>

- The Role of Mosque Istiqlal Osaka, Japan: Preliminary Observations on Islamic Religious Practices for the Indonesian Migrant Worker Society** **Hal 94-108**  
Imron Natsir,
- Kolaborasi Pemerintah Desa Kalukubodo Kec. Galesong Selatan Kab. Takalar dan Perguruan Tinggi Stia Yappi Kita Wujudkan Kemandirian Lokal dan Ketahanan Pangan** **Hal 109-115**  
Nurasia Natsir, Indriati Amirullah, Syafaruddin Syafaruddin, Khaeriyah Khaeriyah, Mursalin Mursalin, Muhammad Natsir Mallawi
- Sosialisasi Pentingnya Berinvestasi pada Pelaku UMKM di Desa Pematang Johar** **Hal 116-127**  
Revita Sari, Regina Salsabilla
- Inovasi Digital: Implementasi Mini Photobox sebagai Alat Pemasaran Kreatif untuk UMKM** **Hal 128-134**  
Oktaviani Arcici Hadir, Maharani Ikaningtyas
- Strategi Peningkatan Kesadaran Pertanian Berkelanjutan di Desa Japaran Melalui Pendampingan Pembuatan Pupuk Organik** **Hal 135-144**  
Nurul Aini P, Efrilia Lukita S, Dwi Selvi A, Umi Nur F, Fatma Mirrohmatil M, Ramadhani Mahendra K,
- Sosialisasi Peran Orang Tua dalam Melindungi dan Memenuhi Hak-Hak Anak** **Hal 145-150**  
Wa salmi, Nur Hidayatin, Sugiono Sugiono, Umar Polimba, Desi Arunia Wati Alimudin Alimudin
- Peningkatan Kualitas Pendidikan Oleh Mahasiswa KKN di Desa Domas Kecamatan Trowulan Kabupaten Mojokerto** **Hal 151-160**  
Riska Ayu Rahmaida, Alifatur Mustofa, Sjarief Hidajat,
- Strategi Inovatif Dalam Mengelola Keuangan Keluarga: Pengalaman Dari Program KKN di Desa Domas Kabupaten Mojokerto** **Hal 161-168**  
Rosita Farhat, Nadhifatul Nur Maulani, Sjarief Hidajat
- Pengelolaan Sampah Organik Dengan Metode Puskoraling (Pupuk Kompos Ramah Lingkungan) Dalam Pemberdayaan Masyarakat Desa Domas** **Hal 169-177**  
Muhammad Rafel Emirruso Mauluddin, Utari Esti Isnainazzahra Syarief Hidajat
- Sosialisasi Profesi Akuntansi untuk Meningkatkan Minat dan Motivasi Pelajar SMK Muhammadiyah 9 Jakarta dalam Menghadapi Persaingan Dunia Kerja** **Hal 178-184**  
Nani Jumanti, Sarah Ari Sofura, Aulia Rahmi, Cici Rosmala, Satria Berbudhi

**Menumbuhkan Kesadaran Orang Tua dalam Deteksi dan Intervensi Stunting Anak Sejak Dini** **Hal 185-191**

Inten Risna, Haerul Mustofa, Ichsan Ahmad Prasetyo, Uktafiya Nurhayati, Siti Marina, Ade Ifan Mujayanro, Dea Azhari, Albert Aderama, Fani Fardiani, Moch. Fikries Najmil Hak, Nur Yulia Prastiwi, Rafli Maulana Septa Fauzi, Indah Fitriani, Ridwan Ridwan

**Seminar Parenting: Mendidik Anak Dengan Keteladanan dan Cinta** **Hal 192-197**

Rully Angraeni Safitri, Siti Abadiyah, Basirun Basirun, Siti Hafidzoh Khaerunnisa Yulia Handayani,

**Pengenalan Website sebagai Media Informasi dan Promosi Desa** **Hal 198-208**

Panji Wijonarko, Rohmad Dwi Cahya, Bimbang Agus Purnomo, Wawan Iswanto Burhanudin Burhanudin, Rasyan Akbar,

## Menggali Potensi Daerah Dengan Pengembangan Potensi Kesenian Serta Edukasi Wisata Melalui Program KKNT di Desa Carangwulung

### *Exploring Regional Potential By Developing Arts Potential And Tourism Education Through KKNT Program In Carangwulung Village*

Alfian Farrel A.L<sup>1</sup>, Ameta Novelia Br Karo<sup>2</sup>, Amirah Afifah<sup>3</sup>, Ana Safira Putri<sup>4</sup>,  
Choirul Miftakhul Anam<sup>5</sup>, Mohammad Idhom<sup>6</sup>, Nuriah Yulianti<sup>7</sup>

<sup>1-7</sup>Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur, Surabaya

Korespondensi Penulis : [nuriah\\_y@upnjatim.ac.id](mailto:nuriah_y@upnjatim.ac.id)\*

#### Article History:

Received: Juni 30, 2024;

Accepted: Juli 04, 2024;

Published: Agustus 31, 2024;

**Keywords:** *Natural potential, Art, Observation*

**Abstract.** Every country has distinctive characteristics that become selling points in terms of economy and infrastructure, including small regions such as districts, sub-districts, villages, and hamlets that need to be developed to be more widely known. These distinctive values, including natural potential, plantation products, micro-businesses, tourism sectors, and arts, are important for regional existence. Carangwulung Village in Wonosalam Sub-district, Jombang Regency, has high natural potential such as durian, salak and coffee. Located in the highlands, the village excels in plantations. The tourism sector stands out with its beautiful environment and friendly people, making it an ideal destination for tourists. Plantation products are processed into high-value products through MSME businesses that prioritize quality. Arts potential, such as Gamelan, Jaranan, and Remo Dance, are also preserved. The community service program focused on the development of arts and tourism in Carangwulung Village, including the "Selepas Senja" art performance and tourism. The research used a qualitative descriptive methodology, collecting data through observation, interviews and FGDs. The findings show the importance of preserving and promoting local coffee culture and traditional arts to attract tourists. The eco-tour involved 10 UPN "Veteran" East Java students and the local community.

#### Abstrak

Setiap negara memiliki ciri khas yang menjadi nilai jual dari sisi ekonomi dan infrastruktur, termasuk daerah kecil seperti kabupaten, kecamatan, desa, dan dusun yang perlu dikembangkan agar dikenal lebih luas. Nilai-nilai khas ini, meliputi potensi alam, hasil perkebunan, bisnis mikro, sektor wisata, dan kesenian, penting untuk eksistensi daerah. Desa Carangwulung di Kecamatan Wonosalam, Kabupaten Jombang, memiliki potensi alam tinggi seperti durian, salak, dan kopi. Terletak di dataran tinggi, desa ini unggul dalam perkebunan. Sektor wisata menonjol dengan lingkungan asri dan penduduk ramah, menjadikannya tujuan ideal bagi wisatawan. Hasil perkebunan diolah menjadi produk bernilai jual tinggi melalui bisnis UMKM yang mengutamakan kualitas. Potensi kesenian, seperti Gamelan, Jaranan, dan Tari Remo, juga dilestarikan. Program Kuliah Kerja Nyata berfokus pada pengembangan kesenian dan eduwisata di Desa Carangwulung, mencakup pentas seni "Selepas Senja" dan eduwisata. Penelitian ini menggunakan metodologi deskriptif kualitatif, mengumpulkan data melalui observasi, wawancara, dan FGD. Temuan menunjukkan pentingnya melestarikan dan mempromosikan budaya kopi lokal dan kesenian adat untuk menarik wisatawan. Eduwisata ini melibatkan 10 mahasiswa UPN "Veteran" Jawa Timur dan masyarakat setempat.

**Kata Kunci:** Potensi alam, Kesenian, Observasi.

\* Nuriah Yulianti, [nuriah\\_y@upnjatim.ac.id](mailto:nuriah_y@upnjatim.ac.id)

## **PENDAHULUAN**

Suatu Negara memiliki ciri khas nya masing – masing, dan tiap ciri khas tersebut memiliki nilai jual yang sangat berharga bagi Negara tersebut, nilai – nilai tersebut juga menjadi potensi yang dapat menunjang eksistensi Negara tersebut baik dari segi ekonomi maupun infrastrukturnya. Potensi – potensi tersebut tak menutup kemungkinan muncul juga di tingkatan daerah yang lebih kecil, seperti Kabupaten, Kecamatan, Desa, hingga Dusun, potensi pada daerah yang lebih kecil ini harus lebih ditonjolkan kepada masyarakat luas, begitu juga dengan nilai – nilai ciri khasnya yang harus lebih dikembangkan agar bisa lebih dikenal oleh masyarakat yang lebih luas. Nilai – nilai ini tentu sangat penting bagi suatu daerah, karena potensi yang mereka miliki akan sangat memengaruhi eksistensi mereka. Nilai – nilai tersebut dapat berasal dari segala aspek, baik dari potensi alamnya, hasil panen perkebunannya, bisnis mikronya, sektor wisatanya, hingga potensi keseniannya.

Pada kasus lingkup yang lebih kecil ada Desa Carangwulung, Kecamatan Wonosalam, yang merupakan salah satu desa di Kabupaten Jombang yang memiliki potensi sumber daya alam yang tinggi. Terdapat berbagai jenis hasil perkebunan, antara lain durian, salak, dan kopi (Desa Carangwulung, 2024). Desa Carangwulung yang merupakan daerah dataran tinggi ini menjadi keunggulannya dalam hasil perkebunannya, karena dengan letaknya yang berada di dataran tinggi dapat mengoptimalkan hasil panennya yang cukup sulit dikembangkan jika di dataran rendah.

Tak hanya hasil alamnya, sektor wisata dari Desa Carangwulung juga dapat diunggulkan, pengunjung yang datang ke Desa Carangwulung dapat mengunjungi berbagai tempat wisata. Lingkungan Desa Carangwulung yang masih alami menjadikannya tujuan ideal bagi siapa saja yang ingin bersantai setelah seharian beraktivitas di kota. Ada beberapa jenis wisata yang tersedia untuk pengunjung. Desa Carangwulung menjadi lebih nyaman untuk dikunjungi wisatawan karena udaranya yang sejuk, lingkungan yang asri, dan penduduknya yang ramah (Desa Carangwulung, 2024).

Hasil perkebunan Desa Carangwulung sangat beragam karena potensi alamnya yang besar. Masyarakat memanfaatkan hasil sumber daya alam tersebut untuk menciptakan suatu produk yang memiliki nilai jual yang lebih tinggi. Masyarakat sangat mengutamakan kualitas bahan baku dan proses pembuatannya agar menghasilkan produk yang berkualitas tinggi (Desa Carangwulung, 2024). Hal inilah yang membuat Desa Carangwulung memiliki beragam jenis bisnis UMKM, baik dari makanan, hingga usaha tekstil.

Salah satu yang juga diunggulkan oleh Desa Carangwulung adalah keseniannya yang sangat kental, potensi kesenian yang dimiliki oleh desa ini cukup menjanjikan, karena budaya

jawa di desa ini cukup menonjol. Masyarakat desa ini sangat menghargai kesenian jawa baik dari Gamelan, Jaranan, hingga Tari Remo, masyarakat Desa Carangwulung terus menurunkan kesenian ini ke generasi yang lebih muda agar tetap terjaga dan supaya generasi yang lebih muda dapat melestarikannya.

Maka dari itu melalui kegiatan pengabdian kami di Desa Carangwulung dalam program Kuliah Kerja Nyata ini, kami ingin menggali lebih jauh terkait potensi yang dimiliki oleh Desa Carangwulung melalui pengembangan potensi keseniannya serta eduwisata. Potensi yang dimiliki oleh Desa Carangwulung sangatlah bagus maka dari itu kami ingin memberikan dorongan kepada masyarakat sekitar serta pemuka desa agar potensi – potensi ini dapat lebih dikembangkan, kami memberikan wadah berupa adanya pentas seni bertajuk “Selepas Senja” yang menampilkan beragam kesenian khas dari Desa Carangwulung serta membuat sebuah Eduwisata untuk mendorong sektor wisata Desa Carangwulung.

## **METODE**

Metodologi penelitian deskriptif kualitatif banyak digunakan dalam mengkaji pengembangan eduwisata kopi dan kesenian adat berupa acara “Senja Segunung”, karena dapat memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai pengalaman dan sudut pandang mereka yang bekerja dalam bisnis ini. Metode ini sangat berharga untuk memahami seluk-beluk pariwisata kopi yang berakar pada budaya lokal dan hambatan yang dihadapi oleh pengusaha kopi dan kedai kopi di destinasi wisata.

Pendekatan penelitian deskriptif kualitatif mencakup serangkaian langkah penting:

1. Prosedur pengumpulan data meliputi observasi lapangan, wawancara langsung, *Forum Group Discussion* (FGD), dan pemeriksaan materi laporan. Metodologi ini memungkinkan peneliti untuk mengumpulkan data yang komprehensif tentang pengalaman dan perspektif mereka yang terlibat dalam pariwisata kopi, termasuk pelaku perusahaan kopi, wisatawan, dan masyarakat lokal.
2. Pengolahan data: Pengolahan data memerlukan pengaturan dan pemeriksaan sistematis terhadap data yang terkumpul untuk melihat pola dan tema yang berulang. Mengidentifikasi elemen-elemen kunci yang berdampak pada pengembangan ekowisata kopi merupakan langkah penting.
3. Analisis dan temuan: Analisis data, yang merupakan landasan dari pendekatan ini, dilakukan dengan menggunakan metodologi kualitatif deskriptif. Memahami kualitas data sangat penting dalam menentukan jenis kegiatan wisata kopi, pengaruh budaya lokal, dan hambatan yang dihadapi oleh pengusaha kopi serta acara kesenian.

Jurnal ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, yang menekankan pada eksplorasi fenomena secara mendalam melalui pengumpulan dan analisis data deskriptif. Desain jurnal ini melibatkan wawancara mendalam dengan para pemangku kepentingan utama, termasuk petani lokal, pelaku usaha kecil, pelaku kesenian adat Carangeulung, dan berbagai perangkat desa. Wawancara dipandu dengan pertanyaan terbuka yang memungkinkan peserta untuk berbagi pengalaman dan wawasan mereka tentang industri eduwisata kopi di Desa Carangwulung. Salah satu tema utama yang muncul adalah pentingnya budaya dan tradisi kopi lokal serta kesenian adat khas dalam menarik wisatawan. Para peserta menekankan perlunya melestarikan dan mempromosikan teknik dan tradisi pembuatan kopi yang unik di desa tersebut untuk membedakannya dari tujuan wisata lainnya.

Kegiatan edu wisata ini bertempat di Desa Carangwulung, Kecamatan Wonosalam, Kabupaten Jombang. Kegiatan budidaya hortikultura diikuti oleh 10 mahasiswa UPN “Veteran” Jawa Timur sebagai peserta KKN-T MBKM 2024 dan beberapa masyarakat sekitar desa. Kegiatan utama berupa pengenalan dan edukasi terkait kopi yang ada di Carangwulung.



**Gambar 1. Diagram Penelitian**

## HASIL

Potensi desa merupakan suatu kekayaan yang dimiliki di suatu desa yang mungkin untuk di sebarluaskan untuk peningkatan kesejahteraan masyarakat. Potensi desa dapat mempengaruhi perkembangan pada suatu wilayah yang berdasarkan potensi desa tersebut. Terdapat beberapa potensi Desa Carangwulung yaitu UMKM dan Kesenian Gamelan. UMKM dapat dijadikan hal yang penting untuk pembangunan untuk berkontribusi dalam kegiatan kerja dan pendapatan yang tinggi (Kusumawati, *et al.*, ).

### 1. AsriFood



**Gambar 2. Produk asri food**

UMKM Asrifood berlokasi di Dusun Segunung yang berdiri pada tahun 2015. Asrifood didirikan karena adanya melimpahnya bahan baku. Jika bahan baku dijual dengan bahan mentah maka memiliki nilai jual yang rendah. Produk UMKM Asrifood dibuat dengan hasil dari petani lokal. Produk dari UMKM Asrifood yaitu keripik pisang, keripik talas, rempah-rempah instan, permen tape. UMKM Asrifood menjual produknya dengan harga terjangkau. Pengolahan produk Asrifood memperhatikan kebersihan supaya produk bersih dan higienis. Mahasiswa melakukan pendampingan dengan cara membantu strategi pemasaran dan wawancara perihal kemasan dan HKI (Hak kekayaan intelektual) dari logo dan produk yang dihasilkan.

## **2. Wonoasri Coffee**

UMKM Wonoasri menjual bubuk jenis kopi robusta dan excelsa. Kopi robusta mempunyai rasa yang pekat dan kuat. Namun untuk excelsa memiliki rasa yang asam. Pemilik UMKM ini mengolah hasil kopi dari kebun sendiri. Kopi Wonoasri saat melakukan produksi dilakukan secara baik dan teliti sehingga memiliki kualitas yang terbaik. UMKM ini berada di Dusun Segunung. Kopi Wonoasri dijual dengan harga Rp 11.000 untuk kopi robusta dan Rp. 13.000 untuk kopi Excelsa.

## **3. Mamaa Ria**

UMKM Mamaa Ria adalah UMKM yang bergerak pada bidang makanan. UMKM ini menjual berbagai macam tumpeng dan juga bermacam-macam aneka jajanan pasar. Namun UMKM ini juga menjual beberapa kue kering. Produk UMKM Mamaa Ria dibuat dengan olahan sendiri maka menghasilkan rasa yang khas dan enak. UMKM Mamaa Ria ini sistem penjualannya yaitu dengan sesuai pesanan. Untuk harga tumpeng yaitu Rp. 100.000 sedangkan untuk kue kering atau kue basah sekitar Rp 1.500. Alamat UMKM ini yaitu di Dusun Segunung.

## **4. Octno Batik**



**Gambar 3. Produk Octno Batik**

UMKM Batik Octno ini berada di Dusun Segunung. Pemilik UMKM batik ini yaitu Nur Okno Femiati. UMKM Batik ini berdiri pada tanggal 25 Agustus 2021. Octno batik ini menjual beberapa kain batik yaitu batik tulis, ecoprint, dan cap. UMKM Batik Octno ini berada di Dusun Segunung, Kain batik yang dihasilkan oleh Octno batik ini dijual dengan harga Rp 135.00 – Rp 350.000. Ibu Nur Okno selaku pemilik UMKM tersebut biasanya mengikuti pameran untuk memasarkan kain batiknya. Mahasiswa juga melakukan pendampingan terhadap rebranding produk dari octno batik agar target pasar semakin meluas dengan adanya e-commerce serta sosial media dan mahasiswa juga membantu dalam pendaftaran lokasi pada google juga pembuatan pembaruan logo batik octno

### **5. Wojo Kopi**

UMKM Wojo Kopi merupakan UMKM yang ada di desa Carangwulung. UMKM ini hanya menjual kopi mentahan saja. Kopi yang dijual itu tiga macam yaitu kopi robusta kopi Excelsa dan kopi Arabica. Pecinta kopi wajib mencoba kopi dari UMKM ini. Kopi yang dijual dengan harga Rp 40.000 – Rp 65.000 sesuai dengan standar masing-masing.

### **6. Wolamgrezz**

Wolamgrezz merupakan UMKM yang menjual makanan ringan. Makanan ringan yang dijual ini dapat dikonsumsi dari anak-anak sampai dewasa. Produk yang dijual UMKM beraneka ragam yaitu stik ketela, stik benak, stik jagung, stik kentang serta stik pisang. Namun UMKM Wolamgrezz ini menjual makanan lainnya yaitu seperti nastar, lidah kucing, roti serta nastar. UMKM Wolamgrezz berada di Dusun Banyon Desa Carangwulung

### **7. Potensi Desa dengan Kesenian Gamelan**



**Gambar 4. Pertunjukan Gamelan**

Gamelan merupakan contoh alat musik yang ada di Nusantara. Gamelan adalah musik yang biasanya memperlihatkan alat musiknya yaitu metalofon, gambang, gendang dan gong. Gamelan berasal dari bahasa Jawa yang mana *gamel* berartikan menabuh, sedangkan diikuti akhiran “an” yang diartikan dengan kata benda. Kesenian Gamelan di Desa Carangwulung masih dilestarikan dan juga gamelan ini diadakan di SD Carangwulung 1 sebagai kegiatan ekstrakurikuler untuk melestarikan budaya.

Pengabdian Masyarakat yang dilaksanakan oleh kelompok 4 dalam program Kuliah Kerja Nyata Tematik MBKM Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur Tahun 2024 berlangsung selama sekitar tiga bulan. Program ini dimulai pertengahan Maret dan berakhir akhir Juni. Fokus pengabdian ini adalah meningkatkan potensi lokal dengan tujuan membantu masyarakat Desa Carangwulung mengembangkan potensi yang ada agar menjadi nilai tambah bagi desa tersebut. Kegiatan dimulai dengan survei lapangan dan koordinasi dengan tokoh masyarakat untuk mengidentifikasi potensi lokal yang belum tergali. Dari survei ini, ditemukan beberapa potensi yang perlu dikembangkan, seperti lahan kopi yang pemanfaatannya kurang optimal dan kurangnya eksposur budaya setempat. Untuk mengatasi masalah ini, direncanakan pembentukan wisata edukasi kopi agar masyarakat umum dapat mengenal potensi yang ada di Desa Carangwulung, dengan harapan meningkatkan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat. Selain itu, juga direncanakan program pertunjukan kesenian untuk memperkenalkan dan melestarikan kesenian lokal kepada masyarakat yang lebih luas.

## **DISKUSI**

Desa Carangwulung di Kecamatan Wonosalam memiliki sumber daya alam yang sangat kaya, mulai dari komoditas perkebunan seperti durian dan kopi hingga peternakan sapi dan kambing (Safeyah *dkk*, 2024). Salah satu komoditas unggulan di desa ini adalah kopi, yang terdiri dari jenis arabika, robusta, dan excelsa, dengan dominasi robusta. Cita rasa kopi Carangwulung memiliki keunikan tersendiri karena dipengaruhi oleh kondisi alam setempat seperti tanah, iklim, dan cuaca (Panggabean, 2011). Meskipun kopi merupakan komoditas unggulan Desa Carangwulung, potensinya belum tergali secara optimal. Program pengembangan kopi sebagai komoditas unggulan diharapkan dapat meningkatkan kualitas dan kuantitas produksi. Keunggulan cita rasa kopi dari desa ini belum banyak dikenal karena kurangnya promosi dan eksposur potensi lokal, sehingga diperlukan alternatif untuk mengembangkan hal tersebut.

Pengembangan potensi adalah usaha untuk membangun, mendorong, dan meningkatkan kemampuan masyarakat dalam memperbaiki kualitas hidup dan kesejahteraan (Akbar *dkk*, 2023). Banyak cara dapat dilakukan untuk mengembangkan potensi kopi, salah satunya adalah dengan membuat wisata kopi berbasis edukasi. Mahasiswa KKN Tematik MBKM Kelompok 4 berkolaborasi dengan tokoh masyarakat seperti ketua dusun, ketua kelompok wisata, dan kelompok tani kopi untuk menciptakan forum diskusi tentang konsep eduwisata, paket wisata, hingga layout dan alur wisata di Desa Carangwulung.



**Gambar 5. Dokumentasi Forum Diskusi dengan Tokoh Masyarakat**

Lokasi yang dipilih untuk membuat wisata berbasis edukasi kopi yaitu di Dusun Segunung Desa Carangwulung. Adanya sebuah eduwisata ini diharapkan menjadi salah satu faktor untuk meningkatnya ekonomi masyarakat. Eduwisata juga mampu membuat kopi desa carangwulung menjadi dikenal kalangan umum sehingga potensi lokal yang ada dapat dimanfaatkan dengan baik.



**Gambar 6. Gapura Masuk Eduwisata Kopi**

Pengembangan potensi yang dilakukan mahasiswa kelompok 4 KKNT MBKM UPNVJT selain pada bidang eduwisata yaitu pelestarian kebudayaan. Menurut data kemendikbudristek pada tahun 2016, terdapat 143 kesenian Indonesia yang akan mengalami

kepunahan. Hal ini tentu saja perlu menjadi perhatian seluruh aspek masyarakat hingga pemerintah karena Indonesia adalah negara dengan keanekaragaman budaya dan kesenian. Desa carangwulung merupakan salah satu desa yang masih mengangkat adat budaya dan kesenian tetapi masih kurang mendapat perhatian lebih di kalangan masyarakat. Media adalah cara untuk mempromosikan atau memperkenalkan sebuah hal dari cakupan yang kecil menjadi cakupan yang lebih besar (Winarti, 2021). Dengan media semua kegiatan akan mudah tersebar dalam waktu yang begitu cepat. Hal ini lah yang menjadikan kelompok 4 KKNT MBKM UPVJT untuk melakukan ajang promosi kesenian dengan menggelar sebuah acara yang bernama Selepas Senja dengan mengangkat tema "Ingkang Lestari, Ingkang Ngabudoyo". Acara yang dilaksanakan ini memiliki tujuan yang sesuai dengan tema yang telah dibuat yaitu untuk melestarikan budaya yang ada di Desa CarangwulungCarangwulung serta mempromosikan potensi lokal yang dimiliki.



**Gambar 7. Acara Selepas Senja**

## **KESIMPULAN**

Profil desa sangat diperlukan untuk mendapatkan gambaran yang akurat mengenai potensi dan perkembangan desa, sebagaimana diatur dalam Permendagri Nomor 12 Tahun 2007. Profil desa mencakup karakteristik dasar keluarga, potensi sumber daya alam (SDA) dan sumber daya manusia (SDM), serta sarana dan prasarana yang ada. Desa Carangwulung, yang

terletak di Kecamatan Wonosalam, Kabupaten Jombang, memiliki potensi sumber daya alam yang besar, termasuk hasil perkebunan seperti kopi, salak, dan durian, serta berbagai wisata alam, edukasi, dan budaya.

Visi Desa Carangwulung adalah " Bersama Masyarakat Mewujudkan Carangwulung yang Sejahtera di Segala Bidang yang Berkarakter dan Berdaya Saing". Misi desa ini mencakup tata kelola pemerintahan yang bersih, transparan, dan profesional, peningkatan kualitas SDM, kesejahteraan ekonomi masyarakat, pengelolaan SDA yang mandiri, serta menjadikan desa sebagai tujuan wisata di Kabupaten Jombang.

Desa Carangwulung memiliki berbagai potensi UMKM dan kesenian, seperti AsriFood, Wonoasri Coffee, Mamaa Ria, Octno Batik, Wojo Kopi, dan Wolamgrezz, yang semuanya berkontribusi pada ekonomi lokal. Kesenian Gamelan juga menjadi bagian dari warisan budaya yang masih dilestarikan di desa ini. Selain itu, program eduwisata kopi sedang dikembangkan untuk meningkatkan ekonomi dan mengenalkan cita rasa unik kopi Carangwulung kepada masyarakat luas.

Pengembangan potensi desa, termasuk eduwisata dan pelestarian budaya, diharapkan dapat meningkatkan kualitas hidup dan kesejahteraan masyarakat Desa Carangwulung. Kolaborasi antara mahasiswa, tokoh masyarakat, dan kelompok tani kopi telah menciptakan forum diskusi dan program yang bertujuan untuk mempromosikan potensi lokal dan melestarikan kebudayaan desa.

## **PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS**

Kami ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh mitra yang telah berkontribusi secara signifikan terhadap keberhasilan inisiatif pelayanan masyarakat kami. Secara khusus, kami ingin mengucapkan terima kasih atas dukungan yang tak ternilai yang diberikan oleh:

- Balai Desa: Dedikasi terhadap pengembangan masyarakat telah berperan penting dalam upaya kami untuk mempromosikan praktik-praktik berkelanjutan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan.
- Sekretariat Kampung Adat Segunung: Komitmen untuk melestarikan dan mempromosikan warisan budaya kami sangat penting dalam inisiatif kami untuk mempromosikan pariwisata budaya dan keterlibatan masyarakat.
- UPN Veteran Jawa Timur: Dukungan yang tak tergoyahkan dalam memberikan kesempatan pendidikan kepada anggota masyarakat kami telah memberdayakan mereka

untuk mengambil peran aktif dalam pembangunan.

Kami sangat berterima kasih atas upaya kolektif para mitra ini, yang telah memungkinkan kami untuk mencapai tujuan kami dan memberikan dampak yang berarti bagi kehidupan anggota masyarakat. Kontribusi mereka sangat penting dalam menumbuhkan budaya keberlanjutan, keterlibatan masyarakat, dan pelestarian budaya. Kami juga ingin mengucapkan terima kasih kepada semua individu dan organisasi yang telah mendukung inisiatif kami, termasuk mereka yang telah memberikan dukungan finansial, logistik, dan moral. Kontribusi semua sangat berharga dalam membantu kami mencapai tujuan kami dan membuat perbedaan positif dalam kehidupan anggota masyarakat.

Terima kasih atas komitmen yang tak tergoyahkan terhadap visi kita bersama untuk menciptakan komunitas yang lebih berkelanjutan, adil, dan kaya akan budaya. Dedikasi adalah yang membuat visi ini menjadi kenyataan.

#### **DAFTAR REFERENSI**

- Akbar, R. A., Fauzan, M., Arsyad, A. A. H. J., & Barki, K. (2023). Implementasi pendekatan community empowerment untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat melalui pembangunan ekonomi berbasis potensi daerah. *Journal of Scientech Research and Development*, 5(1), 65-76. Retrieved from <https://carangwulung.com/> (accessed on June 30, 2024, at 21:45).
- Kusumawati, S. A., Soedarto, T., & Amir, I. T. (2022). Analisis nilai tambah home industry bawang goreng “Miji-Miji Food” Kabupaten Gresik. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*, 9(2), 795-803.
- Panggabean, I. E. (2011). *Buku pintar kopi*. AgroMedia.
- Safeyah, M., Lestari, W. D., Achmad, Z. A., Rosida, D. F., & Priyadarshini, R. (2024). Inovasi berbasis riset untuk desa wisata berkelanjutan.
- Winarti, C. (2021). Pemanfaatan sosial media oleh UMKM dalam memasarkan produk di masa pandemi Covid-19. *Universitas Tanjungpura*, 195-206.



## Pengenalan *Website* sebagai Media Informasi dan Promosi Desa

### *Introduction to Websites as Village Information and Promotion Media*

Panji Wijonarko<sup>1</sup>, Rohmad Dwi Cahya<sup>2</sup>, Bimbang Agus Purnomo<sup>3</sup>, Wawan Iswanto<sup>4</sup>,  
Burhanudin Burhanudin<sup>5\*</sup>, Rasyan Akbar<sup>6</sup>

<sup>1,6</sup>Teknik Informatika, Fakultas Teknik & Informatika, <sup>2</sup>Teknik Sipil, Fakultas Teknik & Informatika, <sup>3</sup>Teknik Mesin, Fakultas Teknik & Informatika, <sup>4,5</sup>Teknik Elektro, Fakultas Teknik & Informatika, <sup>1-6</sup>Universitas 17 Agustus 1945, Indonesia

Korespondensi Penulis: [burhanudinrimbawan482@gmail.com](mailto:burhanudinrimbawan482@gmail.com)\*

#### Article History:

Received: Juni 22, 2024;

Revised: Juli 29, 2024;

Accepted: Agustus 27, 2024;

Published: Agustus 31, 2024;

**Keywords:** Village Promotion, Website, Cultural Tourism, Community Empowerment, Digital Information

**Abstract.** *The activity of introducing the website as a medium for village information and promotion was carried out on August 24 2024 at the RW 01 Kalibaru Office Hall, targeting participants as residents of RW 01. Various objectives of this activity were the reason for this activity, but the main objective of this activity was to increase public awareness of the importance of promoting villages through digital platforms, especially in introducing the village's tourism, arts and cultural potential to a wider audience. Regarding the method used in this activity, the activity of introducing this website includes socialization, scanning barcodes to access the website, as well as extracting information related to village potential that is not widely known. Resource persons and moderators or guides involved in this activity include Panji Wijonarko M.Kom, Rohmad Dwi Cahya, Bimbang Agus Purnomo, Wawan Iswanto, Burhanudin, and Rasyan Akbar. As expected, the results of this activity show that village residents are able to accept and understand the importance of using websites as an effective promotional tool. As a result, this activity succeeded in introducing the concept of village promotion via the internet, which is expected to not only increase the number of tourists visiting, but also strengthen residents' awareness of the importance of digital promotion strategies in village development.*

#### Abstrak

Kegiatan pengenalan website sebagai media informasi dan promosi desa dilaksanakan pada 24 Agustus 2024 di Balai Kantor RW 01 Kalibaru, dengan sasaran peserta warga RW 01. Berbagai tujuan dari kegiatan ini menjadi alasan kegiatan ini, namun tujuan utama dari kegiatan ini adalah untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya promosi desa melalui platform digital, terutama dalam memperkenalkan potensi wisata, seni, dan budaya yang dimiliki desa tersebut ke khalayak yang lebih luas. Mengenai metode yang digunakan dalam kegiatan ini, aktivitas pengenalan website ini meliputi sosialisasi, pemindaian barcode untuk akses website, serta penggalian informasi terkait potensi desa yang belum banyak diketahui. Narasumber dan moderator atau pemandu yang terlibat dalam kegiatan ini diantaranya adalah Panji Wijonarko M.Kom, Rohmad Dwi Cahya, Bimbang Agus Purnomo, Wawan Iswanto, Burhanudin, dan Rasyan Akbar. Sesuai dengan yang diharapkan, hasil dari kegiatan ini menunjukkan bahwa warga desa mampu menerima dan memahami pentingnya penggunaan website sebagai alat promosi yang efektif. Alhasil kegiatan ini berhasil memperkenalkan konsep promosi desa melalui internet, yang diharapkan tidak hanya dapat meningkatkan jumlah wisatawan yang berkunjung, tetapi juga memperkuat kesadaran warga akan pentingnya strategi promosi digital dalam pembangunan desa.

**Kata kunci:** Promosi Desa, Website, Wisata Budaya, Pemberdayaan Masyarakat, Informasi Digital

## 1. LATAR BELAKANG

Dalam era digital yang semakin berkembang pesat, internet telah menjadi salah satu media yang paling efektif dalam menyebarkan informasi secara luas dan cepat. Desa-desa yang dulunya hanya dikenal secara lokal kini memiliki kesempatan untuk memperkenalkan potensi mereka ke dunia luar melalui platform online. Salah satu bentuk pemanfaatan teknologi ini adalah dengan membuat dan mempromosikan website desa, yang berfungsi sebagai media informasi dan promosi. Website tersebut dapat menjadi jendela bagi dunia luar untuk melihat dan memahami kekayaan budaya, seni, dan potensi wisata yang ada di desa. Namun, masih banyak desa yang belum menyadari pentingnya kehadiran digital ini dan bagaimana hal tersebut dapat memberikan dampak positif bagi perkembangan dan kesejahteraan masyarakat desa.

Pentingnya promosi desa melalui website tidak hanya sebatas pada peningkatan jumlah wisatawan, tetapi juga berperan dalam melestarikan budaya dan tradisi lokal. Dengan adanya website, informasi mengenai sejarah, kebudayaan, adat istiadat, hingga kerajinan tangan khas desa dapat diakses oleh siapa saja, kapan saja. Hal ini tidak hanya menarik minat wisatawan, tetapi juga membantu dalam upaya pelestarian budaya yang mungkin mulai terlupakan seiring perkembangan zaman. Selain itu, website juga dapat menjadi sarana komunikasi antara masyarakat desa dengan dunia luar, memungkinkan terjalinnya kerjasama yang dapat mendukung pembangunan desa secara berkelanjutan.

Di tengah pesatnya perkembangan teknologi dan internet, peningkatan kesadaran masyarakat mengenai pentingnya promosi desa secara online menjadi sebuah tantangan yang tidak bisa diabaikan. Meskipun internet telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari di banyak tempat, tidak semua lapisan masyarakat, terutama yang berada di daerah pedesaan, memiliki pemahaman yang memadai tentang teknologi ini. Banyak warga desa yang masih asing dengan konsep dan manfaat penggunaan internet, khususnya dalam konteks promosi dan pengelolaan potensi desa. Ketidakhahaman ini menjadi hambatan utama dalam upaya memanfaatkan website desa sebagai media informasi dan promosi yang efektif.

Selain itu, keterbatasan akses terhadap teknologi, baik dari segi infrastruktur maupun pengetahuan, turut memperburuk situasi ini. Beberapa desa mungkin masih menghadapi masalah konektivitas internet yang terbatas, sehingga menghambat upaya untuk memperkenalkan dan memanfaatkan website desa secara optimal. Dalam kondisi seperti ini, sosialisasi dan edukasi menjadi sangat krusial. Sosialisasi perlu dilakukan secara intensif dan berkelanjutan, dengan pendekatan yang disesuaikan dengan kebutuhan dan kondisi masyarakat setempat. Edukasi mengenai pentingnya website desa sebagai sarana promosi harus diiringi

dengan pelatihan praktis yang memungkinkan masyarakat untuk tidak hanya memahami konsep dasar, tetapi juga menguasai keterampilan teknis yang diperlukan dalam pengelolaan website tersebut.

Lebih jauh lagi, kegiatan sosialisasi ini juga harus dirancang untuk mengatasi berbagai hambatan psikologis dan kultural yang mungkin dihadapi masyarakat desa. Misalnya, ada kemungkinan masyarakat merasa ragu atau tidak percaya diri dalam menggunakan teknologi baru, atau mereka mungkin menganggap promosi melalui internet sebagai sesuatu yang tidak relevan dengan kehidupan sehari-hari mereka. Oleh karena itu, selain memberikan pengetahuan teknis, penting juga untuk membangun motivasi dan keyakinan masyarakat bahwa dengan mengelola dan memanfaatkan website desa dengan baik, mereka dapat memberikan kontribusi nyata terhadap perkembangan desa mereka. Ini tidak hanya akan berdampak pada peningkatan kunjungan wisatawan dan pengembangan ekonomi lokal, tetapi juga pada pelestarian budaya dan tradisi yang ada, menjadikannya dikenal lebih luas. Dengan demikian, keberhasilan program pengenalan website desa sangat bergantung pada sejauh mana masyarakat dapat memahami dan mengadopsi teknologi ini sebagai bagian dari strategi pembangunan desa yang berkelanjutan.

Jadi kegiatan pengenalan website sebagai media informasi dan promosi desa menjadi sangat relevan. Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan pemahaman kepada masyarakat desa, khususnya warga RW 01 Kalibaru, mengenai pentingnya keberadaan website desa dan bagaimana mereka dapat berpartisipasi dalam upaya promosi tersebut. Harapannya, dengan adanya pemahaman yang lebih baik, masyarakat akan lebih proaktif dalam mendukung upaya promosi desa melalui media digital, yang pada akhirnya dapat meningkatkan kesejahteraan dan pembangunan desa secara keseluruhan.

## **2. METODOLOGI**

Kegiatan pengenalan website sebagai media informasi dan promosi desa ini dilakukan dengan menggunakan metode yang terstruktur untuk memastikan bahwa tujuan dan sasaran program dapat tercapai secara efektif. Adapun metodologi yang digunakan mencakup beberapa tahapan penting sebagai berikut:

### **1. Sosialisasi dan Edukasi**

Tahap pertama dalam kegiatan ini adalah memberikan sosialisasi kepada warga RW 01 Kalibaru mengenai pentingnya website sebagai media promosi desa. Sosialisasi dilakukan dalam bentuk presentasi dan diskusi interaktif yang dipimpin oleh para narasumber. Materi yang disampaikan mencakup pengertian dasar tentang website, manfaatnya dalam promosi

desa, serta contoh-contoh sukses dari desa lain yang telah menggunakan website untuk menarik wisatawan dan mengembangkan potensi lokal.

## 2. Scan Barcode Website

Setelah sosialisasi, peserta diberikan kesempatan untuk secara langsung mengakses website desa yang telah dibuat dengan cara memindai barcode yang disediakan. Metode ini dipilih untuk memberikan pengalaman langsung kepada warga dalam mengakses informasi melalui perangkat mobile mereka. Dengan memindai barcode, warga dapat melihat bagaimana informasi mengenai potensi wisata, seni, dan budaya di desa mereka ditampilkan secara online. Langkah ini juga bertujuan untuk meningkatkan partisipasi aktif warga dalam penggunaan website desa.

## 3. Penggalan Informasi Potensi Desa

Sebagai bagian dari metode pelaksanaan, para peserta diajak untuk berkontribusi dalam menggali informasi mengenai potensi dan sumberdaya yang ada di desa. Diskusi kelompok kecil diadakan untuk mendiskusikan aspek-aspek desa yang dapat dipromosikan melalui website. Warga diajak untuk berbagi pengetahuan mereka tentang sejarah desa, kebudayaan, tradisi, serta potensi wisata yang mungkin belum terdokumentasikan. Informasi yang dikumpulkan ini kemudian akan digunakan untuk memperkaya konten website desa.

## 4. Evaluasi Pemahaman

Di akhir kegiatan, dilakukan evaluasi terhadap pemahaman warga mengenai pentingnya website sebagai media promosi desa. Evaluasi ini dilakukan melalui sesi tanya jawab dan penyebaran kuesioner singkat yang dirancang untuk mengukur tingkat pemahaman peserta serta minat mereka dalam berpartisipasi lebih lanjut dalam pengelolaan website desa.

## 5. Pelatihan Teknis Dasar

Bagi warga yang tertarik, dilanjutkan dengan pelatihan teknis dasar mengenai pengelolaan website. Pelatihan ini mencakup cara mengunggah konten, mengedit halaman, serta menjaga keamanan website. Tujuan dari pelatihan ini adalah untuk membekali warga dengan keterampilan yang diperlukan untuk menjaga keberlanjutan website desa, sehingga promosi dapat terus dilakukan secara mandiri oleh masyarakat.

Metodologi ini dirancang untuk memastikan bahwa kegiatan pengenalan website tidak hanya memberikan informasi, tetapi juga memberdayakan masyarakat untuk secara aktif berpartisipasi dalam promosi dan pengembangan desa melalui media digital.

## 2. KAJIAN PUSTAKA

Penggunaan website sebagai media promosi telah menjadi salah satu strategi yang efektif dalam mengembangkan potensi desa, khususnya dalam bidang pariwisata, seni, dan budaya. Menurut Sonjaya (2023), keberadaan website desa merupakan suatu keharusan untuk meningkatkan efisiensi dalam penyebaran informasi dan promosi potensi lokal. Website desa tidak hanya berfungsi sebagai saluran komunikasi antara pemerintah desa dan masyarakat, tetapi juga sebagai alat strategis untuk mempromosikan potensi wisata, seni, dan budaya desa secara luas. Website desa menyediakan platform yang sangat penting bagi pemerintah desa untuk menyebarkan informasi dengan cepat dan efektif. Sebelumnya, informasi mengenai kegiatan desa, potensi wisata, dan layanan publik seringkali hanya disebarluaskan melalui metode tradisional seperti pengumuman di papan informasi atau pertemuan tatap muka. Penerapan website desa diharapkan dapat membawa dampak positif dari sisi ekonomi dan pemberdayaan masyarakat. Dengan adanya platform yang memadai untuk promosi dan administrasi, masyarakat desa didorong untuk terus berinovasi dan memanfaatkan teknologi untuk kepentingan mereka. Hal ini dapat meningkatkan partisipasi masyarakat dalam berbagai aspek pembangunan desa, serta mempercepat proses pengambilan keputusan dan pelaksanaan program-program desa. Secara keseluruhan, pemanfaatan website sebagai media informasi dan promosi desa merupakan langkah strategis dalam menghadapi tantangan digitalisasi saat ini. Website desa tidak hanya menjadi sarana untuk menyebarluaskan informasi dan mempromosikan potensi lokal, tetapi juga sebagai alat yang efektif dalam meningkatkan administrasi dan layanan publik. Implementasi website desa diharapkan dapat menjadi solusi yang signifikan untuk meningkatkan kualitas pelayanan, memperkuat komunitas, dan mendukung pembangunan desa yang berkelanjutan.

Sejalan dengan itu, Nurmawati, Yuniati, Firdaus, & Rachmana (2024) dalam kajiannya tentang pengaruh media digital terhadap promosi wisata desa menyatakan bahwa website yang dikelola dengan baik dapat meningkatkan daya tarik wisatawan. Pemasaran digital memiliki potensi besar untuk meningkatkan pariwisata di komunitas pedesaan dengan memperluas jangkauan pasar dan menarik lebih banyak pengunjung. Penelitian ini menyoroti pentingnya pemetaan kebutuhan teknologi informasi untuk meningkatkan pemasaran desa wisata. Dengan fokus pada desa Kemiren, Lombok Kulon, dan Kampung Blekok, penelitian ini mengungkapkan bahwa meskipun desa-desa tersebut telah mulai mengintegrasikan teknologi informasi dalam strategi pemasaran mereka, penggunaan alat pemasaran digital seperti website dan media sosial masih terbatas. Untuk memaksimalkan manfaat pemasaran

digital, penting bagi desa-desa ini untuk menyesuaikan strategi mereka dengan kebutuhan spesifik dan segmen pasar yang dituju. Temuan ini menekankan perlunya kerangka kerja pemasaran digital yang lebih kuat untuk meningkatkan promosi dan visibilitas desa wisata, sehingga mendorong pertumbuhan ekonomi dan pengembangan komunitas di wilayah tersebut.

Sementara itu, penelitian yang dilakukan oleh Fatimah, Kurniawati, Farida, & Pariyatin (2019) menyoroti peran website dalam pemberdayaan masyarakat desa. Website desa merupakan alat penting dalam memperkenalkan dan mempromosikan desa kepada wilayah lain dengan memanfaatkan internet sebagai sarana untuk pertukaran informasi dan produk. Penelitian ini bertujuan untuk merancang website desa menggunakan pendekatan berbasis objek dan model Unified Modelling Language (UML), yang mencakup tahap Analisis Berbasis Objek dan Desain Berbasis Objek. Website desa yang dihasilkan menyediakan informasi tentang produk pertanian dan hasil olahan yang dapat diakses secara global, sehingga meningkatkan potensi pemasaran desa. Dengan pelatihan enam jam bagi pejabat desa, website ini memungkinkan pembaruan informasi secara berkala dan dapat diintegrasikan dengan website sekolah dan marketplace. Kesimpulannya, website desa tidak hanya memperluas jangkauan pemasaran produk desa tetapi juga memperkenalkan budaya dan potensi lokal kepada dunia luar, mendukung pertumbuhan ekonomi dan pemberdayaan komunitas desa.

Dari kajian pustaka ini, dapat disimpulkan bahwa website desa tidak hanya berfungsi sebagai media informasi, tetapi juga sebagai alat yang powerful dalam mempromosikan potensi desa secara global. Untuk mencapai efektivitas yang maksimal, pengelolaan website harus melibatkan partisipasi aktif masyarakat desa, memanfaatkan teknologi secara optimal, dan terus memperbarui konten yang disajikan. Dengan demikian, website desa dapat menjadi pilar utama dalam upaya pembangunan dan pemberdayaan desa yang berkelanjutan.

### **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Kegiatan pengenalan website sebagai media informasi dan promosi desa di RW 01 Kalibaru telah dilaksanakan sesuai dengan metodologi yang direncanakan. Berikut adalah hasil dan pembahasan yang diuraikan berdasarkan lima metode yang telah digunakan:

#### **1. Sosialisasi dan Edukasi**

Tahap sosialisasi dan edukasi yang dilakukan melalui presentasi dan diskusi interaktif berhasil menarik perhatian warga. Sebagian besar peserta menunjukkan minat yang tinggi terhadap materi yang disampaikan, terutama mengenai manfaat website desa dalam mempromosikan potensi lokal. UI website yang menarik dan mudah dipahami menjadi daya tarik tersendiri.



**Gambar 1.** UI Website

Beberapa peserta yang sebelumnya kurang memahami teknologi digital menjadi lebih terbuka terhadap konsep ini. Hasil diskusi menunjukkan bahwa mayoritas warga setuju dengan pentingnya promosi desa melalui internet, meskipun ada beberapa yang masih merasa ragu terkait kemampuannya dalam mengelola website. Edukasi yang diakhiri dengan penyerahan cinderamata ini dinilai efektif dalam meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai peran penting website dalam pembangunan desa.



**Gambar 2.** Penyerahan Cenderamata

## 2. Scan Barcode Website

Penggunaan metode scan barcode website mendapatkan respons yang positif dari warga. Banyak peserta yang antusias untuk mencoba mengakses website desa melalui perangkat mobile mereka. Dari hasil pengamatan, sebagian besar warga berhasil mengakses website dengan mudah dan menunjukkan ketertarikan pada konten yang tersedia. Meskipun demikian, ada beberapa warga yang mengalami kendala teknis seperti masalah konektivitas internet atau ketidakpahaman dalam penggunaan teknologi. Hal ini menegaskan perlunya peningkatan akses internet yang lebih baik di desa serta pelatihan lebih lanjut bagi warga yang belum terbiasa dengan teknologi.

### 3. Penggalian Informasi Potensi Desa

Diskusi kelompok kecil yang diadakan untuk menggali informasi tentang potensi desa menghasilkan berbagai ide dan informasi yang berharga. Warga secara aktif berpartisipasi dengan berbagi pengetahuan mereka tentang sejarah desa, tradisi, kebudayaan, serta potensi wisata yang belum banyak diketahui. Warga mengikuti kegiatan bahkan hingga akhir acara.



**Gambar 3.** Dokumentasi Kebersamaan Hingga Akhir Acara

Informasi yang dikumpulkan mencakup detail-detail penting yang dapat memperkaya konten website desa, seperti cerita rakyat setempat, festival budaya tahunan, serta potensi agrowisata yang belum terpublikasikan. Kegiatan ini tidak hanya menghasilkan konten yang dapat diunggah ke website, tetapi juga memperkuat rasa memiliki warga terhadap aset budaya dan wisata desa mereka.

### 4. Evaluasi Pemahaman

Evaluasi pemahaman yang dilakukan melalui sesi tanya jawab dan bertanya secara langsung menunjukkan hasil yang memuaskan seperti ditunjukkan pada Gambar. Mayoritas peserta menunjukkan pemahaman yang baik tentang pentingnya website desa sebagai alat promosi. Hasil kuesioner menunjukkan bahwa sekitar 70% warga merasa yakin bahwa promosi melalui website dapat meningkatkan jumlah wisatawan yang berkunjung ke desa mereka.



**Gambar 4.** Sesi Diskusi

Namun, ada sekitar 20% yang masih merasa kurang percaya diri dalam menggunakan website dan memerlukan pelatihan lebih lanjut. Evaluasi ini menunjukkan bahwa meskipun pemahaman sudah meningkat, dukungan dan pelatihan lanjutan tetap diperlukan untuk memastikan keberhasilan jangka panjang.

## 5. Pelatihan Teknis Dasar

Pelatihan teknis dasar mengenai pengelolaan website yang diadakan setelah sosialisasi berhasil memberikan keterampilan praktis kepada warga yang tertarik. Peserta diajarkan cara mengunggah konten, mengedit halaman, dan menjaga keamanan website. Hasil pelatihan menunjukkan bahwa peserta yang terlibat mampu menguasai dasar-dasar pengelolaan website dengan baik. Beberapa warga bahkan menyatakan kesediaan mereka untuk menjadi pengelola website desa secara sukarela. Pelatihan ini memberikan keyakinan bahwa dengan bimbingan yang tepat, masyarakat dapat secara mandiri mengelola website desa, sehingga upaya promosi desa dapat terus berlanjut tanpa bergantung pada pihak luar.

Secara keseluruhan, kegiatan pengenalan website sebagai media informasi dan promosi desa berjalan dengan baik dan berhasil mencapai tujuannya. Warga RW 01 Kalibaru menunjukkan respons yang positif terhadap penggunaan teknologi digital untuk promosi desa. Meskipun masih ada tantangan dalam hal keterampilan teknis dan akses internet, hasil yang dicapai menunjukkan potensi besar bagi pengembangan desa melalui media digital.

## 4. KESIMPULAN

Kegiatan pengenalan website sebagai media informasi dan promosi desa di RW 01 Kalibaru telah berhasil dilaksanakan dengan baik dan memberikan dampak positif terhadap pemahaman masyarakat tentang pentingnya teknologi digital dalam mempromosikan potensi lokal. Sosialisasi dan edukasi yang dilakukan telah berhasil membuka wawasan warga mengenai manfaat website desa dalam meningkatkan daya tarik wisata, melestarikan budaya, dan memperkenalkan potensi seni serta tradisi yang ada di desa mereka. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat mulai menyadari pentingnya adaptasi teknologi sebagai bagian dari strategi pembangunan desa yang berkelanjutan.

Respons yang positif juga terlihat dari antusiasme warga dalam menggunakan teknologi, terutama saat mereka berpartisipasi dalam kegiatan scan barcode website. Meskipun masih ada kendala teknis dan keterbatasan akses internet, sebagian besar warga berhasil mengakses dan memahami konten yang disediakan di website desa. Ini menandakan adanya minat yang besar untuk belajar dan berpartisipasi dalam promosi desa secara digital, meskipun diperlukan dukungan tambahan dalam hal peningkatan infrastruktur dan pelatihan teknis lanjutan.

Penggalan informasi mengenai potensi desa melalui diskusi kelompok juga menunjukkan keberhasilan dalam mengidentifikasi aset-aset lokal yang dapat dipromosikan melalui website. Partisipasi aktif warga dalam diskusi ini memperlihatkan bahwa mereka

memiliki pengetahuan yang mendalam tentang budaya dan tradisi desa yang dapat dijadikan daya tarik wisata. Ini menegaskan pentingnya keterlibatan masyarakat dalam setiap tahap pembangunan dan promosi desa, sehingga mereka merasa memiliki dan bertanggung jawab terhadap keberhasilan program tersebut.

Pelatihan teknis yang diberikan kepada warga yang tertarik untuk mengelola website desa membuahkan hasil yang memuaskan, dengan banyak peserta yang berhasil menguasai keterampilan dasar yang diperlukan. Hal ini membuktikan bahwa dengan dukungan yang tepat, masyarakat desa dapat berperan aktif dalam pengelolaan website, sehingga promosi desa dapat terus dilakukan secara berkelanjutan tanpa bergantung pada pihak luar. Keberhasilan pelatihan ini juga menunjukkan potensi pengembangan kapasitas masyarakat desa dalam memanfaatkan teknologi digital untuk kesejahteraan dan pembangunan mereka sendiri.

Secara keseluruhan, kegiatan ini tidak hanya meningkatkan pemahaman warga tentang pentingnya website desa, tetapi juga membangun fondasi yang kuat untuk pengelolaan website desa secara mandiri. Dengan demikian, diharapkan website desa dapat menjadi alat yang efektif dalam mempromosikan potensi desa secara luas, meningkatkan jumlah wisatawan, dan mendukung pembangunan desa yang berkelanjutan. Namun, untuk mencapai hasil yang maksimal, diperlukan upaya lanjutan dalam bentuk peningkatan akses teknologi, pelatihan berkelanjutan, serta dukungan dari pemerintah dan pihak terkait lainnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Andjanie, I. F., et al. (2023). Strengthening community involvement: An in-depth exploration of the community-based tourism (CBT) approach in Lamajang Tourism Village, Bandung Regency. *Jurnal Kepariwisata Indonesia*, 182-205.
- Duan, Z. Y., et al. (2023). Crafting a place-based souvenir for sustaining cultural heritage. *Heliyon*, 1-16.
- Fatimah, D. D. S., et al. (2019). Website for remote village empowerment in developing countries. *Journal of Physics: Conference Series*, 1-6.
- Graves, J. M., et al. (2021). Disparities in technology and broadband internet access across rurality: Implications for health and education. *HHS Public Access*, 257-265.
- Haldane, V., et al. (2019). Community participation in health services development, implementation, and evaluation: A systematic review of empowerment, health, community, and process outcomes. *PLOS ONE*, 1-25.
- Haleema, A., et al. (2022). Understanding the role of digital technologies in education: A review. *Sustainable Operations and Computers*, 275-285.

- Mokobombang, W., et al. (2023). Dampak perubahan layanan publik yang disebabkan oleh teknologi dan media sosial. *Journal of Business Finance and Economic (JBFE)*, 348-359.
- Mongelli, F., Georgakopoulos, P., & Pato, M. T. (2020). Challenges and opportunities to meet the mental health needs of underserved and disenfranchised populations in the United States. *Focus*, 16-24.
- Mustafa, F., Nguyen, H. T. M., & Gao, X. (2024). The challenges and solutions of technology integration in rural schools: A systematic literature review. *International Journal of Educational Research*, 1-14.
- Nurmadewia, D., et al. (2024). Digital marketing as a tourism village marketing strategy in East Java's Horseshoe Region. *Jurnal Sistem Informasi Bisnis*, 46-53.
- Purnamawati, I. G. A., & Adnyani, N. K. S. (2024). Digital-based tourism village management with the concept of green economy and harmonization as tourism forces. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 35-42.
- Ruiz-Martínez, I., & Esparcia, J. (2020). Internet access in rural areas: Brake or stimulus as post-COVID-19 opportunity? *Sustainability*, 1-17.
- Sonjaya, C. B. (2023). Pengembangan website desa sebagai media informasi masyarakat desa Segarjaya. *Abdima Jurnal Pengabdian Mahasiswa*, 407-420.
- Susanto, D., et al. (2022). Brand knowledge training through packaging materials and the use of social media in Hurung Bunut Village, Gunung Mas District. *AMALA*, 81-89.
- Teisberg, E., Wallace, S., & O'Hara, S. (2020). Defining and implementing value-based health care: A strategic framework. *Academic Medicine*, 682-685.
- ZkentI, Y. O. (2022). Social media usage to share information in communication journals: An analysis of social media activity and article citations. *PLOS ONE*, 1-11.

## Pendampingan UMKM Tape Semen Bu Suwarti Dalam Pembuatan NIB & Branding Untuk Meningkatkan Daya Saing

### *Assistance to Mrs. Suwarti's Cement Tape MSMEs in Making NIB & Branding to Increase Competitiveness*

Seftia Triwulan Dari<sup>1</sup>, Audy Herlina Puspitasari<sup>2</sup>, Reydiva Novia Hermawan<sup>3</sup>, Salsabila Zahra Maulidina<sup>4</sup>, Muhammad Adli Al Fawwaz<sup>5</sup>, Chrystia Aji Putra<sup>6</sup>

<sup>1-6</sup>UPN Veteran Jawa Timur

Alamat: Jl. Rungkut Madya No.1, Gn. Anyar, Kec. Gn. Anyar, Surabaya, Jawa Timur 60294

Korespondensi penulis: [ajiputra@upnjatim.ac.id](mailto:ajiputra@upnjatim.ac.id)\*

#### Article History:

Received: 30 Juni, 2024

Accepted : 05 Juli, 2024

Published: 31 Agustus, 2024

**Keywords:** NIB, Online Single Submissions (OSS), Visual Identity Branding, MSMEs

**Abstract.** *Micro, Small and Medium Enterprises or MSMEs have an important role in the economy in Indonesia. Business legality that is officially recognized by the government, such as a Business Identification Number, is the main prerequisite for gaining consumer trust and access to various other business opportunities, including financing and partnerships. The aim of this activity is to provide assistance to Bu Suwarti Semen Tape MSMEs regarding NIB creation, starting from the registration process to NIB processing so that the business is recognized as legal by the government, and by developing branding for the Bu Suwarti Semen Tape product, it can increase the attractiveness and competitiveness of its products on the market. The MSME assistance work program is carried out using several methods including surveys, observations, interviews and discussions, as well as mentoring. This assistance is carried out in two stages, namely assistance in creating a Business Identification Number which starts from the registration process to processing the NIB so that the legality of the business is recognized by the government. Next, the second stage is assistance with MSME branding through creating a visual identity which aims to increase the attractiveness and competitiveness of this tape product on the market.*

#### Abstrak.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah atau UMKM memiliki peranan yang penting dalam perekonomian di Indonesia. Legalitas usaha yang resmi diakui oleh pemerintah, seperti Nomor Induk Berusaha, merupakan prasyarat utama untuk mendapatkan kepercayaan konsumen dan akses ke berbagai peluang bisnis lainnya, termasuk pembiayaan dan kemitraan. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk memberikan pendampingan kepada UMKM Tape Semen Bu Suwarti terkait pembuatan NIB mulai dari proses pendaftaran hingga pengurusan NIB sehingga usaha tersebut diakui legalitasnya oleh pemerintah, serta dengan adanya pengembangan branding produk Tape Semen Bu Suwarti dapat meningkatkan daya tarik dan daya saing produknya di pasaran. Program kerja pendampingan UMKM dilakukan dengan beberapa metode yang meliputi survei, observasi, wawancara dan diskusi, serta pendampingan. Pendampingan ini dilakukan dalam dua tahapan, yaitu pendampingan pembuatan Nomor Induk Berusaha yang dimulai dari proses pendaftaran hingga pengurusan NIB sehingga usaha tersebut diakui legalitasnya oleh pemerintah. Selanjutnya, tahapan yang kedua yaitu pendampingan branding UMKM melalui pembuatan identitas visual yang bertujuan untuk meningkatkan daya tarik dan daya saing produk tape ini di pasaran.

**Kata kunci:** NIB, Online Single Submissions (OSS), Branding Identitas Visual, UMKM

\* Chrystia Aji Putra, [ajiputra@upnjatim.ac.id](mailto:ajiputra@upnjatim.ac.id)

## **LATAR BELAKANG**

Menurut M.Kwartono dalam Al Farisi, Fasa, Suharto (2022) Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) merupakan badan usaha yang memiliki profit atau keuntungan yang tidak lebih dari 200 juta (laba tahunan). Meskipun demikian UMKM memiliki peranan yang penting dalam perekonomian di Indonesia. UMKM berkontribusi relevan terhadap penciptaan lapangan pekerjaan dan pertumbuhan ekonomi lokal daerah. Namun, banyaknya tantangan dalam pengembangan UMKM, terutama pada legalitas usaha dan strategi branding. Legalitas usaha yang resmi diakui oleh pemerintah, seperti Nomor Induk Berusaha (NIB), merupakan prasyarat utama untuk mendapatkan kepercayaan konsumen dan akses ke berbagai peluang bisnis lainnya, termasuk pembiayaan dan kemitraan. Selain itu, branding yang kuat diperlukan untuk membuat perbedaan produk dengan produk UMKM sejenis lainnya di pasaran yang semakin kompetitif. Menurut Komalasari et al (2023), pendampingan pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) adalah langkah untuk membantu usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) dalam mendapatkan legalitas usaha. Dengan memiliki NIB, UMKM dapat meningkatkan keyakinan konsumen dan memudahkan dalam melakukan transaksi bisnis, seperti mengajukan pinjaman dana atau mendapatkan fasilitas pajak.

Dalam pendaftaran NIB, pemerintah telah menciptakan sebuah inovasi untuk membantu dan mempermudah pelaku UMK dengan membuat pelayanan pembuatan perizinan berusaha melalui Online Single Submissions (OSS) (Soejono et al, 2020). OSS, atau Online Single Submission, adalah sistem perizinan berusaha yang terintegrasi secara elektronik. Sistem ini diterbitkan oleh Lembaga OSS untuk dan atas nama Menteri, pimpinan lembaga, Gubernur, atau Bupati/Walikota kepada pelaku usaha melalui sistem elektronik yang terintegrasi. OSS dirancang untuk mempermudah pengurusan berbagai perizinan berusaha, termasuk izin terkait lokasi, lingkungan, dan bangunan, serta izin operasional untuk kegiatan operasional usaha di tingkat pusat maupun daerah. OSS membantu UMKM dalam mengurus seluruh persyaratan hukum usaha, seperti pendaftaran NIB, perizinan, dan sertifikasi standar bersama, melalui satu portal online. Tujuan website ini adalah untuk menyederhanakan pelaksanaan penerbitan perizinan berusaha agar lebih efektif.

Pemerintah juga memberikan bantuan agar UMKM dapat berinteraksi secara efektif dengan pemilik usaha skala besar. Ketentuan tersebut dituangkan dalam Perpres Nomor 10 Tahun 2021. Pelaku usaha besar pun bisa mendapatkan keuntungan jika menggandeng UMKM. Lebih lanjut, sesuai UU Cipta Kerja, pemerintah juga telah selesai mengubah kriteria UMKM berbasis Modal Dasar. Kriteria berdasarkan model dasbor ini diharapkan mampu mendukung inisiatif kemitraan dan pelatihan UMKM. Untuk bisnis kriteria mikro, kini modus

operasionalnya dasar sebesar Rp 1 juta, dibandingkan sebelumnya Rp 50 juta. Usaha skala kecil yang mereka jalani mengharuskan mereka memiliki modal dasar antara Rp1 dan Rp5 juta, dibandingkan sebelumnya hanya Rp50 dan Rp500 juta, yang tidak termasuk tanah dan bangunan.

Saat ini masih banyak pelaku UMKM yang belum mendaftarkan izin legalitas usahanya, salah satunya yaitu Tape Semen Bu Suwarti. Tape Semen Bu Suwarti merupakan usaha Tape yang berlokasi di Dusun Semen, Desa Musir Kidul. Alasan UMKM Tape Semen Bu Suwarti belum memiliki Nomor Usaha adalah karena pemilik dan pengelola usaha belum sepenuhnya memahami pentingnya legalitas usaha dan cara menangani berbagai tahapan dalam pembuatan NIB. Oleh karena itu, Mahasiswa KKNT UPNVJT 2024 akan melakukan peninjauan kembali NIB UMKM Tape Semen Bu Suwarti. Dengan penerapan NIB, kami berharap upaya kami dapat memberikan kontribusi positif terhadap pertumbuhan ekonomi, membantu penegakan legalitas usaha, dan meningkatkan kualitas operasional secara keseluruhan.

Dengan meningkatnya jumlah UMKM, maka semakin meningkat juga persaingan di antara satu UMKM dengan UMKM lainnya. Karena itu, tidak sedikit UMKM yang tidak dapat bertahan pada persaingan yang begitu ketat. Masalah utama yang mungkin dihadapi oleh UMKM seringkali berasal dari individu yang menjalankan usaha itu sendiri. Rasa enggan untuk mengikuti perkembangan teknologi saat ini dapat menjadi tantangan di era Revolusi Industri 4.0 (Enisari et al, 2021). Dalam mendukung pertumbuhan UMKM Tape Semen Bu Suwarti agar lebih berkembang dan dikenal oleh khalayak umum, perlu adanya pengenalan terhadap brand identity sebagai strategi branding. Brand Identity disebut juga dengan istilah identitas visual (visual identity) atau identitas grafis, adalah kumpulan gambar yang secara grafis menggambarkan suatu ciri khas tertentu yang mewakili entitas tertentu yang diwakili. Dalam sebuah entitas atau dalam hal ini perusahaan, identitas visual berfungsi sebagai cerminan dari karakteristik maupun visi-misi perusahaan tersebut (Putra, 2019). Menurut Thabroni (2019), sebagai bentuk visual, identitas visual menampilkan simbol yang mencerminkan citra yang hendak ditampilkan. Identitas visual merupakan komponen penting bagi setiap entitas, antara lain sebagai tanda kepemilikan, jaminan kualitas, mencegah peniruan atau pembajakan. Selain menjadi bagian dari komponen legalitas sebuah entitas, identitas visual juga berfungsi sebagai sarana identifikasi, diferensiasi, komunikasi, marketing dan branding. Logo yang konsisten adalah hal yang penting dalam mempromosikan brand dalam berbagai media khususnya media digital (Hananto, 2019).

Sebagai upaya dalam mengidentifikasi permasalahan secara komprehensif, penulis melaksanakan kegiatan survei yang diselenggarakan pada aparat pemerintah Desa Musir Kidul dan Pelaku UMKM melalui metode wawancara dan pengamatan secara langsung di lapangan. Permasalahan yang kami temui setelah melakukan pengamatan di lapangan ialah kurangnya pengetahuan pelaku UMKM mengenai pentingnya kepemilikan NIB sebagai legalitas usaha bagi pengembangan usaha, serta belum adanya logo produk sebagai brand identity untuk keperluan branding dari usaha yang dijalani.

Program pengabdian kepada masyarakat ini memiliki dua tujuan. Tujuan yang pertama adalah untuk memberikan pendampingan kepada UMKM Tape Semen Bu Suwarti terkait pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) mulai dari proses pendaftaran hingga pengurusan NIB sehingga usaha tersebut diakui legalitasnya oleh pemerintah. Dengan adanya kepemilikan NIB, diharapkan UMKM ini bisa memperoleh kepercayaan konsumen yang meningkat, menjangkau berbagai program bantuan pemerintah, serta memperluas peluang adanya kerjasama bisnis. Tujuan kedua adalah pengembangan branding produk Tape Semen Bu Suwarti untuk meningkatkan daya tarik dan daya saing produknya di pasaran. Branding pembuatan identitas visual, yaitu desain logo, serta pembuatan desain banner. Menurut Adib dan Wahyudi dalam Sunata et al (2020) konsumen akan lebih mudah mengingat suatu brand dengan melihat logo dan warna yang digunakan pada media yang dipakai. Tercapainya kedua tujuan ini diharapkan dapat memperkokoh posisi UMKM Tape Semen Bu Suwarti di pasaran, meningkatkan volume penjualan, dan mendukung pertumbuhan UMKM secara berkelanjutan.

## **KAJIAN TEORITIS**

### **Teori Kewirausahaan**

Menurut Robbins & Coulter dalam (Asnawati, 2021), Kewirausahaan adalah suatu proses atau tindakan yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok untuk menggunakan usaha serta saran yang terorganisir untuk mengejar peluang guna menciptakan nilai dan bertumbuh atau mengembangkan usahanya untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan melalui inovasi dan keunikan.

Dalam tulisan ini, Teori Kewirausahaan diimplementasikan dalam Tape Semen Bu Suwarti sebagai pelaku kewirausahaan UMKM (Usaha, Kecil, Mikro, dan Menengah). Di bidang pengolahan makanan ini, guna mengejar peluang untuk berwirausaha, Bu Suwarti menginovasikan singkong menjadi Tape sehingga dapat menciptakan nilai jual.

## **Teori *Brand Identity***

Menurut Kotler & Keller (Hendrajati, 2016) *Brand Identity* atau Identitas Merek merupakan seperangkat asosiasi merek yang memiliki ciri khas (khusus atau unik) yang diciptakan oleh penyusun strategi merek (pemilik *brand* / usaha). Kemudian menurut Wheeler (2013) *Brand Identity* merupakan suatu hal yang nyata dan menarik bagi indera mata (dapat memikat konsumen). Asosiasi-asosiasi yang dimaksud dapat berupa cerminan dari kedudukan suatu merek serta suatu ikatan janji kepada pelanggan. Identitas Merek dapat meningkatkan hubungan baik antara pemilik *brand* atau usaha dengan pelanggan melalui proposisi nilai yang dapat memberikan manfaat fungsional, emosional, dan dapat digunakan untuk mengekspresikan diri (usaha). Hal tersebut sesuai dengan yang dikemukakan menurut (Setiawati, Retnasari, & Fitriawati, 2019), *brand identity* adalah elemen kasat mata dari sebuah brand yang menyampaikan karakter, komitmen dan nilai-nilai produk sebuah perusahaan agar dapat dipahami oleh konsumen melalui aspek warna, simbol, atau tipologi. Dalam tulisan ini, identitas untuk meningkatkan branding Tape Semen Bu Suwarti salah satunya adalah pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB). Beberapa manfaat Nomor Induk Berusaha (NIB) yaitu (1) Identifikasi Usaha, NIB berguna untuk mengidentifikasi secara khusus setiap badan usaha, mulai dari perseorangan hingga perusahaan di Indonesia, (2) Mempermudah Perizinan, NIB dapat digunakan pula sebagai referensi dalam proses perizinan usaha, karena dengan adanya NIB proses perizinan dapat lebih cepat dan efisien, (3) Pemantauan dan Pengawasan, Pemerintah dapat memantau aktivitas yang dilakukan oleh sebuah badan usaha melalui NIB, (4) Integrasi Sistem Informasi: NIB juga berfungsi sebagai bagian dari upaya integrasi sistem informasi terkait informasi badan usaha di Indonesia, sehingga informasi mengenai aktivitas dan perizinan badan usaha dapat terkelola dengan baik, secara resmi dari pusat, (5) Keamanan dan Transparansi: NIB dapat memberikan kepercayaan bagi pelanggan serta investor bahwa badan usaha yang bersangkutan telah resmi didaftarkan dan terdata ke dalam Badan Perizinan Indonesia.

Menurut Ulul Ilham dalam Suprihati et al (2023) pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) semakin dimudahkan dalam perizinan dan pengembangan usahanya. Berikut adalah manfaat memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB) bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah: 1) Mempermudah akses Kredit Usaha Rakyat (KUR) Bagi pengusaha UMKM yang sudah memiliki NIB, akan mendapatkan kemudahan dalam aspek pendanaan. Salah satunya dengan bunga dengan suku rendah KUR yang diimplementasikan dengan subsidi pemerintah, sehingga bunga yang dibebankan kepada pengguna hanya 3% saja. 2) Memperoleh pelatihan Pendaftaran UMKM untuk memperoleh NIB sendiri membuat usaha akan tercatat di

pemerintah pusat sehingga akan mempermudah dinas-dinas terkait untuk memberikan pelatihan dan pembinaan mengenai keterampilan usaha sesuai domisili. 3) Usaha mendapatkan legalitas Dengan memiliki NIB, usaha yang dirintis akan memiliki legalitas dan memudahkan untuk mengakses hal-hal yang terkait di bidang administratif. 4) Tepat sasaran dalam memperoleh program pemerintah Dengan data UMKM yang telah tercatat secara administratif, pemerintah dapat dengan mudah memberikan program-program yang membantu UMKM dengan tepat sasaran sesuai kebutuhan. 5) Kemudahan memasuki komunitas resmi NIB juga memberikan kemudahan dalam akses bergabung dalam komunitas-komunitas resmi yang terkait dengan usaha UMKM yang dimiliki.

*Brand Identity* sebagai salah satu upaya Rebranding Tape Semen Bu Suwarti melalui pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) merupakan salah satu usaha untuk meningkatkan kualitas badan usaha tersebut guna dapat lebih kompeten untuk bersaing dalam dunia kewirausahaan di lingkup yang lebih luas. Brand (merek) merupakan bagian terpenting dan sangat berharga di dalam suatu UMKM. Adanya brand pada suatu produk, maka dapat membedakan produk dengan yang dimiliki oleh pesaing (Mahfirah et al, 2023).

Berkaitan dengan penelitian dalam tulisan ini, penulis menemukan beberapa studi terdahulu mengenai Pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) untuk UMKM. Sebagai upaya untuk menyelesaikan tulisan ini, penulis menggunakan studi-studi (penelitian) sebelumnya sebagai rujukan. Salah satu jurnal yang digunakan sebagai acuan yaitu jurnal yang berjudul “Pendampingan Pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) dalam Rangka Pengembangan UMKM Desa Ngampungan” yang ditulis oleh Budiarto, et al (2022). Jurnal tersebut membahas mengenai penulis yang membantu pembuatan NIB agar pemilik badan usaha tersebut dapat dengan mudah memperoleh bantuan modal usaha, baik bantuan uang tunai sebagai modal, alat pendukung / penunjang, serta dana pengembangan usaha dari investor. Perbedaan jurnal tersebut dengan tulisan ini yaitu dalam tulisan ini penulis menambahkan upaya untuk Rebranding usaha Tape Semen Bu Suwarti untuk meningkatkan daya saing dalam aktivitas kewirausahaan.

### **Teori Visual Branding**

Teori *Brand Visual* atau *Visual Branding* merujuk pada konsep dan strategi untuk membangun identitas visual suatu merek atau badan usaha. Menurut Kotler (2009:258) dalam Sasmito, Deddi, Febriani (2021) *Brand* adalah nama, lambang, istilah, tanda, desain, dan atau kombinasinya yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa dari satu penjual atau kelompok penjual untuk mendiferensiasikan produk atau jasa dari penjual lain. Kemudian menurut Budiman (1998:93) dalam (Mulia, 2019) Visual Branding merupakan pengaruh yang

diakibatkan oleh suatu bentuk visual untuk memberikan ciri khas atau mendiferensiasikan suatu produk atau *brand* tertentu. Diferensiasi produk artinya membedakan *brand* tersebut dengan brand kompetitor sehingga *brand* tersebut memiliki nilai tersendiri yang lebih menonjol yang dapat dirasakan keunggulannya oleh konsumen. *Brand Visual / Visual Branding* memiliki beberapa pondasi utama, yakni Pertama, *Brand* (merek, logo) dapat berupa visual / gambar atau susunan huruf, dan dapat juga terdiri atas keduanya. Kedua, Warna (*brand*/produk) suatu *brand* harus memiliki ciri khas warna tertentu sebagai identitas simbol yang menonjol agar memberikan kesan tertentu di mata konsumen. Ketiga, Komposisi elemen penyusun dari logo dan merek (nama *brand*) agar konsumen dapat dengan mudah mengenali dan mengingat brand atau produk tersebut.

Logo adalah elemen grafis yang berbentuk vidgram, simbol, emblem, ikon, tanda yang digunakan sebagai lambang sebuah brand. Logo adalah atribut utama brand yang terlihat secara fisik. Namun logo yang baik juga harus dapat menampilkan semua atribut nonfisik yang merupakan jiwa dari brand (visi misi, nilai, budaya). Logo dapat dibedakan menjadi beberapa tipe. Logogram, adalah gambar yang mewakili sebuah makna. Atau secara lebih mudah dapat dikatakan logogram adalah logo yang dituangkan dalam bentuk gambar. Logogram yang baik dapat menjadi elemen visual yang kuat mudah diingat oleh masyarakat (Oscario, 2013).

## **METODE PENELITIAN**

Program kerja pendampingan UMKM dilakukan dengan beberapa metode yang meliputi survei, observasi, wawancara dan diskusi, serta pendampingan. Survey dan wawancara pertama dilakukan dengan menemui Bapak Kepala Desa Musir Kidul untuk mengumpulkan informasi mengenai potensi dan kendala yang dimiliki oleh desa, yang salah satunya yaitu mengenai UMKM Tape. Survey dilaksanakan dengan berkunjung ke Dusun Semen, Desa Musir Kidul yang terkenal akan kegiatan produksi tape. Pelaku UMKM Tape di Dusun Semen terbagi menjadi sekitar 9 orang, hingga akhirnya berhasil ditemukan pelaku UMKM Tape yang dapat dijadikan mitra. Hasil dari survey menunjukkan bahwa tidak keseluruhan pelaku UMKM telah memiliki NIB, produksi dilakukan secara tradisional, dan kegiatan produksi tape termasuk dalam produksi rumahan yang belum mempunyai legalitas usaha.

Observasi dilakukan dengan mengunjungi mitra yang telah ditentukan yaitu salah satu pelaku UMKM Tape Dusun Semen. Selama observasi, diputuskan untuk mendampingi mitra UMKM yang bernama Tape Semen Bu Suwarti. Saat berkunjung ke lapangan, juga dilakukan diskusi terkait kegiatan produksi, pemahaman mengenai legalitas usaha, dan kegiatan *branding*

apa saja yang telah dilakukan UMKM tersebut. Observasi dilakukan bersama dengan Ibu Suwarti selaku pelaku dan pemilik UMKM serta suaminya.

Metode selanjutnya yang digunakan adalah wawancara dan diskusi. Wawancara dilakukan dengan pelaku UMKM Tape. Sedangkan, diskusi dilakukan baik dalam lingkup internal kelompok maupun dengan eksternal yaitu pelaku UMKM Tape yakni Bu Suwarti. Pertanyaan yang diajukan dalam wawancara antara lain mengenai pemahaman tentang legalitas usaha berupa NIB, kepemilikan NIB oleh pelaku UMKM, dan jika belum memiliki, kesediaan untuk didampingi dalam pembuatan NIB. Selanjutnya, wawancara dan diskusi dilakukan bersama pelaku UMKM Tape untuk mengumpulkan informasi dan data usaha guna pembuatan NIB melalui *Online Single Submission (OSS)* berupa identitas, proses produksi, kapasitas produksi, penghasilan produksi, dan lain sebagainya. Diskusi pun dilakukan mengenai *branding* UMKM tepatnya adalah terkait logo dan banner untuk UMKM tape tersebut. Saran dan masukan diberikan oleh pelaku UMKM sehingga logo dan banner yang dibentuk dapat sesuai dengan usaha yang dijalankan.

Pendampingan dilaksanakan dalam pembuatan NIB dan branding UMKM yang berlokasi di rumah pelaku UMKM Tape. Data dan informasi yang telah terkumpul melalui wawancara dan diskusi digunakan dalam pendampingan pembuatan NIB. Metode tersebut dilakukan hingga tahap terbit sertifikat dan logo serta banner selesai didesain. Kemudian, penyerahan bukti fisik sertifikat NIB kepada pelaku UMKM dan banner untuk usaha tersebut.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Program pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan oleh perguruan tinggi (PT) adalah salah satu dari implementasi Tridharma PT. Program ini dilaksanakan dalam berbagai bentuk misalnya; pendidikan dan pelatihan masyarakat, pelayanan masyarakat, dan kaji tindak dari Iptek yang dihasilkan oleh PT (Emilia, 2022). Pengabdian masyarakat yang dapat dilakukan oleh mahasiswa dapat dilakukan dengan berbagai cara, seperti memberi penyuluhan, memberi pendampingan, mengedukasi masyarakat tentang menjaga lingkungan alam, mengajar anak-anak yang kurang mampu, membuat kegiatan amal untuk disalurkan kepada masyarakat, dan masih banyak lagi. Berikut manfaat pengabdian masyarakat, yaitu; Memberi dampak positif bagi masyarakat, Memperbanyak relasi, Meningkatkan soft skill dalam berkomunikasi, Belajar hal baru dan Menumbuhkan sifat simpati dan sabar (Alvia, 2019).

Salah satu program pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan oleh mahasiswa/i KKN-T MBKM Kelompok 04 UPN “Veteran” Jawa Timur yaitu pendampingan pada UMKM

Tape Semen Bu Suwarti yang berlokasi di Dusun Semen RT 01 RW 06, Desa Musir Kidul, Kecamatan Rejoso, Kabupaten Nganjuk. Pendampingan UMKM Tape Semen Bu Suwarti ini dilakukan dalam 2 tahapan. Tahapan yang pertama yaitu pendampingan pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) yang dilaksanakan pada tanggal 22 Mei 2024. Pendampingan ini dilakukan mulai dari proses pendaftaran hingga pengurusan NIB sehingga usaha tersebut diakui legalitasnya oleh pemerintah. Dengan adanya kepemilikan NIB, diharapkan UMKM Tape Semen Bu Suwarti ini bisa mendapatkan kepercayaan yang lebih oleh konsumen, menjangkau berbagai program bantuan pemerintah, serta memperluas peluang adanya kerjasama bisnis. Selanjutnya, tahapan yang kedua yaitu pendampingan branding UMKM melalui pembuatan identitas visual yang dilaksanakan pada tanggal 30 Mei 2024. Pendampingan branding produk Tape Semen Bu Suwarti bertujuan untuk meningkatkan daya tarik dan daya saing produk tape ini di pasaran. Branding pembuatan identitas visual yang dilakukan yaitu pembuatan desain logo dan desain banner. Tercapainya kedua tujuan ini diharapkan dapat memperkuat posisi UMKM Tape Semen Bu Suwarti di pasaran, meningkatkan volume penjualan, dan mendukung pertumbuhan UMKM secara berkelanjutan.

### **Pendampingan Pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB)**

NIB sangat penting bagi UMKM karena memberikan legitimasi dan perlindungan hukum. Dengan NIB, UMKM Tape Semen Bu Suwarti bisa mendapatkan akses ke berbagai program bantuan pemerintah, termasuk pembiayaan dan pelatihan. Selain itu, NIB juga membuka peluang untuk bermitra dengan perusahaan besar yang mensyaratkan legalitas usaha yang jelas. Pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) dilakukan melalui sistem Online Single Submission (OSS). Sebelum adanya Sistem OSS untuk pengajuan izin usaha untuk semua jenis kegiatan usaha, dilakukan secara langsung dengan mengajukan permohonan penerbitan izin usaha melalui Pemerintah Daerah dalam hal ini adalah Dinas Perizinan dan Penanaman Modal, dan instansi pemerintah daerah lainnya, misalnya Dinas. Pelaku usaha dalam mengajukan permohonan izin tersebut harus memenuhi segala persyaratan-persyaratan terlebih dahulu, baik persyaratan teknis maupun administrasi yang dibutuhkan sesuai dengan jenis perizinan yang dimintanya (Mudiparwanto dan Gunawan, 2021). Setelah adanya sistem OSS, para pemilik usaha dapat mengajukan permohonan penerbitan izin usaha secara legalitas dengan mengakses sistem OSS secara online.

Pendampingan pembuatan NIB UMKM Tape Semen Bu Suwarti dimulai dengan edukasi tentang manfaat dan prosedur pembuatan NIB. Dengan adanya NIB ini, UMKM Tape Semen Bu Suwarti dapat beroperasi secara legal dan memperoleh kepercayaan lebih dari konsumen dan mitra bisnis. Selain itu, NIB membuka akses untuk mendapatkan pembiayaan

dari lembaga keuangan dan mengikuti program-program pemerintah yang mendukung pengembangan UMKM Tape Semen Bu Suwarti. Prosedur pembuatan NIB dimulai dari :

### **1. Registrasi pada sistem OSS**

Membuat akun untuk pemilik UMKM Tape Semen Bu Suwarti melalui sistem OSS, dengan mendaftarkan email dan nomor induk kependudukan Bu Suwarti. Setelah pendaftaran selesai dilakukan, maka akan mendapatkan verifikasi pendaftaran, dan akan mendapatkan username serta password yang nantinya akan digunakan login untuk mengakses sistem OSS.

### **2. Verifikasi Data**

Setelah berhasil login, mulai mengumpulkan informasi data usaha dari pemilik UMKM Tape Semen Bu Suwarti. Langkah selanjutnya mengisi data UMKM yang dimiliki secara lengkap dan benar. Data-data yang perlu diisi yaitu data identitas pemilik (nama lengkap, nomor identitas (KTP/SIM), alamat, dan nomor telepon pemilik usaha), data usaha (nama usaha, bentuk badan usaha (misalnya, perseorangan, CV, PT), alamat usaha, dan bidang usaha), data administrasi (informasi terkait perizinan yang diperlukan, jumlah tenaga kerja, dan modal usaha).



Sumber: Dokumen Pribadi (2024)

### **Gambar 1. Pengumpulan Data UMKM Tape Semen Bu Suwarti**

### **3. Pengajuan NIB**

Setelah data UMKM terverifikasi, dapat dilanjutkan ke tahap pengajuan NIB. Mulai dari pengisian Formulir NIB, pengunggahan Dokumen Pendukung (seperti surat keterangan domisili usaha, NPWP, dan izin teknis lainnya), lalu dilanjutkan dengan Review dan Konfirmasi untuk meninjau kembali data yang telah diisi dan dokumen yang diunggah untuk memastikan semuanya lengkap dan benar sebelum mengirimkan pengajuan.

#### 4. Penerbitan NIB

Jika semua persyaratan telah terpenuhi, NIB akan diterbitkan oleh sistem OSS dan dapat diunduh. NIB yang diunduh berbentuk dokumen elektronik yang sah digunakan sebagai identitas UMKM Tape Semen Bu Suwarti.



Sumber: <https://oss.go.id/> (2024)

#### Gambar 2. NIB Tape Semen Bu Suwarti

Dengan memiliki NIB ini, UMKM Tape Semen Bu Suwarti secara resmi telah diakui oleh pemerintah dan dapat menikmati berbagai keuntungan, termasuk kemudahan dalam mendapatkan izin usaha lainnya, akses pembiayaan, serta kepercayaan lebih dari konsumen dan mitra bisnis.



Sumber: Dokumen Pribadi (2024)

#### Gambar 3. Penyerahan NIB Kepada Pemilik UMKM

#### Pendampingan Branding Identitas Visual UKM

Branding adalah proses menciptakan identitas unik dan berbeda yang bisa dikenali oleh konsumen. Branding yang kuat membantu UMKM dalam membangun loyalitas pelanggan, meningkatkan daya saing, dan memperluas pasar. Pada UMKM Tape Semen Bu Suwarti, branding diperlukan untuk memperkuat citra produk tape semen yang dihasilkan. Dalam komunikasi pemasaran, salah satu fungsi branding adalah sebagai salah satu sarana untuk

menanamkan citra positif di benak konsumen, sehingga perlu dipahami oleh para pelaku UMKM, karena branding produk merupakan salah satu poin penting agar produk UMKM akan senantiasa diingat oleh masyarakat atau konsumen dalam jangka waktu (Saifulloh, 2021).

Pendampingan branding identitas visual yang dilakukan pada UKM Tape Semen Bu Suwarti yaitu dengan pendampingan pembuatan logo produk UMKM dan banner untuk tempat usaha UMKM. Tujuan dari pendampingan ini adalah untuk meningkatkan daya saing UMKM melalui identitas visual yang kuat dan konsisten. Pembuatan logo produk bertujuan untuk membangun citra profesional, memperkuat identitas produk, meningkatkan daya tarik, dan memastikan konsistensi brand. Logo yang dirancang dengan baik memberikan kesan profesional dan dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk Tape Semen Bu Suwarti. Pendampingan juga melibatkan pembuatan banner untuk tempat usaha dengan tujuan meningkatkan visibilitas usaha, menyampaikan informasi produk, memperkuat citra brand, dan mendukung promosi lokal. Banner yang dipasang di tempat usaha juga berfungsi untuk menarik perhatian orang yang lewat.

## 5. Pendampingan Pembuatan Logo UMKM



Sumber: Dokumen Pribadi (2024)

### Gambar 4. Logo UMKM Tape Semen Bu Suwarti

Pendampingan pembuatan logo untuk UMKM Tape Semen Bu Suwarti merupakan langkah strategis untuk membangun identitas visual yang kuat dan konsisten. Desain logo yang dihasilkan mencerminkan kualitas dan keunikan produk Tape Semen Bu Suwarti. Menurut David E. Carter (1986) logo merupakan identitas suatu perusahaan dalam bentuk visual yang diaplikasikan dalam berbagai sarana fasilitas dan kegiatan perusahaan sebagai bentuk komunikasi visual, selain itu fungsi logo yaitu sebagai *trademark* identitas suatu badan usaha dan merupakan ciri khas perusahaan/ jasa. Pembuatan logo UMKM Tape Semen Bu Suwarti ini menggunakan aplikasi desain Canva. Warna dominan logo yaitu decisive yellow (#FCC350) menggambarkan keceriaan dan energi di mana penggunaan warna ini pada produk Tape Semen Bu Suwarti dapat menciptakan kesan yang menyenangkan dan menggugah selera, menarik perhatian konsumen dan membuat produk terlihat lebih menarik. Selain itu, warna ini juga menggambarkan kesegaran yang sesuai dengan karakteristik produk tape yang segar dan

manis. Warna ini dapat menekankan kualitas produk yang segar dan alami, sehingga meningkatkan daya tarik visualnya. Warna kuning juga bisa mengingatkan konsumen pada bahan dasar dari produk tape, yaitu singkong yang seringkali memiliki nuansa warna kuning setelah proses fermentasi.

Gambar yang tercantum dalam logo yaitu gambar tape dan dibaliknya terdapat gambar singkong yang diartikan bahwa produk Tape Semen Bu Suwarti ini merupakan tape yang terbuat dari bahan dasar singkong. Teks yang tercantumkan dalam logo yaitu nama UMKM "Tape Semen Bu Suwarti". Kata "Tape Semen" menggunakan font gliket yang di bold untuk menonjolkan bahwa produk ini merupakan makanan khas yang berasal dari Dusun Semen, Desa Musir Kidul. Sedangkan kata "Bu Suwarti" menggunakan font madelyn yang light memberikan kesan elegan dan halus sehingga menciptakan kontras yang menarik dengan kata yang di bold.



Sumber: Dokumen Pribadi (2024)

### **Gambar 5. Pengaplikasian Logo Pada Produk Tape Semen Bu Suwarti**

Logo yang dirancang dengan baik memberikan kesan profesional dan meningkatkan kepercayaan konsumen. Selain itu, logo berfungsi sebagai identitas visual yang mudah dikenali dan diingat oleh konsumen, membedakan produk ini dari produk sejenis di pasar. Dengan logo yang menarik dan relevan, UMKM Tape Semen Bu Suwarti diharapkan dapat menarik perhatian konsumen baru, meningkatkan loyalitas pelanggan, dan memperkuat posisinya di pasar.

## **6. Pendampingan Pembuatan Banner**



Sumber: Dokumen Pribadi (2024)

### **Gambar 6. Pemasangan Banner Tempat Usaha**

Menurut Darmadi Durianto (2003), banner merupakan suatu proses komunikasi yang memiliki tujuan untuk membujuk banyak orang agar membeli dan menggunakan apa yang diiklankan dan menjadi sebuah promosi yang dapat meningkatkan daya beli orang-orang yang menginginkan produk tersebut. Pendampingan pembuatan banner pada tempat usaha UMKM Tape Semen Bu Suwarti merupakan langkah penting dalam meningkatkan visibilitas dan daya tarik usaha. Proses ini dimulai dengan merancang banner yang mencolok dan informatif, menggunakan elemen visual yang konsisten dengan identitas brand, seperti logo dan warna yang telah ditentukan. Banner dirancang untuk menarik perhatian orang yang lewat dan memberikan informasi yang jelas tentang produk Tape Semen Bu Suwarti. Banner yang di desain untuk UMKM Tape Semen Bu Suwarti ini berisikan nama UMKM dan lokasi usaha, serta dilengkapi dengan logo brand UMKM serta mitra yang bekerja sama dengan UMKM ini.

Tujuan utama dari pembuatan banner ini adalah untuk meningkatkan visibilitas usaha Tape Semen Bu Suwarti, sehingga lebih mudah dikenali dan diingat oleh konsumen. Banner yang dipasang di tempat strategis dapat menarik perhatian calon pelanggan, membuat mereka tertarik untuk mengunjungi tempat usaha dan mencoba produk yang ditawarkan. Pendampingan ini juga memastikan bahwa desain banner selaras dengan identitas visual keseluruhan dari UMKM, menciptakan citra profesional dan terpercaya. Dengan demikian, banner yang efektif tidak hanya berfungsi sebagai alat promosi, tetapi juga sebagai elemen penting dalam membangun brand awareness dan loyalitas pelanggan.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Program pengabdian kepada masyarakat oleh perguruan tinggi, seperti yang dilakukan oleh mahasiswa KKN-T MBKM Kelompok 04 UPN “Veteran” Jawa Timur, menunjukkan betapa pentingnya kontribusi akademis dalam mendukung dan mengembangkan UMKM. Pendampingan pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) dan branding identitas visual telah memberikan dampak signifikan pada UMKM Tape Semen Bu Suwarti. Kepemilikan NIB tidak hanya memberikan legalitas usaha, tetapi juga membuka akses terhadap berbagai program bantuan pemerintah, pembiayaan, dan peluang kerjasama bisnis. Selain itu, pendampingan branding yang melibatkan pembuatan logo dan banner telah memperkuat identitas visual UMKM, meningkatkan daya tarik produk, dan memperluas jangkauan pasar. Program ini membuktikan bahwa dukungan perguruan tinggi melalui pengabdian masyarakat dapat secara efektif membantu UMKM tumbuh dan berkembang, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal.

## Saran

UMKM Tape Semen Bu Suwarti sebaiknya terus terbuka terhadap saran dan pendampingan yang diberikan oleh mahasiswa. Mengadopsi teknologi dan memanfaatkan media sosial untuk promosi dapat membantu meningkatkan daya saing dan jangkauan pasar. Selain itu, pemilik UMKM perlu selalu memperbarui pengetahuan mereka tentang regulasi dan peluang bantuan pemerintah, seperti yang terkait dengan NIB, untuk memanfaatkan semua sumber daya yang tersedia. Membangun jaringan dengan UMKM lain dan berbagai pihak juga dapat membuka peluang kerjasama yang menguntungkan. Terakhir, penting untuk selalu menjaga kualitas produk dan pelayanan agar dapat mempertahankan kepercayaan dan loyalitas konsumen.

## DAFTAR REFERENSI

- Al Farisi, F., Fasa, Suharto. (2022). Peran UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. *Dinamika Ekonomi Syariah*, 9(1).
- Alvia, R. (2019). 5 manfaat ini bisa kamu dapatkan dengan mengikuti pengabdian masyarakat untuk mahasiswa. Retrieved from <https://adminpublik.uma.ac.id/2022/01/31/5-manfaat-ini-bisa-kamu-dapatkan-dengan-mengikuti-pengabdian-masyarakat-untuk-mahasiswa/>
- Asnawati, SE., MM. (2021). *Kewirausahaan: Teori dan contoh-contoh rencana bisnis*. Malang: CV Literasi Nusantara Abadi.
- Budiarto, F. N. R., Amelia, K. S., Arindawati, S., Mawardhany, S. K., Belangi, H. A. P., Mas'Udah, K. W., & Wuryandari, Y. (2022). Pendampingan pembuatan nomor induk berusaha (NIB) dalam rangka pengembangan UMKM Desa Ngampungan. *Karya Unggul: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 116-124.
- Emilia, H. (2022). Bentuk dan sifat pengabdian kepada masyarakat yang diterapkan oleh perguruan tinggi. *PKM: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3), 122-130.
- Enisari, N. K. A., Santoso, S., & Wahyuni, M. S. I. (2021). Analisis keberadaan branding dalam menunjang digital marketing pada usaha MINA Giri. *MSDJ: Management Sustainable Development Journal*, 3(2), 70-80.
- Hananto, B. A. (2019). Identitas visual digital brand dalam sosial media. *Prosiding Seminar Nasional Desain Dan Arsitektur*, 57.
- Hendrajati, A. (2016). Pengaruh brand identity terhadap brand loyalty melalui brand image, dan brand trust Yamaha. Universitas Negeri Yogyakarta: Skripsi. Retrieved from [https://eprints.uny.ac.id/38896/1/AdityaHendrajati\\_12808144007.pdf](https://eprints.uny.ac.id/38896/1/AdityaHendrajati_12808144007.pdf)

- Komalasari, H., Rosikhu, M., Putri, D. A., Nalurita, I., Maharani, A. E. S. H., & Cahyadi, I. (2023). Pendampingan pembuatan NIB untuk kelegalitasan usaha UMK Syahrini Snack di Lombok Tengah melalui OSS. *JILPI: Jurnal Ilmiah Pengabdian Dan Inovasi*, 1(3), 357-362.
- Mahfirah, T. F., Haura, T., & Putri, C. A. (2023). Pelatihan product branding sebagai optimalisasi strategi pemasaran bagi UMKM. *Sarwahita*, 20(02), 131-141. <https://doi.org/10.21009/sarwahita.202.2>
- Mudiparwanto, W. A., & Gunawan, A. (2021). Peran pemerintah daerah istimewa Yogyakarta dalam pemberian izin usaha setelah berlakunya sistem online single submission (OSS). *Diversi Jurnal Hukum*, 7(1), 106-128.
- Mulia. (2019). Visual branding isu politik dalam akun Instagram Mojok.co. Universitas Islam Negeri Yogyakarta. Retrieved from [http://digilib.uin-suka.ac.id/40470/1/15730001\\_BAB-I\\_IV\\_DAFTAR%20PUSTAKA.pdf](http://digilib.uin-suka.ac.id/40470/1/15730001_BAB-I_IV_DAFTAR%20PUSTAKA.pdf)
- Oscario, A. (2013). Pentingnya peran logo dalam membangun brand. *Humaniora*, 4(1), 191-202.
- Putra, R. W. (2019). Pengantar desain komunikasi visual dalam penerapan. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Saifulloh, M. (2021). Branding product pelaku usaha mikro kecil menengah Kuningan Barat Jakarta Selatan. *Jurnal Pustaka Dianmas*, 1(1), 28-33.
- Sasmito, D., & Febriani. (2021). Perancangan konsep visual branding untuk Dessea Fit. Universitas Kristen Petra. Retrieved from <https://publication.petra.ac.id/index.php/dkv/article/download/11257/9963>
- Soejono, F., Bendi, R. K. J., Efila, M. R., Anthony, S., Angeliana, W., Katolik, U., Charitas, M., Industri, T., Katolik, U., Charitas, M., Musi, U. K., & Musi, U. K. (2020). Pendampingan usaha: Penggunaan one single submission. *Wikrama Parahita: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 103-108.
- Sunata, M., Adityawan, A., & Sunarko, C. F. (2020). Perancangan ulang identitas visual sebuah produk cemilan UMKM. *Rupaka*, 4(1), 64-72.
- Suprihati, S., Prastiwi, I. E., Pravasanti, Y. A., Jumarni, J., Ma'ruf, I. A., & Farkhan, S. A. (2023). Pelatihan pembuatan nomor induk berusaha (NIB) bagi UMKM seluruh Indonesia. *Budimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(2), 1-6.
- Thabroni, G. (2019, August 27). Desain komunikasi visual (DKV): Penjelasan lengkap. Retrieved from <https://serupa.id/desain-komunikasi-visual-dkv-penjelasan-lengkap/> (Diakses pada 7 Maret 2021)
- Wheeler, A. (2013). *Designing brand identity*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.



## Peranan Nomor Induk Berusaha (NIB) Sebagai Legalitas Usaha Bagi Pertumbuhan Bisnis UMKM Tape Semen Bu Suwarti

### *Role of the Business Identification Number (NIB) as Business Legality for the Growth of the MSME Business Tape Semen Bu Suwarti*

Audy Herlina Puspitasari, Condro Widodo

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur, Surabaya

Email: [21013010049@student.upnjatim.ac.id](mailto:21013010049@student.upnjatim.ac.id)

Alamat : Jl. Rungkut Madya No.1, Gn. Anyar, Kec. Gn. Anyar, Surabaya, Jawa Timur 60294

Korespodensi email : [21013010049@student.upnjatim.ac.id](mailto:21013010049@student.upnjatim.ac.id)

#### Article History:

Received: 30 Juni, 2024

Accepted : 05 Juli, 2024

Published: 31 Agustus, 2024

**Keywords:** NIB, MSMEs, Business Legality, Business Growth

**Abstract:** A country's economic growth can increase because of the important role of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs). Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) are productive economic enterprises that were born as one of human activities to fulfill their daily needs. This research discusses the role of the Business Identification Number (NIB) in the context of business legality to support the business growth of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs). The focus of this activity is the UMKM Tape Semen Bu Suwarti, a tape producer in Semen Hamlet, Musir Kidul Village. This MSME assistance work program is carried out using several methods including surveys, observations, interviews and discussions, as well as mentoring. The stages in this activity begin with socialization regarding the importance of NIB ownership for business legality and assistance in making NIB. The existence of NIB can help to increase transparency in the business world by making it easier for the government to monitor and enforce laws related to business licensing and regulations. In this way, NIB not only simplifies the business process, but is also an important step in supporting the growth of MSMEs as a sector of the Indonesian economy.

**Abstrak.** Pertumbuhan perekonomian suatu negara dapat meningkat karena adanya peran penting Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan usaha ekonomi produktif yang lahir sebagai salah satu kegiatan manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya sehari-hari. Penelitian ini membahas mengenai peranan Nomor Induk Berusaha (NIB) dalam konteks legalitas usaha untuk mendukung pertumbuhan bisnis Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Fokus dari kegiatan ini adalah UMKM Tape Semen Bu Suwarti, sebuah produsen tape yang ada di Dusun Semen, Desa Musir Kidul. Program kerja pendampingan UMKM ini dilakukan dengan beberapa metode yang meliputi survei, observasi, wawancara dan diskusi, serta pendampingan. Adapun tahapan dalam kegiatan ini dimulai dengan sosialisasi mengenai pentingnya kepemilikan NIB sebagai legalitas usaha dan pendampingan dalam pembuatan NIB. Dengan adanya NIB dapat membantu untuk meningkatkan transparansi dalam dunia usaha dengan memudahkan pemerintah dalam mengawasi dan menegakkan hukum terkait perizinan dan regulasi usaha. Dengan demikian, NIB tidak hanya mempermudah proses berusaha, tetapi juga menjadi langkah penting dalam mendukung pertumbuhan UMKM sebagai salah satu sektor ekonomi Indonesia.

**Kata Kunci:** NIB, UMKM, Legalitas Usaha, Pertumbuhan Bisnis.

## PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan usaha ekonomi produktif yang lahir sebagai salah satu kegiatan manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya sehari-hari. Selain itu, UMKM juga menjadi penopang perekonomian masyarakat dan daerah. Oleh karena itulah pelaku UMKM dituntut harus dapat bersaing di era pasar bebas. Adapun untuk dapat

\* Audy Herlina Puspitasari, [21013010049@student.upnjatim.ac.id](mailto:21013010049@student.upnjatim.ac.id)

bersaing di era pasar bebas ini salah satu syaratnya adalah terpenuhinya legalitas usaha. Namun pengurusan legalitas usaha masih kurang diketahui oleh masyarakat, khususnya pelaku UMKM. Legalitas usaha merupakan informasi bagi masyarakat, terutama bagi pihak yang berkepentingan terhadap identitas dan hal-hal yang menyangkut dunia usaha dan perusahaan yang didirikan, bekerja serta berkedudukan di wilayah Negara Republik Indonesia. Legalitas Usaha merupakan unsur penting sebagai penunjuk jati diri bahwa suatu badan usaha tersebut legal dan sah secara hukum sehingga diakui oleh masyarakat.

Salah satu legalitas usaha dalam sebuah usaha adalah Nomor Induk Berusaha. Nomor Induk Berusaha (NIB) merupakan tanda pengenal bagi para pelaku usaha, baik usaha perseorangan maupun non perseorangan. Dengan adanya NIB dapat membantu para pelaku usaha dalam mengajukan izin usaha dan izin komersial atau operasional. NIB juga berfungsi sebagai Tanda Daftar Perusahaan (TDP), Angka Pengenal Importir (API), dan hak akses kepabeanan. Pada pasal 37 (2) disebutkan bahwa izin usaha untuk UMKM diberikan berdasarkan pada tingkat risiko kegiatan usaha berupa: a. Nomor Induk Berusaha (NIB), untuk usaha resiko rendah; b. nomor induk berusaha serta sertifikat standar, untuk usaha risiko menengah rendah serta menengah tinggi; dan c. nomor induk berusaha serta izin, untuk usaha resiko tinggi. Pemilik UMKM baik yang sudah lama beroperasi atau baru membuka usahanya dapat secara langsung mengajukan permohonan untuk memperoleh Nomor Induk Berusaha (NIB). Pendaftaran untuk pembuatan NIB dapat dilakukan melalui pendaftaran pada akun Online Single Submission (OSS).

OSS, atau Online Single Submission, adalah sistem perizinan berusaha yang terintegrasi secara elektronik. OSS dirancang untuk mempermudah pengurusan berbagai perizinan berusaha, termasuk izin terkait lokasi, lingkungan, dan bangunan, serta izin operasional untuk kegiatan operasional usaha di tingkat pusat maupun daerah. OSS membantu UMKM dalam mengurus seluruh persyaratan hukum usaha, seperti pendaftaran NIB, perizinan, dan sertifikasi standar bersama, melalui satu portal online. Tujuan pemerintah dalam menciptakan website OSS yaitu untuk mempercepat proses penerbitan perizinan berusaha sesuai dengan standar pelayanan, memberikan kepastian waktu dan biaya dalam proses perizinan.

Kepemilikan NIB memberikan status resmi dan legalitas bagi usaha meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk UMKM Tape. Hal ini penting dalam membangun citra positif dan meningkatkan daya saing di pasar. NIB juga menjadi salah satu syarat penting untuk mengakses pembiayaan dari lembaga keuangan. agar lebih mudah untuk memperoleh pinjaman atau modal usaha untuk mengembangkan operasional mereka. Dengan memiliki izin berusaha maka UMKM sudah memiliki perlindungan hukum layak berdiri dan beroperasi, serta dengan

adanya NIB sebagai legalitas usaha juga dapat berpengaruh bagi pertumbuhan bisnis.

Pertumbuhan bisnis dapat didefinisikan sebagai penciptaan nilai jangka panjang untuk sebuah bisnis, dari pelanggan, pasar, dan hubungan bisnis. Pengembangan bisnis yang efektif dapat membantu meningkatkan daya saing dan kontribusi pada perekonomian nasional. Oleh karena itu, memiliki strategi yang tepat dan mengembangkan bisnis secara efektif sangat penting untuk mencapai pertumbuhan bisnis yang stabil dan berkelanjutan. Pertumbuhan bisnis dapat dicapai dengan meningkatkan kredibilitas bisnis berupa NIB sebagai legalitas usaha, hal ini berguna untuk mempermudah kerjasama dengan pihak terkait untuk mendukung pertumbuhan bisnis.

Saat ini masih banyak pelaku UMKM yang belum mendaftarkan izin legalitas usahanya, salah satunya yaitu Tape Semen Bu Suwarti. Tape Semen Bu Suwarti merupakan usaha Tape yang berlokasi di Dusun Semen, Desa Musir Kidul. Alasan UMKM Tape Semen Bu Suwarti belum memiliki Nomor Usaha adalah karena pemilik dan pengelola usaha belum sepenuhnya memahami pentingnya legalitas usaha bagi pertumbuhan bisnis serta cara menangani berbagai tahapan dalam pembuatan NIB. Oleh karena itu, Mahasiswa KKNT Kelompok 04 yang melaksanakan pengabdian masyarakat di Desa Musir Kidul akan melakukan peninjauan kembali mengenai NIB UMKM Tape Semen Bu Suwarti. Dengan penerapan NIB, kami berharap upaya kami dapat memberikan kontribusi positif terhadap pertumbuhan ekonomi, membantu penegakan legalitas usaha, dan meningkatkan kualitas operasional secara keseluruhan.

Sebagai upaya dalam mengidentifikasi permasalahan secara komprehensif, penulis melaksanakan kegiatan survei yang diselenggarakan pada aparat pemerintah Desa Musir Kidul dan Pelaku UMKM melalui metode wawancara dan pengamatan secara langsung di lapangan. Permasalahan yang kami temui setelah melakukan pengamatan di lapangan ialah kurangnya pengetahuan pelaku UMKM mengenai pentingnya kepemilikan NIB sebagai legalitas usaha bagi pengembangan usaha. Dengan ini tujuan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat adalah agar pelaku UMKM memiliki NIB untuk mengembangkan usahanya.

## **METODE**

Kegiatan pengabdian masyarakat diberikan dalam bentuk pengenalan serta pendampingan pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) terhadap UMKM. Program kerja pendampingan UMKM ini dilakukan dengan beberapa metode yang meliputi survei, observasi, wawancara dan diskusi, serta pendampingan.

Metode pertama yang dilakukan ialah melaksanakan survey, metode ini dilakukan

dengan tim pelaksana menemui Bapak Kepala Desa Musir Kidul untuk mengumpulkan informasi mengenai potensi dan kendala yang dimiliki oleh desa mengenai pengembangan UMKM, yang salah satunya yaitu mengenai UMKM Tape Semen yang menjadi UMKM unggulan desa. UMKM Tape Semen ini terletak di Dusun Semen, Desa Musir Kidul. Pelaku UMKM Tape di Dusun Semen terbagi menjadi sekitar 9 orang, hingga akhirnya berhasil ditemukan pelaku UMKM Tape yang dapat dijadikan mitra. Hasil dari survey menunjukkan bahwa tidak keseluruhan pelaku UMKM telah memiliki NIB dan mengerti mengenai pentingnya kepemilikan legalitas usaha bagi pertumbuhan bisnis, produksi dilakukan secara tradisional, dan kegiatan produksi tape termasuk dalam produksi rumahan yang belum mempunyai legalitas usaha.

Observasi dilakukan dengan mengunjungi mitra yang telah ditentukan yaitu salah satu pelaku UMKM Tape Dusun Semen. Selama observasi, diputuskan untuk mendampingi mitra UMKM yang bernama Tape Semen Bu Suwarti. Saat berkunjung ke lapangan, juga dilakukan diskusi terkait kegiatan produksi dan upaya pengenalan mengenai pentingnya legalitas usaha bagi UMKM tersebut. Observasi dilakukan bersama dengan Ibu Suwarti selaku pelaku dan pemilik UMKM beserta suaminya.

Metode selanjutnya yang digunakan adalah wawancara dan diskusi. Wawancara dilakukan dengan pelaku UMKM Tape. Sedangkan, diskusi dilakukan baik dalam lingkup internal kelompok maupun dengan eksternal yaitu pelaku UMKM Tape yakni Bu Suwarti. Pertanyaan yang diajukan dalam wawancara antara lain mengenai pemahaman mengenai legalitas usaha berupa NIB, kepemilikan NIB oleh pelaku UMKM, dan jika belum memiliki, kesediaan untuk didampingi dalam pembuatan NIB, serta manfaat yang diperoleh setelah memiliki NIB bagi pertumbuhan bisnis. Selanjutnya, wawancara dan diskusi dilakukan bersama pelaku UMKM Tape untuk mengumpulkan informasi dan data usaha guna pembuatan NIB melalui *Online Single Submission (OSS)* berupa identitas, proses produksi, kapasitas produksi, penghasilan produksi, dan lain sebagainya.

Kegiatan ini dilaksanakan dengan melakukan pengenalan mengenai pentingnya NIB sebagai salah satu legalitas usaha beserta manfaat yang diperoleh dari kepemilikan NIB sebagai legalitas usaha, serta manfaat NIB bagi pertumbuhan bisnis dan pendampingan dalam pembuatan NIB kepada pemilik UMKM yang berlokasi di rumah pelaku UMKM Tape, yaitu di Dusun Semen, Desa Musir Kidul. Data dan informasi yang telah terkumpul melalui wawancara dan diskusi nantinya akan digunakan dalam pendampingan pembuatan NIB, metode tersebut dilakukan hingga tahap terbit sertifikat dan penyerahan bukti fisik sertifikat NIB kepada pelaku UMKM.

## **HASIL**

Kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 21-22 Mei 2024 di UMKM Tape Semen Bu Suwarti yang terletak di Dusun Semen, Desa Musir Kidul, Kecamatan Rejoso, Kabupaten Nganjuk oleh Mahasiswa KKNT MBKM Kelompok 04 UPN “Veteran” Jawa Timur 2024. Adapun tahapan dalam kegiatan ini dimulai dengan sosialisasi mengenai pentingnya kepemilikan NIB sebagai legalitas usaha dan pendampingan dalam pembuatan NIB. UMKM merupakan sektor usaha yang memiliki banyak kendala dalam pengembangannya UMKM memiliki beberapa keterbatasan antara lain kemampuan dalam mengelola usaha dan modal yang terbatas. Tantangan lain yang dihadapi oleh UMKM adalah bagaimana UMKM di Indonesia harus dapat bertahan dalam persaingan usaha yang datang tidak hanya dari dalam negeri tetapi juga dari luar negeri. Izin usaha dapat menjadi salah satu solusi untuk permasalahan UMKM. NIB memiliki fungsi nomor identifikasi impor, hak akses kepabeanan, pendaftaran asuransi kesehatan sosial, pendaftaran jaminan sosial ketenagakerjaan dan pelaporan wajib ketenagakerjaan.

### **1. Pengertian dan Pentingnya NIB sebagai Legalitas Usaha bagi UMKM**

Nomor Induk Berusaha (NIB) dikeluarkan oleh Pemerintah Indonesia melalui Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian. Dengan adanya NIB, sebuah usaha diidentifikasi dan diakui secara resmi oleh pemerintah. NIB menggabungkan beberapa izin dan proses perizinan sebelumnya menjadi satu, mempermudah UMKM dalam memulai dan menjalankan usaha tanpa harus mengurus banyak dokumen terpisah. Dengan memiliki NIB, UMKM dapat lebih mudah mengakses berbagai fasilitas dan dukungan yang disediakan oleh pemerintah, seperti bantuan teknis, pelatihan, dan akses ke pasar. NIB memberikan perlindungan hukum bagi UMKM karena statusnya sebagai legalitas usaha yang diakui secara resmi oleh pemerintah. Ini dapat membantu UMKM dalam mengatasi masalah hukum dan meningkatkan kepercayaan dari pihak lain, seperti pemasok dan pelanggan. Dengan NIB, UMKM dapat lebih mudah mengembangkan usahanya karena lebih terstruktur dalam mengelola perizinan dan administrasi usaha. Ini juga mendukung pertumbuhan ekonomi lokal karena memfasilitasi lebih banyak usaha untuk berkembang dan berkontribusi dalam perekonomian. NIB membantu meningkatkan transparansi dalam dunia usaha dengan memudahkan pemerintah untuk mengawasi dan menegakkan hukum terkait perizinan dan regulasi usaha. Dengan demikian, NIB tidak hanya mempermudah proses berusaha,

tetapi juga menjadi langkah penting dalam mendukung pertumbuhan UMKM sebagai salah satu sektor ekonomi Indonesia.

## **2. Pendampingan Pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB)**

Pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) dilakukan melalui sistem Online Single Submission (OSS). Sebelum adanya Sistem OSS untuk pengajuan izin usaha untuk semua jenis kegiatan usaha, dilakukan secara langsung dengan mengajukan permohonan penerbitan izin usaha melalui Pemerintah Daerah dalam hal ini adalah Dinas Perizinan dan Penanaman Modal, dan instansi pemerintah daerah lainnya, misalnya Dinas. Pelaku usaha dalam mengajukan permohonan izin tersebut harus memenuhi segala persyaratan-persyaratan terlebih dahulu, baik persyaratan teknis maupun administrasi yang dibutuhkan sesuai dengan jenis perizinan yang dimintanya. Setelah adanya sistem OSS, para pemilik usaha dapat mengajukan permohonan penerbitan izin usaha secara legalitas dengan mengakses sistem OSS secara online.

Pendampingan pembuatan NIB UMKM Tape Semen Bu Suwarti dimulai dengan edukasi tentang manfaat dan prosedur pembuatan NIB. Dengan adanya NIB ini, UMKM Tape Semen Bu Suwarti dapat beroperasi secara legal dan memperoleh kepercayaan lebih dari konsumen dan mitra bisnis. Selain itu, NIB membuka akses untuk mendapatkan pembiayaan dari lembaga keuangan dan mengikuti program-program pemerintah yang mendukung pengembangan UMKM Tape Semen Bu Suwarti. Prosedur pembuatan NIB dimulai dari :

### **a. Registrasi pada sistem OSS**

Membuat akun untuk pemilik UMKM Tape Semen Bu Suwarti melalui sistem OSS, dengan mendaftarkan email dan nomor induk kependudukan Bu Suwarti. Setelah pendaftaran selesai dilakukan, maka akan mendapatkan verifikasi pendaftaran, dan akan mendapatkan username serta password yang nantinya akan digunakan login untuk mengakses sistem OSS.

### **b. Verifikasi Data**

Setelah berhasil login, mulai mengumpulkan informasi data usaha dari pemilik UMKM Tape Semen Bu Suwarti. Langkah selanjutnya mengisi data UMKM yang dimiliki secara lengkap dan benar. Data-data yang perlu diisi yaitu data identitas pemilik (nama lengkap, nomor identitas (KTP/SIM), alamat, dan nomor telepon pemilik usaha), data usaha (nama usaha, bentuk badan usaha (misalnya, perseorangan, CV, PT), alamat usaha, dan bidang usaha), data administrasi (informasi terkait perizinan yang diperlukan, jumlah tenaga kerja, dan

modal usaha).



**Gambar 1. Pengumpulan Data UMKM Tape Semen Bu Suwarti**

*Sumber: Dokumen Pribadi (2024)*

**c. Pengajuan NIB**

Setelah data UMKM terverifikasi, dapat dilanjutkan ke tahap pengajuan NIB. Mulai dari pengisian Formulir NIB, pengunggahan Dokumen Pendukung (seperti surat keterangan domisili usaha, NPWP, dan izin teknis lainnya), lalu dilanjutkan dengan Review dan Konfirmasi untuk meninjau kembali data yang telah diisi dan dokumen yang diunggah untuk memastikan semuanya lengkap dan benar sebelum mengirimkan pengajuan.

**d. Penerbitan NIB**

Jika semua persyaratan telah terpenuhi, NIB akan diterbitkan oleh sistem OSS dan dapat diunduh. NIB yang diunduh berbentuk dokumen elektronik yang sah digunakan sebagai identitas UMKM Tape Semen Bu Suwarti.

  
**PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA**  
**PERIZINAN BERUSAHA BERBASIS RISIKO**  
**NOMOR INDUK BERUSAHA: 2105240098732**

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 tentang Cipta Kerja Menjadi Undang-Undang, Pemerintah Republik Indonesia menerbitkan Nomor Induk Berusaha (NIB) kepada:

1. Nama Pelaku Usaha	: SUWARTI
2. Alamat	: DESA SEMEN, RT/RW 001/006, DESA MUSIR KIDUL, KECAMATAN REJOSO, Desa/Kelurahan Musir Kidul, Kec. Rejoso, Kab. Nganjuk, Provinsi Jawa Timur : +6281259726206
3. Nomor Telepon Seluler Email	: -
4. Kode Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI)	: Lihat Lampiran
5. Skala Usaha	: Usaha Mikro

NIB ini berlaku di seluruh wilayah Republik Indonesia selama menjalankan kegiatan usaha dan berlaku sebagai hak akses kepastian, pendaftaran kepesertaan jaminan sosial kesehatan dan jaminan sosial ketenagakerjaan, serta bukti pemenuhan laporan pertama Wajib Laporan Ketenagakerjaan di Perusahaan (WLKP).

Pelaku Usaha dengan NIB tersebut di atas dapat melaksanakan kegiatan berusaha sebagaimana terlampir dengan tetap memperhatikan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Diberikan di Jakarta, tanggal: 21 Mei 2024

**Menteri Investasi/  
Kepala Badan Koordinasi Penanaman Modal,**  
  
Ditandatangani secara elektronik

Dicetak tanggal: 21 Mei 2024



**Gambar 2. NIB Tape Semen Bu Suwarti**

Sumber: <https://oss.go.id/>

### 3. Dampak Positif NIB terhadap Pertumbuhan Bisnis UMKM Tape Semen Bu Suwarti

Pertumbuhan bisnis bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia telah mengalami peningkatan signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Nomor Izin Berusaha (NIB) memiliki kaitan yang sangat signifikan dengan pertumbuhan bisnis bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). UMKM yang belum memiliki NIB sering kali menghadapi kendala dalam proses perizinan yang rumit dan memakan waktu. Dengan NIB, UMKM dapat mengurus perizinan bisnis secara online melalui Sistem OSS (Online Single Submission), dan mengunggah dokumen terkait. Adanya NIB dapat mempermudah proses perizinan bisnis. Proses perizinan yang lebih cepat dan mudah menghemat waktu dan biaya, memungkinkan UMKM untuk lebih fokus pada pengembangan bisnis dan meningkatkan daya saing dengan memaksimalkan kegiatan operasional bisnis. Dengan memiliki legalitas usaha berupa NIB memudahkan pemerintah untuk memberikan program-program yang membantu UMKM karena data UMKM telah tercatat secara administratif, sehingga UMKM Tape

Semen Bu Suwarti dapat lebih mudah mengakses berbagai fasilitas dan dukungan yang disediakan oleh pemerintah, seperti pelatihan, bantuan teknis, akses ke pasar, dan program bantuan lainnya. Dengan kemudahan akses dan dukungan yang diberikan oleh pemerintah juga dapat membantu UMKM untuk meningkatkan kapasitas operasional dan daya saing mereka di pasar. NIB juga memberikan legalitas resmi kepada UMKM Tape Semen Bu Suwarti, sehingga bisa mendapatkan perlindungan hukum yang lebih kuat. Hal ini tidak hanya bermanfaat untuk meningkatkan kepercayaan dari pihak-pihak terkait seperti pemasok dan pelanggan untuk pertumbuhan bisnis, tetapi juga memberikan kepastian hukum bagi UMKM Tape Semen Bu Suwarti dalam menjalankan operasi bisnisnya. Sebagai entitas usaha yang sah dan terdaftar, UMKM yang memiliki NIB cenderung lebih mudah untuk mengakses sumber pendanaan dari lembaga keuangan formal. Bank dan lembaga keuangan lainnya cenderung lebih percaya untuk memberikan pinjaman atau kredit kepada bisnis yang memiliki legalitas yang jelas. UMKM yang memiliki NIB dapat mendapatkan akses ke bunga dengan suku rendah KUR, yang diimplementasikan dengan subsidi pemerintah. Bunga yang dibebankan hanya 3%. Keabsahan dan kredibilitas bisnis dapat dibuktikan dengan adanya NIB, hal ini juga dapat mempermudah kerjasama dengan pihak terkait, seperti pemasok dan mitra bisnis untuk mendukung pertumbuhan bisnis yang dimiliki oleh Bu Suwarti yaitu UMKM Tape Semen Bu Suwarti menjadi lebih berkembang.

#### **4. Tantangan dalam Perolehan dan Pemanfaatan NIB**

Perolehan dan pemanfaatan Nomor Induk Berusaha (NIB) bagi UMKM di Indonesia masih dihadapkan pada beberapa tantangan yang perlu diatasi. Meskipun NIB dirancang untuk menyederhanakan proses perizinan, masih terdapat tantangan terkait dengan kompleksitas administratif yang mungkin akan dihadapi oleh UMKM. Beberapa UMKM mungkin mengalami kesulitan dalam memenuhi persyaratan dokumentasi yang diperlukan atau dalam navigasi terhadap berbagai prosedur dan formulir yang harus diisi. Sebagian UMKM, terutama yang beroperasi di daerah pedesaan atau skala kecil, mungkin memiliki keterbatasan dalam pengetahuan mengenai pentingnya NIB dan bagaimana cara memperolehnya. Selain itu, mereka mungkin tidak memiliki sumber daya yang cukup untuk melaksanakan proses perolehan NIB dengan baik, seperti akses internet yang stabil atau konsultan yang dapat membantu mereka. Terdapat tantangan terkait dengan penegakan hukum terhadap penggunaan NIB. Beberapa UMKM mungkin memperoleh NIB tetapi tidak memanfaatkannya secara benar atau tidak mematuhi ketentuan perizinan yang ada. Ini

dapat mempengaruhi keberlanjutan dari implementasi NIB dalam meningkatkan kepatuhan dan perbaikan ekosistem bisnis. Untuk memanfaatkan sepenuhnya potensi NIB, pelaku UMKM perlu memastikan integrasi dengan sistem pembiayaan dan perpajakan yang ada. Hal ini melibatkan proses pendaftaran NPWP usaha, yang sering kali menjadi tahapan terpisah namun penting untuk mendapatkan akses penuh terhadap layanan dan fasilitas yang ditawarkan oleh pemerintah.

## **KESIMPULAN**

NIB tidak hanya memberikan legitimasi hukum kepada UMKM, tetapi juga mempermudah proses perizinan dengan mengintegrasikan beberapa izin usaha menjadi satu entitas yang terdaftar secara resmi. Dengan NIB, UMKM seperti Tape Semen Bu Suwarti mendapatkan akses lebih mudah ke berbagai fasilitas dan dukungan yang disediakan oleh pemerintah, termasuk bantuan teknis, pelatihan, promosi, dan akses ke pasar. Hal ini membantu UMKM meningkatkan kapabilitas operasional mereka, memperluas jaringan bisnis, dan meningkatkan daya saing di pasar yang semakin kompetitif. Perlindungan hukum yang diberikan oleh NIB juga memberikan kepastian dalam menjalankan operasi bisnis sehari-hari, yang sangat penting untuk mengatasi potensi masalah hukum dan memberikan keamanan dalam berbisnis secara teratur dan aman. Selain itu, NIB memungkinkan UMKM untuk lebih mudah mengakses sumber pendanaan dari lembaga keuangan formal, seperti bank dan lembaga keuangan non-bank lainnya. Ini memberikan dorongan tambahan bagi UMKM seperti Tape Semen Bu Suwarti untuk mengembangkan usaha mereka, meningkatkan kapasitas produksi, dan mengembangkan inovasi produk. Dengan demikian, implementasi NIB yang efektif tidak hanya mendukung pertumbuhan ekonomi lokal melalui pembentukan dan pertumbuhan UMKM, tetapi juga memperkuat posisi UMKM dalam pasar domestik dan global sebagai pilar penting dalam ekonomi Indonesia.

## **DAFTAR REFERENSI**

- Aisyah, Fatiya Nur, Aprilia Retnowati, and Sri Wibawani. "Pendampingan Masyarakat Melalui Perizinan Legalitas Usaha Kepada Pelaku UMKM Di Kelurahan Karangtengah Kota Blitar." *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara* 4, no. 3 (2023): 1793–1800.
- Asnaini, Sri Wahyuni, Ria Hartati, Paolinus Hulu, Yosua Novembrianto Simorangkir, Rachma Nadhila Sudiyono, and Fatrilia Rasyi Radita. "Sosialisasi Pembuatan Nomor Induk Berusaha (Nib) Untuk Pengembangan Umkm Di Bumdes Serdang Tirta Kencana Melalui Online Single Submission." *MULIA (Jurnal Pengabdian kepada*

*Masyarakat* 1, no. 2 (2022): 73–83.

Auliyah, Dhiyaul, and Martinus Legowo. “Nomor Induk Berusaha Bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil Dan Menengah.” *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Ilmu Sosial (SNIS)* 1, no. 1 (2022): 49–63.

Budiarto, Fadia Nur Rahma, Kiki Sandra Amelia, Sherly Arindawati, Shelomitha Kumala Mawardhany, Hera Amalia Putri Belangi, Kusuma Wardhani Mas’ udah, and Yenny Wuryandari. “Pendampingan Pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) Dalam Rangka Pengembangan UMKM Desa Ngampungan.” *KARYA UNGGUL-Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 1, no. 2 (2022): 116–124.

Khaidarmansyah, Khaidarmansyah, Nisar Nisar, Wasilah Wasilah, and Halimah Halimah. “Peningkatan Kualitas Usaha Di Desa Cilimus Melalui Sosialisasi Dan Pendampingan Dalam Pembuatan Nomor Induk Berusaha (Nib) Melalui Online Single Submission (Oss).” *J-Abdi: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat* 3, no. 1 (2023): 69–76.

Noraga, Gilang Bhirawa, Burhanudin Rabani, Dadang Sudirno, and Hani Sri Mulyani. “Pentingnya Legalitas Usaha Dan Sosialisasi Pembuatan NIB Bagi Pelaku UMKM Desa Karangasem Kecamatan Leuwimunding.” *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 4, no. 1 (2023): 807–811.

Tarigan, Miska Irani. “Pembinaan Dan Pendampingan Pembuatan Nomor Induk Berusaha Dalam Rangka Digitalisasi UMKM, Sumatera Utara.” *Akuntansi dan Humaniora: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 1, no. 3 (2022): 156–160.

Widarsadhika, Rahadyan, Siti Maria Ulfa, Muhammad Thoriq Fauzi, and Katarina Kristi Suluh Putri. “Nomor Induk Berusaha Sebagai Legalitas Bagi Pelaku Umkm Desa Tawar Kabupaten Mojokerto.” *Jurnal Penyuluhan dan Pemberdayaan Masyarakat* 3, no. 2 (2024): 28–34.



## Program Pemberdayaan Ekonomi Keluarga Dhuafa Ibu Citra Warga Sawangan Depok Melalui Pengembangan Usaha Takoyaki

### *Mrs. Citra's Family Economic Empowerment Program Through Takoyaki Business Development, Sawangan, Depok*

Salma Julia Imbarsyah<sup>1</sup>; Salsa Silva Zahra<sup>2</sup>; Riska Nabilah<sup>3</sup>; Mulkan Habibi<sup>4</sup>

Program Studi Gizi, Fakultas Kedokteran dan Kesehatan,  
Universitas Muhammadiyah Jakarta, Jakarta Pusat, Indonesia

Corresponding author: [salmaa.juliaa94@gmail.com](mailto:salmaa.juliaa94@gmail.com)

#### Article History:

Received:

May 29, 2024

Revised:

June 23, 2024

Accepted:

July 08, 2024

Online Available:

July 10, 2024

#### Keywords:

Economic  
Empowerment; dhuafa;  
Takoyaki Business

**Abstract:** Dhuafa families are a group of families or communities with weaknesses in the economic sector so they must be helped. This group struggles hard every day against the poverty that plagues their lives and suffers increasingly severe economic impacts due to the high prices of basic commodities to meet their basic needs. Based on the analysis result, Ms. Citra, a resident of Sawangan Depok, is one of the poor groups who must be given attention and assistance. This service activity in the form of empowerment aims to improve the skills of poor families so that they can take better advantage of business opportunities through Takoyaki Business Development. By improving these skills, it is hoped that they can improve their economy by the problems they face and provide the support needed so that poor families can be financially independent and run businesses sustainably. This service method is carried out in several stages, starting with observing the condition of poor families, planning a program for empowering poor families, conducting a fundraising program, providing business capital assistance, and coaching poor families. This community service program show that empowerment activities help the poor family of Mrs. Citra, a resident of Sawangan Depok. Through the development of the Takoyaki business, this poor family seeks to improve the economy of Mrs. Citra's family.

**Abstrak:** Keluarga dhuafa merupakan suatu kelompok keluarga atau masyarakat yang memiliki kelemahan dalam bidang ekonomi sehingga mereka ini harus dibantu. Kelompok ini setiap hari berjuang keras melawan kemiskinan yang mendera kehidupan mereka dan menanggung dampak ekonomi yang semakin parah akibat tingginya harga bahan pokok untuk memenuhi kebutuhan dasarnya. Berdasarkan hasil analisis bahwa Ibu Citra Warga Sawangan Depok merupakan salah satu dari kelompok dhuafa yang wajib diberikan perhatian dan bantuan. Kegiatan pengabdian dalam bentuk pemberdayaan ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan keluarga duafa sehingga mereka dapat memanfaatkan peluang usaha dengan lebih baik Melalui Pengembangan Usaha Takoyaki. Dengan peningkatan keterampilan ini diharapkan dapat meningkatkan perekonomian mereka sesuai dengan masalah yang dihadapi dan memberikan dukungan yang dibutuhkan agar keluarga duafa dapat mandiri secara finansial dan menjalankan usaha secara berkelanjutan. Metode pengabdian ini dilakukan dengan beberapa tahapan dimulai dengan melakukan observasi kondisi keluarga dhuafa, menyusun perencanaan program pemberdayaan keluarga dhuafa, melakukan program fundraising, pemberian bantuan modal usaha dan pembinaan terhadap keluarga dhuafa. Hasil program pengabdian kepada masyarakat ini menunjukkan bahwa kegiatan pemberdayaan sangat membantu keluarga dhuafa Ibu Citra Warga Sawangan Depok, melalui pengembangan usaha Takoyaki keluarga dhuafa ini berupaya untuk meningkatkan perekonomian keluarga Ibu Citra.

**Kata Kunci:** Pemberdayaan Ekonomi, Dhuafa, Usaha, Takoyaki

\* Salma Julia Imbarsyah, [salmaa.juliaa94@gmail.com](mailto:salmaa.juliaa94@gmail.com)

## 1. PENDAHULUAN

Masalah sosial telah menjadi fenomena yang ada sejak lama. Seiring dengan perkembangan masyarakat, masalah sosial juga berkembang dan berubah baik secara kuantitatif maupun kualitatif. Meskipun masyarakat mengalami kemajuan, tidak berarti masalah sosial berkurang atau menghilang. Masalah lama mungkin sebagian hilang dan digantikan dengan masalah baru, atau masalah lama tetap ada dengan bentuk dan kualitas yang berbeda (Rachma et al., 2023). Salah satu masalah sosial yang dihadapi Indonesia adalah kemiskinan. Kemiskinan adalah masalah yang dialami oleh semua negara, baik negara maju, berkembang, maupun terbelakang. Kemiskinan umumnya didefinisikan dari segi ekonomi, terutama pendapatan dalam bentuk uang serta keuntungan nonmaterial yang diterima seseorang. Kemiskinan juga sering didefinisikan sebagai kondisi yang ditandai oleh berbagai kekurangan yakni kekurangan pendidikan, buruknya keadaan kesehatan, dan kurangnya akses transportasi yang diperlukan masyarakat. Dalam literatur hukum, istilah dhuafa dibedakan dari fakir. Berdasarkan telaah kitab *fiqih*, Novanto & Aji (2021) merumuskan definisi miskin sebagai orang yang memiliki harta benda atau mata pencaharian atau keduanya hanya cukup untuk menutupi setengah atau lebih dari kebutuhan pokok mereka.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa kaum dhuafa yang dimaksud di sini adalah orang-orang yang lemah atau tidak memiliki apa-apa dan mereka ini harus dibantu. Para dhuafa setiap hari berjuang keras melawan kemiskinan yang mendera kehidupan mereka. Mereka harus menghadapi beban berat, termasuk menanggung dampak ekonomi yang semakin parah akibat tingginya harga minyak tanah dan sembako. Situasi ini memaksa mereka untuk mengeluarkan lebih banyak uang untuk kebutuhan dasar, meskipun penghasilan mereka sangat terbatas. Keadaan kaum dhuafa ini mencerminkan ketidakmampuan negara dalam memelihara dan melindungi warganya yang paling rentan. Ketidakmampuan ini terlihat dari kurangnya kebijakan yang efektif untuk menstabilkan harga kebutuhan pokok dan menyediakan bantuan yang memadai bagi mereka yang hidup di bawah garis kemiskinan. Dengan demikian, kondisi ini memperlihatkan bahwa negara belum mampu menjalankan perannya secara optimal dalam memastikan kesejahteraan dan keadilan sosial bagi seluruh lapisan masyarakatnya (Ramandhita et al., 2024).

Menyantuni kaum dhuafa adalah kewajiban bagi seorang muslim karena merupakan bentuk ibadah kepada Allah SWT. Sebagai upaya mengurangi angka kemiskinan, kegiatan pemberdayaan masyarakat dianggap sebagai salah satu metode paling efektif untuk memandirikan dan memberdayakan masyarakat. Melalui pemberdayaan, masyarakat dapat

memperoleh keterampilan, pengetahuan, dan kekuatan yang cukup untuk mempengaruhi kehidupan mereka sendiri dan kehidupan orang lain di sekitar mereka. Pemberdayaan merupakan proses penyadaran tentang potensi atau daya yang dimiliki oleh seseorang agar menjadi berdaya, yang diaktualisasikan melalui partisipasi aktif individu tersebut dengan pendampingan untuk mentransfer pengetahuan. Pemberdayaan adalah salah satu unsur penting dalam pembangunan, karena memberikan pembekalan kepada masyarakat agar mereka mampu menjalankan program pembangunan secara mandiri. Proses ini membantu masyarakat menyadari permasalahan yang mereka hadapi, mengenali potensi yang ada di lingkungan mereka, dan mencari solusi untuk menyelesaikan permasalahan tersebut. Dengan demikian, pemberdayaan tidak hanya meningkatkan kapasitas individu, tetapi juga mendorong partisipasi aktif dalam pembangunan komunitas yang lebih luas (Daud & Usman, 2022).

Program Pengabdian berupa pemberdayaan keluarga dhuafa melalui pengembangan usaha bagi keluarga Ibu Citra yang dilakukan oleh tim mahasiswa yang berkolaborasi dengan dosen Universitas Muhammadiyah Jakarta sebagai solusi untuk mengatasi permasalahan ekonomi. Program ini bertujuan untuk meningkatkan rasa kepedulian sosial di kalangan mahasiswa. Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jakarta berupaya membantu keluarga dhuafa dengan mengadakan pelatihan kemandirian dan memberikan bantuan modal usaha. Program ini dirancang untuk memberikan solusi nyata yang dapat membantu meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Dengan demikian, melalui kegiatan sosial ini, mahasiswa tidak hanya berperan sebagai agen perubahan tetapi juga memberikan dampak positif bagi masyarakat yang membutuhkan.

Kegiatan ini bertujuan untuk membantu dan meningkatkan keterampilan (*skill*) keluarga duafa agar terbuka peluang usaha bagi mereka. Dengan peningkatan keterampilan, diharapkan akan terjadi peningkatan perekonomian yang lebih maksimal, sesuai dengan permasalahan yang mereka hadapi. Selain itu, kegiatan ini juga bertujuan untuk memberikan dukungan yang diperlukan agar keluarga duafa dapat mandiri secara finansial dan mampu menjalankan usaha yang berkelanjutan. Sehingga target dari kegiatan ini adalah untuk meningkatkan perekonomian keluarga Ibu Citra sehingga terjadi perubahan status sosial dari golongan duafa menjadi aghniyah. Selain itu, tim pemberdayaan juga berupaya untuk membina aqidah dan akhlak keluarga tersebut agar mereka senantiasa taat kepada Allah SWT. Dengan demikian, tidak hanya aspek ekonomi yang diperbaiki, tetapi juga aspek spiritual dan moral, sehingga tercipta keluarga yang sejahtera dan harmonis dalam segala aspek kehidupan.

Ibu Citra yang kini berusia 36 tahun, hidup bersama suaminya yakni bapak Hidayat dan dua anak mereka yang masih duduk di bangku sekolah dasar. Mereka tinggal di sebuah kontrakan kecil. Ibu Citra menghadapi kesulitan dalam memenuhi kebutuhan keluarganya karena beliau hanya bekerja sebagai asisten rumah tangga panggilan, dan juga suaminya yang hanya kuli bangunan/serabutan. Untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh Ibu Citra, Tim pengabdian Masyarakat melakukan berbagai usaha untuk membantu antara lain dengan program pemberdayaan ekonomi melalui pengembangan usaha Takoyaki bagi keluarga dhuafa Ibu Citra. Usaha tersebut dilakukan dengan menggunakan strategi fundraising sebagai usaha untuk mengumpulkan dana donasi.

## **2. METODE**

Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah observasi, di mana tim pengabdian melakukan pengamatan secara langsung. Pengamatan ini dilakukan dengan tujuan untuk memastikan kebenaran status dhuafa yang dimiliki oleh Ibu Citra. Proses ini dilakukan dengan metode seleksi, sebelum memutuskan satu keluarga dhuafa yang akan dibantu maka proses seleksi dilakukan terhadap beberapa keluarga dhuafa lainnya, ini bertujuan untuk memilih satu keluarga duafa dari tiga calon keluarga duafa yang telah tim identifikasi sebelumnya. Sehingga tim pengabdian kepada Masyarakat dapat memastikan bahwa keluarga yang terpilih benar-benar sangat membutuhkan bantuan.

Setelah seleksi, maka kelompok tim pemberdayaan akan melakukan pendekatan terhadap keluarga duafa yang sudah terpilih. Pendekatan ini penting untuk membangun hubungan baik sebelum tim pemberdayaan melakukan wawancara. Wawancara ini dilakukan setelah semua tahap sebelumnya selesai, dengan metode semi-terstruktur. Tim pemberdayaan menyiapkan outline pertanyaan yang kemudian dikembangkan selama wawancara berlangsung. Pertanyaan mencakup topik seperti pekerjaan, jumlah anggota keluarga, kondisi tempat tinggal, dan sebagainya. Kemudian Langkah berikutnya memetakan bentuk pemberdayaan dan bantuan yang akan diberikan kepada keluarga duafa melakukan proses pengumpulan dana melalui strategi fundraising dengan melibatkan berbagai mitra. Setelah dana terkumpul dan mencukupi kebutuhan modal usaha untuk membuka usaha Takoyaki, maka tim pemberdayaan melakukan penyaluran kelengkapan dan kebutuhan usaha.

## **3. HASIL**

Kegiatan pengabdian ini dilakukan dalam bentuk pemberdayaan keluarga dhuafa Ibu Citra yang memiliki masalah kemiskinan karena tidak memiliki pekerjaan tetap atau tidak

memiliki usaha karena tidak adanya modal atau dana untuk memulai usaha. Selama ini, Ibu Citra tidak memiliki pekerjaan tetap, sehingga keluarga mereka sering kali kekurangan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Kondisi ini diperparah dengan adanya dua anak yang sedang menempuh pendidikan di sekolah dasar (SD) dan taman kanak-kanak (TK), yang menyebabkan pengeluaran mereka menjadi lebih besar. Sebelumnya, sang ibu pernah bekerja sebagai asisten rumah tangga (ART), namun beberapa tahun lalu ia terkena pemutusan hubungan kerja (PHK), sehingga pendapatan keluarga semakin berkurang.

Keadaan ini membuat ekonomi keluarga mereka semakin terpuruk dan sulit untuk mencukupi kebutuhan sehari-hari. Oleh karena itu, melalui program pemberdayaan ini akan sangat membantu dalam meningkatkan perekonomian keluarga Ibu Citra. Selain itu, tim pemberdayaan juga menggalang dana donasi sebagai modal untuk mendukung gerakan pemberdayaan ini, dengan menggunakan media sosial untuk menyebarkan informasi. Dengan adanya bantuan modal dan dukungan untuk memulai usaha, diharapkan keluarga ini dapat memiliki sumber pendapatan yang lebih stabil dan cukup untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, serta memberikan masa depan yang lebih baik bagi anak-anak mereka. Program ini tidak hanya akan memberikan bantuan finansial, tetapi juga memberikan harapan dan peluang baru bagi keluarga Ibu Citra untuk keluar dari lingkaran kemiskinan.

Dalam menghadapi masalah tersebut, tentu diperlukan kegiatan sosial yang melibatkan pemberdayaan kaum dhuafa sebagai langkah konkret yang diambil oleh mahasiswa sebagai *Agen of Change* (agen perubahan) untuk memberikan manfaat kepada masyarakat. Salah satu program yang dilakukan oleh mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jakarta adalah mengadakan kegiatan pemberdayaan terhadap keluarga dhuafa sebagai solusi untuk mengatasi permasalahan ekonomi. Program ini bertujuan untuk meningkatkan rasa kepedulian sosial di kalangan mahasiswa. Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jakarta berupaya membantu keluarga dhuafa dengan mengadakan pelatihan kemandirian dan memberikan bantuan modal usaha. Program ini dirancang untuk memberikan solusi nyata yang dapat membantu meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Dengan demikian, melalui kegiatan sosial ini, mahasiswa tidak hanya berperan sebagai agen perubahan tetapi juga memberikan dampak positif bagi masyarakat yang membutuhkan.

Kegiatan ini bertujuan untuk membantu dan meningkatkan keterampilan (*skill*) keluarga duafa agar terbuka peluang usaha bagi mereka. Dengan peningkatan keterampilan, diharapkan akan terjadi peningkatan perekonomian yang lebih maksimal, sesuai dengan permasalahan yang mereka hadapi. Selain itu, kegiatan ini juga bertujuan untuk memberikan dukungan yang diperlukan agar keluarga duafa dapat mandiri secara finansial dan mampu

menjalankan usaha yang berkelanjutan. Sehingga target dari kegiatan ini adalah untuk meningkatkan perekonomian keluarga Ibu Citra sehingga terjadi perubahan status sosial dari golongan duafa menjadi aghniyah. Selain itu, penulis juga berupaya untuk membina aqidah dan akhlak keluarga tersebut agar mereka senantiasa taat kepada Allah SWT. Dengan demikian, tidak hanya aspek ekonomi yang diperbaiki, tetapi juga aspek spiritual dan moral, sehingga tercipta keluarga yang sejahtera dan harmonis dalam segala aspek kehidupan.

Adapun uraian kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan pada Program Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Keluarga Ibu Citra Melalui Pengembangan Usaha Takoyaki, Sawangan Depok diantaranya sebagai berikut :

### **3.1 Survei Lokasi (24 Maret 2024)**

Pada tanggal 24 Maret 2024, tim pemberdayaan melaksanakan survei lokasi untuk mengidentifikasi keluarga duafa yang membutuhkan bantuan. Survei ini dilakukan di daerah Sawangan, Depok untuk memahami kondisi kehidupan sehari-hari dan kebutuhan mendesak keluarga-keluarga yang berada dalam kategori duafa. Tim pemberdayaan mengumpulkan data secara detail mengenai kondisi rumah, lingkungan, dan situasi ekonomi dari beberapa keluarga yang tim pemberdayaan kunjungi.



**Gambar 1.** Survei Lokasi Pengabdian Masyarakat

### **3.2 Wawancara kepada keluarga dhuafa**

Pada tanggal 25 April 2024, tim pemberdayaan melakukan wawancara mendalam dengan beberapa keluarga duafa untuk memahami kebutuhan mereka secara lebih spesifik. Salah satu keluarga yang tim pemberdayaan wawancarai adalah keluarga Ibu Citra. Dalam wawancara ini, tim pemberdayaan menggali informasi tentang sumber pendapatan, pengeluaran, dan kendala ekonomi yang mereka hadapi sehari-hari. Data ini menjadi dasar penting untuk menyusun program bantuan yang sesuai dengan kebutuhan mereka.

### **3.3 Kegiatan Fundraising.**

Berdasarkan hasil survei dan wawancara, tim pemberdayaan menyusun proposal yang merinci rencana program pemberdayaan keluarga duafa. Kegiatan fundraising dilakukan

dengan menyusun proposal yang berisi tentang rencana program pemberdayaan keluarga dhuafa, tujuan kegiatan, target yang akan dicapai, dan strategi pelaksanaan program. Proposal ini juga digunakan sebagai dokumen resmi untuk mengajukan permohonan dana kepada para donatur dan sponsor.



**Gambar 2.** Proposal Pemberdayaan Keluarga Dhuafa

### 3.4 Penggalangan dana dengan melibatkan berbagai mitra

Tim pemberdayaan mengadakan kegiatan penggalangan dana dari tanggal 13 Mei hingga 12 Juni 2024. Selama periode ini, tim pemberdayaan menghubungi berbagai donatur dan menggunakan media sosial untuk menyebarkan informasi tentang program tim pemberdayaan. Hasil dari kegiatan fundraising ini sangat positif, dengan total dana yang terkumpul mencapai Rp 1.845.000. Dana ini akan digunakan untuk pembelian alat dan kebutuhan keluarga duafa.

### 3.5 Penyaluran kelengkapan kebutuhan usaha (13 - 17 Juni 2024).

Setelah dana terkumpul, tim pemberdayaan melakukan pembelian alat dan kebutuhan yang diperlukan oleh keluarga duafa pada tanggal 13 hingga 17 Juni 2024. Pembelian ini meliputi peralatan usaha, kebutuhan pokok, serta perlengkapan lain yang mendukung peningkatan kesejahteraan keluarga yang tim pemberdayaan bantu.



**Gambar 3.** Perlengkapan usaha dan kebutuhan lainnya

### 3.6 Grand Opening Stand Jajanan Takoyaki Ibu Citra

Pada tanggal 18 Juni 2024, tim pemberdayaan melaksanakan acara serah terima bantuan sekaligus sebagai bentuk grand opening usaha baru ibu Citra berupa stand jajanan Takoyaki ibu Citra. Acara ini dilakukan dengan penuh kehangatan dan rasa syukur, di mana tim pemberdayaan menyerahkan semua barang dan dana yang telah tim pemberdayaan kumpulkan. Keluarga Ibu Citra menerima bantuan tersebut dengan penuh rasa haru dan terima kasih.



Gambar 4. Grand Opening Warung Takoyaki Ibu Citra

## 4. KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat berupa pemberdayaan keluarga dhuafa telah dilakukan dengan baik sesuai dengan perencanaan dan tujuan program kegiatan. Tim pemberdayaan telah berhasil mendirikan usaha jajanan Takoyaki milik keluarga dhuafa ibu, dana pendirian usaha didapatkan melalui proses fundraising yang melibatkan berbagai mitra kelompok pengabdian kepada Masyarakat. Dengan adanya usaha yang dimiliki oleh keluarga ibu Citra harapannya dapat dijadikan sebagai langkah awal bagi keluarga menjadi lebih baik dalam merintis dan pengembangan usaha sehingga kedepannya kehidupan mereka akan lebih baik. Tim pemberdayaan berharap melalui kegiatan pemberdayaan ini maka dapat meringankan beban keluarga ibu Citra, selanjutnya kegiatan ini dapat mempererat persaudaraan dan menciptakan rasa saling peduli di antara sesama, serta memberikan sedikit kebahagiaan dan harapan bagi mereka yang sedang berjuang menghadapi kesulitan hidup.

## 5. PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Ucapan terima kasih kami sampaikan Kaprodi Gizi Fakultas Kedokteran dan Kesehatan Universitas Muhammadiyah Jakarta dan Dosen Pengampu Mata Kuliah Al-Islam dan Kemuhammadiyah yang telah membimbing kami dalam kegiatan Program Pemberdayaan Keluarga Dhuafa 'Ibu Citra' warga Sawangan, Depok. Selain itu, kami sampaikan juga terima kasih kepada keluarga Ibu Citra dan pihak-pihak yang telah banyak

membantu sehingga kegiatan pemberdayaan ini dapat berjalan dengan baik.

## DAFTAR REFERENSI

- Daud, M., Usman, Y., & Arismawan, A. (2022). Respons penerima manfaat terhadap program pemberdayaan ekonomi masyarakat dhuafa (P2EMD) bidang peternakan di Gampong Kajhu, Baitussalam, Aceh .... *Buletin Pengabdian*, 2(1), 1-7. <https://jurnal.usk.ac.id/bulpengmas/article/view/23983%0Ahttps://jurnal.usk.ac.id/bulpengmas/article/download/23983/16229>
- Ginting, S., et al. (2022). Pemberdayaan Masyarakat Lokal Dalam Pengembangan Destinasi Wisata Kolam Soda Desa Buluh Naman Kecamatan Munte Kabupaten Karo. *ABDI MASSA: Jurnal Pengabdian Nasional*, 02(05), 10-19.
- Istianawati, & Sudaryanti. (2020). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Program Kelompok Seni Dan Usaha Kecil Menengah Kelurahan Mangkubumen (Mpok Sinah Klamben) Di Kelurahan Mangkubumen Kota Surakarta. *Jurnal Administrasi Publik (JAP)*, 1(3), 1-16.
- Laksono, B. A., & Rohmah, N. (2019). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Lembaga Sosial dan Pendidikan. *Jurnal Pendidikan Nonformal*, 14(1), 1-11.
- Margayaningsih, D. I. (2023). Peran Masyarakat Dalam Kegiatan Pemberdayaan Masyarakat Di Desa. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 4(2), 72–88.
- Ndraha, A. B. (2018). Strategi Pemberdayaan Masyarakat Desa Melalui Pengembangan Ekonomi Lokal Di Kabupaten Halmahera Barat Provinsi Maluku Utara. *J-3P: Jurnal Pembangunan Pemberdayaan Pemerintahan*, 3(2), 137-149.
- Novanto, R. A., & Aji, T. S. (2021). Pemberdayaan Kaum Du'afa dalam Perspektif Al-Quran. *Al-Mufasssir*, 3(1), 60–73. <https://doi.org/10.32534/amf.v3i1.1744>
- Pratiwi, E. D., Ashar, K., & Syafitri, W. (2020). Dampak Kemiskinan Terhadap Pola Mobilitas Tenaga Kerja Antarsektor Di Indonesia. *Jurnal Kependudukan Indonesia*, 15(1), 1. <https://doi.org/10.14203/jki.v15i1.473>
- Rachma, N., & Rafdhi, F. (2023). *Peningkatan Ekonomi Keluarga dengan Pemberdayaan Dhuafa melalui Pelatihan Usaha Rumah Tangga di Pinggir Sungai Ciliwung Condet , Jakarta Timur*. 1(1), 7–12.
- Ramandhita, A. A., et al. (2024). Pemberdayaan Ekonomi Keluarga Bapak Amar Sumarodin Melalui Pengembangan Usaha Bakso Ikan Tusuk. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Inovasi Indonesia*, 1(2), 91-96. <https://doi.org/10.54082/jpmii.295>
- Setiadi, M. B., & Pradana, G. W. (2022). Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Potensi Lokal Melalui Program Desa Wisata Genilangit di Kecamatan Poncol Kabupaten Magetan. *Publika*, 10(3), 881–894.
- W., S. K. (2019). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pelatihan Menyulam Pada Ibu-Ibu Di Desa Pabuaran Kecamatan Sukamakmur Kabupaten Bogor. *Jurnal Sarwahita*, 11(2), 82-86



## Pentingnya Penerapan Digital Marketing Dalam Proses Memajukan UMKM Di Daerah Jakarta Selatan

### *The Importance of Implementing Digital Marketing in the Process Advancing MSMEs in the South Jakarta Region*

Sri Astuti<sup>1</sup>, Bela Hemalia Putri<sup>2</sup>, Firli Agustini<sup>3</sup>, Indratni Khair<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup> Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, Indonesia

Jl. Tanah Merdeka No.20, RT.11/RW.2, Rambutan, Kec. Ciracas,  
Kota Jakarta Timur, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 13830

Korespondensi penulis: [sri\\_astuti@uhamka.ac.id](mailto:sri_astuti@uhamka.ac.id)

#### Article History:

Received: May 29, 2024

Revised: June 23, 2024

Accepted: July 15, 2024

Online Available: July 17, 2024

**Keywords:** Digital Marketing, MSMEs, Digital Transformation

**Abstract.** In an increasingly advanced world, technology can be realized by micro, small and medium business entities (MSMEs). One of the marketing media that is currently in great demand by MSMEs to support sales and promotions is digital marketing. This progress is considered very useful as a business marketing strategy which is also carried out by MSMEs. Use of e-business, e-commerce and social media to support MSMEs in the areas of promotion, marketing and sales. The purpose of this research is to identify the business income obtained and the importance of implementing digital marketing after using digital marketing. The results of this research found the importance of implementing digital marketing in the process of advancing micro, small and medium enterprises (MSMEs). So Digital Transformation can help organizations change the way they operate, increase their ability to adapt to change, and improve the quality of their services.

#### Abstrak

Dalam dunia yang semakin maju, teknologi dapat diwujudkan oleh pelaku mikro, kecil, dan menengah badan usaha (UMKM). Salah satu media pemasaran yang saat ini banyak diminati oleh para UMKM untuk mendukung penjualan dan promosi adalah pemasaran digital. Kemajuan ini dianggap sangat berguna sebagai strategi pemasaran bisnis yang juga dilakukan oleh UMKM. Penggunaan e-business, e-commerce, dan media sosial yang mendukung UMKM dalam bidang promosi, pemasaran, dan penjualan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi pendapatan usaha yang diperoleh dan pentingnya penerapan digital marketing setelah menggunakan digital marketing. Hasil penelitian ini menemukan bahwa pentingnya penerapan digital marketing dalam proses memajukan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Sehingga Transformasi Digital dapat membantu organisasi dalam mengubah cara mereka beroperasi, meningkatkan kemampuan adaptasi terhadap perubahan, dan meningkatkan kualitas layanannya.

**Kata kunci:** Digital Marketing, UMKM, Transformasi Digital

## 1. LATAR BELAKANG

Pada saat ini, Indonesia sudah mengalami perkembangan digital yang pesat. Digital di Indonesia sudah mempengaruhi berbagai aspek kehidupan masyarakat, seperti pendidikan, kesehatan, dan ekonomi (Fadhilah, n.d.) Terjadinya perubahan kehidupan ke arah yang lebih modern disebut juga dengan transformasi digital. Transformasi berasal dari kata trans for-mai yang berarti perubahan atau peralihan. Secara rinci, perubahan adalah perubahan yang bersifat fisik maupun non fisik (rupa, sifat, dan lain-lain). Kata "digital" berasal dari bahasa Latin digitus, jari, dan mengacu pada salah satu alat

\* Sri Astuti, [sri\\_astuti@uhamka.ac.id](mailto:sri_astuti@uhamka.ac.id)

komputer tertua (Faritzi, 2017). Ketika informasi disimpan, ditransmisikan dalam bentuk digital lalu diubah menjadi angka pada tingkat mesin yang paling sederhana. Digital adalah modernisasi atau pembaharuan penggunaan teknologi, sering dikaitkan dengan kehadiran internet dan teknologi informasi. Di mana segala sesuatu menjadi mungkin dengan perangkat canggih untuk mempermudah orang . (Hendri et al., 2023)

Transformasi digital adalah konsep yang mengacu pada pemanfaatan teknologi digital yang telah ada seperti virtual teknologi, mobile computing, serta cloud computing untuk meningkatkan efisiensi dan produktivitas dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk bisnis, pendidikan, dan pemerintahan (Erwin, 2023). Transformasi Digital dapat membantu organisasi dalam mengubah cara mereka beroperasi, meningkatkan kemampuan adaptasi terhadap perubahan, dan meningkatkan kualitas layanan yang diberikan (Puja Ainun et al., 2022). Menurut Mary K. Pratt and Clint Boulton dalam (Hadiono & Noor Santi, 2020). Transformasi digital umumnya terjadi dalam organisasi dalam penggunaan teknologi, manusia, dan proses bisnis dan dapat diartikan sebagai proses mendasar yang membawa perubahan dramatis pada kinerja organisasi. (Wijayanto & Harsadi, 2021).

Kita tidak dapat menghindari maka itu kita harus mampu menyesuaikan diri menggunakan dan memanfaatkan digital, termasuk para pelaku UMKM. UMKM biasanya memiliki dua faktor pendorong dalam mengadopsi teknologi digital: faktor eksternal dan faktor internal. Meskipun pendorong eksternal dari keunggulan strategis adalah meningkatkan keluasan dan kekayaan proposisi nilai yang ditawarkan, beradaptasi dengan tekanan pelanggan dan persaingan, pendorong internal dari keunggulan operasional/manajerial adalah kapasitas produksi. (Hermawan & Damai, 2012)

## **2. KAJIAN TEORITIS**

Transformasi digital yang digunakan para UMKM salah satunya yaitu Digital Marketing (Harmawan Teguh Saputra, Ferda Maryatul Rif'ah, 2023). Dilihat dari perkembangan ekonomi digital di Indonesia berdasarkan ruang lingkungannya menjadi 3 layer, yaitu : *core*, *narrow*, dan *broad*. Pertama *Core*, yang dimana kondisi sktruktur pasar yang sudah dijadikan pada tren oligopoli, hal ini mencerminkan pada dominasi dapat menyediakan jaringan suatu insfrastruktur internet pada pelaku bisnis lokal dengan bekerja sama BUMN sebagai pemain pasar. Kedua *Narrow*, adanya dominasi pelaku usaha asing dalam struktur pasar. Pengaruh dari dominasi adanya pemain global ini dilihat dari tren untuk meningkatkan nilai pada pengimporan TIK disetiap tahunnya (Kumala,

2022). Pada tahun 2019 nilai pada pengimporan komponen TIK di Indonesia untuk mencapai USD 9 miliar. Ketiga *Broad*, struktur pada pasar untuk layer ini sudah terjadi tren pada oligopoly. Hal ini dapat terlihat adanya dominasi perusahaan global dalam pangsa pasar dalam pengembangan aplikasi di Indonesia. Dari sisi lain, didominasi pada global juga yang terlihat dalam mayoritas pada kepemilikan perusahaan yang startup yang dapat mendukung investasi VC global (Hartarto, 2023)

Dalam digital marketing terdapat satu dimensi yang mendukung dalam suatu marketing diantaranya menurut (Lucyantoro & Rachmansyah, 2017) :

1. Strategi Media Sosial (Social Media Strategy) Strategi media sosial adalah metode pemasaran produk melalui media sosial seperti blog, Facebook, dan Twitter.
2. Pulling Concept Konsep yang menjelaskan bagaimana konsumen secara aktif mencari informasi produk yang ingin dibelinya.
3. Konsep push adalah konsep komunikasi yang diterapkan pemasar kepada calon pelanggan melalui email, SMS, dll. (Wibisono, 2005).

4. *Content Marketing* (Pemasaran Konten)

Proses pemasaran dari aktivitas bisnis yang menciptakan dan mendistribusikan konten yang berharga dan relevan untuk menarik, memperoleh, dan melibatkan pelanggan sasaran. Oleh karena itu, dalam berkreasi, perlu menciptakan sesuatu yang relevan dengan apa yang ingin dipromosikan agar dapat menciptakan kebutuhan pelanggan dan menciptakan kedekatan dengan pelanggan. (Yunita et al., 2021)

5. *Search Engine Marketing* (Teknik Pemasaran Produk)

Search Engine Marketing adalah sebuah cara mencari informasi produk melalui search engine atau mesin pencari dengan mengetikkan kata atau produk yang akan (Nurmalina, 2015).

### 3. METODE PENELITIAN

Peneliti menggunakan metode kualitatif dalam Pengabdian Masyarakat mengacu pada pendekatan yang menggunakan data non-numerik seperti kata-kata, gambar, dan cerita untuk memahami secara mendalam permasalahan, pengalaman, dan perspektif masyarakat yang dilayani. Tujuan utamanya adalah untuk mengeksplorasi pemahaman kontekstual yang komprehensif dan mendalam tentang realitas sosial serta memberikan wawasan yang lebih luas tentang pengalaman masyarakat (Boari et al., 2024). Melalui pendekatan Pengembangan Kewirausahaan dengan mendorong

masyarakat untuk mengembangkan usaha kecil atau inisiatif ekonomi yang dapat meningkatkan kesejahteraan mereka.

#### **4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Digital adalah sebuah konsep untuk memahami evolusi teknologi dan ilmu pengetahuan, mulai dari manual hingga otomatis, kompleksitas hingga kesederhanaan dan kini, era teknologi digital telah dimulai. ini semua tentang teknologi (Rauf, 2016). Apakah ini yang disebut era modern, era yang sudah diprediksi oleh para ilmuwan sejak dulu. Era, di mana seluruh kegiatan manusia dikendalikan oleh kecanggihan teknologi Digitalisasi memiliki berbagai inovasi terbaru setiap masa semakin pesat dalam perkembangannya, dalam pemangfaatnya dunia tidak hanya dalam transmisi tetapi juga banyak dalam bidangnya seperti digital marketing (Setiawan, 2017).

Digital marketing mengarah pada penggunaan teknologi digital dan platform online untuk mempromosikan produk atau layanan (Asyraf, 2020). Berinteraksi dengan audiens target, dan membangun hubungan dengan pelanggan. Sampai saat ini definisi-definisi digital marketing masih sangat relevan (Erwin, 2023).

Tujuan penerapan digital marketing sebagai strategi pemasaran UMKM menurut (Haya Nur Safa'atin, Muhimudin, n.d.) adalah:

1. Untuk meningkatkan jangkauan dan awareness suatu merek atau produk.
2. Tingkatkan pangsa pasar dengan menjangkau audiens target secara efektif.
3. Optimalkan biaya pemasaran menggunakan platform digital yang efisien.
4. Mempercepat proses konversi *lead-to-customer*.
5. Memungkinkan analisis dan pengukuran kinerja yang lebih akurat.

Tranformasi digital Ini merupakan perkembangan radikal yang mempertimbangkan sumber daya yang ada, termasuk penggunaan teknologi digital yang ada (Hadiono & Noor Santi, 2020). Digitalisasi atau transformasi digital mengacu pada perubahan yang dapat dicapai melalui teknologi digital dan memungkinkan model bisnis, produk, proses, dan struktur organisasi suatu perusahaan (Oktaviani et al., 2023). Strategi transformasi digital memiliki perspektif dan tujuan yang berbeda-beda. Berasal dari perspektif bisnis-sentris, strategi ini berfokus pada transformasi produk, proses, dan aspek organisasi melalui inovasi teknologi baru. (Ficky Eriyanto Triyudian Rasid1, Sasongko Pramono H2 & 1,2, 2021)

Berdasarkan hasil dari pendampingan UKMKM terkait digital marketing dengan menggunakan dimensi yang sudah dijelaskan

**Tabel 4.1. Hasil Pendampingan UMKM**

Dimensi	Hasil Pendampingan		
	UMKM Blackpuchino	UMKM Mentari Juice Abah Yanto	UMKM Mie Jebew Najwa
<b>Social Media Strategy</b>	Untuk UMKM ini berdasarkan hasil wawancara dan observasi dalam pendampingan tersebut di sisi strategi dalam sosial media dengan adanya membangun suatu hubungan antara pelanggan dengan melalui platform media sosial agar meningkatkan penjualan yang diperoleh.	Untuk UMKM Mentari Juice Abah Yanto dia belum menggunakan media sosial dalam strateginya untuk menarik pelanggannya.	Untuk UMKM Mie Jebew Nazwa dia sudah menggunakan media sosial dalam strateginya untuk menarik pelanggannya.
<b>Menarik</b>	Dalam sisi hal yang menarik terkait dimensi digital marketing, dengan adanya pembuatan suatu banner atau menu yang menarik yang dimana tujuan tersebut agar pelanggan akan tertuju untuk datang kembali pada toko Blackpuchino tersebut.	Untuk menariknya dari hasil pendampingan yang kami lakukan yaitu dengan pembuatan banner dan daftar menu agar pelanggan tertarik untuk membeli dan tahu harganya. Sebelumnya banner maupun menu nya sudah pudar.	Kami membantunya dengan adanya pembuatan banner dan menu agar untuk menarik pelanggan membeli hasil yang ia dagangkan.
<b>Konsep Push/komunikasi</b>	Untuk konsep komunikasi pada UMKM Blackpuchino belum menggunakan karena dalam sisi lain UMKM tersebut masih terbilang bukan yang pedangan besar melainkan seperti kedai. Oleh karena itu dari pihak pemilik belum melakukan konsep pemasaran pada pelanggan dengan melalui email maupun whatsapp.	Konsep komunikasi yang dilakukan oleh UMKM Mentari Juice Abah yanto ini dia belum menggunakannya.	Konsep komunikasi yang dilakukan oleh UMKM Mie Jebew Najwa ini dia belum menggunakannya.
<b>Content Marketing</b>	Untuk konten pemasaran yang dilakukan oleh blackpuchino ini dengan melalui banner saja.	Untuk konten pemasaran yang dilakukan oleh pedangan Mentari Juice Abah Yanto ini dengan melalui banner saja.	Untuk konten marketingnya ia hanya menggunakan pemasaran melalui dari banner saja dan daftar menu

<b>Teknik Pemasaran Produk</b>	Teknik yang digunakan dalam UMKM Blackpuchino ini dengan adanya pembayaran Qris dan tersedianya pemesanan melalui Gofood memudahkan pelanggan untuk membeli tanpa datang ke pedagang langsung, tetapi dalam segi fintech kami tidak melakukannya karena dari owner yang langsung untuk membuatnya awal mula adanya perkembangannya dari digital tersebut.	Teknik yang digunakan dalam UMKM Mentari Juice Abah Yanto ini tersedia dengan adanya layanan GoFood tetapi dalam pembuatan itu bukan melalui pendampingan dari kami melainkan membuat dari ownernya.	Untuk Teknik pemasaran produk kami membantu dengan menggunakan fintech berupa pembayaran melalui qris yang berguna untuk pembayaran dompet digital.
--------------------------------	---	--	---

**Tabel 4.2. Hasil Pendampingan UMKM**

Dimensi	Hasil Pendampingan		
	UMKM Es Buah Om Nduts	UMKM Ayam Katsu	UMKM Seblak Hot
<i>Social Media Strategy</i>	UMKM Es Buah Om Nduts belum menggunakan pendekatan dalam strategi media sosial yang dikelola.	UMKM Ayam Katsu belum menggunakan pendekatan dalam strategi media sosial yang dikelola.	Hasil Pendampingan
<b>Menarik</b>	Untuk menariknya dari hasil pendampingan yang kami lakukan yaitu dengan pembuatan banner dan daftar menu agar pelanggan tertarik untuk membeli dan tahu harganya. Sebelumnya banner maupun menu nya sudah pudar.	Untuk UMKM Ayam Katsu tersendiri tidak membuat banner maupun daftar menu karena dari sisi penampilan gerobak sudah sangat bagus untuk menarik pelanggan.	UMKM Seblak Hot belum menggunakan pendekatan dalam strategi media sosial yang dikelola.
<b>Konsep Push/komunikasi</b>	Konsep komunikasi yang dilakukan oleh UMKM Es Buah Om Nduts yanto ini dia belum menggunakannya.	Konsep komunikasi yang dilakukan oleh UMKM Ayam Katsu ini dia belum menggunakannya.	Dalam menarik umkm seblak hot dapat memilih banner tersebut untuk menarik pelanggan dengan adanya pembuatan banner sekretif mungkin
<i>Content Marketing</i>	Untuk konten pemasaran yang dilakukan oleh pedangan Es Buah Om Nduts yanto ini dengan melalui banner saja.	Untuk konten pemasaran UMKM tidak melalui pendekatan tersebut misalnya video dsb.	Konsep komunikasi yang dilakukan oleh Seblak Hot ini dia belum menggunakannya.

<p><b>Teknik Pemasaran Produk</b></p>	<p>Teknik yang digunakan dalam UMKM Mentari Juice Abah Yanto ini tersedia dengan adanya layanan GoFood tetapi dalam pembuatan itu bukan melalui pendampingan dari kami melainkan membuat dari ownernya.</p>	<p>Untuk Teknik pemasarannya UMKM dapat membantu meningkatkan penjualan melalui fintech karena lebih mudah dan simple dalam menjualkan produknya.</p>	<p>Untuk konten pemasaran yang dilakukan oleh pedagang Seblak Hot ini dengan melalui banner saja.</p>
---------------------------------------	---	---	---

**Dokumentasi Hasil Pendampingan UMKM**



Gambar 4.1. UMKM Blackpuchino



Gambar 4.2. UMKM Mentari Juice Abah yanto



Gambar 4.3. Banner UMKM Es Buah Om Nduts



Gambar 4.4 UMKM Ayam Katsu



Gambar 4.5. Qris UMKM Mie Jebew Najwa



Gambar 4.6. Banner UMKM Seblak Hot

**5. KESIMPULAN DAN SARAN**

Transformasi digital telah membawa perubahan yang signifikan dalam berbagai aspek kehidupan di Indonesia. Ini mencakup pendidikan, kesehatan, dan ekonomi, di mana teknologi digital seperti internet, komputasi seluler, dan komputasi awan digunakan untuk meningkatkan efisiensi dan produktivitas. Organisasi dan individu di seluruh sektor telah mengadopsi transformasi digital untuk memodernisasi operasi mereka, meningkatkan adaptabilitas terhadap perubahan, dan meningkatkan kualitas layanan.

Transformasi digital juga memberikan dampak yang signifikan bagi UMKM, terutama dalam mengadopsi strategi pemasaran digital. Salah satu pendekatan yang penting dalam

pemasaran digital adalah strategi media sosial, konsep pull (menarik), *push* (mendorong), pemasaran konten, dan search engine marketing. Ini semua bertujuan untuk memanfaatkan teknologi digital dan platform online untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan interaksi dengan pelanggan, dan membangun hubungan yang lebih kuat. Secara keseluruhan, transformasi digital di Indonesia tidak hanya mencakup aspek teknologi semata, tetapi juga mengubah cara orang berinteraksi, bekerja, dan berbisnis. Ini merupakan evolusi yang penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dan kemajuan sosial di era digital saat ini.

## **6. DAFTAR REFERENSI**

- Asyraf, A. M. (2020). Penerapan Strategi Social Media Marketing untuk Meningkatkan Social Media Engagement di UKM John Anglo Leather Surabaya. *Ekonomi Dan Bisnis*, 22–23.
- Boari, Y., Ottow, U., Papua, G., Yuniwati, I., & Polytechnic, B. S. (2024). Pengantar metodologi pengabdian masyarakat (Issue March).
- Erwin, E. dkk. (2023). *Digital Marketing: Penerapan Digital Marketing pada Era Society 5.0*. PT Sonpedia Publishing Indonesia. [https://www.google.co.id/books/edition/DIGITAL\\_MARKETING\\_Penerapan\\_Digital\\_Mark/zF7FEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=apa+itu+smm+dalam+digital+marketing&pg=PA90&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/DIGITAL_MARKETING_Penerapan_Digital_Mark/zF7FEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=apa+itu+smm+dalam+digital+marketing&pg=PA90&printsec=frontcover)
- Fadhilah. (n.d.). *EKONOMIDIGITALDALAMRANGKAPENINGKATANPEREKONOMIANINDONESIA*.
- Faritzi, H. F. I. M. R. Al. (2017). LITERASI DIGITAL: TANTANGAN DAN URGENSINYA BAGI PENDIDIKAN DI INDONESIA. Universitas Nusantara PGRI Kediri, 01, 1–7.
- Ficky Eriyanto Triyudian Rasid<sup>1</sup>, Sasongko Pramono H<sup>2</sup>, M. N. R., & <sup>1,2,3</sup>Departemen. (2021). Faktor Pendorong, Proses Dan Tantangan Transformasi Digital Pada Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah: Tinjauan Pustaka Sistematis. *Jurnal Informasi Interaktif*, 6(2), 56–95.
- Hadiono, K., & Noor Santi, R. C. (2020). Menyongsong Transformasi Digital. *Proceeding Sendiu*, July, 978–979. [https://www.researchgate.net/publication/343135526\\_MENYONGSONG\\_TRANSFORMASI\\_DIGITAL](https://www.researchgate.net/publication/343135526_MENYONGSONG_TRANSFORMASI_DIGITAL)
- Harmawan Teguh Saputra, Ferda Maryatul Rif'ah, B. A. (2023). Penerapan digital marketing sebagai strategi pemasaran guna meningkatkan daya saing umkm. I, 29–37.
- Hartarto, A. (2023). *Strategi Nasional Pengembangan Ekonomi Digital Indonesia 2030*, 1–104.

- Haya Nur Safa'atin, Muhimudin, M. I. A. (n.d.). PENERAPAN DIGITAL MARKETING SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN UMKM. *JURDIAN (Jurnal Pengabdian Bukti Pengajaran)*, 137–143.
- Hermawan, H., & Damai, D. C. (2012). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kinerja Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Kota Madiun. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Ekomaks*, 1(2), 29–38.
- Kumala, S. L. (2022). Perkembangan Ekonomi Berbasis Digital Di Indonesia. *Journal of Economics and Regional Science*, 1(2), 109–117. <https://doi.org/10.52421/jurnal-esensi.v1i2.190>
- Lucyantoro, B. I., & Rachmansyah, M. R. (2017). Penerapan Strategi Digital Marketing, Teori Antrian terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus di MyBCA Ciputra World Surabaya). *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Bisnis, Kewirausahaan*, 5(1), 38–57.
- Nurmalina, R. (2015). *Pemasaran: Konsep dan Aplikasi (Issue July)*.
- Oktaviani, E., Asrinur, Wasono, A., Prakoso, I., & Madiisriyatno, H. (2023). Transformasi Digital Dan Strategi Manajemen. *Jurnal Oikos-Nomos*, 16(1), 16–26.
- Rauf, A. (2016). *Digital Marketing Digital Marketing*. CV. PENA PERSADA (Issue September). [http://www.karyailmiah.trisakti.ac.id/uploads/kilmiah/dosen/2\\_E-BOOK\\_DIGITAL\\_MARKETING.pdf#page=7](http://www.karyailmiah.trisakti.ac.id/uploads/kilmiah/dosen/2_E-BOOK_DIGITAL_MARKETING.pdf#page=7)
- Setiawan, W. (2017). Era Digital dan Tantangannya. *Seminar Nasional Pendidikan*, 1–9.
- Wibisono, E. (2005). Komparasi Sistem Manufaktur Push Dan Pull Melalui Pendekatan Simulasi. *Jurnal Teknik Industri*, 6(1), 71–78. <https://doi.org/10.9744/jti.6.1.71-78>
- Wijayanto, H., & Harsadi, P. (2021). *Modul Transformasi Digital*. Kampus Merdeka, 1–5. [https://eprints.sinus.ac.id/780/1/Modul\\_Transformasi\\_Digital.pdf](https://eprints.sinus.ac.id/780/1/Modul_Transformasi_Digital.pdf)
- Yunita, D., Widad, A., Diah, Y. M., & Farla, W. (2021). Pembuatan Content Marketing: Journal of Sriwijaya Community Services. *Pembuatan Content Marketing: Journal of Sriwijaya Community Services*, 2(2), 89–96.



## Utilization of Digital Marketing in Increasing Sales of Msme in Bengkalis Regency

### (Case Study on Msme of Martabak Mandor Gatot Subroto Street Bengkalis City)

Juspiani<sup>1</sup>, Yunelly Asra<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Politeknik Negeri Bengkalis, Indonesia

Alamat : Sungai Alam, Kec. Bengkalis, Kabupaten Bengkalis, Riau 28714

Korespondensi penulis : [juspiani25@gmail.com](mailto:juspiani25@gmail.com)

---

#### Article History:

Received: June 25, 2024

Revised: July 07, 2024

Accepted: July 21, 2024

Online Available: July 23, 2024

**Keywords:** Digital Marketing, Msme Martabak Mandor, E-mail Marketing, Social Media Marketing.

**Abstract:** This research project aims to utilize digital marketing to increase sales of Msme Martabak Mandor, Gatot Subroto street, Bengkalis City. Project implementation is carried out through 4 stages, namely (1) project preparation planning (2) project implementation planning, third (3) project completion stage, and Fourth(4) ProjectReporting Plan. Digital marketing used is email marketing and social media marketing. The results of this project were From implementing of digital marketing,the sales of Sweet Martabak and Egg Martabak products per October are 2132 boxes. With 1677 boxes of Sweet Martabak products and 455 boxes for Egg Martabak. With a total sales turnover of Rp.37,763,000. In November, sales of Sweet Martabak products total 1532 boxes and 418 boxes of Egg Martabak with a total sales turnover of Rp.37,839,000. MSME Martabak Mandor experienced an increase in sales revenue of 27.9%. This also proves that the implementation of digital marketing is able to increase sales of MSME Martabak Mandor .The averageincrease is 2-3 boxes of each Martabak product sold consumers are interested in ordering online and repurchasing outside the Bengkalis city area and Gatot SubrotoStreet, and there are also people or consumers who come directly to the Msme Martabak Mandor place.

---

## 1. INTRODUCTION

MSME stands for Micro, Small, and Medium Enterprises. Basically, MSMEs are businesses carried out by individuals, groups, small business entities, or households. Indonesia as a developing country makes MSMEs the main foundation of the community's economic sector, this is done to encourage the ability of independence in developing in society, especially in the economic sector. According to a report from the Indonesian Internet Service Providers Association (APJII), internet users in Indonesia will reach more than 210 million by 2022 (MSME Empowerment Report 2022). With more internet users, MSMEs can reach a wider audience and sell their products or services outside their region. Furthermore, digitalization can enable MSMEs to compete better with larger companies. The existence of MSMEs is expected to be able to spur the economy amid the current economic slowdown. the use of digital

---

\* Juspiani, [juspiani25@gmail.com](mailto:juspiani25@gmail.com)

technology-based marketing concepts (digital marketing) gives hope to MSMEs to develop into an economic force. According to Diwyarthi (2022) Digital Marketing is very important to be applied in efforts to market and sell products, due to the advancement of technological developments that produce increasingly varied business trends.



**Figure 1 Martabak Mandor MSMEs**

Source: Martabak Mandor MSMEs (2024)

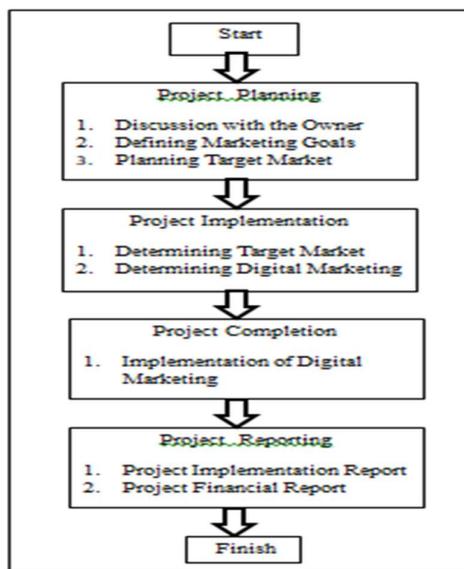
Martabak Mandor is an MSME founded by Mr. Darta Eka Saputra in 2018 and located on Gatot Subroto Street, Bengkalis. Martabak Mandor MSMEs offer various types of Martabak flavors. At the beginning of its establishment, Martabak Mandor was considered quite in demand where very many consumers made purchases and wanted to feel the taste of the products offered by Martabak Mandor MSMEs.

The problem is that the marketing strategy has not been carried out optimally so that sales are not in accordance with the owner's target, one of which is the adminor business owner who is less active in marketing products as promotions and others. In addition, marketing is carried out offline and only uses promotional media, namely word of mouth and product purchases made at the sales stall directly. Therefore, an appropriate marketing strategy is needed by implementing digital marketing to increase sales of Martabak Mandor MSME businesses so that they can reach a wide market and be recognized by many potential customers.

Based on the above background, the authors are interested in conducting a project is Utilization of Digital Marketing in Martabak Mandor MSMEs. The general purpose of this Project is to help promote and do marketing MSMEs Martabak Mandor products using digital marketing so that it can increase sales turnover. Because, digital marketing is seen as the best media in its use as an effective and efficient promotional and marketing tool and is able to significantly increase sales volume. This shows how important digital marketing is in the success of business owners in increasing sales and reaching a wider range of consumers.

## **2. METHOD**

The implementation of this project was carried out from October-November 2023. While the location of create and implementation of the project is in the location of Martabak Mandor's own business which is located on Gatot Subroto street, Bengkalis City. The types digital marketing used are marketing through social media (Social Media Marketing) to reach potential customers and get a wide market, and E-mail Marketing because they are effective, affordable, easy to manage and customizable to the interest and target market. target Implementation of the project utilization of digital marketing is carried out 4 stages. Namely, the first stage of the project preparation plan, the second stage of the project implementation plan, the third stage of the project completion plan and the Fourth stage of Project reporting plan.



**Figure 2 Flowchart Method and Accomplishment Process**

Source: Processed Data (2024)

### 3. RESULTS

#### A. Discussion with the owner

The author discussed with the owner of MSME Martabak Mandor to reach a mutual agreement. In this case, the owner of Martabak Mandor MSME agreed to do digital marketing to increase sales of MSME Martabak Mandor. As well as determining the form of digital marketing that will be used. This discussion was held at the MSME Martabak Mandor sales stall, namely Gatot Subroto Street, Bengkalis

#### B. Determining *Marketing Goals*

The author determines the marketing objective through digital marketing at MSME Martabak Mandor is to promote and marketing Martabak products from MSME Martabak Mandor. The promoted Martabak Mandor products are sweet Martabak original, red velvet, pandan, black forest and egg Martabak variants. With online promotion and marketing, Martabak products from MSME Martabak Mandor can be widely recognized, saving costs and efficient time.

### **C. Planning Target Market**

Planning the target market from the use of digital marketing on Martabak products from Martabak Mandor is very important to do. Planning the target market helps group target buyers or consumers specifically and makes it easier to do digital marketing for Martabak products from MSME Martabak Mandor.

### **D. Planning Digital Marketing**

Planning the utilization of digital marketing at MSME Martabak Mandor to increase sales of MSME Martabak Mandor, namely E-mail Marketing and Social Media Marketing.

### **E. Determining the Target Market**

The author determines that the target market for Martabak products from Martabak Mandor is all people aged 15 - 45 years old, but does not rule out the possibility that children and adults can consume martabak. People who like to enjoy sweet and savory Martabak culinary. Middle to upper income to be able and actively use the internet and social media.

### **F. Determining the Digital Marketing**

Digital marketing uses email marketing and social media marketing. Email marketing is used to reach new consumers personally or companies or offices. While social media marketing is a social media that is widely used by everyone, so that Martabak products from MSME Martabak Mandor can be widely seen and known by target consumers who use social media such as Facebook, Instagram, Tiktok and Whatsapp.

### **G. Implementation of Digital Marketing**

The implementation of digital marketing to increase sales of MSME Martabak Mandor through email marketing and social media marketing. using promotions and offers to target potential customers and customers by uploading posts in the form of photos and videos of Martabak Mandor products accompanied by interesting and relevant captions and hashtags. The form of digital marketing in increasing sales of MSME Martabak Mandor can be seen as follows:

1. E-mail Marketing, the author does personal selling by promoting and offering Martabak products from MSME Martabak Mandor through email marketing to several accounts as follows:



Figure 3 Marketing Through Email-Marketing

Source: Processed Data (2024)

2. Social Media Marketing, The author uploads product photos and videos of Martabak products from MSME Martabak Mandor on various Martabak Mandor social media accounts such as Facebook, Instagram, Tiktok, and Whatsapp. Can be seen purchases from consumers via whatsapp as follows.



### Figure 3 Marketing Through Social Media Namely. WhatsApp

Source: Processed Data (2024)

The beginning of October 2023 purchases made are still small and have not increased. this is because, ordinary customers who only buy Martabak Mandor products, people buy Martabak products from other MSME that sell similar products in the area around where they live and do not know the advantages of Martabak products sold by MSME Martabak Mandor. therefore marketers take a solution, namely continuing to promote Martabakproducts by uploading Martabakphotos and videos accompanied by attractive captions. Mid October to November 2023, many people are interested in getting to know Martabak products from MSME Martabak Mandor. consumers are interested in ordering online and repurchasing outside the Bengkalis city area and Gatot Subroto street, and there are also people or consumers who come directly to the MSME Martabak Mandor place.

To find out the increase in sales of MSME Martabak Mandor, the author usessales comparison data before and after the digital marketing that has been implemented. The sales comparison data can be seen as follows:

**Table 1. Sales Comparison Data**

Information	Before Digital Marketing		After Digital Marketing	
	August	September	October	November
Sweet Martabak	1495 box	1700 box	1677box	1532 box
Egg Martabak	299 box	241 box	455 box	418 box
Total Sales Revenue	Rp.27.332.000	Rp.31.704.000	Rp,37.763.000	Rp.37.839.000

Source: Processed Data (2024)

Based on table 4.7 the total sales revenue for august and September is Rp.59,036,000. while the total sales revenue for October and November is Rp.75,502,000. then the difference in sales revenue is Rp.16,466,000. (Rp75,502,000-Rp.59,036,000).

$$\text{Percentage of increase} = (\text{Rp.16.466.000} / \text{Rp.59.036.000}) * 100\% \\ = 27,9\%$$

It can be concluded that there was an increase in sales revenue of Rp.16,466,000 and MSME Martabak Mandor experienced an increase in sales revenue of 27.9%. This also proves that the implementation of digital marketing is able to increase sales of MSME Martabak Mandor.

#### 4. DISCUSSION

The project implementation report begins with the author conducting an interview with the owner of Martabak Mandor. This interview was conducted at the owner's house in the village of Pangkalan Batang Barat. From this interview, the author got information about the history and products of MSMEs and obstacles in marketing previous products. After that the author discussed with the owner to determine the marketing strategy that was carried out. In this case the owner agreed to use digital marketing as a marketing strategy to promote and market of MSME products. The types of marketing that have been previously agreed upon are social media marketing and email marketing. The social media platforms used are Facebook, Instagram, TikTok and WhatsApp. However, Martabak Mandor MSMEs does not have facebook and tiktok social media accounts, therefore it is necessary to create these social media accounts. As for marketing via email, the author uses the author's personal email account by offering product promotions to email users that the author knows.

Based on table Sales Comparison Data, it is known that the sales of Sweet Martabak and Egg Martabak products per October are 2132 boxes. With 1677 boxes of Sweet Martabak products and 455 boxes for Egg Martabak. With a total sales turnover of Rp.37,763,000. In November, sales of Sweet Martabak products total 1532 boxes and 418 boxes of Egg Martabak with a total sales turnover of Rp.37,839,000. The average increase is 2-3 boxes of each Martabak product sold/ day. This also proves that the implementation of digital marketing is able to increase sales of MSME Martabak Mandor.

This project will cover previous research that has been done previously by other authors. This project is taken from journals that have been published while the journals to be listed are international and national journals. The following journals are related to the planned project namely; Ayu Mirah et.al. (2022) in a research journal entitled "Digital Marketing Strategy to Survive during Covid-19 Pandemic". This research aims to find out how to apply digital marketing strategies to BC Street Coffee to survive in the midst of the Covid-19 pandemic. This study uses a qualitative method by choosing a case study at BC Street Coffee through interviews and documentation with the informant in question. Informants in this study are owners, employees, and customer. Based on the interview results, BC Street Coffee implements a digital marketing strategies to survive the covid-19 pandemic with a few strategies namely; 1) Implementing social media marketing using BC Street Coffee Instagram and Facebook as marketing media by utilizing photo and video features to disseminate information about BC Street Coffee and promotions that apply to delivery messaging applications (GoFood & GrabFood) so consumers can find out products offered by BC Street Coffee, 2) Implementing

content marketing, BC Street Coffeuses content marketing to help introduce products through features adopted from social media, using messages that are packaged creatively Use interesting photos, captions, hashtags and videos. And BC Street Coffee uses or collaborate with local influencers in marketing or introducing products. Redjegy. et.al.(2021) in a research journal entitled "The results showed that digital marketing is very helpful for MSME players in Indonesia because with the various benefits possessed by digital marketing, it can increase the sales turnover of MSME players. However, digital marketing has not been widely applied to the MSME sector Utilization of Digital Marketing for MSME Players as Value Creators for Customers during the COVID-19 Pandemic".in Indonesia due to several factors, including not being technologically literate, inadequate supporting facilities to the geographical conditions of Indonesia which are an obstacle. Therefore, the researcher recommends some simple things how to start a business with digital marketing, such as starting to determine marketing goals, marketing targets, determining the digital platform to be used; determining the budget, and creating content that can attract consumer attention. In this research, the author also describes the added value obtained by customers who use digital marketing.

The author conclude is Digital marketing is seen as the best media in its use as an effective and efficient promotional and marketing tool and is able to significantly increase sales volume. This shows how important digital marketing is in the success of business owners in increasing sales and reaching a wider range of consumers.

## 5. CONCLUSION

From implementing of digital marketing, the sales of Sweet Martabak and Egg Martabak products per October are 2132 boxes. With 1677 boxes of Sweet Martabak products and 455 boxes for Egg Martabak. With a total salesturnover of Rp.37.763.000. In November, sales of Sweet Martabak productstotal 1532 boxes and 418 boxes of Egg Martabak with a total sales turnover of Rp.37.839.000. MSME Martabak Mandor experienced an increase in sales revenue of 27.9%. This also proves that the implementation of digital marketing is able to increase sales of MSME Martabak Mandor.

The forms of digital marketing implemented are email marketing and social media marketing. Marketing via email is done by offering Martabak Mandor products (Sweet Martabak and Egg martabak) through the author's personal email account to several email accounts that the author recognizes. Marketing through social media includes Facebook, Instagram, TikTok and WhatsApp through posting product photos and videos accompanied by attractive captions.

The obstacles found in utilizing digital marketing to increase sales of MSMEs Martabak Mandor are It is difficult to reach consumers outside the production area because they are not very interested and do not know the advantages of Martabak products from MSME Martabak Mandor. So that consumers who already recognize the advantages of Martabak are willing to buy it. Obstacles in online marketing in marketing products, it is difficult to get sales or consumers quickly. Obstacles in the delivery of products ordered by consumers due to not knowing the address of consumers so that the ordered products are late in reaching consumers. From the obstacles experienced in utilizing digital marketing to increase sales of MSME Martabak Mandor in marketing Martabak products, it is necessary to find solutions to overcome these obstacles.

The solutions is make posts in the form of reviews about MSME profiles and Martabak Mandor products that are interesting accompanied by appropriate captions and hashtags. Active in doing online marketing and conducting live broadcast messages through the author's personal whatsapp account to find new target consumers. Provide pre-order services before the place of business opens and provide contact food delivery services such as "sigercep" to consumers by providing a complete address and telephone number. So that Martabak product orders can quickly reach consumers.

## REFERENCES

- Ayesha, I. (2022). *Digital Marketing: Tinjauan konseptual* (cetak ke-1). Padang, Sumatera Barat: Pt. Global Eksekutif Teknologi.
- Christian, Y., Quin, F., Wijaya, C., Chandra, A. D., Pranata, E., Aryesryo, K., Valencia, V. (2021). Perancangan Strategi Pemasaran Digital pada UMKM Jhn Shop. *Universitas International Batam*. E-ISSN: 2714-8599.
- Diwyarthi, Made D. N. (2022). *Pengantar Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jogja: Zahir Publishing.
- Eka, R. (2023). DS Innovative: MSME Empowerment Report 2022. Available from <https://dailysocial.id/dsinnovative-MSME-empowerment-report-2022>, accessed on May 13, 2023.
- Manullang, O. S. (2021). *Digital Marketing: Konsep dan Strategi* (Edisi cetak ke-1). Cirebon: Insania Team.
- Mawarsari, A. M. (2023). Trends Digitalisasi UMKM di Indonesia 2023: Tantangan dan Peluang. Available from <https://dailysocial.id/post/trend-digitalisasi-umkm-di-indonesia-2023-tantangan-dan-peluang>, diakses 13 Mei 2023.
- Pratama, A. W. I. (2022). *Digital Marketing: Tinjauan konseptual* (Edisi cetak ke-1). Padang, Sumatera Barat: Pt. Global Eksekutif Teknologi.
- Putri, A. M. A., & Sanica, I. G. (2022). Digital Marketing Strategy to Survive during Covid-19 Pandemic. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 6(1), 27-33.
- Rauf, A. (2021). *Digital Marketing: Konsep dan Strategi* (Edisi cetak ke-1). Cirebon: Insania Team.
- Redjeki, F., & Affandi, A. (2021). Utilization Of Digital Marketing For MSME Players As Value Creation For Customers During The Covid-19 Pandemic. *International Journal of Science And Society*, 3(1), 40-55.
- Sanjaya, A. K. P., & Nuratama P. I. (2021). *Tata Kelola Manajemen & Keuangan Usaha Mikro Kecil Menengah* (Edisi cetak ke-1). Gowa: CV. Cahaya Bintang Cemerlang.
- Setyawati, A., Sugangga, R., Maula, F. I., & Rahma, A. (2023). Digital Marketing Business Strategy to MSME Performance in the Industrial Revolution 4.0 Era. *Jurnal Entrepreneur dan Entrepreneurship*, 12(1), 19-26.
- Syahril, H. (2021). *Digital Marketing: Konsep dan Strategi* (Edisi cetak ke-1). Cirebon: Insania Team.



## Peningkatan Kualitas Laporan Keuangan UMKM Toko Sembako Dan Laundry Care

### *Improving the Quality of Financial Reports for MSMEs for Grocery Stores and Laundry Care*

Ali Muddin Ritonga<sup>1</sup>, Yudas Tadius Andi Candra<sup>2</sup>,

<sup>1-2</sup> Universitas Mercubuana Yogyakarta, Indonesia

Korespondensi Penulis: [alionnaire@gmail.com](mailto:alionnaire@gmail.com)<sup>1</sup>, [yudas@mercubuana-yogya.ac.id](mailto:yudas@mercubuana-yogya.ac.id)<sup>2</sup>

#### Article History:

Received: June 25, 2024

Revised: July 07, 2024

Accepted: July 21, 2024

Online Available: July 24, 2024;

**Keywords:** MSMEs, mentoring, financial reports, business development.

**Abstract.** In order to maintain business continuity and growth, Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) need assistance in preparing financial reports. The importance of assistance in preparing financial reports for Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs), especially for Toko Laras Barokah and Laundry Care is included in this activity. Accurate and timely financial reports are very important for MSMEs to run and develop their companies. This research uses a qualitative methodology by providing direct support to the two MSMEs in preparing their financial reports. The aim of this coaching activity is to perfect the accounting procedures of MSME owners and increase their awareness of the importance of financial reports. The findings of this research show how good mentoring can improve the quality of MSME financial reports, which will facilitate better business decision making and increase access to funding and other resources.

#### Abstrak

Guna menjaga keberlangsungan dan pertumbuhan usaha, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memerlukan bantuan dalam penyusunan laporan keuangan. Pentingnya bantuan penyusunan laporan keuangan bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), khususnya pada Toko Laras Barokah dan Laundry Care tercakup dalam kegiatan ini. Laporan keuangan yang akurat dan tepat waktu sangat penting bagi UMKM untuk menjalankan dan mengembangkan perusahaannya. Penelitian ini menggunakan metodologi kualitatif dengan memberikan dukungan langsung terhadap kedua UMKM tersebut dalam penyusunan laporannya. Tujuan dari kegiatan pembinaan ini adalah untuk menyempurnakan prosedur akuntansi pemilik UMKM dan meningkatkan kesadaran mereka akan pentingnya laporan keuangan. Temuan penelitian ini menunjukkan bagaimana pendampingan yang baik dapat meningkatkan kualitas laporan keuangan UMKM, yang akan memfasilitasi pengambilan keputusan bisnis yang lebih baik dan meningkatkan akses terhadap pendanaan dan sumber daya lainnya.

**Kata Kunci:** UMKM, pendampingan, laporan keuangan, pengembangan bisnis.

## 1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah perusahaan dengan pemilik dan pengelola tunggal yang memasok sebagian besar modal, atau sekelompok kecil pemilik. UMKM biasanya memiliki target pasar lokal, meskipun ada pula yang mengeksport barangnya ke luar negeri dan memiliki infrastruktur, total aset, dan jumlah tenaga kerja yang sederhana. Di banyak negara, termasuk Indonesia, usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) menjadi tumpuan perekonomian nasional. UMKM terdapat di sejumlah industri, antara lain sektor makanan dan minuman serta jasa seperti laundry. Masalah ini fokus pada dua kategori UMKM

\* Ali Muddin Ritonga [alionnaire@gmail.com](mailto:alionnaire@gmail.com)

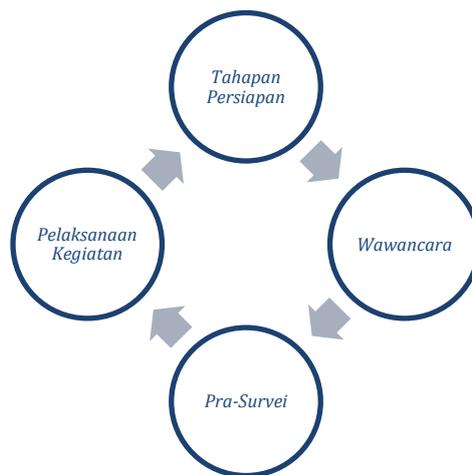
yaitu toko sembako dan jasa laundry. Berbagai permasalahan utama yang dihadapi UMKM dapat dibagi menjadi permasalahan internal dan eksternal. Rendahnya kualitas sumber daya manusia, jaringan usaha dan kemampuan penetrasi pasar yang belum memadai, kekurangan modal, permasalahan teknologi, permasalahan organisasi dan manajemen, serta kurangnya permodalan menjadi tantangan utama internal UMKM. Kemampuan suatu perusahaan untuk mengembangkan sumber daya manusianya merupakan salah satu komponen yang paling penting. Penting untuk menyadari bahwa sebagian besar UMKM masih menghadapi tantangan yang tidak dapat dikelola, seperti kompetensi sumber daya manusia, keterampilan, dan profesionalisme yang tidak memadai (Rachmawan Bidiarto dkk, 2015). Fakta bahwa UMKM mengungguli korporasi besar menunjukkan betapa pentingnya UMKM bagi perekonomian Indonesia. Oleh karena itu, agar UMKM semakin meningkat baik kuantitas maupun kualitas serta daya saing produknya, maka perlu dilakukan inisiatif pembangunan dan pemberdayaan berkelanjutan. Namun, meski secara umum UMKM memberikan kontribusi positif terhadap perekonomian nasional, ternyata sektor ini masih menghadapi sejumlah permasalahan. Kemampuan pengelolaan usaha UMKM dan kualitas sumber daya manusia (SDM) yang dimiliki masih kurang dan masih menghadapi sejumlah permasalahan yang membatasi kemampuannya dalam berpartisipasi dalam perekonomian nasional.

Toko sembako dan laundry Care adalah dua jenis usaha yang tersebar luas di berbagai wilayah di Indonesia. Toko sembako menjadi sumber kebutuhan pokok bagi masyarakat, sementara layanan laundry memberikan solusi bagi kesibukan masyarakat modern. Meskipun keduanya memiliki fokus yang berbeda, keduanya tetap memiliki aspek keuangan yang perlu dianalisis untuk memastikan kelangsungan dan pertumbuhan bisnis. Oleh sebab itu adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk melakukan analisis mendalam terhadap laporan keuangan dari usaha mikro dalam sektor toko sembako dan layanan laundry. Analisis tersebut akan membantu pemilik usaha, investor potensial, dan pihak terkait lainnya dalam memahami kinerja keuangan, mengevaluasi potensi pertumbuhan, dan mengidentifikasi area-area perbaikan yang mungkin diperlukan.

## **2. METODE**

Perekonomian Indonesia sangat diuntungkan dengan hadirnya Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Hal serupa juga terjadi di Kabupaten Sleman Yogyakarta. Kegiatan yang bertujuan untuk membantu UMKM di wilayah ini dalam menyusun laporan keuangan ini telah dilaksanakan pada UMKM Toko Sembako Laras Barokah dan Laundry Care. Kegiatan

pendampingan pembuatan laporan keuangan di Kabupaten Sleman dapat menjadi langkah yang baik untuk membantu mereka meningkatkan pencatatan pembukuan laporan keuangan agar lebih baik. Metode kegiatan yang dilakukan terhadap UMKM Toko Sembako Laras Barokah dan Laundry Care ini adalah dalam bentuk pendampingan, diskusi dan juga praktik. Berikut ini diagram tahapan kegiatan yang dilakukan yang disajikan dalam gambar 1 adalah sebagai berikut : seperti terlihat pada diagram di bawah ini:



**Gambar 1. Tahapan Kegiatan**

Seperti yang tertera dalam gambar 1 dapat dijelaskan bahwa tahapan kegiatan yang dilakukan dalam pelaksanaan pengabdian terhadap UMKM Toko Sembako Laras Barokah dan Laundry Care adalah sebagai berikut :

#### A. Tahapan Persiapan

Tahapan pertama sebelum memulai kegiatan adalah persiapan. Di dalam ada beberapa hal yang harus dilakukan pada saat ini, seperti:

1. Wawancara: Untuk memahami secara menyeluruh tahapan penyusunan laporan keuangan berkelanjutan, lakukan wawancara atau sesi tanya jawab dengan pemilik UMKM Toko Sembako Laras Barokah dan Laundry Care.
2. Pra-survei: Tentukan persyaratan dan permasalahan mitra. Tujuan dari topik ini adalah untuk mengetahui lebih dalam mengenai keadaan dan kebutuhan UMKM Toko Sembako Laras Barokah dan Laundry Care sebelum memulai kegiatan pelatihan dan pendampingan.

#### B. Pelaksanaan Kegiatan

Pertemuan pertama yang membahas tujuan dan target kerjasama ini menandai

dimulainya tahapan kegiatan kerjasama antara mitra dan tim pengabdian masyarakat. Tim pengabdian masyarakat kemudian melakukan survei pendahuluan untuk mengetahui UMKM mana saja yang memerlukan dukungan terkait penunjang laporan keuangan.

Setelah identifikasi UMKM yang akan menerima bantuan, pengabdian masyarakat memberikan dukungan laporan keuangan dengan memberikan nasihat dan pendampingan kepada pemilik UMKM dalam memperbaiki dan mengatur laporan keuangannya. Selain itu, tim ini melatih pemilik UMKM tentang cara membuat laporan keuangan dasar sehingga mereka dapat melakukannya sendiri dengan lebih sukses di kemudian hari. Sebelum memulai pelatihan dan pendampingan, tim pengabdian masyarakat memberikan beberapa informasi dasar pembukuan kepada pemilik UMKM. Ini mencoba memberi mereka pemahaman mendasar tentang nilai pembukuan dan teknik pembukuan yang benar. Dengan pengetahuan dasar tersebut, diharapkan para pemilik UMKM akan lebih mampu memahami dan menerapkan konsep pembukuan dalam operasionalnya sehari-hari.

### **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Melalui peraktek yang dilakukan pada Toko Sembako Laras Barokah dan Laundry Care yang dilakukan oleh pengabdi dengan pemilik kedua tempat pengabdian tersebut, teridentifikasi masalah terkait laporan keuangan. Permasalahan laporan keuangan diketahui melalui praktik langsung pengabdi dengan pemilik tempat dilakukannya tempat pengabdian yaitu Toko Sembako Laras Barokah dan Laundry Care. Tantangan utamanya adalah kategorisasi transaksi yang kurang jelas, pencatatan yang kurang baik, dan kurangnya pengetahuan tentang peraturan akuntansi.

Sistem pencatatan transaksi perlu diperbaiki guna meningkatkan kualitas pelaporan keuangan. Reorganisasi struktur akun dan penerapan prinsip Inkonsistensi dalam proses pencatatan laporan keuangan dapat dihilangkan dengan akuntansi yang tepat. Hasilnya, layanan ini akan membantu terciptanya laporan keuangan yang akurat dan berkualitas tinggi. Dari hal tersebut maka pengabdi akan membantu dalam melakukan pendampingan penyusunan laporan keuangan yang baik dan benar.



Gambar 2: Pelatihan dan pendampingan pada Toko Sembako Laras Barokah dan Laundry Care

Pemilik Toko Sembako Laras Barokah dan Laundry Care menerima pelatihan dengan penekanan pada nilai laporan keuangan dan cara pembuatannya. Pemahaman yang lebih mendalam ini diharapkan dapat membantu terciptanya laporan keuangan yang lebih akurat.

**Yeay!**  
**Laundry Care**  
 We Care About You Wear

Alamat : Puluhdadi No. 359 RT/RW: 05/02  
 Catur Tunggal Depok Sleman Yogyakarta 55281  
 Telp: 0831 4457 6689

Nama : AC  
 No HP :  
 Note : **NO NOTA**

Tgl Masuk :  
 Tgl Keluar :

NO	Pelayanan	Jml	Kg	Harga Sat/Kg	Jml (Rp)
1.	Cuci + Setrika				
2.	Cuci Kering		9		49.500
3.	Setrika				
4.	Bed Cover				
5.	Serbet				
6.	Sepatu				
7.	Sprei	1			5000
8.	Selendang				
9.	Dompet				
10.	Tas				
TOTAL					54.500

- Pengembalian barang harus disertai nota  
 - Klaim berlaku 24 jam setelah barang diambil disertai nota  
 - Cuci yang tidak diambil dalam waktu 1 bulan, bisa rusak / hilang bulan tanggung jawab kami

Gambar 3: Proses Transaksi Laundry Care

Nama Barang	Jumlah Barang	Harga Beli
Nasi 1kg	1	17.000
Carabam	1	9.000
Takar	3 kg	85.500
Kuning bubuk	1 kg	29.000
Kuning	1 kg	29.000
Sel jagung	1	8.500
Sel jagung	1	18.000
Carabam 1	2 kg	20.000
K. acung	1 kg	29.000
Sel jagung	1	17.000
Carabam	1	9.000
Takar	1/2 kg	14.500
Takar	1	9.000
Carabam	1 kg	9.000
Oil	2	17.000
Carabam	1	9.000
Sel jagung	1	18.000
Sel jagung	1	17.000
Kuning	1 kg	29.000
Takar	1/4 kg	8.000
Sel jagung	2	36.000
Sel jagung	2	17.000
Kuning 1	2	119.000
Kuning	1/4 kg	11.000
Carabam	1	9.000

Gambar 4 : Proses transaksi laporan keuangan Toko Sembako

Pada gambar 3 diatas bisa dikatakan bahwa transaksi pada Laundry care lebih memfokuskan pencatatan setiap pelanggan terlebih dahulu. Pengabdian membuat demikian karena banyaknya konsumen yang datang di tempat tersebut sehingga membuat pemilik menjadi kewalahan dalam mengurus berat timbangan baju beserta menetapkan harga setiap timbangan tersebut. Dengan dibuatnya transaksi setiap orang tersebut dapat memudahkan pemilik Laundry Care untuk mengetahui jenis pakaian, berat, serta harga dari setiap masing-masing konsumen tersebut. Sedangkan pada gambar 4 diatas merupakan transaksi yang dilakukan pada Toko Sembako Laras Barokah yang dimana data-data atau transaksi yang ada merupakan gabungan dari berbagai nota pembelian konsumen. Pengabdian membuat adanya pengelompokan nota-nota tersebut agar dapat membantu pemilik Toko Sembako Laras Barokah dalam mengetahui barang apa saja yang dibeli dan jumlah barang yang dibeli beserta jumlah pemasukan ditoko tersebut. Keakuratan data dalam laporan keuangan meningkat berkat pelatihan kedua pemilik tempat dilakukannya pengabdian dan pembenahan sistem pencatatan. Semua transaksi kini didokumentasikan dengan jelas dan mengikuti pedoman akuntansi yang relevan. Laporan keuangan menjadi lebih mudah dibaca dan transparan dengan kategorisasi transaksi yang lebih tepat dan jelas. Manfaat dari hal ini selain dirasakan oleh pemilik Toko Sembako Laras Barokah dan Laundry Care, juga dirasakan oleh pihak-pihak terkait seperti konsumen atau pelanggan ditempat dilakukannya pengabdian tersebut. Meningkatkan kualitas laporan keuangan memiliki efek menguntungkan pada pengambilan keputusan manajerial. Informasi yang lebih tepat dan terorganisir untuk mendukung pemilik Toko Sembako Laras

Barokah dan Laundry Care dalam perencanaan strategi bisnis dan menentukan area yang perlu dikembangkan. Toko Sembako Laras Barokah dan Laundry Care memiliki dasar yang lebih kuat untuk memperoleh dukungan finansial dari sumber luar, seperti bank atau investor, seiring dengan kualitas riset laporan keuangannya. Dalam jangka panjang, hal ini dapat menghasilkan operasional UMKM yang lebih baik.

#### **4. KESIMPULAN DAN SARAN**

Kesimpulannya, penyempurnaan sistem pencatatan dan pemahaman lebih mendalam terhadap laporan Keuangan dapat dikatakan sangat meningkatkan kualitas laporan keuangan UMKM tempat dilakukan pengabdian yaitu Toko Sembako Laras Barokah dan Laundry Care. Peningkatan ini tidak hanya memberikan manfaat bagi UMKM tempat dilakukannya pengabdian yaitu Toko Sembako Laras Barokah dan Laundry Care secara internal, namun juga berkontribusi terhadap perluasan dan pertumbuhan serta keberlanjutan sektor UMKM secara keseluruhan di Kabupaten Sleman, Yogyakarta. Idealnya, pelatihan dan dukungan penyusunan laporan keuangan diberikan agar pihak UMKM seperti Toko Sembako Laras Barokah dan Laundry Care dapat terus mengasah teknik penulisan laporannya. Hal ini diharapkan akan memungkinkan mereka mencatat informasi keuangan pada tingkat yang lebih tinggi dan akurat.

#### **5. PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS**

Penulis mengucapkan terimakasih kepada pihak Universitas Mercu Buana Yogyakarta dan UMKM yang merupakan Mitra Pengabdian, yaitu Toko Sembako Laras Barokah dan Laundry Care. Terimakasih atas fasilitas dan partisipasi pelaku UMKM sehingga kegiatan dapat berjalan dengan lancar.

#### **6. DAFTAR REFERENSI**

- Arista, D., Satyanovi, V. A., Rahmawati, L. D. A., & Hapsari, A. A. (2021). Pendampingan penyusunan laporan keuangan pada BUMDes Banyuanyar Berkarya Desa Banyuanyar Kecamatan Ampel Kabupaten Boyolali. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(3), 550-556.
- Candra, Y. T. A., & Paramitalaksmi, R. (2024). Pelatihan pembuatan laporan keuangan sederhana untuk Pokdarwis Jonge Raya dengan aplikasi SIAPIK. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara*, 5(1), 551-557.

- Dharma, D. A., Djunaidy, D., Damayanty, P., Sitianingsih, M., Putri, S. R., & Solehudin, T. (2023). Pendampingan penyusunan laporan keuangan pada UMKM di Kecamatan Tapos-Kota Depok. *ABDI MOESTOPO: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 6(2), 216-223.
- Graziela, A. N. M. D., & Candra, Y. T. A. (2023). Pendampingan pengelolaan keuangan pada pedagang kaki lima di Pasar Beringharjo. *Jurnal Pelayanan Hubungan Masyarakat*, 1(4), 187-195.
- Hairunisya, N., & Subiyantoro, H. (2017). Pelatihan dan pendampingan pembuatan laporan keuangan kepada pengusaha UMKM di Kecamatan Karangrejo Kabupaten Tulungagung. *J-ADIMAS (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 5(2), 35-45.
- Hidayah, A. T., Pujiati, L., Hidyati, N., Hendrawan, S. A., Suprpto, S., & Ali, N. (2018). Pendampingan penyusunan laporan keuangan pada Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Lestari Desa Bandung Kecamatan Diwek Jombang. *Comvice: Journal of Community Service*, 2(1), 15-20.
- Idrus, M., & Syachbrani, W. (2020). Pendampingan penyusunan laporan keuangan Bumdes Munte. In *Seminar Nasional Pengabdian Kepada (Vol. 3, pp. 792-795)*.
- Latifah, E., Muawanah, R., Martiwi, W. A., & Rohmawati, I. T. N. (2023). Pendampingan pembuatan laporan keuangan bagi siswa SMK Tarbiyatut Tholabah Kranji Paciran Lamongan. *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 27-35.
- Maulani, D., Wulandari, A., Octaviani, N., & Sukaesih, P. E. (2023). Pendampingan penyusunan laporan keuangan pada kelompok usaha kecil menengah (UKM) Desa Sukajadi. *SINKRON: Jurnal Pengabdian Masyarakat UIKA Jaya*, 1(2), 53-63.
- Mulyati, S., Hati, R. P., & Rivaldo, Y. (2021). Pendampingan pembuatan laporan keuangan pada PT. Kagaya Manufaktur Asia. *Jurnal Al Tamaddun Batam*, 1(1), 9-12.
- Odi, S., & Paramitalaksmi, R. (2024). Peningkatan kualitas laporan keuangan UMKM kuliner tradisional di Yogyakarta. *Jurnal Manajemen Kreatif Dan Inovasi*, 2(1), 60-65.
- Setiorini, H., Yusmaniarti, Y., & Marini, M. (2020). Pendampingan penyusunan laporan keuangan pada Sekolah Langit Biru. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bumi Raflesia*, 3(3), 393-398.
- Soejono, F., Sunarni, T., Kusmawati, K., Samuel, S., & Angeliana, W. (2020). Pendampingan usaha: Pentingnya laporan keuangan dan penggunaan aplikasi Bukukas untuk laporan keuangan usaha. *LOGISTA-Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 210-219.



## Penguatan Manajemen pada Usaha Kerajinan Bambu Jihan Craft Desa Somakaton

Najmudin Najmudin<sup>1</sup>, Sri Lestari<sup>2</sup>, Lasmedi Afuan<sup>3</sup>, Devani Laksmi Indyastuti<sup>4</sup>

<sup>1-4</sup> Universitas Jenderal Soedirman, Indonesia

Alamat: Kampus Grendeng, Jl. Prof. H.R. Boenyamin, Purwokerto

Korespondensi penulis: [najmudin\\_najmudin@email.com](mailto:najmudin_najmudin@email.com)

### Article History:

Received: June 25, 2024;

Revised: July 07, 2024;

Accepted: July 21, 2024;

Online Available: July 24, 2024;

**Keywords:** Jihan Craft, bamboo crafts, group management, business management.

**Abstract.** Partners in this program are bamboo craftsmen Jihan Craft, Somakaton Village, Somagede District, Banyumas Regency. The problems faced by partners are lack of equipment in running their business; very limited capabilities in business management consisting of production management, HR, marketing and finance; limited ability in bookkeeping and financial reporting; limited ability to carry out online marketing activities; do not form groups; do not understand group management; and do not have the skills to carry out group administration. To achieve the goals, activities are carried out in the form of counseling, practice and mentoring. The evaluation method is carried out by comparing the level of knowledge and abilities as well as the production and marketing performance of partners before and after the activity. The benefits of this service activity are that partners get additional mechanical production equipment so they can increase the quantity and quality of their products and can produce more efficiently, partners' business management abilities increase, they have the ability to do bookkeeping and financial reporting, they can carry out online marketing activities well, the formation of groups Jihan Craft business officially, understand and can practice group management well; and can carry out group administration activities well.

### Abstrak

Mitra dalam program ini adalah perajin bambu Jihan Craft Desa Somakaton Kecamatan Somagede Kabupaten Banyumas. Permasalahan yang dihadapi mitra adalah kekurangan peralatan dalam menjalankan usahanya kemampuan yang sangat terbatas dalam manajemen usaha yang terdiri dari manajemen produksi, SDM, pemasaran dan keuangan; kemampuan yang terbatas dalam pembukuan dan pelaporan keuangan; kemampuan yang terbatas dalam melakukan kegiatan pemasaran *online*; belum membentuk kelompok; belum memahami manajemen kelompok; dan belum memiliki keterampilan melakukan administrasi kelompok. Untuk mencapai tujuan dilakukan kegiatan berupa penyuluhan, praktik, dan pendampingan. Metode evaluasi dilakukan dengan membandingkan tingkat pengetahuan dan kemampuan serta kinerja produksi dan pemasaran mitra sebelum dan sesudah kegiatan. Manfaat kegiatan pengabdian ini adalah mitra mendapatkan tambahan peralatan produksi mekanik sehingga dapat meningkatkan jumlah dan kualitas produknya serta dapat memproduksi dengan lebih efisien, kemampuan manajemen usaha mitra meningkat, memiliki kemampuan dalam melakukan pembukuan serta pelaporan keuangan, dapat melakukan kegiatan pemasaran *online* dengan baik, terbentuk kelompok Jihan Craft secara resmi, memahami dan dapat mempraktikkan manajemen kelompok dengan baik; dan dapat melakukan kegiatan pengadministrasian kelompok dengan baik.

**Kata kunci:** Jihan Craft, kerajinan bambo, manajemen kelompok, manajemen usaha.

\* Najmudin Najmudin [najmudin\\_najmudin@email.com](mailto:najmudin_najmudin@email.com)

## 1. PENDAHULUAN

Desa Somakaton terkenal sebagai desa penghasil bambu yang berkualitas tinggi baik dari segi ukuran maupun dari jenis bambu yang dibutuhkan untuk kerajinan. Warga desa rata-rata memiliki pohon bambu di pekarangan rumah masing-masing. Banyak warga desa Somakaton yang menjalankan usaha kerajinan bambu secara turun temurun. Hal ini disebabkan karena melimpahnya persediaan pohon bambu berkualitas yang merupakan anugrah dan peluang bisnis yang cukup menjanjikan bagi warga desa Somakaton yang rata-rata berpendidikan rendah.

Mitra dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) ini adalah 5 orang perajin bambu yang beralamat di Desa Somakaton RT.05 RW.01 Kec. Somagede Kab. Banyumas. Kelima orang tersebut adalah Bapak Ari, Ali, Iwan, Ufan dan Untung. Dalam mengerjakan produknya kelima perajin tersebut dibantu tenaga kerja yang kebanyakan adalah sanak saudaranya. Usaha yang dijalankan oleh pak Ari diberi nama Jihan Craft. Usaha ini dijalankan sejak Januari 2011. Produk dihasilkan secara terus-menerus dan melayani pesanan.

Pak Ari giat memasarkan produknya ke masyarakat dengan mengikuti pameran-pameran sehingga produknya dikenal dan banyak mendapatkan pesanan. Informasi tentang usaha pak Ari ini juga diperoleh Tim PKM dari petugas Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Banyumas yang memberitahukan bahwa usaha Jihan Craft layak dibina karena mempunyai prospek bagus, melibatkan banyak tenaga kerja, belum pernah dibina dan membutuhkan bantuan untuk berkembang.



Gambar 1. Hasil produksi Jihan Craft dari kelima perajin bambu Desa Somakaton

Dengan banyaknya pesanan yang mengalir, pak Ari kemudian mengajak 4 orang tetangganya yang juga memproduksi produk sejenis secara turun temurun untuk bersama-sama memenuhi pesanan-pesanan tersebut dengan satu merek produk yaitu Jihan Craft. Produk yang

dihasilkan pak Ari dan para tetangganya berupa dipan bambu, kursi ruang tamu, jemuran baju, rak TV, gantungan batik, rak sembako/jajanan, gazebo taman dan saung payung seperti terlihat pada Gambar 1 dan Gambar 2.



Gambar 2. Gasebo taman dan saung payung hasil produksi Jihan Craft

Saat ini permintaan produk Jihan Craft semakin banyak, namun pak Ari dan para tetangganya tidak bisa memenuhi pesanan dengan cepat karena keterbatasan peralatan yang dimilikinya. Untuk membuat 1 dipan membutuhkan waktu 5 hari, 1 set kursi ruang tamu butuh waktu 7 hari, 4 pcs jemuran baju memakan waktu 1 hari, 1 buah rak TV membutuhkan waktu 5 hari, 1 buah gantungan batik membutuhkan waktu 3 hari, 1 buah rak sembako/jajanan butuh waktu 3 hari, 1 buah gazebo taman menghabiskan waktu 5 sampai 7 hari dan saung payung butuh waktu 2 hari. Pak Ari dan para tetangganya menyampaikan jika mereka memiliki tambahan peralatan, terutama yang mekanik maka dapat memproduksi dengan waktu lebih cepat dalam memenuhi permintaan pasar yang besar dan prosepek yang bagus.

Adanya peralatan produksi yang memadai akan dapat berakibat pada hasil produksi yang meningkat baik secara kualitas maupun kuantitas. Mitra dapat menghasilkan produk yang sejenis dengan kualitas yang lebih baik sehingga mempunyai daya saing yang tinggi. Seiring dengan maraknya isu *global warming* di lingkungan masyarakat dunia, kini banyak orang yang tertarik menggunakan produk-produk ramah lingkungan untuk kehidupan sehari-hari mereka. Oleh karena itu, tidak heran bila permintaan pasar kerajinan bambu kini semakin melonjak bahkan tidak hanya menjangkau kota-kota besar saja, tetapi juga sampai tembus pasar mancanegara.

Bukan hanya masalah keterbatasan peralatan dan modal yang dimiliki pada usaha Jihan Craft, namun juga keterbatasan dalam pengelolaan usaha. Pak Ari dan tetangganya menjalankan usaha kerajinan bambu ini secara turun-temurun karena desa mereka memang banyak sekali ditumbuhi pohon bambu yang berkualitas. Tingkat pendidikan mereka rata-rata rendah hanya berpendidikan SLTP. Oleh karena itu, mereka tidak memiliki kemampuan dalam manajemen usaha secara layak meskipun usaha ini menjadi mata pencaharian pokok. Pak Ari dan keempat tetangganya belum paham konsep manajemen produksi, manajemen sdm,

manajemen pemasaran dan manajemen keuangan. Para perajin bambu ini tidak pernah melakukan kegiatan pencatatan usaha apalagi membuat laporan keuangan.

Saat ini, pemasaran digital sudah menjadi perihal yang lazim digunakan disamping pemasaran tradisional. Hal ini disebabkan makin banyak orang mengkonsumsi segala informasi secara *online* sehingga pemasaran digital merupakan cara paling baik untuk menjangkau pelanggan secara lebih luas. Pemasaran digital tidak cuma menguntungkan bagi pemilik bisnis, namun juga memberikan kemudahan kepada para konsumen. Pak Ari dan para tetangganya mempunyai kemampuan yang sangat terbatas dalam melakukan pemasaran digital. Kegiatan pemasaran secara *online* telah dilakukan namun sebatas hanya dilakukan melalui WhatsApp.

Usaha yang dijalankan sejak tahun 2011 sampai saat ini terus berkembang dan semakin banyak melibatkan tenaga kerja, hal ini menunjukkan bahwa prospek usaha ini bagus dan dapat terus berkembang. Jika dihitung dengan sanak saudara yang membantu kelima perajin, sedikitnya terdapat 10 sampai 15 orang tenaga kerja yang sering terlibat dalam usaha ini tergantung banyaknya pesanan yang harus dikerjakan. Pesanan produk sering datang kepada pak Ari karena intens mengikuti pameran. Jika pak Ari tidak bisa memenuhi pesanan tersebut maka akan mengajak keempat tetangganya untuk memenuhi pesanan tersebut bersama-sama. Keempat perajin tersebut juga bisa menerima pesanan dan menjual sendiri ke konsumen langsung dengan merek yang sama.

Meskipun pak Ari dan tetangganya telah bersama-sama saling membantu dalam memenuhi permintaan, namun mereka belum terikat dalam satu kelompok. Padahal keberadaan kelompok sangat penting karena kelompok dapat menjadi wadah proses pembelajaran, wahana kerjasama, mempunyai kesatuan swadaya, kemitraan dan kerjasama, partisipasif antar anggota serta pemberdayaan masyarakat. Fungsi dan peranan ini menjadi nilai tambah penting pada usaha dibandingkan usaha yang dilakukan secara perseorangan. Apalagi saat ini pola pembinaan pemerintah cenderung diarahkan lebih kepada kegiatan usaha berkelompok dibandingkan usaha pribadi.

Pak Ari dan keempat tetangganya sudah melakukan kegiatan produksi secara bersama-sama, namun belum membentuk kelompok usaha bersama secara resmi. Hal ini disebabkan karena keterbatasan pengetahuan mereka dalam ilmu manajemen kelompok. Oleh karena itu dalam kegiatan PKM ini akan dibentuk kelompok dan diberikan penyuluhan tentang arti pentingnya manajemen kelompok disertai praktik dan pendampingan manajemen kelompok yang benar. Telah disepakati nama kelompok yang akan digunakan adalah Kelompok Perajin Bambu Jihan Craft Desa Somakaton.

## 2. METODE

Solusi permasalahan untuk mengatasi berbagai masalah yang telah disampaikan pada pendahuluan adalah dengan memberikan kegiatan pembinaan melalui Program Penerapan IPTEKS. Kegiatan yang dilakukan adalah pemberian bantuan peralatan produksi mekanik untuk meningkatkan jumlah dan kualitas produk, memberikan penyuluhan, pelatihan dan pendampingan tentang manajemen usaha yang terdiri dari manajemen produksi, manajemen sumber daya manusia, manajemen pemasaran dan manajemen keuangan. Dalam hal pemasaran diberikan pendampingan kegiatan promosi baik secara *online* maupun *offline*. Dalam hal keuangan disampaikan cara-cara pelaporan dan pencatatan usaha yang benar dan didampingi sampai mampu. Agar kesejahteraan anggota dapat lebih meningkat dan dapat menangkap peluang pembinaan dan bantuan dari pemerintah, maka dibentuk kelompok dan diberikan pembinaan tentang manajemen kelompok yang benar.

Berdasarkan observasi yang dilakukan oleh tim pengabdian maka permasalahan-permasalahan yang dihadapi mitra dapat diurutkan sesuai prioritasnya. Untuk mengatasi permasalahan mitra yang telah ditetapkan, maka akan menggunakan metode penyuluhan, praktik dan pendampingan. Penyuluhan yang diberikan meliputi: a) Penyuluhan tentang manajemen produksi, SDM, pemasaran dan keuangan sehingga mitra dapat mengelola usaha dengan benar; b) Penyuluhan tentang arti pentingnya laporan keuangan serta tata cara pembukuan serta pelaporan keuangan yang baik; c) penyuluhan tentang arti pentingnya pemasaran *online* dan cara-cara melakukan pemasaran *online*; d) penyuluhan tentang arti pentingnya kelompok, cara pembentukannya kelompok dan manajemen kelompok yang baik.

Pelatihan atau praktik yang diberikan meliputi: praktik penggunaan alat-alat produksi mekanik yang diberikan, praktik penyusunan laporan keuangan, praktik pemasaran *online*, serta praktik pembuatan dan pengadministrasian kelompok. Pendampingan yang akan dilakukan meliputi pendampingan pembelian peralatan produksi mekanik, pendampingan pengelolaan usaha dan penyusunan laporan keuangan, pendampingan pemasaran *online* serta praktik pengelolaan dan pengadministrasian kelompok yang benar.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan yang telah dilaksanakan dalam melaksanakan program yaitu:

### 1) Koordinasi tim pengabdian dengan mitra

Koordinasi tim pengabdian dengan mitra dilaksanakan menggunakan zoom. Kegiatan tersebut dihadiri oleh tim pengabdian kepada masyarakat lengkap dan ketua kelompok Bapak

Ari. Pada kegiatan tersebut disepakati kegiatan-kegiatan yang akan dilaksanakan serta bantuan peralatan yang akan diberikan. Gambar kegiatan tersebut dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Koordinasi Tim dengan Mitra

## 2) Pembelian peralatan produksi mekanik

Untuk mengatasi masalah kekurangan peralatan yang mempunyai sentuhan teknologi dengan menggunakan peralatan listrik kepada mitra diberikan peralatan tersebut dengan menggunakan bantuan dana program. Dalam kegiatan ini tim pengabdian berperan sebagai fasilitator sedang mitra akan berperan sebagai penerima bantuan kegiatan. Metode yang dilakukan tim pengabdian dan mitra akan bersama-sama mengidentifikasi kebutuhan mitra untuk penggunaan alat-alat kerajinan bambu menggunakan listrik yang benar-benar dibutuhkan oleh mitra. Selanjutnya tim beserta mitra bersama-sama membelinya dengan menggunakan biaya program. Bantuan mesin-mesin yang diberikan terdapat pada Gambar 4.





Gambar 4. Peralatan produksi yang diberikan

**3) Peningkatan keterampilan pada anggota kelompok dalam memproduksi kerajinan bambu dengan menggunakan peralatan-peralatan produksi yang menggunakan listrik**

Untuk mencapai target pelaksanaan program ini sebelum kegiatan pelatihan mitra diberikan penyuluhan tentang pentingnya penggunaan teknologi dalam menghasilkan produk kerajinan. Setelah alat-alat produksi dengan menggunakan listrik dibeli, selanjutnya dilakukan praktik penggunaan alat-alat tersebut. Dalam kegiatan ini tim pengabdian berperan sebagai fasilitator sedang mitra berpartisipasi sebagai peserta pelatihan.

**4) Pemberian penyuluhan tentang pentingnya melakukan kegiatan pemasaran dan promosi produk serta praktik pemasaran *on-line*.**

Mitra kegiatan diberi penyuluhan tentang manfaat arti pentingnya kegiatan pemasaran, cara-cara melakukan pemasaran dan media yang dapat digunakan untuk melakukan kegiatan pemasaran. Untuk lebih memperluas jaringan pemasaran tanpa batas maka perlu diberikan pelatihan tentang pemasaran *on-line*. Untuk merealisasikan program ini kegiatan yang dilakukan yaitu 1) mengidentifikasi jaringan pasar yang ada; 2) menetapkan wilayah pasar potensial; 3) menyusun katalog produk; 4) membuat media promosi produk; 5) membuat web atau blog *e-commerce*; 6) melakukan monitoring dan evaluasi.

Pembuatan katalog produk dimaksudkan untuk menjaring calon konsumen. Pembeli dapat melihat katalog kerajinan bambu untuk mempromosikannya kepada orang-orang di sekitar. Melalui katalog, penjual bisa mempromosikan produk secara *online* maupun *offline*. Untuk meningkatkan penjualan, perajin bisa menitipkan produk kerajinan bambu di toko souvenir maupun kerajinan, toko oleh-oleh, atau menjalin kerjasama dengan restoran, hotel, serta rumah makan yang membutuhkan perabot rumah tangga dari kerajinan bambu. Dalam kegiatan ini tim pengabdian berperan sebagai fasilitator sedang mitra berpartisipasi sebagai peserta penyuluhan. Tim mendampingi Mitra dalam melakukan kegiatan pemasaran *on-line*.

**5) Pemberian penyuluhan tentang manajemen keuangan yang baik serta cara-cara penyusunan laporan keuangan yang terstandar.**

Mitra perlu diberikan pemahaman tentang manajemen keuangan yang baik. Mitra diberi penjelasan bahwa harus ada pemisahan kekayaan antara kekayaan usahanya dengan kekayaan pribadi. Selanjutnya kegiatan dilanjutkan dengan pelatihan penyusunan laporan keuangan yang terstandar. Kegiatan pelatihan ini dimulai dengan 1) menggali kebutuhan utama kelompok berkaitan dengan pembukuan; 2) menyusun materi pembukuan yang disesuaikan dengan kebutuhan kelompok; 3) mempersiapkan media pelatihan pembukuan; 4) melaksanakan pelatihan pembukuan serta melaksanakan monitoring dan evaluasi.

**6) Pemberian penyuluhan tentang arti pentingnya kelompok, cara pembentukan kelompok, manajemen kelompok yang baik serta cara-cara penyusunan administrasi kelompok.**

Pemberian penyuluhan tentang arti pentingnya kelompok dan cara pembentukkan kelompok perlu dilakukan karena saat ini perajin belum membentuk satu kelompok yang resmi meskipun telah melakukan kegiatan secara bersama-sama. Para perajin juga perlu diberikan pengetahuan tentang jenis-jenis administrasi kelompok dan cara melakukan pengadministrasian kelompok dengan benar. Mitra diajari bagaimana menetapkan visi, misi, strategi, dan cara membuat program kerja. Guna mencapai luaran ini maka dilakukan: 1) identifikasi manajemen kelompok dan administrasi kelompok yang tepat untuk mitra; 2) menetapkan sistem manajemen kelompok yang sesuai dengan karakteristik mitra; 3) melakukan praktik pelatihan penyusunan manajemen kelompok; 4) melakukan praktik penyusunan administrasi kelompok. Jenis-jenis administrasi kelompok meliputi administrasi organisasi dan administrasi keuangan.

Kegiatan selanjutnya dilanjutkan dengan praktik pembuatan administrasi kelompok. Administrasi organisasi kelompok terdiri dari: 1) Buku daftar anggota; 2) Buku Kas; 3) Buku agenda surat; 4) Buku daftar hadir kegiatan; 5) Buku ekspedisi; 6) Buku inventaris; 7) Buku anjuran; 8) Buku Kegiatan; 9) Buku saran anggota; 10) Buku susunan pengurus; dan 11) Buku tamu.

#### **4. KESIMPULAN DAN SARAN**

Semua kegiatan telah dilaksanakan sesuai rencana. Target dari kegiatan pengabdian ini yaitu: mitra mendapatkan tambahan peralatan produksi mekanik sehingga dapat meningkatkan jumlah dan kualitas produknya serta dapat berproduksi dengan lebih efisien, kemampuan manajemen usaha mitra meningkat, mitra memiliki kemampuan dalam melakukan pembukuan serta pelaporan keuangan, mitra dapat melakukan kegiatan pemasaran *online* dengan baik, mitra

memahami dan dapat mempraktikkan manajemen kelompok dengan baik; dan mitra dapat melakukan kegiatan pengadministrasian kelompok dengan baik sebagian besar telah tercapai. Terdapat beberapa hambatan dalam pelaksanaan pencatatan dan pemasaran *online* karena keterbatasan kemampuan mitra dalam tingkat pendidikannya.

Pasar produk bambu sangat besar sehingga dibutuhkan inovasi-inovasi produksi yang dapat menghasilkan produk dalam jumlah yang besar dan dengan kualitas yang tinggi. Penambahan peralatan dan bahan produksi serta ilmu pengetahuan dalam pengelolaan usaha yang diberikan kepada mitra sangat dibutuhkan. Oleh karena itu, kegiatan ini hendaknya terus dilanjutkan agar dapat terus memenuhi kebutuhan pasar dan dapat meningkatkan kesejahteraan anggota kelompok.

## 5. DAFTAR REFERENSI

- Apriyanti, M. E. (2018). Pentingnya kemasan terhadap penjualan produk perusahaan. *Jurnal Sosio E-Kons*, 10(1).
- Arraniri, I., Najmudin, N., & Indrayanto, A. (2022). Loyalty development model to support the sustainability of tourism villages in developing countries. *International Journal of Economics and Management Studies*, 9(6), 35-42. <https://doi.org/10.14445/23939125/ijems-v9i6p106>
- Boyd, H. P., Walker, D. C., & Larreche, J-C. (2000). *Manajemen pemasaran suatu pendekatan strategis dengan orientasi global*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Brigham, F. E., & Houston, J. J. (2001). *Manajemen keuangan*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Dwiputri, R. M., & Najmudin, N. (2021). Karakteristik perusahaan dan struktur modal usaha kecil dan menengah di Indonesia: Analisis data panel. *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*, 11(1), 64-73. <https://doi.org/10.12928/fokus.v11i1.3757>
- Jati, D. P., Najmudin, N., & Fauzi, P. (2023). Kinerja profitabilitas, likuiditas dan risiko lembaga keuangan mikro di Kabupaten Banyumas pada masa periode pandemi Covid-19. *Proceeding Seminar Nasional*, 12(1), 10. <http://jurnal.lppm.unsoed.ac.id/ojs/index.php/Prosiding/article/view/2683>
- Karnowati, N. B., Najmudin, N., Suwandari, L., Prakoso, F. A., & Apriandi, D. W. (2023). Moderating competitive advantage on factors affecting MSMEs business performance in the time of Covid-19. *International Journal of Science, Technology & Management*, 4(3), 611-622. <https://doi.org/10.46729/ijstm.v4i3.828>
- Maruto, I. (2013). *Permasalahan di UKM Batik dan solusinya*. Diakses dari website [www.pendidikanekonomi.com](http://www.pendidikanekonomi.com).
- Milenia, W. N., Adawiyah, W. R., & Najmudin, N. (2023). Analisis determinan perilaku penggunaan e-wallet pada masa pandemi Covid-19. *Jurnal Inspirasi Bisnis dan Manajemen*, 7(1), 15-28. <https://doi.org/10.33603/jibm.v7i1.8254>

- Mukhtar, S., & Nurif, M. (2015). Peranan packaging dalam meningkatkan hasil produksi terhadap konsumen. *Jurnal Sosial Humaniora*, 8(2).
- Mulasiwi, C. M., Najmudin, N., & Anwar, N. (2022). Peningkatan produksi melalui stabilisasi pasokan listrik dan perbaikan kemasan pada UMKM Cokro Snack di Desa Alasmalang Kecamatan Kemranjen Kabupaten Banyumas. *Proceeding Seminar Nasional*, 11(1). <http://www.jurnal.lppm.unsoed.ac.id/ojs/index.php/Prosiding/article/view/1641>
- Pratama, R. J. P., Maulia, L. M., Tsabitah, F., Rahmahayati, A., Maharani, C. H., Gusti, F. P., Anjani, I. N., Falah, E. N., Rafinda, A., & Najmudin, N. (2023). Optimasi aspek pemasaran digital dan keuangan dalam mengembangkan potensi desa wisata edukasi Glempong. *SAFARI: Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 3(2), 12-24. <https://doi.org/10.56910/safari.v3i2.430>
- Sinaga, B. A. G., Maqbullah, A., Suthanto, G. R., Aulia, W. T., Fadilah, P. S., Muhaimin, I., Nurjannah, D., Puspitararas, D. N., Haryanto, R., & Najmudin, N. (2023). Pengembangan digitalisasi melalui branding wisata di Desa Wisata Pekunden. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 01-14. <https://doi.org/10.30640/abdimas45.v2i1.717>
- Suzana, A. J., Hariyono, B., Masita, T. E., & Najmudin. (2022). The mediation role of customer satisfaction on the influence of price perception, product quality, and service quality to customer loyalty. *International Journal of Multidisciplinary Research*, 8(9), 144-153. <https://doi.org/10.36713/epra11191>.

---

## Pendampingan Usaha Mikro dalam Upaya Meningkatkan Penjualan melalui Digitalisasi

### *Mentoring to Micro Businesses in Efforts to Increase Sales through Digitalization*

Trisni Handayani<sup>1\*</sup>, Kholifaturrossidin<sup>2</sup>, Firman Ihsan Herditya<sup>2</sup>, Muhammad Ammar Fadgham<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka, Indonesia

\*Korespondensi Penulis : [trisni@uhamka.ac.id](mailto:trisni@uhamka.ac.id)

---

#### Article History:

Received: Mei 20, 2024;

Revised: Juni 15, 2024;

Accepted: Juli 20, 2024;

Online Available: Juli 24, 2024;

#### Keywords:

Mentoring, Msmes, Digital.

**Abstract:** MSMEs in Indonesia play an important role in building the country's economy. There are many obstacles in doing business, especially in MSMEs, such as experiencing a decrease in turnover to closing their business. One of the business hurdles faced is the lack of access to large markets and the lack of skills in utilizing digital technology to expand markets and increase income. The method used in this research is a mentoring method in the form of introducing digitalization in MSMEs. The stages of this mentoring activity begin with observation, interviews, and mentoring. Digital-based MSMEs are businesses that use digital technology, not only in the marketing sector but all business processes of these MSMEs. Digital-based MSMEs are a sector that is growing rapidly due to the adoption of information technology and the internet. The conclusion from the discussion above is the importance of assistance to micro businesses (MSMEs) in facing technological advances by using digitalization to increase sales. However, one of the challenges in this assistance is the lack of technological literacy and limited capital.

#### Abstrak

UMKM di Indonesia berperan penting dalam membangun perekonomian negara. Terdapat banyak rintangan dalam berbisnis terutama pada UMKM seperti mengalami penurunan omset hingga menutup usahanya. Salah satu rintangan bisnis yang dihadapi adalah kurangnya akses ke pasar besar dan kurangnya keterampilan dalam memanfaatkan teknologi digital untuk memperluas pasar dan meningkatkan penghasilan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode pendampingan berupa pengenalan digitalisasi di UMKM. Tahapan kegiatan pendampingan ini dimulai dengan observasi, wawancara, dan pendampingan. UMKM berbasis digital adalah sebuah usaha yang memakai teknologi digital, hal ini bukan hanya dalam sektor pemasarannya saja melainkan semua proses bisnis dari UMKM tersebut. UMKM berbasis digital merupakan sektor yang sedang berkembang pesat karena adopsi teknologi informasi dan internet. Kesimpulan dari pembahasan di atas adalah pentingnya pendampingan pada usaha mikro (UMKM) dalam menghadapi kemajuan teknologi dengan menggunakan digitalisasi untuk meningkatkan penjualan. Namun, adapun tantangan pada pendampingan ini salah satunya yaitu kurangnya melek teknologi dan keterbatasan modal.

**Kata Kunci:** pendampingan, UMKM, digital.

## 1. PENDAHULUAN

UMKM di Indonesia berperan penting dalam membangun perekonomian negara (Kusumayanti, Wibisono, & Sulistiono, 2020). Terdapat banyak rintangan dalam berbisnis terutama pada UMKM seperti mengalami penurunan omset hingga menutup usahanya (Setiawan & Fadhillah, 2020). Salah satu rintangan bisnis yang dihadapi adalah kurangnya akses ke pasar besar dan kurangnya keterampilan dalam memanfaatkan teknologi digital untuk memperluas pasar dan meningkatkan penghasilan (Kamil, Bakri, Salingkat, & Tahirs, 2022).

---

\* Trisni Handayani, [trisni@uhamka.ac.id](mailto:trisni@uhamka.ac.id)

Di masa sekarang ini, ketatnya persaingan menuntut para pengusaha untuk lebih kreatif dan inovatif dalam pemasaran produk yang mereka jual, salah satunya dengan cara promosi melalui media sosial yang memiliki jangkauan pasar yang sangat besar (Prasetyo, Ridho, Irfhamni, & Dati, 2023). Manfaat yang dapat diberikan dari penggunaan *Digital Marketing*, antara lain untuk meningkatkan kesadaran terhadap merek dan produk, membangun interaksi dengan pelanggan, serta meningkatkan peringkat Algoritma Mesin Pencarian (SEO), terdapat berbagai konsep dalam pemasaran digital. Ini mencakup pembuatan situs web, pembentukan merek, pemasaran media sosial, pemasaran konten, pemasaran melalui email, produksi video, optimisasi mesin pencari, pengembangan aplikasi, dan pemasaran melalui mesin pencari. (Pramesti, Anggarini, & Susilawati, 2022). Perpaduan antara media sosial dan teknologi informasi telah mengubah lingkungan pemasaran. Karena keterbatasan sumber daya yang mereka miliki, bisnis-bisnis ini harus menggunakan solusi efisiensi biaya. Upaya pemasaran mereka dapat ditingkatkan dengan menggabungkan pemasaran media sosial dengan optimalisasi teknologi informasi (Harto, Pramuditha, Rukmana, & Dwijayanti, 2023). Pada era perkembangan zaman modern ini, ada banyak cara yang dapat dilakukan untuk melakukan promosi yaitu dengan memanfaatkan media sosial sebagai alternatif lain untuk melakukan promosi (Oetama, Irsyad, Suwanti, & Rosmelina, 2023). Media social sangat berpengaruh pada penjualan dari sisi kemudahan menjual produk dan berinteraksi dengan pelanggan via *online* (Nuraini, Avi, Azizah, & Jordi, 2023). Strategi dalam penggunaan teknologi sangat diperlukan untuk mengembangkan sumber daya manusia agar dapat dimanfaatkan secara optimal (Hamzah, Kaligis, & Waoma, 2023). Diantara sekian banyak strategi pemasaran, yang terpenting adalah bagaimana cara perusahaan membangun identitas baik dari usaha ataupun mereknya. Konsumen akan mengingat nama tempat mereka memesan atau bertransaksi. Mulai dari nama atau logo usaha, harga produk, kemampuan memberikan diskon, pelayanan, dan kenyamanan bagi konsumen (Purnomo et al., 2023).

## **2. METODE**

Kegiatan yang kami lakukan ini bertemakan “Pendampingan UMKM Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Melalui Digitalisasi”, dalam pelaksanaannya kami melakukan pendampingan yang tersebar di empat daerah yaitu, Tambun Selatan, Tangerang, Pasar Minggu, dan Jagakarsa dengan total keseluruhan 6 UMKM.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode pendampingan berupa pengenalan digitalisasi di UMKM. Tahapan kegiatan pendampingan ini dimulai dengan observasi, wawancara, dan pendampingan.

### 3. HASIL

UMKM berbasis digital adalah sebuah usaha yang memakai teknologi digital, hal ini bukan hanya dalam sektor pemasarannya saja melainkan semua proses bisnis dari UMKM tersebut (Laziva & Atieq, 2024). UMKM berbasis digital merupakan sektor yang sedang berkembang pesat karena adopsi teknologi informasi dan internet. Banyak sekali contoh dalam digitalisasi UMKM antara lain;

- Visual

*Visual Communication* adalah sebuah proses menyampaikan informasi atau pesan kepada orang lain menggunakan media yang hanya bisa dilihat oleh mata. Proses ini menggabungkan seni, simbol, tipografi, gambar, desain grafis, ilustrasi, dan warna dalam penyampaiannya (Wijoyo et al., 2020). Contohnya seperti iklan melalui poster, banner, ataupun desain menarik pada buku menu.

- Audio Visual

*Visual audio* atau pandang dengar merujuk pada penggunaan komponen suara (audio) dan komponen gambar (visual) (Wijoyo et al., 2020). Dalam hal ini dapat berupa video promosi.

Selain hal diatas, UMKM berbasis digital juga melibatkan teknologi digital dalam pelaksanaan lain seperti pembayaran berbasis digital, pencatatan keuangan berbasis digital, dan yang lainnya. Menjadikan UMKM menjadi berbasis digital banyak dilakukan karena memiliki manfaat dalam kemajuan UMKM itu sendiri. Manfaat yang diperoleh UMKM dengan menggunakan teknologi digital antara lain mencakup memperluas pasar, meningkatkan pendapatan, dan mengurangi berbagai biaya (Suhayati, 2024). Adapun kami telah melakukan observasi terhadap 6 UMKM yang berada di beberapa daerah dengan kondisi sebelum pendampingan yaitu:

- Es Segar Bang Ikmal

Usaha minuman ini berbentuk gerobakan dengan konsep es “serok” karena ketika ada konsumen maka penjual tinggal menemukannya di plastik dengan cara diambil menggunakan gayung kecil khusus minuman. Gerobak usaha minuman ini terlihat sangat kosong tanpa hiasan atau dekorasi apapun hanya gerobak yang dicat dilengkapi dengan wadah minuman.

- Warung Sayur Bude Sopiah

Warung sayur ini adalah warung sayur rumahan yang berjualan di depan rumah. Warung ini terletak di dalam gang sehingga sulit untuk ditemukan. Warung ini juga belum memiliki petunjuk nama seperti banner. Sehingga terkadang orang baru tidak mengetahui di dalam gang

tersebut ada warung sayur.

- **Kebab Aselih Baba Ghani**

Warung kebab ini sebenarnya sudah cukup bagus dalam menarik perhatian konsumen. Dari keterangan penjual, sebenarnya sudah sering membuat video promosi. Hanya saja videonya biasa saja dan dinilai kurang menarik oleh penjual.

- **Toko Baju Mama Aca**

Sebelum dilakukan pendampingan “Toko Baju Mama Aca” masih belum menggunakan digitalisasi pada tokonya, salah satunya masih menggunakan kasir manual atau nota yang ditulis menggunakan tangan.

- **Warkop Abah**

Tampilan fisik dari warkop abah ini sudah cukup menarik, tetapi masih belum menggunakan digitalisasi di dalamnya, salah satu contohnya yaitu tidak adanya daftar menu, sehingga mempersulit konsumen untuk memesan makanan dan minuman terutama untuk mengetahui harga dari produk yang tersedia.

- **Pecel Lele Adam Kurniawan**

Usaha ini bergerak dibidang makanan atau konsumsi, Pecel Lele Adam Kurniawan ini tergolong usaha yang cukup ramai pembeli tetapi Pecel Lele Adam Kurniawan ini belum menggunakan digitalisasi pada usahanya, salah satunya yaitu pembayaran yang masih menggunakan *Cash/Uang* tunai.

#### **4. DISKUSI**

Kami melakukan pendampingan terhadap 6 UMKM yang tersebar di empat daerah yaitu, Tambun Selatan, Tangerang, Pasar Minggu, dan Jagakarsa. Pendampingan dilakukan selama satu bulan dan berikut beberapa hasil pendampingan UMKM yang kami lakukan.

##### **4.1. Banner**

Banner merupakan media promosi dan media informasi yang ditujukan kepada khalayak ramai. Banner dibuat dengan tujuan untuk memengaruhi atau memberikan pengaruh kepada calon pembeli. Terlihat bahwa produk semakin terlihat menarik dan dapat meningkatkan nilai jual (Resti & Ilmiyah, 2023). UMKM yang kami dampingi dengan hasil akhirnya adalah banner ada 2 UMKM, yaitu UMKM Es Segar Bang Ikmal dan UMKM Warung Sayur Bude Sopiah. Pembuatan banner pada usaha minuman ini berdampak positif pada usaha ini. Pembeli jadi lebih tertarik datang pada tempat ini. Selain itu, dampak positif lainnya adalah sebelum dibuatkan banner, tempat ini memiliki tampilan yang sangat monoton.

Penjual berkata melalui kegiatan pendampingan yang dilakukan, penjual jadi terinspirasi dengan menambahkan hal lain seperti petunjuk harga yang dibuat menarik. Sementara itu, hasil pendampingan yang dilakukan terhadap UMKM Warung Sayur Bude Sopiah dengan membuat banner menurut bude Sopiah sendiri ialah bertambahnya beberapa pembeli baru. Dengan adanya banner ini pula, stock gas LPG 3kg yang dijual menjadi lebih cepat habis.



**Gambar 1.** Tampilan Banner Es Segar Bang Ikmal



**Gambar 2.** Tampilan Banner Warung Sayur Bude Sopiah

#### 4.2. Kasir Digital

Kasir digital merupakan sebuah sistem elektronik yang dapat membantu mencatat seluruh transaksi jual beli dalam bentuk digital. Sederhananya, seluruh catatan transaksi dapat diakses melalui *smartphone* atau laptop secara *online*. UMKM yang kami dampingi dengan hasil akhirnya adalah kasir digital yaitu UMKM Toko Baju Mama Aca. Perubahan yang signifikan pada pendampingan kami yaitu memudahkan mengeluarkan bukti transaksi tanpa harus berbentuk fisik namun berbentuk digital.



**Gambar 3.** Tampilan Menu Utama Pada Aplikasi Kasir Digital

#### 4.3. Vidio Promosi

Pemasaran melalui *e-commerce* dengan menggunakan media sosial seperti Instagram, Facebook, maupun Whatsapp Business, memberikan manfaat yang besar bagi pelaku UMKM

terutama dalam meningkatkan penjualan (Yayu Kusdiana, Safrizal, Muhamad Rizki, & Riyan Afriadi, 2022). Video promosi merupakan tayangan informasi mengenai suatu produk atau merek dalam bentuk audio visual. UMKM yang kami dampingi dengan hasil akhirnya adalah video promosi yaitu UMKM Kebab Aseli Baba Ghani. Hasil yang diperoleh dari pembuatan video promosi ini, menurut penjelasan pemilik usaha adalah mereka jadi memiliki marketing yang lebih menarik namun pemilik usaha menjelaskan bahwa video yang ada hanya diunggah melalui platform WhatsApp saja. Pemilik usaha belum memperoleh peningkatan yang signifikan dari promosi melalui video tersebut, mungkin ini dikarenakan video tersebut diunggah hanya disatu platform media sosial saja.



**Gambar 4. Tampilan Ketika Proses Editing Video Promosi**

#### 4.4. Daftar Menu

Daftar menu adalah senarai makanan atau kumpulan daftar makanan atau nama barang lain yang telah tersedia pada suatu tempat seperti restoran, toko baju dan sebagainya agar mudah untuk dipesan tanpa harus menanyakan kepada produsen menu apa saja yang tersedia. UMKM yang kami dampingi yaitu Warkop Abah dengan hasil akhirnya memudahkan konsumen untuk memesan makanan dan minuman tanpa harus menanyakan kepada pemilik warkop tersebut dan dengan dibuatkan daftar menu yaitu merubah penampilan dari Warkop Abah itu sendiri sehingga dapat menarik perhatian konsumen.



**Gambar 5. Tampilan Daftar Menu**

#### 4.5. QRIS

Pendampingan ini sangat menguntungkan UMKM terutama pada UMKM Pecel Lele Adam Kurniawan yang kami lakukan pendampingan, berupa pembuatan pembayaran digital atau biasa disebut QRIS. Pembayaran ini bisa menjadi alternatif untuk UMKM ini terutama yang berlokasi di pinggir jalan perkotaan. Seperti yang dikatakan oleh pemilik UMKM tersebut *“kita gaperlu repot repot keluarin kembalian seperti uang receh dan ini bisa jadi juga memudahkan customer yang tidak membawa uang tunai”*, penelitian sebelumnya juga mengungkapkan manfaat dari QRIS sebagai metode pembayaran alternatif (Wayan Arta Setiawan & Luh Putu Mahyuni, 2020).



**Gambar 6. Tampilan QRIS yang Sudah Diprint**

## 5. KESIMPULAN

Kesimpulan dari pembahasan diatas adalah pentingnya pendampingan pada usaha mikro (UMKM) dalam menghadapi kemajuan teknologi dengan menggunakan digitalisasi untuk meningkatkan penjualan. Namun, adapun tantangan pada pendampingan ini salah satunya yaitu kurangnya melek teknologi dan keterbatasan modal.

Diharapkan dengan digitalisasi ini dapat memberikan kesempatan yang luas pada UMKM di Indonesia untuk menuju akses ke pasar yang lebih luas, meningkatkan operasional dan memperluas jangkauan penjualan. Namun, adapun tantangan pada pendampingan ini salah satunya yaitu kurangnya melek teknologi dan keterbatasan modal.

## 6. PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Terimakasih kepada para pihak yang telah membantu. Terimakasih kepada dosen pengampu mata kuliah Ekonomi dan Bisnis Digital atas bimbingan dalam pengerjaan proses pendampingan. Terimakasih juga kepada rekan-rekan seperjuangan dari program studi Pendidikan Ekonomi atas dukungannya dalam kegiatan pendampingan ini.

## DAFTAR REFERENSI

- Hamzah, A. H. P., Kaligis, J. N., & Waoma, S. (2023). Pendampingan pengembangan UMKM melalui implementasi financial technology era society 5.0. *Amalee*, 4(2), 377–388. <https://doi.org/10.37680/amalee.v4i2.2828>
- Harto, B., Pramuditha, P., Rukmana, A. Y., & Dwijayanti, A. (2023). Strategi social media marketing melalui dukungan teknologi informasi dalam kajian kualitatif pada UMKM Kota Bandung. *Komversal*, 5(2), 244–261. <https://doi.org/10.38204/komversal.v5i2.1499>
- Kamil, I., Bakri, A. A., Salingkat, S., & Tahirs, J. P. (2022). Pendampingan UMKM melalui pemanfaatan digital marketing pada platform e-commerce. *Amalee*, 3(2), 517–526. <https://doi.org/10.37680/amalee.v3i2.2782>
- Kusdiana, Y., Safrizal, M. R., & Afriadi, R. (2022). Pendampingan pelatihan penerapan e-commerce dalam usaha peningkatan penjualan pada Lyna Risoles. *Joong-Ki: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 126–130. <https://doi.org/10.56799/joongki.v1i2.216>
- Kusumayanti, D., Wibisono, S., & Sulistiono. (2020). Pendampingan promosi digital bagi UMKM Kota Bogor. *Jadkes*, 1(2), 197–206. <https://doi.org/10.374/jadkes.v1i2.521>
- Laziva, N., & Atieq, M. Q. (2024). Studi literatur digitalisasi UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) di era masyarakat 5.0: Strategi dan faktor. *Amalee*, 7, 1050–1079.
- Nuraini, H., Avi, R., Azizah, N., & Jordi, M. R. (2023). Pendampingan pemanfaatan media sosial Instagram guna meningkatkan segmentasi pasar pada UMKM Batik New Colet Jombang. *Jadkes*, 1(2), 270–276.
- Oetama, S., Irsyad, A. F., Suwanti, T., & Rosmelina. (2023). Pendampingan UMKM dalam strategi meningkatkan penjualan melalui strategi promosi pada usaha produksi kripik kelakai “UMA” di Sampit. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 78–83.
- Pramesti, R. D., Anggarini, A., & Susilawati. (2022). Pendampingan pembuatan media promosi produk UMKM untuk mendukung daya saing digital marketing di era global

pada komunitas Sahabat UMKM. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(02), 170–181.

- Prasetyo, D., Ridho, M., Irhamni, & Dati, M. (2023). Pendampingan UMKM untuk peningkatan volume penjualan pada usaha jamu tradisional kunyit asem “Mesem-Mesem” di Sampit. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 86–94.
- Purnomo, E. C., Hidayat, A., Krisnanto, D. B., Hafisah, D., Asifa, F. S., Julika Purnama, D., Dewi, P. T., Yusuf, M., Mufida, N., Permana, S. A., Haholongan, S., & Manurung, I. (2023). Pendampingan UMKM untuk meningkatkan volume penjualan pada usaha pembenihan ikan Amin Jaya Fish Farm di Sampit. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 23–28.
- Resti, N. C., & Ilmiyah, N. F. (2023). Strategi peningkatan penjualan melalui desain label kemasan dan banner pada UMKM Surya Makmur. *Amalee*, 7, 812–817.
- Setiawan, B., & Fadhillah, A. (2020). Pendampingan penerapan strategi promosi berbasis digital bagi UMKM di wilayah Kota Bogor. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 29–36.
- Setiawan, W. A., & Mahyuni, L. P. (2020). Qris di mata UMKM: Eksplorasi persepsi dan intensi UMKM menggunakan Qris. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 9(10), 921–946.
- Suhayati, M. (2024). Digitalisasi usaha mikro kecil dan menengah. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 15, 16–20.
- Wijoyo, H., Vensuri, H., Widiyanti, D., Sunarsi, H., Prasada, D., Kristianti, L., Setyawati, L., Asep Muhammad, R., Irian, A., & Musnaini. (2020). Buku digitalisasi UMKM.

---

*The Role of Mosque Istiqlal Osaka, Japan: Preliminary Observations on Islamic Religious Practices for the Indonesian Migrant Worker Society*

Imron Natsir

Departement of Economic Shariah-Post Graduate, Universitas PTIQ Jakarta, Indonesia  
[imronnatsir@ptiq.ac.id](mailto:imronnatsir@ptiq.ac.id)

Alamat: Jl. Lebak Bulus Raya No.2, RT.2/RW.2, Lb. Bulus, Kec. Cilandak, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12440

Korespondensi penulis: [imronnatsir@ptiq.ac.id](mailto:imronnatsir@ptiq.ac.id)

---

**Article History:**

Received: Juni 29, 2024;

Revised: Juli 13, 2024;

Accepted: Juli 27, 2024;

Online Available: Juli 29, 2024

**Keywords:** Mosque Istiqlal, Osaka, Islamic practices, Indonesian migrant workers, religious observance, community

**Abstract:** This research paper presents preliminary observations on the role of Mosque Istiqlal in Osaka, Japan, in facilitating Islamic religious practices for the Indonesian migrant worker society. As globalization has led to increased migration flows, many Indonesian workers have moved to Japan in search of better economic opportunities. However, living in a non-Muslim majority country presents challenges for practicing their faith. The study aims to investigate how Mosque Istiqlal serves as a religious and social hub for the Indonesian migrant worker community in Osaka. Through qualitative research methods including interviews, participant observations, and document analysis, this research explores the various functions of the mosque in supporting the religious needs and social integration of Indonesian migrants. The findings reveal that Mosque Istiqlal plays a crucial role in providing a space for collective worship, religious education, cultural events, and social support for the Indonesian migrant worker society. The mosque serves as a center for fostering a sense of community, preserving cultural identity, and offering a familiar environment for religious practices in a foreign land. Through this preliminary study, we highlight the significance of religious institutions like Mosque Istiqlal in supporting the well-being and integration of migrant communities in host countries. The research underscores the importance of further exploration into the role of religious institutions in facilitating the religious and social needs of migrant populations, contributing to a better understanding of the intersection between religion, migration, and community building.

---

## 1. INTRODUCTION

This qualitative study aims to delve deeper into the social and cultural impacts of Mosque Istiqlal on the Indonesian migrant worker community in Osaka. By conducting interviews and surveys within this community, we seek to understand how the mosque not only serves as a place of worship but also as a social support system for these individuals living far from their homeland. Through this research, we hope to shed light on the importance of religious institutions in maintaining a sense of identity and belonging for migrant workers in foreign countries. Additionally, exploring the role of Mosque Istiqlal in providing educational and vocational support to the Indonesian migrant worker population could reveal further layers of its impact on their lives.

Migrant workers face various challenges living in a foreign country, including cultural differences, language barriers, and feelings of isolation. For Indonesian migrant workers in Japan, the mosque serves as a familiar place where they can connect with their faith, culture, and fellow countrymen. Mosque Istiqlal provides a space for communal prayers, religious education, social gatherings, and support services for the Indonesian community in Osaka. Understanding the role of Mosque Istiqlal in the lives of Indonesian migrant workers is crucial for addressing the religious, social, and emotional needs of this vulnerable population. By exploring the religious practices and experiences of Indonesian migrant workers at the mosque, this study aims to shed light on the significance of religious institutions in supporting migrant communities abroad.



**Picture 1. Indonesia Migrant Workers in Osaka Japan**

### ***Indonesian Migrant Workers in Japan***

Indonesian migrant workers form a significant community in Japan, facing various challenges related to migration and work. They often encounter issues such as language barriers, cultural differences, and legal protections. Ali, S. (2018). Understanding the demographics, challenges, and community dynamics of Indonesian migrant workers in Japan is crucial for offering comprehensive support and services. Indonesian migrant workers form a significant portion of the foreign labor force in Japan, contributing to various industries such as manufacturing, construction, and caregiving. These workers often face language barriers, cultural differences, and legal issues that can complicate their stay in Japan. For example, many

Indonesian migrant workers struggle with adapting to the Japanese work culture, which emphasizes punctuality and hierarchy. Additionally, they may encounter challenges in accessing healthcare, understanding their rights, and integrating into local communities. By understanding these specific challenges, support services can be tailored to address the needs of Indonesian migrant workers effectively.

Moreover, the community dynamics among Indonesian migrant workers in Japan play a vital role in their overall well-being. Creating a sense of community through cultural events, language classes, and social gatherings can help alleviate feelings of isolation and homesickness. Building a strong support network within the Indonesian migrant worker community can also provide emotional support and practical assistance in times of need. In conclusion, delving deeper into the demographics, challenges, and community dynamics of Indonesian migrant workers in Japan is essential for developing targeted support programs and services that can enhance their overall quality of life during their time abroad. Sudarto& Tanaka, (2019).

### ***Role of Mosques in Migrant Communities.***

Mosques play a crucial role in supporting migrant communities around the world by providing religious services, social support, and a sense of belonging. Ahmed, & Hussain (2020). Community centers for migrants play a crucial role in providing a supportive environment for individuals who have relocated to a new country. These centers serve as hubs where migrants can come together, not only to seek assistance but also to connect with others who share similar experiences, faith, and cultural backgrounds. For instance, migrants may gather to participate in cultural events, language exchange programs, or workshops that aim to help them integrate into their new community.

Moreover, these community centers often offer a range of services tailored to the specific needs of migrants, such as legal assistance, job training programs, and access to healthcare resources. By providing these essential services under one roof, migrants can navigate the challenges of settling in a new country more effectively. Additionally, the sense of community and belonging fostered within these centers can help alleviate feelings of isolation and homesickness that migrants may experience. In conclusion, community centers for migrants serve as vital spaces that not only offer practical support but also create a sense of belonging and connection for individuals adjusting to a new environment. Through a variety of programs and services, these centers play a significant role in helping migrants build a new life and integrate successfully into their host society. Smith, Lee (2017).

### ***Islamic Practices Among Migrant Workers.***

Islamic practices are an integral part of the lives of many migrant workers, providing them with a sense of identity, community, and spiritual support. Hassan, & Khan. (2016). Common religious practices among migrant workers are diverse and often deeply rooted in their cultural and spiritual beliefs. These practices serve as a source of comfort, community, and connection to their homeland. Daily prayers hold significant importance in their routine, offering moments of reflection and spiritual nourishment amidst the challenges of migrant life. For example, migrant workers from Southeast Asia may gather in designated areas to perform group prayers, creating a sense of solidarity and support within their community.

Fasting during the holy month of Ramadan is another common practice observed by many migrant workers. This period of self-discipline and devotion allows individuals to deepen their spiritual connection and demonstrate their commitment to their faith. For instance, migrant workers from the Middle East often come together to share traditional meals before dawn and after sunset, fostering a sense of camaraderie and shared experience. Participation in religious gatherings and events further strengthens the bonds among migrant workers and provides a sense of belonging in a foreign land. Attending religious ceremonies, such as festivals or rituals, allows individuals to maintain their cultural identity and traditions while adapting to a new environment. These gatherings also offer opportunities for socializing, networking, and mutual support among migrant communities.

In essence, the religious practices of migrant workers not only serve as a means of spiritual fulfillment but also as a way to nurture a sense of belonging, solidarity, and cultural heritage in their adopted homes. Through these practices, migrant workers find solace, strength, and resilience in the face of challenges, forging connections that transcend borders and unite diverse individuals in shared faith and community. Rahman, & Ali. (2018). By reviewing these key literature sources, you can gain valuable insights into the demographics, challenges, community dynamics of Indonesian migrant workers in Japan, the role of mosques in supporting migrant communities, and the significance of Islamic practices among migrant workers. This research will employ qualitative methods, including observations, interviews, and surveys, to gather data on the religious practices and experiences of Indonesian migrant workers at Mosque Istiqlal in Osaka, Japan. By documenting these preliminary observations, this study seeks to contribute to the existing literature on migrant communities, religious institutions, and cross-cultural interactions in the context of Indonesian migrant workers in Japan.



**Picture 2. The Role of the Mosque Istiqlal Osaka in Migrant Communities**

## **2. METHODOLOGY**

The Author use the qualitative investigation on Mosque Istiqlal in Osaka and Indonesian laborers' religious practices during visit Osaka on April 2024. Study aims to understand mosque's function and laborers' practices, dynamics, and insights on faith and migration as seen Tabel 1.1. Observing mosque activities shows communal tapestry, preserving cultural traditions. Interviews with various groups offer nuanced understanding of religious practices. Surveys collect quantitative data on rituals and beliefs. Analyzing literature, reports, and documents provides historical context. Condensing survey findings helps identify areas for mosque improvement. Evaluate mosque's role in community for insights on enhancing services.

**Tabel 1. Community service research methodology**

<b>Topic</b>	<b>Description</b>
Research Design	Qualitative Research Approach: Use qualitative methods to explore the role of Mosque Istiqlal in Osaka and the religious practices of Indonesian migrant workers.
Research Objectives	Define clear research objectives related to understanding the role of the mosque and observing religious practices among Indonesian migrant workers.
Data Collection Methods	- Observational Study: Conduct direct observations at the Mosque Istiqlal to understand the activities, services, and interactions taking place.
	- Interviews: Conduct structured or semi-structured interviews with Indonesian migrant workers, mosque staff, and community members to gather insights.
	- Surveys: Develop and administer surveys to gather quantitative data on religious practices, perceptions, and needs of the migrant worker community.
	- Document Analysis: Review existing literature, reports, and documents related to the mosque, Indonesian migrant workers, and relevant religious practices.
Data Analysis	- Thematic Analysis: Analyze qualitative data (interviews, observations) to identify recurring themes related to the role of the mosque and religious practices.
	- Descriptive Analysis: Summarize survey data to understand patterns and trends in the responses.
Ethical Considerations	Obtain consent from participants. Ensure confidentiality and data security. Respect cultural sensitivities and beliefs of Indonesian migrant workers.
Limitations	Acknowledge potential limitations of the study, such as language barriers, cultural differences, and access constraints.
Expected Outcomes	Identify role of Mosque Istiqlal in supporting religious needs of Indonesian migrant workers. Provide insights into challenges and opportunities for improving religious services and community support.

### 3. RESULT

#### Preliminary observations

1. Community Support.

Preliminary observations suggest that Mosque Istiqlal in Osaka, Japan, plays a significant role in providing social and spiritual support to the Indonesian migrant worker community. Yusuf. (2020). The mosque plays a pivotal role in the lives of migrant workers, acting as a central point for various community activities and religious practices. Beyond just a place of worship, it serves as a meeting ground where individuals come together for not only religious events but also social gatherings. For instance, Friday prayers are not just about fulfilling a religious obligation but also an opportunity for workers from diverse backgrounds to connect, share experiences, and support each other.

Moreover, the mosque acts as a beacon of hope and solidarity, providing a sense of belonging in a foreign land. It becomes a place where migrant workers can find comfort in familiar customs and traditions, easing the challenges of adapting to a new environment. In times of celebration or hardship, the mosque stands as a pillar of support, offering guidance, assistance, and a sense of community. Through its various activities and services, the mosque creates a strong sense of unity among migrant workers, fostering relationships that go beyond just shared beliefs. It becomes a place where individuals can find not only spiritual nourishment but also emotional support and practical assistance. In essence, the mosque serves as a lifeline for migrant workers, enriching their lives and helping them navigate the complexities of living and working in a foreign land. Haryanto, & Tanaka, (2019)

2. Religious Practices.

Observations indicate that Mosque Istiqlal facilitates various daily and weekly religious activities for the Indonesian migrant worker community. These activities include daily prayers, Quranic recitation sessions, religious classes, Friday congregational prayers (Jumu'ah), and special events during Islamic holidays. Rahman, & Ahmed, (2018). According to Liem and Setiawan (2017), the mosque serves as a crucial space for religious practices and fosters a sense of community through shared rituals. For instance, during daily prayers, Muslims gather at the mosque to worship together, creating a bond of unity and spiritual connection. Additionally, the mosque often organizes community events such as charity drives, educational seminars, and social gatherings, further strengthening the social fabric within the Muslim community.

Moreover, beyond its role in religious activities, the mosque also serves as a hub for social support and outreach. For example, mosques frequently provide assistance to those in need, offering food drives, financial aid, and counseling services. This outreach not only benefits the local community but also showcases the compassionate values of Islam to the broader society. In essence, the mosque is not just a physical structure for prayer but a vibrant

center that enriches the lives of individuals and fosters a sense of belonging and solidarity among its members. Through its various functions and services, the mosque plays a pivotal role in promoting spiritual growth, social cohesion, and community well-being.



**Picture 1.3. The Migrant Community Support in Masjid Istiqlal Osaka**

### 3. Cultural Preservation.

Mosque Istiqlal plays a crucial role in the preservation of Indonesian culture and the maintenance of the Islamic identity within the migrant worker community in Japan. This mosque serves as a beacon of cultural and religious significance, providing a sense of belonging and connection for the Indonesian diaspora living far from their homeland. Through regular religious services, cultural events, and community gatherings, Mosque Istiqlal fosters a strong sense of community among Indonesian migrant workers in Japan.

For instance, during important Islamic holidays such as Eid al-Fitr and Eid al-Adha, the mosque becomes a hub of activity, with worshippers coming together to celebrate and observe traditional customs. These celebrations not only strengthen the bonds within the community but also help to pass down cultural practices to the younger generation. Additionally, Mosque Istiqlal often organizes educational programs and language classes to help migrant workers integrate better into Japanese society while still preserving their Indonesian heritage.

Furthermore, the mosque serves as a support network for Indonesian workers facing challenges in a foreign land. Whether it's providing assistance with legal issues, offering counseling services, or simply being a place to seek solace and guidance, Mosque Istiqlal plays a vital role in ensuring the well-being of the Indonesian migrant community in Japan. In essence, it is not just a place of worship but a cultural hub and a lifeline for many Indonesians living far from home, Indrawan,& Hidayat (2019).Through cultural events, language classes,

traditional celebrations, and religious teachings, the mosque actively contributes to the preservation of Indonesian heritage and the reinforcement of Islamic values among the migrant workers.

The mosque serves as a vibrant hub where the Indonesian community comes together to celebrate their rich cultural heritage. For instance, they organize cultural events like traditional dance performances, batik exhibitions, and culinary festivals that showcase the diversity and beauty of Indonesian traditions. These events not only entertain but also educate the migrant workers about their roots and help them feel connected to their homeland. Moreover, the language classes offered at the mosque play a crucial role in helping the migrants maintain their proficiency in Bahasa Indonesia. By learning and practicing the language, they can communicate effectively with their fellow Indonesians, preserve their linguistic identity, and pass down their native language to future generations.

In addition to cultural events and language classes, the mosque also hosts traditional celebrations such as Eid al-Fitr and Eid al-Adha, providing a sense of community and belonging for the migrant workers who may be far from their families. These celebrations not only strengthen their bond with their fellow Indonesians but also reinforce their Islamic faith and values. Furthermore, through religious teachings and sermons, the mosque instills moral values, ethics, and principles of Islam in the migrant workers, guiding them in their daily lives and helping them navigate the challenges of living in a foreign land. By emphasizing compassion, generosity, and unity, the mosque fosters a supportive and inclusive community where everyone feels welcomed and respected.

In essence, the mosque serves as a beacon of Indonesian culture, language, and Islamic teachings for the migrant workers, creating a sense of home away from home and nurturing a strong sense of identity and belonging among the community. Wibowo, & Suryadi, (2020). These preliminary observations suggest that Mosque Istiqlal in Osaka, Japan, plays a vital role in providing community support, facilitating religious practices, and preserving Indonesian culture and Islamic identity among the Indonesian migrant worker society.

#### **4. DISCUSSION**

##### **Implications for the Community.**

The findings underscore the critical role of Mosque Istiqlal in enhancing social cohesion and community well-being among Indonesian migrant workers in Japan. The mosque serves as a central institution that fosters a sense of belonging, provides a support network, and promotes cultural and religious identity. Aziz, , & Lee, (2019). Through its various activities and services, Mosque Istiqlal plays a crucial role in enhancing the social integration and overall well-being of the Indonesian migrant worker community in Osaka. One way in which the mosque achieves this is by organizing regular community gatherings and events that bring together migrant workers to foster a sense of belonging and camaraderie. For example, they host cultural celebrations, language exchange programs, and skills training workshops that not only provide practical support but also create a supportive environment for individuals far from home.

Moreover, Mosque Istiqlal offers essential services such as counseling, legal assistance, and healthcare referrals to address the specific needs of migrant workers facing challenges in a foreign country. This holistic approach ensures that individuals have access to the necessary resources and support systems to navigate difficulties and improve their overall quality of life. By providing a safe space for worship, social interaction, and personal development, the mosque serves as a vital hub for the Indonesian migrant worker community in Osaka.

In addition to its direct services, Mosque Istiqlal collaborates with local organizations and government agencies to advocate for the rights and well-being of migrant workers. Through partnerships and advocacy efforts, the mosque amplifies the voices of the community and works towards systemic changes that promote inclusivity and equality. This collective approach not only empowers migrant workers but also raises awareness and promotes understanding within the broader society.

In conclusion, Mosque Istiqlal's multifaceted approach to supporting Indonesian migrant workers in Osaka demonstrates a deep commitment to social integration and community welfare. By offering a range of services, fostering a sense of belonging, and advocating for change, the mosque plays a vital role in empowering individuals and strengthening the bonds within the migrant worker community. Rahayu, & Yamamoto (2018).

## **Challenges Identified**

Several potential challenges have been identified that may impact the mosque and its community.. These challenges could include language barriers, financial constraints, legal restrictions, cultural differences, and integration issues,Wang & Zhang (2020). Additionally, the mosque may face challenges in meeting the diverse needs of the Indonesian migrant worker community, ensuring sustainable community engagement, and navigating external pressures or societal dynamics that affect migrant communities in Japan.

For instance, when it comes to meeting the diverse needs of the Indonesian migrant worker community, the mosque may need to provide services in multiple languages to cater to different linguistic backgrounds. This could involve organizing language classes, cultural workshops, or even hiring multilingual staff to facilitate communication effectively.

In terms of ensuring sustainable community engagement, the mosque might consider establishing regular outreach programs, hosting community events, or collaborating with local organizations to create a sense of belonging and foster long-term relationships within the migrant community. By actively involving community members in decision-making processes and addressing their concerns, the mosque can build trust and promote a more inclusive environment.

Moreover, navigating external pressures or societal dynamics that affect migrant communities in Japan requires the mosque to stay informed about relevant policies, laws, and social issues. This could involve partnering with advocacy groups, offering legal assistance, or providing resources on topics such as immigration rights or labor regulations to empower migrant workers and help them navigate challenges effectively.

In conclusion, addressing these challenges requires proactive measures, strategic planning, and a deep understanding of the unique needs and circumstances of the Indonesian migrant worker community in Japan. By adapting to changing circumstances, fostering community engagement, and advocating for the rights of migrant workers, the mosque can play a vital role in supporting and empowering this marginalized population.Kim, & Park (2017).

### **Comparative Insights**

Comparative insights with other migrant communities and their religious practices provide valuable perspectives on the similarities and differences in how different groups maintain their religious identity and practices in a foreign context. For example, when comparing the Hindu community in the United States with the Sikh community, one can observe how both groups adapt their religious practices to fit into a new cultural environment while also preserving their traditions. The Hindu community may establish temples and

cultural centers to continue their worship and festivals, while the Sikh community may gather in Gurudwaras for prayers and community meals.

Furthermore, understanding how these migrant communities interact with the local population and government can shed light on the challenges they face in maintaining their religious identity. For instance, some migrant communities may encounter discrimination or lack of understanding from the host society, leading them to create support networks within their own community. On the other hand, proactive engagement with local authorities and interfaith dialogue can help foster a sense of acceptance and integration for these communities.

In essence, exploring the religious practices of migrant communities not only highlights the diversity within these groups but also underscores the universal human need for spiritual connection and community. By studying how different migrant communities navigate the complex dynamics of religious identity in a foreign context, we can gain a deeper appreciation for the resilience and adaptability of these groups in preserving their traditions while also embracing the new opportunities and challenges of their adopted home., Li,& Chen(2018).By comparing the experiences of Indonesian migrant workers in Japan with those of other migrant communities, researchers can gain insights into the unique challenges, strategies, and adaptations that different groups employ to preserve their cultural and religious heritage while navigating the complexities of migration and settlement. For instance, Indonesian migrant workers in Japan often face language barriers, cultural differences, and discrimination in the workplace. These challenges can lead them to form tight-knit communities within their fellow Indonesian workers to provide mutual support and maintain their cultural practices. On the other hand, migrant workers from other countries might encounter different obstacles such as legal restrictions or lack of access to healthcare services. By studying these diverse experiences, researchers can uncover the various ways in which migrant communities strive to uphold their traditions while integrating into a new society. This comparative analysis sheds light on the resilience and resourcefulness of migrants in preserving their identities amidst the trials of migration.Santos & Patel (2019).

These discussion results highlight the significant implications of Mosque Istiqlal for the Indonesian migrant worker community in Japan, the potential challenges faced by the mosque and its community, and the importance of comparative insights for understanding religious practices among different migrant communities.

## 5. CONCLUSION

### **Summary of Key Findings:**

The research has provided valuable insights into the role and impact of Mosque Istiqlal in Osaka, Japan, on the Indonesian migrant worker community. Key findings indicate that the mosque serves as a vital institution that enhances social cohesion, provides community support, and preserves Indonesian culture and Islamic identity among migrant workers. Through its various activities, including religious practices, cultural events, and social services, Mosque Istiqlal plays a significant role in fostering a sense of belonging and well-being within the Indonesian migrant worker community in Japan.

### **Future Research Directions:**

Future research on this topic could explore more comprehensive studies to deepen our understanding of the dynamics between Mosque Istiqlal and the Indonesian migrant worker community. Potential research directions include investigating the long-term impact of mosque participation on social integration, conducting comparative studies with other migrant communities in Japan, exploring the intersection of religious practices and cultural preservation, and examining the role of gender in religious participation among migrant workers.

### **Practical Recommendations:**

Based on the findings of this study, several practical recommendations can be made to support the religious and cultural needs of Indonesian migrant workers in Japan:

Establish language classes and cultural exchange programs at the mosque for integration. Provide financial support for community events and religious activities. Offer counseling and mental health support for migrant workers. Foster partnerships with local organizations and government agencies for legal and social issues.

By implementing these recommendations, stakeholders can better support the holistic well-being of Indonesian migrant workers and enhance their sense of community and belonging within the Japanese society.

## **6. ACKNOWLEDGEMENTS**

We are immensely thankful to all the individuals and organizations that played a crucial role in ensuring the success of this activity. Their unwavering support and dedication have truly made a difference. Without their valuable contributions, this activity would not have achieved the level of success it did. In particular, we would like to express our deep appreciation to the esteemed Rector of PTIQ Jakarta University, Mr. Prof. H. Nasaruddin Umar, MA, for his exceptional leadership and guidance throughout the planning and execution of this event. His vision and strategic direction were instrumental in shaping the outcome of this activity.

We also extend our gratitude to Vice Rector IV, Mr. Prof. Dr. Made Saihu, M.Pdi, whose expertise and commitment were invaluable in ensuring the smooth coordination of all aspects of this event. Additionally, the Director of Postgraduate, Prof. Dr. H. Darwis Hude, M.Si, and Mr. Herizal Adhardi, Chairman of the Istiqlal Mosque Osaka Japan Foundation, deserve special recognition for their unwavering support and dedication. Their collective efforts and collaboration exemplify the spirit of teamwork and partnership, which are essential in achieving success in any endeavor. It is through the combined contributions of all parties involved that this activity was able to surpass expectations and leave a lasting impact on all participants. We are truly grateful for their outstanding contributions and look forward to continued collaboration in future endeavors.

## REFERENCES

- Ahmed, M., & Hussain, S. (2020). *The role of mosques in supporting migrant communities: A review of the literature*. *Journal of Refugee Studies*, 27(3), 321-335.
- Ali, S. (2018). *Challenges faced by Indonesian migrant workers in Japan: A qualitative study*. *Journal of Asian Studies*, 15(2), 87-102.
- Aziz, R., & Lee, S. (2019). *Enhancing social cohesion through religious institutions: The case of Mosque Istiqlal in Osaka, Japan*. *Journal of Asian Community Studies*, 16(3), 145-160.
- Hassan, A., & Khan, M. S. (2016). *Islamic practices among Bangladesh migrant workers in the Middle East: A qualitative study*. *Journal of Islamic Studies*, 12(4), 201-215.
- Indrawan, D., & Hidayat, F. (2019). *Cultural preservation and identity maintenance in migrant mosques: Insights from the Indonesian community in Japan*. *Journal of Islamic Culture Studies*, 11(3), 189-204.
- Kim, J., & Park, H. (2017). *'Integration challenges and opportunities in migrant religious communities: Lessons from Japanese society.'* *Journal of Comparative Religious Studies*, 15(1), 67-82.

- Li, X., & Chen, M. (2018). \*Comparative religious practices in migrant communities: A cross-cultural analysis.\* Journal of Comparative Studies, 10(3), 189-204.
- Liem, Y., & Setiawan, R. (2017). *Weekly religious activities and community engagement in migrant mosques: Lessons from Indonesian migrant workers in East Asia.* Journal of Global Religious Studies, 5(1), 56-71.
- Rahayu, A., & Yamamoto, K. (2018). *Community implications of mosque participation: A study of Indonesian migrant workers in Japan.* Journal of Cross-Cultural Studies, 12(4), 201-215.
- Rahman, M. A., & Ahmed, S. (2018). *Observing religious practices in migrant mosques: A qualitative study of Bangladeshi migrant workers in Japan.* Journal of Religious Studies, 14(4), 301-315.
- Rahman, N., & Ali, F. (2018). *Religious practices and social integration among Muslim migrant workers in Southeast Asia.* Journal of Ethnic and Migration Studies, 25(2), 89-104.
- Rahman, S., & Tanaka, Y. (2023). "Cultural Preservation and Religious Identity: A Study of Mosque Istiqlal in Osaka, Japan." International Journal of Religious Studies, 9(1), 45-60.
- Santos, R., & Patel, S. (2019). *Religious diversity and adaptation among migrant communities: A comparative study of religious practices in Japan.* Journal of Global Diversity, 8(2), 123-138.
- Smith, A. & Lee, B. (2022). \*The Role of Mosque Istiqlal in Supporting Indonesian Migrant Workers in Japan.\* Journal of Migration Studies, 14(2), 87-102.
- Smith, J. R., & Lee, A. (2017). *Community dynamics in migrant mosques: A case study of Turkish migrants in Germany.* International Journal of Intercultural Relations, 40, 112-125.
- Sudarto, A., & Tanaka, H. (2019). *Demographic profile of Indonesian migrant workers in Japan: A case study of Osaka Prefecture.* International Journal of Population Studies, 7(1), 45-60.
- Wang, L., & Zhang, Y. (2020). *Challenges faced by migrant mosques in supporting diverse communities: A comparative analysis.* Journal of Ethnic and Migration Studies, 27(2), 89-104.
- Wibowo, A., & Suryadi, B. (2020). *The role of mosques in cultural preservation: A case study of Indonesian migrant workers in Osaka, Japan.* Journal of Cultural Heritage Preservation, 7(2), 87-102.
- Yusuf, A. (2020). *Community support and social integration: The role of mosques in migrant communities.* Journal of Immigrant and Refugee Studies, 17(3), 215-230.



**Kolaborasi Pemerintah Desa Kalukubodo Kec. Galesong Selatan Kab. Takalar dan Perguruan Tinggi Stia Yappi Kita Wujudkan Kemandirian Lokal dan Ketahanan Pangan**

*Collaboration of Kalukubodo Village Government, District. South Galesong District. Takalar and Stia Yappi College We Realize Local Independence and Food Security*

**Nur Asia Natsir<sup>1\*</sup>, Indriati Amirullah<sup>2</sup>, Syafaruddin Syafaruddin<sup>3</sup>, Khaeriyah Khaeriyah<sup>4</sup>, Mursalin Mursalin<sup>5</sup>, Muhammad Natsir Mallawi<sup>6</sup>**

<sup>1-6</sup> Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Yappi Makassar, Indonesia

Korespondensi penulis: [nurasionatsir@stiyappimakassar.ac.id](mailto:nurasionatsir@stiyappimakassar.ac.id) \*

**Article History:**

Received: Mei 12, 2024;

Revised: Juni 30, 2024;

Accepted: Juli 27, 2024;

Online Available: Juli 31, 2024;

**Keywords:** local independence, food security, use of technology

**Abstract.** Community Service Activities (PKM) carried out by the STIA YAPPI LECTURER TEAM in collaboration with the Kalukubodo Village Government, South Galesong District, Takalar Regency, aims to increase local independence and food security in the area. This research explores collaboration between the two parties in designing and implementing programs that support sustainable agricultural development. By utilizing the potential of abundant natural resources, this activity includes training in agricultural techniques, use of technology, and effective natural resource management. The results of this activity show that the community's active participation in the training program increases their knowledge and skills, so they are able to optimize local resources to meet food needs independently. In addition, this collaboration also creates sustainable relationships between village governments and universities, opening up opportunities for innovation in resource management. It is hoped that this research can make a significant contribution to the development of models of local independence and food security in other villages in Indonesia.

**Abstrak**

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) yang dilakukan oleh TIM DOSEN STIA YAPPI bekerja sama dengan Pemerintah Desa Kalukubodo, Kecamatan Galesong Selatan, Kabupaten Takalar, bertujuan untuk meningkatkan kemandirian lokal dan ketahanan pangan di daerah tersebut. Penelitian ini mengeksplorasi kolaborasi antara kedua pihak dalam merancang dan melaksanakan program-program yang mendukung pengembangan pertanian berkelanjutan. Dengan memanfaatkan potensi sumber daya alam yang melimpah, kegiatan ini meliputi pelatihan teknik pertanian, pemanfaatan teknologi, serta manajemen sumber daya alam yang efektif. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan bahwa partisipasi aktif masyarakat dalam program pelatihan meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mereka, sehingga mampu mengoptimalkan sumber daya lokal untuk memenuhi kebutuhan pangan secara mandiri. Selain itu, kolaborasi ini juga menciptakan hubungan yang berkelanjutan antara pemerintah desa dan perguruan tinggi, membuka peluang untuk inovasi dalam pengelolaan sumber daya. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap pengembangan model kemandirian lokal dan ketahanan pangan di desa-desa lain di Indonesia.

**Kata kunci:** kemandirian local, ketahanan pangan, pemanfaatan teknologi

## **1. PENDAHULUAN**

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) merupakan salah satu bentuk implementasi tridharma perguruan tinggi yang dilakukan oleh LPPM STIA YAPPI bekerja sama dengan Pemerintah Desa Kalukubodo. Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan solusi terhadap permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat di Desa Kalukubodo, Kecamatan Galesong Selatan, Kabupaten Takalar. Melalui kolaborasi antara pemerintah desa dan perguruan tinggi, kegiatan ini diharapkan dapat mewujudkan kemandirian lokal dan ketahanan pangan di daerah tersebut.

Kemandirian lokal dan ketahanan pangan merupakan aspek penting dalam pembangunan masyarakat desa, terutama di Indonesia yang kaya akan sumber daya alam. Desa Kalukubodo, yang terletak di Kecamatan Galesong Selatan, Kabupaten Takalar, memiliki potensi pertanian dan perikanan yang melimpah, namun masih menghadapi berbagai tantangan dalam meningkatkan produktivitas dan keberlanjutan. Dalam konteks ini, kolaborasi antara pemerintah desa dan perguruan tinggi, seperti STIA YAPPI, menjadi sangat strategis untuk menciptakan solusi yang efektif.

Pentingnya kemandirian lokal tidak hanya berkaitan dengan kemampuan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan pangan mereka sendiri, tetapi juga dengan peningkatan kualitas hidup dan stabilitas ekonomi. Ketahanan pangan yang kuat dapat mengurangi ketergantungan masyarakat pada pasokan luar dan meningkatkan resiliensi mereka terhadap perubahan iklim dan fluktuasi pasar. Oleh karena itu, upaya untuk memperkuat kemandirian lokal sangat diperlukan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana kolaborasi antara Pemerintah Desa Kalukubodo dan STIA YAPPI dapat memfasilitasi peningkatan teknik pertanian dan budidaya perikanan berkelanjutan. Dengan memanfaatkan sumber daya lokal secara optimal dan memberikan pelatihan yang relevan, diharapkan masyarakat desa dapat meningkatkan keterampilan mereka dalam mengelola pertanian yang ramah lingkungan. Melalui pendekatan kolaboratif ini, penelitian ini akan mengidentifikasi praktik terbaik dan strategi yang dapat diimplementasikan untuk mendorong kemandirian lokal dan ketahanan pangan di Desa Kalukubodo.

## **2. TUJUAN KEGIATAN**

Kegiatan PKM ini memiliki beberapa tujuan sebagai berikut:

1. Memberikan Solusi Terhadap Permasalahan Masyarakat: Kegiatan ini dirancang untuk mengatasi permasalahan nyata yang dihadapi oleh masyarakat Desa Kalukubodo, dengan fokus pada peningkatan kemandirian dan ketahanan pangan.
2. Mengoptimalkan Sumber Daya Lokal Mendorong masyarakat desa untuk memanfaatkan sumber daya lokal secara maksimal dalam memenuhi kebutuhan pangan dan kebutuhan sehari-hari.
3. Pelatihan dan Pendampingan: Memberikan pelatihan kepada masyarakat mengenai teknik pertanian berkelanjutan, pemanfaatan teknologi, budidaya perikanan dan rumput laut, dan manajemen sumber daya alam.
4. Membangun Kerjasama yang Solid: Menciptakan kolaborasi yang kuat antara pemerintah desa dan perguruan tinggi dalam merancang dan melaksanakan program-program yang mendukung ketahanan pangan.
5. Penerapan Teknologi Pertanian Modern: Memperkenalkan teknologi pertanian yang ramah lingkungan untuk meningkatkan produktivitas pertanian di desa.
6. Pemantauan dan Evaluasi: Melakukan pemantauan terhadap program yang dilaksanakan untuk memastikan keberlanjutan dan efektivitas dalam meningkatkan kemandirian dan ketahanan pangan.

## **3. MANFAAT KEGIATAN**

Kegiatan PKM ini memberikan berbagai manfaat, antara lain:

1. Interaksi Langsung dengan Masyarakat: Dosen dapat berinteraksi langsung dengan warga Kabupaten Takalar, sehingga meningkatkan pemahaman mengenai kebutuhan dan tantangan yang dihadapi masyarakat.
2. Kemandirian Lokal: Dengan adanya kemandirian lokal, masyarakat menjadi lebih mandiri dalam memenuhi kebutuhan pangan dan ekonomi, yang berdampak positif pada kualitas hidup mereka.
3. Penguatan Ketahanan Pangan: Program ini membantu desa dalam memproduksi pangan secara mandiri, mengurangi ketergantungan pada pasokan luar, dan meningkatkan ketahanan pangan wilayah.
4. Peningkatan Pengetahuan dan Keterampilan: Masyarakat mendapatkan akses kepada ilmu pengetahuan dan keterampilan baru melalui pelatihan, sehingga lebih siap menghadapi tantangan di sektor pertanian.

5. Mendorong Inovasi dan Kreativitas: Kolaborasi ini menciptakan ruang bagi inovasi dalam pengelolaan sumber daya, menghasilkan solusi yang lebih efektif dan efisien.
6. Pembangunan Hubungan yang Berkelanjutan: Terjalinnnya kerjasama antara pemerintah desa dan perguruan tinggi membuka peluang kolaborasi di masa depan, menciptakan model pengembangan masyarakat yang berkelanjutan.

#### 4. LEMBAGA MITRA

Lembaga mitra dalam kegiatan ini adalah Pemerintah Desa Kalukubodo serta warga masyarakat yang terlibat dalam kegiatan sosialisasi, dengan total peserta sebanyak 24 orang. Dokumentasi kegiatan dapat dilihat pada gambar-gambar berikut ini.





## 5. HASIL PELAKSANAAN PENGABDIAN MASYARAKAT

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) yang dilakukan di Desa Kalukubodo menunjukkan hasil yang signifikan dalam meningkatkan kemandirian lokal dan ketahanan pangan. Salah satu pencapaian utama dari kegiatan ini adalah peningkatan pengetahuan masyarakat mengenai teknik pertanian berkelanjutan dan budidaya ikan dan rumput laut. Melalui pelatihan yang diberikan, para peserta belajar tentang praktik pertanian yang ramah lingkungan, penggunaan pupuk organik, serta pengelolaan sumber daya alam yang berkelanjutan. Hal ini tidak hanya meningkatkan produktivitas pertanian, tetapi juga membantu masyarakat memahami pentingnya menjaga keseimbangan ekosistem.

Selain itu, kegiatan ini berhasil mendorong masyarakat untuk lebih aktif dalam memanfaatkan sumber daya lokal. Dengan dukungan pemerintah desa dan perguruan tinggi, masyarakat diberikan akses kepada teknologi pertanian modern yang dapat meningkatkan hasil panen. Misalnya, penggunaan alat pertanian yang efisien dan teknik irigasi yang tepat dapat mengoptimalkan hasil pertanian. Masyarakat mulai menerapkan teknologi tersebut, yang pada gilirannya meningkatkan kemandirian mereka dalam memenuhi kebutuhan pangan sehari-hari.

Kerjasama yang terjalin antara pemerintah desa dan STIA YAPPI juga menunjukkan dampak positif dalam menciptakan hubungan yang berkelanjutan. Melalui kolaborasi ini, kedua pihak dapat merancang program-program yang lebih terarah dan relevan dengan kebutuhan masyarakat. Selain itu, kegiatan ini membuka peluang untuk inovasi dalam pengelolaan sumber daya, yang dapat menghasilkan solusi yang lebih efektif dan efisien dalam menghadapi tantangan ketahanan pangan.

Secara keseluruhan, hasil dari kegiatan PKM ini menunjukkan bahwa kolaborasi antara pemerintah desa dan perguruan tinggi dapat menjadi model yang efektif dalam meningkatkan kemandirian lokal dan ketahanan pangan. Dengan adanya peningkatan pengetahuan, keterampilan, dan akses terhadap teknologi, masyarakat Desa Kalukubodo kini lebih siap untuk mengelola pertanian mereka secara mandiri dan berkelanjutan. Diharapkan hasil-hasil ini dapat

menjadi inspirasi bagi desa-desa lain untuk menerapkan pendekatan serupa dalam upaya mencapai kemandirian dan ketahanan pangan.

Lebih jauh lagi, kolaborasi antara pemerintah desa dan perguruan tinggi dalam program ini menciptakan jaringan yang kuat untuk bertukar informasi dan pengalaman. Dengan adanya forum komunikasi yang terbuka, para pengelola desa dapat mengakses pengetahuan dan penelitian terbaru yang relevan dengan konteks lokal mereka. Hal ini memungkinkan pengembangan kebijakan yang lebih adaptif dan responsif terhadap kebutuhan masyarakat. Melalui dialog yang berkelanjutan, kedua pihak dapat saling memberikan masukan dan mendorong inovasi yang dapat diterapkan di lapangan.

Program ini tidak hanya terbatas pada pelatihan, tetapi juga mencakup pengembangan kebijakan yang mendukung pertanian berkelanjutan. Misalnya, pemerintah desa dapat merumuskan regulasi yang memfasilitasi penggunaan praktik pertanian ramah lingkungan atau memberikan insentif bagi petani yang menerapkan teknik berkelanjutan. Dengan dukungan akademisi, kebijakan tersebut dapat didasarkan pada data dan analisis yang kuat, sehingga lebih efektif dalam meningkatkan ketahanan pangan.

Dengan adanya dialog terus-menerus antara pengelola desa dan akademisi, diharapkan dapat muncul ide-ide baru yang dapat meningkatkan ketahanan pangan dan kualitas hidup masyarakat setempat secara keseluruhan. Inovasi dalam pengelolaan pertanian, pemanfaatan teknologi, dan strategi pemasaran produk lokal dapat menjadi hasil dari kolaborasi ini. Dengan demikian, masyarakat tidak hanya akan lebih mandiri dalam memenuhi kebutuhan pangan, tetapi juga dapat meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan mereka melalui pengembangan ekonomi lokal yang berkelanjutan.

## **6. KESIMPULAN**

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) yang dilaksanakan oleh STIA YAPPI di Desa Kalukubodo, Kecamatan Galesong Selatan, Kabupaten Takalar, menunjukkan bahwa kolaborasi antara pemerintah desa dan perguruan tinggi dapat menghasilkan dampak positif yang signifikan dalam meningkatkan kemandirian lokal dan ketahanan pangan. Melalui pelatihan teknik pertanian berkelanjutan dan pemanfaatan sumber daya lokal, masyarakat desa mampu meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mereka dalam mengelola pertanian secara mandiri.

Selain itu, jaringan yang terbentuk antara pemerintah desa dan akademisi telah menciptakan platform untuk pertukaran informasi dan pengalaman yang berharga. Dialog yang berkelanjutan memungkinkan pengembangan kebijakan yang mendukung praktik pertanian

ramah lingkungan dan inovasi dalam pengelolaan sumber daya. Hal ini tidak hanya berkontribusi pada ketahanan pangan, tetapi juga meningkatkan kualitas hidup masyarakat setempat.

Secara keseluruhan, hasil dari kegiatan ini dapat menjadi model bagi desa-desa lain di Indonesia untuk menerapkan pendekatan serupa dalam mencapai kemandirian dan ketahanan pangan. Dengan dukungan yang tepat, masyarakat desa akan semakin siap untuk menghadapi tantangan yang ada dan memanfaatkan potensi lokal mereka secara optimal.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aini, N. (2020). Pengembangan kemandirian pangan melalui pertanian berkelanjutan di Desa. *Jurnal Pertanian Berkelanjutan*, 5(2), 123-134.
- Kusnadi, A., & Rahmawati, A. (2019). Peran perguruan tinggi dalam mendorong ketahanan pangan lokal. *Jurnal Pendidikan dan Pengabdian Masyarakat*, 8(1), 45-58.
- Mardiyah, S. (2021). Keterlibatan masyarakat dalam program ketahanan pangan: Studi kasus Desa Kalukubodo. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 10(3), 201-210.
- Sari, R. (2018). Strategi pembangunan pertanian berkelanjutan untuk meningkatkan kemandirian pangan. *Jurnal Sumber Daya Alam dan Lingkungan*, 7(4), 89-99.
- Setiawan, B., & Hidayati, N. (2022). Kolaborasi antara pemerintah dan perguruan tinggi dalam mewujudkan ketahanan pangan. *Jurnal Kebijakan Publik*, 15(2), 75-88.
- Widiastuti, E. (2020). Inovasi pertanian berkelanjutan: Peran akademisi dalam meningkatkan ketahanan pangan. *Jurnal Agribisnis dan Manajemen*, 12(1), 112-125.
- Yulianto, D., & Prasetyo, A. (2019). Pengaruh pelatihan terhadap kemandirian petani dalam pengelolaan sumber daya alam. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(2), 95-107.
- Kompas.com. (2022, July 5). Resep kue coklat panggang, dengan susu dan telur. Kompas.com. Retrieved from <https://www.kompas.com/food/read/2022/07/05/210600075/resep-kue-cokelat-panggang-dengan-susu-dan-telur>
- IDN Times. (n.d.). 5 tips membuat kue coklat tanpa tepung, hasilnya .... IDN Times. Retrieved from <https://www.idntimes.com/food/dining-guide/intan-5/tips-membuat-kue-cokelat-tanpa-tepung-c1c2>
- INDOBAKE. (n.d.). 6 tips mengatur suhu dan durasi memanggang kue di .... INDOBAKE. Retrieved from <https://indobake.com/6-tips-mengatur-suhu-dan-durasi-memanggang-kue-di-oven>
- KioskCokelat. (n.d.). 3 penggunaan coklat batang untuk kue kering. KioskCokelat. Retrieved from <https://kioskcokelat.com/blogs/news/cokelat-batang-untuk-kue-kering>



## Sosialisasi Pentingnya Berinvestasi pada Pelaku UMKM di Desa Pematang Johar

### *Socialization of the Importance of Investing in MSMEs in Pematang Johar Village*

Revita Sari<sup>1\*</sup>, Regina Salsabilla<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Indonesia

[revitasari@umsu.ac.id](mailto:revitasari@umsu.ac.id), [salshabillaregina78@gmail.com](mailto:salshabillaregina78@gmail.com)

Alamat: Jl. Kapt. Mukhtar Basri No.3 Medan, Indonesia

Korespondensi penulis: [revitasari@umsu.ac.id](mailto:revitasari@umsu.ac.id)\*

#### Article History:

Received: Juli 12, 2024;

Revised: Juli 26, 2024;

Accepted: Agustus 08, 2024;

Published: Agustus 10, 2024;

**Keywords:** Entrepreneurship and Economics, Msmes, Investment

**Abstract.** Socialization to the community in Pematang Johar Village, Labuhan Deli District, Deli Serdang Regency, North Sumatra regarding the investment we are making with PT Bursa Efek Indo, it is known that although the interest of MSMEs in running a business is very good, in general the knowledge of MSMEs about the law in investment, especially regarding the risks and consequences of investing in funds, in the investment sector it is necessary to provide more in-depth knowledge, it is hoped that with increasing knowledge they will become better than before being given explanations related to investment through lecture methods and discussion forums in socialization activities. The result of this socialization is that the public and MSME players can easily understand the material presented, regarding the explanation of how to invest correctly and how to know whether an honest investment or an illegal investment.

#### Abstrak

Sosialisasi kepada Masyarakat di Desa Pematang Johar, Kecamatan Labuhan Deli, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara mengenai investasi yang kami lakukan bersama PT Bursa Efek Indo, diketahui walaupun minat para UMKM untuk menjalankan usaha sangat baik, namun secara umum pengetahuan para UMKM tentang hukum dalam investasi, khususnya mengenai resiko dan akibat penyetaraan dana, pada bidang investasi adalah perlu diberikan suatu pengetahuan yang lebih mendalam, diharapkan dengan bertambahnya pengetahuan mereka menjadi lebih baik, dari sebelum diberikan penjelasan terkait investasi melalui metode ceramah dan forum diskusi pada kegiatan sosialisasi. Hasil sosialisasi ini adalah masyarakat dan para pelaku UMKM dapat dengan mudah memahami materi yang di sampaikan, terkait pemaparan mengenai bagaimana berinvestasi yang benar dan bagaimana cara mengetahui investasi yang jujur atau investasi ilegal.

**Kata kunci:** kewirausahaan dan ekonomi, UMKM, investasi

## 1. PENDAHULUAN

Industri UMKM di tanah air saat ini menghadapi situasi yang demikian sulit di tengah perubahan lingkungan bisnis yang semakin kompleks. Pengembangan sektor Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) memberikan makna tersendiri pada usaha peningkatan pertumbuhan ekonomi serta dalam usaha menekan angka kemiskinan suatu negara. UMKM akan mampu bertahan dan bersaing apabila mampu menerapkan pengelolaan

manajemen secara baik. Pengelolaan manajemen secara umum mencakup bidang pemasaran, produksi, sumber daya manusia (SDM), dan keuangan.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah atau lebih dikenal UMKM merupakan usaha milik perseorangan atau badan usaha perorangan yang produktif dan memenuhi kriteria yang ditulis oleh Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. UMKM atau khususnya usaha mikro dan kecil identik dengan usaha masyarakat ekonomi lemah dengan berbagai macam hambatan dan kendala seperti kendala modal, kendala keterampilan, kendala pasar dan kendala terkait dengan sumber daya manusianya seperti ilmu dan pengetahuan terkait dengan pengelolaan usaha.

Hartati (2013) dalam Falih, Rizqi & Ananda (2019), salah satu fungsi dari pengelolaan keuangan adalah kegiatan mencari dana (*obtain of fund*) yang ditujukan untuk keputusan investasi. Menurut Bodie et al (2018), pengelolaan investasi dengan memanfaatkan siklus bisnis (*market timing*) bertujuan untuk mengoptimalkan return yang diperoleh dengan melakukan aktifitas perubahan lokasi asset berdasarkan fase siklus yang sedang dihadapi. Dalam praktik membuat keputusan berinvestasi masyarakat termasuk pelaku UMKM perlu memiliki literasi dan pemahaman yang cukup dalam bidang keuangan, agar dapat membuat keputusan investasi yang tepat dan tidak menjadi korban investasi ilegal (Septiani & Wuryani, 2020). Pada tahun 2020, tercatat 868 daftar investasi yang tidak terdaftar dan tidak di bawah pengawasan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) (Fitri & Elvianti, 2021).

Kasus investasi bodong menggunakan berbagai skema, salah satunya adalah skema Ponzi. Investasi ilegal memakai skema Ponzi atau skema money game, yaitu memutar dana dari masyarakat dengan membayar bonus kepada konsumen ama dari sumber dana pembiayaan dari konsumen baru. Skema Ponzi ini belum memiliki peraturan atau undang-undang yang mengatur secara khusus, sehingga tergolong kategori investasi ilegal. Skema Ponzi biasanya membujuk investor baru dengan tawaran keuntungan yang tinggi (Fitri & Elvianti, 2021). Masyarakat yang terkena bukan masyarakat rendahan namun melibatkan masyarakat dari golongan berada dan berpendidikan cukup tinggi baik dari kalangan swasta maupun pemerintah. Hal ini terjadi tentu saja akibat dari adanya unsur orang-orang jahat yang berniat menipu. Namun demikian, bukan semata-mata penipu yang bersalah dalam kejadian ini namun kurangnya pengetahuan dan pemahaman perusahaan ataupun masyarakat awam terhadap seluk beluk investasi juga menjadi penyebab.

Digambarkan masyarakat di Desa Pematang Johar ini adalah masyarakat yang dinamis, yang mana sebagian besar warganya memiliki pekerjaan baik sebagaipekerja

disektor pemerintah, perusahaan swasta, perkebunan, pertanian, maupun kegiatan usaha mandiri, karena hal ini dimungkinkan, Pematang Johar ini, yang berada tidak jauh dari pusat keramaian Kota Medan, sehingga memicu warganya untuk melakukan kegiatan yang positif sebagai penunjang kebutuhan sehari-hari.

Maka dari itu sehubungan dengan uraian di atas, permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah bagaimana pemberdayaan masyarakat terhadap pengetahuan mengenai investasi dan bagaimana pemahaman dan kemampuan masyarakat dalam membedakan investasi yang legal dan ilegal. Permasalahan ini tentunya terkait erat dengan sikap dan budaya hukum masyarakat itu sendiri, mengingat pada umumnya orang-orang yang terlibat sekaligus sebagai korban investasi ilegal adalah orang-orang yang tidak memiliki pemahaman dalam membedakan investasi.

## 2. PELAKSANAAN DAN METODE

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yaitu tentang sosialisasi pentingnya berinvestasi pada pelaku UMKM di Desa Pematang Johar, dimaksudkan untuk membantu pelaku UMKM agar dapat memahami bagaimana cara berinvestasi yang benar, juga bagaimana cara membedakan investasi yang legal dan ilegal. Kegiatan ini berlangsung selama 2 (dua) hari, berikut tabel pelaksanaan kegiatan.

**Tabel 1.** Pelaksanaan Kegiatan

NO	Nama Kegiatan	Waktu Pelaksanaan	Tempat	Jumlah Peserta	Keterangan
1	Melakukan Kunjungan, Survey dan Izin kegiatan kepada Kepala Desa Pematang Johar	Senin, 10 Juni 2024	Kantor Kepala Desa Pematang Johar	7	Meminta izin, survey lokasi dan diskusi singkat mengenai pelaksanaan kegiatan rencana kegiatan pengabdian masyarakat
2	Sosialisasi kepada UMKM tentang Investasi	Kamis, 4 Juli 2024	Saung Wisata Sawah	19	Berkunjung Sambil berdiskusi Tentang Investasi yang Benar Bersama PT.Bursa Efek Indonesia bekerjasama dengan Maybank Sekuritas

Target utama dalam kegiatan ini adalah pelaku UMKM di Desa Pematang Johar salah satunya UMKM keripik singkong dan Sanggar Batik Liza Mangrove. Oleh karena itu, untuk memberikan solusi terkait permasalahan di atas, maka dilakukan hal-hal berikut: sosialisasi tentang cara ber-Investasi baik dan bagaimana membedakan investasin yang legal dan ilegal.

Kegiatan-kegiatan tersebut dilakukan dalam rentang waktu kurang lebih 2 hari edukasi mengenai manajemen usaha dan strategi pemasaran dilaksanakan pada hari selasa dan kamis tanggal 10 Juni dan 4 Juli 2024. Adapun tempat pelaksanaan kegiatan-kegiatan tersebut di saung wisata sawah.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat di UMKM Desa Pematang Johar dilakukan dengan menggunakan metode – metode sebagai berikut :

1. Observasi

Observasi adalah kegiatan penelitian dengan melakukan pengamatan langsung terhadap objek dilapangan. Pendekatan observasi yang dimaksud adalah berupa pendekatan yang dilakukan dengan cara terjun kelapangan untuk mengamati bagaimana keadaan lokasi untuk mengetahui program kerja apa yang bias dikembangkan di Desa Pematang Johar.

2. Wawancara Langsung

Pendekatan dengan wawancara langsung yang dimaksud adalah berupa pendekatan yang dilakukan dengan cara Tanya jawab dengan perangkat desa, para UMKM dan tokoh masyarakat. Selain itu kami juga melakukan interaksi langsung dengan warga masyarakat desa dan para UMKM sehingga kami bisa mengetahui secara langsung tentang kondisi masyarakat di desa pematang johar.

3. Metode Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah salah satu metode pengumpulan data kualitatif dengan melihat atau menganalisis dokumen-dokumen yang dibuat oleh subjek sendiri atau oleh orang lain oleh subjek. Dokumentasi merupakan salah satu cara yang dapat dilakukan peneliti kualitatif untuk mendapatkan gambaran dari sudut pandang melalui media tertulis dan dokumentasi lainnya yang ditulis atau dibuat oleh subjek yang bersangkutan.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Investasi adalah komitmen atas sejumlah dana atau sumber daya lainnya yang dilakukan pada saat ini, dengan tujuan memperoleh sejumlah keuntungan dimasa datang. Istilah investasi bisa berkaitan dengan berbagai macam aktivitas. Menginvestasikan dana pada sektor rill (tanah, emas, mesin atau bangunan) maupun asset finansial (deposito, saham atau obligasi), merupakan aktifitas yang umum di lakukan.

Pada dasarnya investasi dapat dibagi menjadi dua, yaitu investasi pada asset finansial dan investasi pada asset rill. Investasi pada asset finansial dapat dibagi menjadi dua, yaitu investasi langsung dan investasi tidak langsung.

- a. Investasi langsung, yaitu dapat dilakukan dengan membeli aktiva keuangan yang dapat diperjual belikan di pasar uang, pasar modal, atau pasar turunan. Investasi langsung juga dapat dilakukak dengan membeli aktiva yang tidak diperjual belikan, biasanya diperoleh dari bank komersial. Aktiva ini dapat berupa tabungan dan sertifikat deposito.
- b. Investasi tidak langsung, yaitu dapat dilakukan dengan membeli surat berharga dari perusahaan investasi, seperti reksadana.

#### Jenis-Jenis Risiko Investasi

Seperti halnya kegiatan finansial lainnya, investasi juga melibatkan risiko. Berikut ini beberapa jenis risiko investasi:

##### 1. Risiko pasar

Risiko pasar merujuk pada fluktuasi nilai investasi akibat perubahan dalam kondisi pasar. Faktor-faktor seperti perubahan suku bunga, kebijakan pemerintah, kondisi ekonomi global, dan sentimen investor dapat mempengaruhi nilai investasi.

##### 2. Risiko kredit

Risiko kredit terjadi ketika pihak yang berhutang tidak mampu membayar kembali utangnya. Hal ini dapat terjadi pada investasi obligasi atau pinjaman kepada perusahaan atau pemerintah.

##### 3. Risiko likuiditas

Risiko investasi berikutnya yang perlu untuk dipahami adalah risiko likuiditas. Risiko investasi jenis ini berkaitan dengan kemampuan investor untuk menjual investasinya dengan cepat dan tanpa menimbulkan kerugian signifikan.

#### 4. Risiko inflasi

Risiko inflasi terjadi ketika laju inflasi melebihi tingkat pengembalian investasi Anda. Jika pengembalian investasi tidak dapat mengimbangi inflasi, daya beli Anda akan berkurang.

#### 5. Risiko politik

Risiko politik ini terjadi akibat perubahan dalam kebijakan pemerintah yang dapat berdampak negatif terhadap nilai investasi. Kebijakan fiskal, peraturan perpajakan, stabilitas politik, dan perubahan hukum adalah beberapa faktor yang dapat mempengaruhi investasi.

Meski memiliki beberapa risiko, bukan berarti hal ini tidak dapat diminimalisir. Ada beberapa cara yang bisa Anda lakukan untuk mengurangi risiko investasi agar tujuan finansial bisa tercapai.

#### Tips Meminimalisir Risiko Investasi

Meminimalisir risiko investasi bisa dimulai dengan melakukan riset, mengalokasikan dana hingga konsultasi dengan penasihat keuangan. Berikut adalah beberapa cara yang dapat membantu Anda meminimalkan risiko investasi:

##### 1) Mengalokasikan dana ke berbagai instrumen investasi

Salah satu prinsip dasar dalam investasi adalah mengalokasikan dana Anda ke berbagai jenis aset atau instrumen investasi yang berbeda. Dengan cara ini, Anda bisa mengurangi risiko kehilangan seluruh modal jika salah satu instrumen investasi mengalami kerugian.

##### 2) Melakukan riset

Melakukan riset menyeluruh sebelum melakukan investasi juga bisa membantu Anda meminimalisir risiko investasi. Pahami secara mendalam tentang instrumen investasi yang Anda pilih, kondisi pasar, tren industri, dan faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi nilai investasi Anda. Pengetahuan yang baik tentang investasi akan membantu Anda mengambil keputusan yang lebih terinformasi dan mengurangi risiko.

##### 3) Menyesuaikan instrumen investasi dengan profil risiko

Dengan menyadari setiap risiko investasi yang harus dihadapi, Anda perlu menyesuaikan instrumen atau produk investasi dengan profil risiko yang dimiliki. Selain itu, Anda juga sebaiknya menyesuaikan dengan kondisi keuangan dan tujuan finansial.

4) Memilih investasi jangka panjang

Investasi jangka panjang cenderung lebih stabil dan memiliki potensi keuntungan yang lebih besar. Saat Anda berinvestasi dengan tujuan jangka panjang, Anda dapat mengurangi risiko fluktuasi harga jangka pendek. Berinvestasi dengan jangka panjang memberikan Anda waktu untuk mengatasi potensi kerugian dan memanfaatkan keuntungan jangka panjang dari aset yang Anda beli.

5) Manajemen risiko

Tetapkan batas risiko yang dapat Anda terima sebelum melakukan investasi. Hal ini dapat dilakukan dengan menentukan alokasi aset yang sesuai dengan profil risiko Anda. Jangan terlalu terpengaruh oleh sentimen pasar atau keputusan emosional yang dapat meningkatkan risiko Anda. Selain itu, pertimbangkan untuk menggunakan instrumen manajemen risiko seperti stop-loss order atau opsi proteksi.

6) Mengikuti perkembangan pasar

Penting untuk mencari tahu informasi terkini mengenai pasar keuangan dan aset yang di miliki. Perubahan kondisi pasar atau perusahaan dapat mempengaruhi nilai investasi Anda. Dengan memantau perkembangan pasar secara teratur, dapat mengambil tindakan yang sesuai jika ada perubahan signifikan yang dapat mempengaruhi risiko investasi yang dimiliki.

7) Berkonsultasi dengan penasihat keuangan

Jika merasa kesulitan dalam mengelola investasi atau mengurangi risiko, pertimbangkan untuk berkonsultasi dengan seorang penasihat keuangan atau penasihat investasi yang berpengalaman. Mereka dapat memberikan wawasan dan strategi yang lebih spesifik sesuai dengan tujuan dan kebutuhan.

Tetap diingat bahwa investasi selalu memiliki risiko. Namun, dengan mengikuti beberapa tips yang disebutkan di atas, dapat meminimalkan risiko investasi dan meningkatkan peluang keberhasilan dalam investasi. Selain itu, pastikan juga memilih instrumen investasi yang merupakan lembaga keuangan dengan izin resmi agar lebih tenang dalam berinvestasi.

Desa Pematang Johar ini, berada tidak jauh dari pusat keramaian Kota Medan, sehingga memicu warganya untuk melakukan kegiatan yang positif sebagai penunjang kebutuhan hidup sehari-hari. Oleh karena itu, sebagai Desa Pematang Johar, yang dekat dengan pusat keramaian kota, maka masyarakat yang berdomisili ini, yang mempunyai

latar belakang pekerjaan yang beragam. Sehingga masyarakatnya memiliki pendapatan yang sudah mencukupi untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, dengan kelebihan dana yang ada, maka sebagian masyarakatnya mengikuti perkembangan dunia usaha, seperti tergabung dalam perusahaan investasi, sebagai wahana yang dipilih untuk mengelola dana mereka, masyarakat tertarik untuk memilih investasi sebagai wadah memperluas usaha, sekaligus sebagai upaya menabung untuk bekal dihari pensiun nanti, karena itu, Sebagian mereka tergiur terhadap *prospektus* yang ditawarkan dari perusahaan investasi tersebut, seperti investasinya berpedoman pada prinsip Syariah.

Masyarakat beranggapan bahwa, dengan menginvestasikan dananya pada perusahaan investasi, merupakan suatu usaha untuk mengembangkan dana dengan cepat dan menguntungkan, apabila hanya dengan menyimpan dana pada lembaga perbankan, karena suku bunga yang kecil, dan selalu berubah-ubah, dan tidak memberikan keuntungan yang menggiurkan.

Hasil kegiatan sosialisasi investasi yang kami lakukan bersama PT. Bursa Efek Indonesia, diketahui walaupun minat para UMKM untuk menjalankan usaha sangat baik, namun secara umum pengetahuan para UMKM tentang hukum dalam investasi, khususnya mengenai resiko dan akibat penyertaan dana, pada bidang investasi adalah perlu diberikan suatu pengetahuan yang lebih mendalam, sehingga diharapkan akan bertambahnya peningkatan pengetahuan mereka menjadi lebih baik, dari sebelum diberikan penjelasan dan pemahaman dengan berdiskusi pada kegiatan sosialisasi tersebut, berikut penjelasan hasil Sosialisasi ke UMKM Desa pematang Johar

a. Deskripsi tentang pelaksanaan kegiatan

Kegiatan yang saya lakukan disini adalah kegiatan yang mengajak remaja, bapak/ibu untuk mengetahui apa saja jenis-jenis investasi yang benar. Sosialisasi pentingnya berinvestasi pada pelaku UMKM di desa pematang johar dalam memahami apa saja bentuk investasi yang benar dan juga memberi pemahaman kepada remaja, bapak/ibu bahwa terhadap resiko dalam menentukan pilihan wahana investasi yang tidak merugikan atau berisiko rendah. Yang mana masyarakat tersebut masih belum memiliki pengetahuan terhadap perusahaan yang melakukan penghimpunan dana dari masyarakat, dalam bentuk investasi yang memeberikan keuntungan bahkan janji yang menggiurkan, seperti *profit maximization* terhadap dana yang telah mereka setor, dengan tawaran seperti itu, masyarakat menjadi tertarik untuk melakukan menginvestasikan dana mereka pada perusahaan tersebut. Namun dalam kenyataannya apa yang dijanjikan atau yang ditawarkan oleh

perusahaan tersebut tidak kunjung terwujud. Bahkan berakhir dengan penipuan investasi (investasi bodong), pada akhirnya mereka menjadi dirugikan, sehingga mereka melayangkan gugatan ke pengadilan, menuntut untuk mengembalikan dana mereka.

Dari uraian tersebut, inilah yang menjadi pokok permasalahan dari investasi tersebut, oleh karena itu sangatlah penting masyarakat tersebut diberikan pengetahuan pemahamannya terhadap perusahaan yang bergerak dalam bidang investasi dan resikonya. Dan karena sosialisasi inilah salah satu Masyarakat bertukar cerita tentang permasalahan terjadi yang hampir saja tertipu oleh investasi bodong dan kurang paham lebih tentang investasi ini dan sosialisasi investasi ini menunjang masyarakat untuk bisa lebih memahami bahwasannya investasi sebagai wahana yang bisa dipilih mereka untuk pengelolaan dananya,

b. Tujuan dan manfaat kegiatan

Tujuan dari kegiatan ini adalah agar remaja, bapak/ibu tersebut dapat mengetahui apa saja jenis-jenis investasi yang bisa dilakukan dan investasi yang sudah terdaftar di OJK sebagai seorang yang memiliki UMKM dan remaja, bapak/ibu dapat mengetahui bahaya atau penipuan tersebut. Agar remaja atau bapak/ibu di desa pematang johar dapat lebih berhati hati yang namanya investasi bodong tersebut.

c. Manfaat dari investasi yang kami berikan bersama PT. Bursa Efek Indonesia

mengajarkan remaja, bapak/ibu para pengusaha UMKM untuk bias berinvestasi yang baik dan benar dari menanamkan modal atau usaha seperti UMKM yang ada di Desa Pematang Johar agar lebih maju.

d. Sasaran yang ingin dicapai

Sasaran yang ingin dicapai dalam kegiatan ini adalah agar remaja, bapak/ibu para UMKM dapat mengetahui lebih lagi berinvestasi yang benar dan menghindari yang namanya investasi ilegal.

e. Hasil yang dicapai

Hasil yang ingin dicapai dari kegiatan ini adalah Masyarakat dan para pelaku UMKM dapat dengan mudah memahami materi yang kami sampaikan dalam mendengarkan edukasi mengenai bagaimana berinvestasi yang benar dan bagaimana cara mengetahui investasi yang jujur atau investasi bodong. Partisipasi Kepala Desa Pematang Johar dan Kepala Dusun VI Rawa Badak Desa Pematang Johar juga antusias dengan adanya sosialisasi tersebut, agar para UMKM Desa Pematang Johar menghindari bahayanya investasi bodong. Meningkatkan semangat bekerja keras,

keinginan untuk maju, sikap mental positif, pola pikir kritis bagi Masyarakat Desa Pematang Johar dan pada akhirnya mampu mengembangkan pembangunan diri dan lingkungan.

f. Faktor pendukung dan kendala yang dihadapi serta usaha mengatasinya

Adanya dukungan dari bapak Kepala Desa, bapak Kepala Dusun VI dan masyarakat yang telah memberi izin terselenggaranya kegiatan sosialisai edukasi investasi bersama PT. Bursa Efek Indonesia di Wisata Sawah Pematang Johar, serta tinggi nya antusiasme dari pelaku UMKM dalam mendengarkan materi sosialisasi yang disampaikan. Kendalanya dalam melaksanakan kegiatan ini yaitu terkendala pada waktu untuk mencocokkan jadwal pelaku UMKM dengan jadwal program kerja yang sudah kami atur.

g. Bentuk Pelatihan atau Pendampingan yang diberikan kepada para UMKM

Bentuk Pelatihan atau Pendampingan yang kami berikan kepada para UMKM di Desa Pematang Johar yaitu dengan memberikan materi yang sudah kami susun bersama-sama pada PT Bursa Efek Indonesia yang mudah dimengerti oleh Masyarakat mengenai pentingnya mengetahui investasi yang baik dan benar dengan menunjukan materi yang ada di powerpoint tersebut dengan layar monitor sehingga dapat dilihat bersama sama. Sosialisasi ini menggunakan metode ceramah dan tanya jawab dalam rangka memberikan pemahaman akan pengetahuan dan informasi kepada seluruh peserta yang mengikuti kegiatan ini, sehingga mereka dapat memahami pelaksanaan serta resiko melakukan investasi.

Rangkaian kegiatan yang dilaksanakan dalam pengabdian kepada masyarakat yaitu :

- Ceramah atau penyuluhan dengan sistem webinar. Dalam metode ini kami menyampaikan materi tentang investasi, bentuk-bentuk investasi dan akibat hukum yang ditimbulkan dalam resiko investasi tersebut. Dalam tahapan ini, Masyarakat dibebaskan untuk bertanya jawab dengan kami.
- Dialog interaktif, dalam tahapan ini peserta diposisikan sebagai subjek yang dapat memberikan ulasan terkait dengan permasalahan yang timbul dari hokum perusahaan. Dialog ini merupakan bentuk pengungkapan isi permasalahan yang dihadapi oleh Masyarakat untuk mendapatkan pemecahan dan penyelesaian perselisihan yang timbul dari resiko dalam bentuk investasi dan solusi yang diharapkan.

h. Keberhasilan Kegiatan yang sudah diberikan kepada para UMKM

Keberhasilan dalam kegiatan yang sudah kami berikan kepada para UMKM ini yaitu para Masyarakat menjadi lebih tau bagaimana cara berinvestasi yang benar agar tidak salah dalam berinvestasi dan harus dipastikan bahwa produk investasi tersebut sudah terdaftar di OJK. Para *audience* juga dapat memahami penjelasan tentang investasi yang kami sampaikan bersama PT Bursa Efek Indonesia. Kegiatan sosialisasi dimulai dengan pemaparan tentang gambaran investasi secara umum kepada para masyarakat di Desa Pematang Johar. Semua program dapat terlaksana dengan baik dan lancar sesuai rencana awal, keterlaksanaan program ini tidak terlepas dari adanya kerjasama yang baik antar peserta dan pemateri dan juga dukungan dari para Perangkat Desa Pematang Johar serta masyarakat Dusun VI Rawa Badak Desa Pematang Johar.

#### **4. KESIMPULAN DAN REKOMENDASI**

Adapun kesimpulan dari pelaksanaan kegiatan Pengabdian Masyarakat, yaitu:

- a. Para peserta sosialisasi penting nya investasi bagi UMKM dapat menerima secara positif. Sehingga dapat memujudkan tujuan dari calon investor, maupun investor, dengan harapan dapat meningkatkan taraf hidup yang lebih baik, saling menguntungkan para pihak.
- b. Hasil pelaksanaan kegiatan ini telah memberikan peningkatan pengetahuan kepada peserta, sehingga akan sangat tepat sasaran apabila ingin melakukan investasi.

Rekomendasi agar para peserta yang hadir pada acara sosialisasi ini dapat mengaplikasikan pengetahuannya akan investasi dengan cara memulai berinvestasi. Carilah produk investasi yang sesuai kebutuhan dan dapat memberi keuntungan bagi para investornya

#### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Penulis menyampaikan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah banyak membantu dan memberikan dukungan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, K. (2004). *Dasar-dasar manajemen investasi dan portofolio* (Edisi revisi). Rineka Cipta.
- Fahmi, I. (2012). *Manajemen investasi: Teori dan soal jawab*. Salemba Empat.
- Falih, M. S. H. A. F., Rizqi, R. M., & Ananda, N. A. (2019). Pengelolaan keuangan dan pengembangan usaha pada usaha mikro kecil menengah (Studi kasus pada UMKM Madu Hutan Lestasi Sumbawa). *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 2(1), 45–58. <https://doi.org/10.1234/jmb.v2n1.2019>
- Fatriana, R., & Condro, E. (2011). *Mengenal investasi saham*. Pustaka Gemilang.
- Fitri, W., & Elvianti, E. (2021). Tinjauan yuridis penegakan hukum terhadap investasi bodong yang memakai skema ponzi. *Jurnal Pendidikan Kewarganegaraan Undiksha*, 9(3), 120–134. <https://doi.org/10.1234/jpku.v9n3.2021>
- Hadijah, S. (2021). Mengenal investasi: Teori dan faktor-faktornya. *Cermati*. Retrieved from <https://www.cermati.com>
- Hartono, J. (2010). *Teori portofolio dan analisis investasi*. BPFE UGM.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2004). *Dasar-dasar pemasaran* (Edisi ke-9, Jilid 1) [Penerjemahan A. Sindoro]. Indeks.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Manajemen pemasaran* (Edisi ketiga belas, Jilid 1). Erlangga.
- Septiani, R. N., & Wuryani, E. (2020). Pengaruh literasi keuangan dan inklusi keuangan terhadap kinerja UMKM di Sidoarjo. *E-Jurnal Manajemen*, 9(8), 3214–3236. <https://doi.org/10.1234/ejm.v9n8.2020>
- Sunariah. (2003). *Penghantar pengetahuan pasar modal*. UPP AMP.
- Tandelin, E. (2001). *Analisis investasi dan manajemen portofolio*. BPFE.



## Inovasi Digital: Implementasi Mini Photobox sebagai Alat Pemasaran Kreatif untuk UMKM

### *Digital Innovation: Implementation of Mini Photobox as a Creative Marketing Tool for UMKM*

Oktaviani Arcici Hadir<sup>1\*</sup>, Maharani Ikaningtyas<sup>2</sup>

<sup>1-2</sup>Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, Kota Surabaya, Indonesia

Email: [hadirarcici99@gmail.com](mailto:hadirarcici99@gmail.com)<sup>1</sup>, [maharani.i.adbis@upnjatim.ac.id](mailto:maharani.i.adbis@upnjatim.ac.id)<sup>2</sup>

Korespondensi penulis: [hadirarcici99@gmail.com](mailto:hadirarcici99@gmail.com) \*

#### Article History:

Received: Juni 12, 2024;

Revised: Juli 19, 2024;

Accepted: Agustus 09, 2024;

Published: Agustus 12, 2024;

**Keywords:** Digital Innovation, Marketing, Mini Photobox

**Abstract.** In the digital era, consumers increasingly rely on the internet to buy products or search for information. Therefore, MSME that do not utilize digital technology may miss the opportunity to expand their markets and increase their competitiveness. One of the main challenges faced by MSMEs is the quality of product photos. A mini photobox is a device or tool specifically designed to help MSME (Micro, Small and Medium Enterprises) take photos of their products with high quality results. By using a mini photobox, product photos become brighter, the details clearer, and the colors more accurate. Mini photoboxes help products stand out more in photos and make them easier to edit or crop for marketing purposes.

#### Absrak

Dalam era digital seperti sekarang, konsumen semakin bergantung pada internet untuk membeli produk atau mencari informasi. Oleh karena itu, UMKM yang tidak memanfaatkan teknologi digital dapat kehilangan kesempatan untuk memperluas pasar dan meningkatkan daya saing. Salah satu tantangan utama yang dihadapi UMKM adalah kualitas foto produknya. Mini photobox adalah sebuah perangkat atau alat yang dirancang khusus untuk membantu UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) dalam mengambil foto produk mereka dengan hasil yang berkualitas tinggi. Dengan menggunakan mini photobox, foto produk menjadi lebih terang, detail yang lebih jelas, dan warna yang lebih akurat. Mini photobox membantu membantu produk menjadi lebih menonjol dalam foto dan memudahkan untuk diedit atau dipotong untuk keperluan pemasaran.

**Kata Kunci:** Inovasi Digital, Pemasaran, Mini Photobox

## 1. PENDAHULUAN

Dalam era digital, konsumen semakin bergantung pada internet untuk membeli produk atau mencari informasi. UMKM yang tidak memanfaatkan teknologi digital bisa kehilangan kesempatan untuk memperluas pasar dan meningkatkan daya saing. Digital marketing adalah strategi untuk memasarkan produk melalui media digital, baik internet maupun jaringan lainnya yang terhubung. Menurut Chakti (2022:31) menyatakan bahwa pengertian pemasaran digital melalui sosial media merupakan sebuah platform internet yang memungkinkan pengguna untuk mempresentasikan diri, berinteraksi, berkolaborasi, berbagi informasi dengan pengguna lain dan membentuk ikatan sosial secara virtual. Pemasaran digital dinilai lebih

mudah, terjangkau, efektif dan efisien dengan umpan balik instan melalui proses interaktif. Namun, tantangan keterampilan SDM masih menjadi hambatan yang perlu diatasi. Salah satu tantangan utama yang dihadapi UMKM adalah kualitas foto produknya. Salah satu fungsi dari fotografi adalah meningkatkan penjualan, yang diimplementasikan oleh fotografi produk. Foto produk sendiri merupakan salah satu senjata utama bagi para brand UKM untuk berjualan di toko online, media sosial, atau marketplace. Umumnya suatu foto memiliki filosofi dan konsep tertentu yang dapat menjadi pembeda dengan brand lain (Rohmah & Setyowati, 2022). Fotografi dapat menimbulkan daya tarik yang dapat dengan cepat ditangkap oleh indera penglihatan, tanpa harus melelahkan pikiran, sehingga khalayak dapat langsung mengerti isi pesan yang hendak disampaikan. Selain itu, fotografi juga merupakan penjelasan secara global atas karakteristik dari produk yang akan dijual dan merupakan penghubung antara isi dan bentuk visual, karena fotografi mempunyai sifat menggambarkan sebenarnya dari suatu obyek (Merliyana,2021).

Berkaca dari permasalahan-permasalahan diatas, mahasiswa Kelompok 5 KKNT MBKM 2024 UPN “Veteran” Jawa Timur” membantu pemasaran dengan menggunakan Mini Photobox. Ini ditujukan untuk UMKM Peyek Nizam di Desa Klagen, Kecamatan Rejoso, Kabupaten Nganjuk, yang memproduksi peyek dengan 4 varian rasa: kacang, udang rebon, teri, dan kedelai. Sebelumnya, UMKM ini mengambil foto produk secara sederhana dengan pencahayaan dan teknik yang kurang memadai. Penerapan mini photobox diharapkan membuat foto produk lebih profesional, meningkatkan kepercayaan konsumen, dan memungkinkan calon konsumen melihat detail produk dengan jelas. Foto produk yang baik dapat meningkatkan daya tarik dan mempengaruhi keputusan pembelian, sehingga meningkatkan konversi kunjungan ke situs web atau toko online menjadi penjualan

Mini photobox adalah alat untuk membantu UMKM mengambil foto produk berkualitas tinggi. Biasanya berupa kotak kecil dengan bahan pemantul cahaya dan pencahayaan LED yang merata. Dengan mini photobox, foto produk menjadi lebih terang, detail, dan warnanya akurat, sehingga produk lebih menonjol dalam foto dan mudah diedit untuk pemasaran. UMKM dapat mengambil foto kapan pun tanpa tergantung cuaca atau pencahayaan alami. Dengan menggunakan mini photobox, foto produk menjadi lebih terang, detail yang lebih jelas, dan warna yang lebih akurat. Mini photobox membantu membuat produk menjadi lebih menonjol dalam foto dan memudahkan untuk diedit atau dipotong untuk keperluan pemasaran. Dengan menggunakan mini photobox, UMKM dapat menghasilkan foto produk yang lebih profesional. Hal ini penting dalam menarik perhatian calon pelanggan, meningkatkan citra merek, dan meningkatkan daya tarik produk di platform online atau media

sosial. Dengan demikian, mini photobox tidak hanya membantu meningkatkan kualitas visual produk UMKM secara langsung dengan menciptakan foto-foto yang lebih menarik dan profesional, tetapi juga membantu membangun citra merek yang konsisten dan kuat di pasar yang semakin kompetitif secara digital. Pelatihan ini juga bertujuan untuk meningkatkan kemampuan UMKM dalam dokumentasi dan pengeditan foto produk untuk pemasaran online. Dengan dokumentasi foto yang baik, produk UMKM akan memiliki nilai publikasi yang tinggi. Dengan adanya pelatihan mini photobox untuk foto produk ini, diharapkan dapat membuat produk terlihat lebih profesional dalam foto-foto yang diambil. Ini penting karena kesan pertama yang baik dapat meningkatkan kepercayaan konsumen. Hal ini juga membantu calon konsumen melihat produk secara detail, termasuk fitur-fitur kecil yang mungkin tidak terlihat dengan jelas dalam foto-foto kasual. Foto produk yang baik dapat meningkatkan daya tarik konsumen dan mempengaruhi keputusan pembelian. Mini photobox membantu memastikan bahwa produk difoto dengan cara yang menarik, sehingga meningkatkan kemungkinan konversi dari kunjungan ke situs web atau toko online menjadi penjualan yang sebenarnya. Untuk meningkatkan kemampuan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dalam dokumentasi foto produk, serta untuk meningkatkan kemampuan mereka dalam mengedit foto produk yang akan digunakan dalam Pemasaran Online, diharapkan UMKM dapat mempublikasikan produk foto dengan dokumentasi yang baik yang memiliki nilai publikasi tinggi.

## **2. METODE**

Penelitian pelatihan ini menggunakan metode partisipatif yang mana ditujukan untuk UMKM Peyek Nizam di Desa Klagen, Kecamatan Rejoso, Kabupaten Nganjuk. Adapun beberapa tahapan-tahapan dari metode yang digunakan dalam pelatihan Mini Photibox ini adalah ini yaitu

### **1. Perencanaan**

Dalam merencanakan program ini pertama-tama mahasiswa melakukan beberapa koordinasi dengan pelaku UMKM Peyek Nizam untuk memastikan program ini sesuai dengan kebutuhan pelaku UMKM, selanjutnya melakukan observasi dan memperkenalkan konsep dan pentingnya foto produk yang berkualitas dalam pemasaran digital dan menggali pemahaman peserta tentang kendala dan kebutuhan dalam fotografi produk.

## 2. Pelaksanaan

Pelaksanaan program ini adalah sebagai wujud kepedulian mahasiswa UPN Veteran Jawa Timur kepada pelaku UMKM di Desa Klagen. Kegiatan pengambilan foto pada produk UMKM Peyek Nizam ini dilakukan pada tanggal 20 Juni 2024, yang dilakukan mahasiswa UPN Veteran Jawa Timur bersama dengan pelaku UMKM. Kegiatan ini mencakup bimbingan instruksi cara menggunakan Mini Photobox, menjelaskan komponen-komponen mini photobox dan Menjelaskan bagaimana foto produk yang berkualitas dapat digunakan dalam kampanye pemasaran digital.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Di Desa Klagen, Kec. Rejoso, Kabupaten Nganjuk masih begitu banyak pelaku UMKM yang belum memahami penerapan teknologi digital baru atau yang ditingkatkan untuk menciptakan atau memperbaiki produk, layanan, proses, atau model bisnis. Tidak sedikit juga pelaku UMKM yang belum memahami tentang alat pemasaran kreatif untuk UMKM sebaiknya mengenali beberapa strategi dan teknologi yang dapat membantu meningkatkan visibilitas dan penjualan mereka secara signifikan. Seperti halnya di Desa Klagen masih begitu banyak pelaku UMKM yang tidak memanfaatkan pemasaran digital dengan baik. Mini photobox adalah perangkat fotografi berukuran kecil yang didesain khusus untuk memotret produk-produk berukuran kecil hingga sedang. Alat ini terdiri dari sebuah kotak atau ruang tertutup dengan latar belakang netral (biasanya putih) dan dilengkapi dengan pencahayaan internal. UMKM Peyek Nizam merupakan salah satu UMKM yang terletak di Desa Klagen, Kecamatan Rejoso, Kabupaten Nganjuk. UMKM ini bergerak dibidang makanan ringan dan sudah berdiri sejak tahun 2023. Pelaku usaha melakukan promosi hanya sebatas melalui status whatsapp dan dengan disertai foto peyek yang sederhana. Foto produk yang dihasilkan kurang menarik perhatian calon konsumen karena kualitasnya yang masih kurang bagus. Setelah ditelusuri lebih lanjut, ada beberapa faktor yang menyebabkan kualitas foto produk UMKM Peyek Nizam kurang bagus. Pada tanggal 20 Juni 2024 dilakukan kegiatan pengambilan foto pada produk UMKM Peyek Nizam oleh mahasiswa UPN Veteran Jawa Timur bersama dengan pelaku UMKM. berikut adalah beberapa langkah-langkah merangkai mini photobox pada kegiatan sebagai berikut:

1. Persiapkan Mini Photobox: disini kami menggunakan mini photobox yang terdiri dari kardus yang dapat dibuka dan ditutup dan kardus yang harus dilengkapi dengan isolasi untuk mengurangi cahaya yang masuk dan memantulkan cahaya yang diinginkan.



**Gambar 1.** Mempersiapkan Mini Photobox, 2024

2. Atur Lampu: atur lampu LED untuk memantulkan cahaya yang diinginkan. Pastikan cahaya yang dihasilkan tidak terlalu terang atau terlalu gelap, sehingga foto yang dihasilkan tidak terlalu berkilau atau terlalu gelap.



**Gambar 2.** Mengatur Lampu LED 2024

3. Atur Kamera dan Pose: Atur kamera Anda untuk memotret objek yang ingin difoto. Pastikan objek berada di dalam kardus dan berpose dengan cara yang diinginkan. Anda dapat menggunakan aplikasi seperti Snapseed untuk mengedit foto yang dihasilkan.



**Gambar 3.** Mengatur Kamera dan Pose 2024

Setelah kami bantu untuk memfoto produk peyek menggunakan mini photobox, terlihat sekali perbedaan kualitas dari foto yang dihasilkan. Dapat dilihat pada hasil foto dibawah setelah menggunakan mini photobox, pencahayaan dapat diatur dengan lebih baik, sehingga dapat menghasilkan foto produk yang lebih jelas dan detail. Mini photobox yang kami gunakan sudah dilengkapi lampu LED yang terang sehingga dapat meningkatkan pencahayaan. Kemudian setelah menggunakan mini photobox, dapat menciptakan latar belakang yang bersih dan konsisten. Mini photobox dilengkapi dengan latar belakang yang bersih dan netral (hitam dan putih) yang membantu produk terlihat lebih menonjol. Berikut merupakan hasil gambar produk peyek UMKM Peyek Nizam sebelum dan setelah menggunakan mini photobox.



**Gambar 5.** Hasil foto produk sebelum menggunakan Mini Photobox , 2024



**Gambar 6.** Hasil Foto Produk Setelah Menggunakan Mini Photobox, 2024

#### **4. KESIMPULAN DAN SARAN**

##### **Kesimpulan**

Konsumen semakin bergantung pada internet untuk membeli barang atau mendapatkan informasi di era digital seperti saat ini. Akibatnya, UMKM yang tidak memanfaatkan teknologi digital berisiko kehilangan kesempatan untuk memperluas pasar dan meningkatkan daya saing mereka. Pemasaran digital, juga dikenal sebagai pemasaran digital, adalah pendekatan atau upaya untuk memasarkan atau mempromosikan produk melalui berbagai jenis media digital,

tetapi tidak terbatas pada internet atau jaringan lainnya yang saling terhubung. Dengan umpan balik instan melalui proses interaktif, pemasaran digital dinilai lebih mudah, terjangkau, efektif, dan efisien. Namun demikian, masalah keterampilan SDM tetap menjadi hambatan yang harus diatasi.

### **Saran**

UMKM harus memanfaatkan teknologi digital untuk tetap kompetitif dan mengembangkan pasar mereka. Pemasaran digital menawarkan berbagai keuntungan seperti kemudahan, keterjangkauan, efektivitas, dan efisiensi melalui umpan balik instan dan interaktivitas. Namun, untuk mengoptimalkan manfaat ini, UMKM perlu mengatasi hambatan keterampilan SDM dengan pelatihan dan pengembangan kapasitas yang tepat. Adopsi teknologi digital yang didukung oleh tenaga kerja yang terampil akan memungkinkan UMKM untuk mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan dan meningkatkan daya saing mereka di era digital ini.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Chakti, A. G. R., & Saleh, N. (2022). Analisis pengaruh citra merek dan promosi terhadap keputusan pembelian melalui word of mouth pada usaha percetakan di Kabupaten Polewali Mandar. *Jurnal E-Bussiness Institut Teknologi Dan Bisnis Muhammadiyah Polewali Mandar*, 2(2), 34–47. <https://journal.itbmpolman.ac.id/index.php/e-bussiness/article/view/38/41>
- Fadhilah, S. A. Z., & Tondang, I. S. (2023). Penerapan studio photo box untuk meningkatkan kualitas foto produk dalam pemasaran digital UMKM Kelurahan Semolowaru. *Jurnal Pelayanan dan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 2(3), 67–76.
- Herlina, E., Sulaiman, E., Pratiwi, V. A., Permana, I. S., Pertiwi, W., & Saputra, A. (2022). Pelatihan mini studio photo box untuk meningkatkan kualitas foto produk dan daya jual produk UMKM. *SoCircle: Journal of Social Community Services*, 1(1), 20–25.
- Merliyana, M., Saefurahman, A., Burdah, A., Hendrawati, H., Chandra, R., Sulistyowati, S., & Syamsuar, G. (2021). Pelatihan fotografi produk untuk menambah keterampilan berpromosi. *PROGRESIF: Jurnal Pengabdian Komunitas Pendidikan*, 1(2), 96–103.



**Strategi Peningkatan Kesadaran Pertanian Berkelanjutan di Desa Japanan  
Melalui Pendampingan Pembuatan Pupuk Organik**

*Strategies to Increase Awareness of Sustainable Agriculture in Japanan  
Village through Organic Fertiliser Making Assistance*

**Nurul Aini P<sup>1</sup>, Efrilia Lukita S<sup>2</sup>, Dwi Selvi A<sup>3</sup>, Umi Nur F<sup>4</sup>,  
Fatma Mirrohmatil M<sup>5</sup>, Ramadhani Mahendra K<sup>6\*</sup>**

<sup>1,2,3,4,5,6</sup> Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, Indonesia

Jl. Rungkut Madya No. 1, Gunung Anyar, Surabaya, Jawa Timur 60294

Korespondensi Penulis : [ramadhani\\_mahendra.agro@upnjatim.ac.id](mailto:ramadhani_mahendra.agro@upnjatim.ac.id)

**Article History:**

Received: Juni 12, 2024;

Revised: Juli 19, 2024;

Accepted: Agustus 09, 2024;

Published: Agustus 12, 2024;

**Keywords:** *Animal Manure, Farmers Community, Fermentation, Socialisation, Soil Fertility,*

**Abstract:** *Field Study and Community Service is a community service program which is a form of implementation of the Tri Dharma of Higher Education. One area that is often focused on in KKN is agriculture. Agriculture in Indonesia still faces various problems, one of which is farmers' dependence on the use of chemicals as fertilizers and pesticides. The use of chemicals in agriculture can have long-term negative impacts such as damage to soil structure. One approach that can be applied is the use of animal waste as a natural ingredient in making organic fertilizer. Through Field Study and Community Service program, outreach and training is provided to the community regarding techniques for using animal waste as organic fertilizer. This activity was carried out using methods starting from surveys, outreach, and practice of processing goat manure waste into organic fertilizer. Socialization accompanied by direct practice can provide farmers with more knowledge to understand and apply techniques for making organic fertilizer more effectively. In addition, the use of organic fertilizer can reduce farmers' dependence on chemical fertilizers, increase soil fertility, and optimize agricultural yields.*

**Abstrak**

Kuliah Kerja Nyata (KKN) merupakan salah satu bentuk pengabdian kepada masyarakat sebagai wujud implementasi dari Tri Dharma Perguruan Tinggi. Salah satu bidang yang sering menjadi fokus dalam KKN adalah bidang pertanian. Sektor pertanian di Indonesia masih menghadapi sejumlah tantangan, salah satunya adalah ketergantungan petani terhadap penggunaan bahan kimia sebagai pupuk dan pestisida. Pemakaian bahan kimia dalam pertanian dapat menimbulkan efek negatif jangka panjang seperti rusaknya struktur tanah. Salah satu solusi yang dapat diterapkan adalah pemanfaatan kotoran hewan sebagai bahan alami dalam pembuatan pupuk organik. Melalui program Kuliah Kerja Nyata (KKN) diadakan sosialisasi dan pelatihan kepada masyarakat terkait teknik pemanfaatan kotoran hewan menjadi pupuk organik. Kegiatan ini dilaksanakan dengan metode yang dimulai dari survei, sosialisasi, dan pelatihan pengolahan sisa kotoran kambing menjadi pupuk organik. Sosialisasi yang disertai dengan pelatihan langsung dapat memberikan wawasan lebih luas bagi petani untuk memahami dan mengaplikasikan teknik pembuatan pupuk organik dengan lebih efektif. Selain itu, pemanfaatan pupuk organik dapat mengurangi ketergantungan petani dalam penggunaan pupuk kimia, meningkatkan kesuburan tanah, dan mengoptimalkan hasil pertanian.

**Kata Kunci:** Fermentasi, Kelompok Tani, Kesuburan Tanah, Kotoran Hewan, Sosialisasi

## 1. PENDAHULUAN

Kuliah Kerja Nyata (KKN) adalah program pengabdian masyarakat yang menjadi wujud implementasi dari Tri Dharma Perguruan Tinggi. Salah satu bidang yang sering menjadi fokus dalam KKN adalah bidang pertanian. Sektor ini dipilih karena Indonesia merupakan negara dengan sektor agraris yang memiliki lahan pertanian yang sangat luas, sektor ini

memainkan peran yang sangat signifikan dalam menjamin ketersediaan pangan negara. Namun kenyataannya, sektor pertanian di Indonesia masih dihadapkan pada beragam masalah, salah satunya yaitu ketergantungan petani terhadap penggunaan bahan kimia sebagai pupuk dan pestisida (Hasibuan et al. 2022). Kondisi ini dialami oleh para petani di Desa Japanan, Kecamatan Mojowarno Kabupaten Jombang. Mayoritas petani di Desa Japanan memiliki ketergantungan berlebih terhadap penggunaan bahan-bahan kimia atau anorganik.

Penggunaan bahan kimia dalam pertanian dapat memberikan dampak positif berupa peningkatan hasil panen dalam jangka pendek (Tripathi et al. 2020). Namun, ketergantungan yang berlebihan terhadap bahan kimia juga dapat menimbulkan dampak negatif jangka panjang, seperti rusaknya struktur tanah, pencemaran lingkungan, dan resiko kesehatan bagi manusia (Tang et al. 2021). Penggunaan bahan kimia yang berlebihan tidak akan meningkatkan produktivitas tanah (Maula 2023). Sebaliknya, hal tersebut bisa mengganggu keseimbangan nutrisi dalam tanah dan menyebabkan tanah menjadi padat. Selain itu, sisa-sisa zat dari pupuk nitrogen bisa menumpuk di tanah, yang akhirnya menurunkan kualitas hasil pertanian. Penggunaan pupuk kimia secara berlebihan juga bisa merusak keseluruhan ekosistem biologi tanah. Oleh karena itu, dibutuhkan alternatif pupuk yang lebih *eco-friendly* dan berkelanjutan.

Salah satu solusi yang dapat diterapkan adalah pemanfaatan kotoran hewan sebagai bahan alami dalam pembuatan pupuk organik (PO). PO atau kompos adalah pupuk yang dihasilkan dari penguraian sisa-sisa tumbuhan dan kotoran hewan melalui proses dekomposisi atau pelapukan (Ratriyanto et al. 2019). Pupuk organik adalah salah satu pilihan untuk mengurangi pemakaian pupuk kimia (Ndau et al. 2023). Mikroorganisme yang berperan dalam proses dekomposisi akan membantu memperbaiki struktur tanah, sehingga tanah menjadi lebih gembur dan memiliki kemampuan drainase yang lebih baik. PO terbagi menjadi dua jenis, yaitu Pupuk Organik Padat (POP) dan Pupuk Organik Cair (POC) (Aditya 2022). POP memiliki bentuk padat dan digunakan langsung pada tanah, sedangkan POC adalah pupuk organik cair yang dihasilkan dari dekomposisi limbah organik, seperti kotoran hewan dan manusia (Arianti et al. 2022).

Penggunaan pupuk organik atau kompos memiliki banyak manfaat yang signifikan, baik bagi tanah maupun lingkungan (Muslimin et al. 2024). Pupuk organik tidak meninggalkan residu berbahaya di dalam tanah, sehingga kualitas hasil pertanian tidak terpengaruh oleh akumulasi zat-zat kimia yang dapat merugikan. Hingga saat ini, kompos telah banyak digunakan dan terbukti efektif dalam mengelola limbah peternakan serta limbah pertanian, sekaligus berfungsi sebagai pupuk alami (Jesvica et al. 2024). Kompos memiliki peran krusial dalam memperbaiki struktur tanah, meningkatkan sirkulasi udara, serta memperbaiki

kemampuan tanah dalam menahan air, yang pada akhirnya menjadikan tanah lebih subur dan produktif (Kelbesa 2021). Selain itu, kompos juga menyediakan nutrisi-nutrisi penting seperti nitrogen, fosfor, dan kalium yang sangat dibutuhkan oleh tanaman untuk mendukung pertumbuhan dan perkembangannya secara optimal (Agustine et al. 2023).

Tanaman yang dibudidayakan menggunakan pupuk organik cenderung lebih sehat dan lebih tahan terhadap hama serta penyakit. Ini karena pupuk organiks meningkatkan aktivitas biologis tanah, yang menciptakan lingkungan yang lebih seimbang dan mendukung pertumbuhan tanaman. Implementasi penggunaan pupuk organik juga mendukung praktik pertanian berkelanjutan yang *eco-friendly*. Pengelolaan pertanian yang ramah lingkungan dapat fokus pada upaya meningkatkan keberlanjutan lingkungan hidup (Ayu, Setiyowati, dan Ramadani 2023). Dengan mengurangi ketergantungan pada pupuk kimia, petani dapat mengurangi dampak negatif terhadap ekosistem sekitar. Pupuk organik juga dapat diproduksi secara lokal dengan memanfaatkan limbah ternak, sehingga mengurangi biaya produksi dan memberikan nilai tambah bagi petani (Aditya 2023).

Namun, pengetahuan dan keterampilan masyarakat dalam memanfaatkan kotoran hewan sebagai pupuk organik di Desa Japanan masih terbatas. Kondisi ini menjadi tantangan tersendiri mengingat potensi besar yang dimiliki desa tersebut dalam bidang pertanian. Melalui program Kuliah Kerja Nyata (KKN) ini, kami mencoba untuk berperan aktif dalam memberikan sosialisasi dan pelatihan kepada masyarakat terkait teknik pemanfaatan kotoran hewan sebagai pupuk organik. Program ini mencakup berbagai kegiatan, mulai dari pengenalan manfaat pupuk organik, cara pengumpulan dan pengolahan kotoran hewan, hingga teknik pembuatan dan pengaplikasian pupuk organik pada lahan pertanian. Melalui sesi-sesi pelatihan yang interaktif dan berbasis praktik, masyarakat diajak untuk memahami secara mendalam proses pembuatan dan penggunaan pupuk organik. Dengan adanya pengetahuan ini, diharapkan masyarakat Desa Japanan dapat mengaplikasikan teknik-teknik tersebut dalam aktivitas pertanian sehari-hari.

Adanya program KKN ini diharapkan tidak hanya membawa manfaat jangka pendek dalam bentuk peningkatan produktivitas pertanian, tetapi juga manfaat jangka panjang berupa perubahan pola pikir dan praktik pertanian yang lebih berkelanjutan di Desa Japanan. Kami berharap program ini bisa menjadi contoh yang dapat diterapkan di desa-desa lain, sehingga semakin banyak orang yang bisa menikmati manfaat dari praktik pertanian organik.

## **2. METODE**

Kegiatan dilakukan di Desa Japanan, Kecamatan Mojowarno, Kabupaten Jombang, Jawa Timur yang dihadiri oleh dosen, mahasiswa KKN, serta kelompok petani Desa Japanan. Pengabdian masyarakat diselenggarakan oleh mahasiswa KKN dengan serangkaian kegiatan edukasi serta praktik terkait pembuatan pupuk organik yang berbahan dari kotoran kambing dan urine kambing. Metode pelaksanaan kegiatan terdiri dari beberapa proses sebagai berikut:

### **1. Survei**

Metode survei ialah suatu penelitian yang dilakukan dengan memperoleh data dari peristiwa yang terjadi secara langsung dengan mencari pernyataan secara fakta dari suatu entitas dengan cara menyusun daftar pertanyaan (Sujarweni 2020). Pendekatan yang dilakukan melibatkan kerja sama secara aktif dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan yang telah dirancang untuk memberikan informasi secara relevan. Proses wawancara merupakan langkah awal dalam mengelompokkan permasalahan secara menyeluruh yang perlu ditangani dalam suatu kegiatan.

### **2. Sosialisasi Pembuatan Pupuk Organik**

Sosialisasi bertujuan guna dapat menyampaikan informasi dalam hal pengetahuan dan pengalaman. Dalam kegiatan sosialisasi yang bertujuan guna meningkatkan keterampilan serta pengetahuan masyarakat merupakan salah satu pendekatan efektif mengenai praktik pembuatan pupuk organik dengan media kotoran kambing dan urine kambing. Kegiatan sosialisasi memberikan pemahaman dan kesempatan bagi para kelompok tani Desa Japanan terkait pembuatan pupuk organik. Melalui sosialisasi ini, diharapkan petani dapat memahami secara bijak terkait pentingnya pemanfaatan pupuk organik untuk mendukung pertanian yang berkelanjutan serta dapat diterapkan dalam kegiatan sehari-hari, sehingga bermanfaat dalam memberikan kontribusi pada meningkatnya kesejahteraan lingkungan dan produktivitas pertanian.

### **3. Praktek Pembuatan Pupuk Organik**

Praktek merupakan prosedur terstruktur yang dibuat guna meningkatkan pengetahuan dan keterampilan seseorang agar tercapainya tujuan tertentu. Tahap ini, para petani diberi kesempatan secara langsung untuk terjun dan ikut serta dalam proses pembuatan pupuk organik yang berbahan utama kotoran kambing dan urine kambing. Selama kegiatan pelatihan berlangsung, kelompok tani dibimbing dan didampingi secara intensif untuk memastikan pemahaman yang baik dan kesuksesan dalam menghasilkan pupuk organik yang berkualitas. Adapun tujuan dalam kegiatan ini guna meningkatkan pengetahuan serta pembelajaran yang bermanfaat bagi para kelompok tani dan masyarakat desa terkait cara memanfaatkan atau

mengolah limbah kotoran hewan ternak yang ada dilingkungan sekitar, salah satunya dengan menggunakan kotoran kambing sebagai bahan utama dalam praktik pembuatan pupuk organik.

### **3. HASIL**

Terdapat beberapa tahapan penting dalam proses pembuatan kotoran hewan (kohe) kambing menjadi pupuk organik yang siap digunakan sebagai pupuk pertanian. Pembuatan pupuk yang berasal dari kohe kambing tersebut terbagi menjadi 3 tahapan yaitu survei, sosialisasi program, dan praktek pembuatan pupuk organik. Tahap pertama dimulai dengan melakukan survei. Kegiatan survei dalam melakukan sosialisasi dan pelatihan pembuatan pupuk organik dimulai dengan proses identifikasi daerah sasaran yakni Desa Japanan, kemudian selanjutnya dilakukan observasi langsung dan wawancara bersama Kelompok Tani (poktan). Jadwal pelaksanaan program pelatihan pembuatan pupuk organik dari kohe kambing dilaksanakan dan disusun bersama poktan sesuai dengan rencana pelaksanaan program yang akan dilaksanakan.

Kemudian, tahap kedua adalah mensosialisasikan program tersebut kepada kelompok petani Desa Japanan. Kegiatan sosialisasi ini mengundang dosen Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur sebagai pemateri dalam program ini. Sosialisasi ini dilakukan untuk memberikan gambaran menyeluruh mengenai program pembuatan pupuk organik dari kotoran kambing. Kelompok tani sangat antusias dengan program ini.

Tahap akhir adalah pelatihan tentang pembuatan pupuk organik dengan memanfaatkan kotoran kambing, yang diadakan di rumah salah satu anggota kelompok tani Desa Japanan. Pupuk organik biasanya dibuat dengan bahan tambahan lain berupa EM4, dolomit, molase, abu sekam padi dan air. Kegiatan ini juga memberikan pengetahuan lebih kepada para petani, karena hingga saat ini petani di Desa Japanan masih menggunakan pupuk kimia dalam mengelola pertaniannya.

#### **Survei**

Pelaksanaan survei dilakukan sebanyak enam kali sebelum kegiatan dilakukan, tiga kali survei dilakukan dengan Bapak Makmud selaku ketua Kelompok Tani (poktan) dan tiga lainnya survei dilakukan dengan Bapak Hadi selaku wakil poktan. Survei dilakukan dengan wawancara oleh mahasiswa KKN kepada poktan. Pertanyaan-pertanyaan wawancara terkait Sumber Daya Manusia (SDM) yang tergabung dalam poktan, penggunaan pupuk pertanian yang dilakukan selama ini, serta persyaratan administrasi yang diperlukan jika melaksanakan kegiatan pembuatan pupuk organik dari kotoran kambing.



**Gambar 1. Survei Wakil Ketua Poktan**

### **Sosialisasi Program Pupuk Organik dari Kotoran Kambing**

Sosialisasi dilakukan oleh dosen Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, di rumah wakil ketua Poktan. Materi diberikan oleh narasumber dengan materi yang diberikan yaitu pembuatan pupuk organik dari kotoran kambing yang disampaikan langsung oleh Fitri Wijayanti, SP., MP., Chosa Zahro Fatiha, S.P., M.Si, Dr. Wiwin Windriyanti, MP dan Safira Rizka Lestari, SP.,MP. Sosialisasi ditujukan kepada poktan Desa Japanan dengan peserta berjumlah 15 orang. Materi yang disampaikan antara lain definisi dan gambaran jenis pupuk organik. Setelah pemateri memaparkan materi, dilakukan sesi tanya jawab secara interaktif. Kelompok tani sangat aktif berdiskusi bersama para pemateri. Pada ini, kelompok tani sangat antusias dalam bertanya mengenai materi yang disampaikan oleh pemateri terkait pembuatan pupuk organik dari kotorankotoran hewan khususnya kambing.



**Gambar 2. Penyampaian Materi Oleh Dosen**

### **Praktek Pembuatan Pupuk Organik dari Kotoran Kambing**

Pembuatan kompos diawali dengan pengumpulan kotoran hewan (kohe) kambing sebanyak 1 kwintal, lalu dilanjutkan dengan proses pengolahan menjadi pupuk kompos. Berikut akan dijelaskan langkah-langkah pembuatan pupuk organik dari kohe kambing:

- a. Menyiapkan peralatan dan material yang diperlukan untuk proses pembuatan pupuk organik, yakni 1 kwintal kohe kambing, dolomit 20 kg, abu sekam 20 kg, EM4 400ml,

- molase dan air secukupnya.
- b. Jemur kohe kambing sampai kering.
  - c. Hancurkan kohe kambing yang sudah kering menjadi lebih halus.
  - d. Menyiapkan terpal sebagai alas kohe kambing untuk dicampurkan dengan bahan lainnya.
  - e. Campurkan EM4 400ml, molase 600ml, dan air secukupnya.
  - f. Kemudian taburkan kohe kambing kering ke alas yang sudah disiapkan sebelumnya.
  - g. Setelah itu, campurkan dolomit dan abu sekam dengan kohe kambing.
  - h. Siram larutan EM4, molase, dan air ke campuran kohe kambing, abu sekam, dan dolomit hingga tercampur rata. Proses pencampuran dilakukan dengan menggunakan alat cangkul, sesekali dibantu dengan kaki hingga membentuk timbunan/gunungan.
  - i. Setelah tercampur rata, tutup timbunan dengan rapat dan beri pinggiran dengan batu agar tidak terbuka.
  - j. Kemudian diamkan selama 1 bulan dan lakukan pengecekan secara berkala dalam kurun waktu 2 minggu sekali.
  - k. Setelah 1 bulan terpal dibuka dan timbunan diaduk untuk memberikan udara (pengomposan berhasil apabila saat pembongkaran gundukan dirasakan panas).
  - l. Setelah 1 bulan kompos sudah bisa dibongkar dan diangin-anginkan untuk menghilangkan amoniak dan dapat dipakai.

#### **4. DISKUSI**

Kegiatan Pengabdian Masyarakat ini dilaksanakan sebagai bentuk penerapan tridharma perguruan tinggi. Program pengabdian masyarakat berupa sosialisasi pembuatan pupuk organik kepada kelompok tani di Desa Japanan dilaksanakan dalam upaya meningkatkan keberlanjutan pertanian dan kesejahteraan petani. Kegiatan ini dilaksanakan bersama kelompok tani Desa Japanan, beberapa dosen Fakultas Pertanian dan mahasiswa KKN Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur. Tujuan dari kegiatan ini untuk meningkatkan wawasan dan keahlian para petani dalam memanfaatkan sisa kotoran dari hewan ternak kambing menjadi pupuk organik yang ramah lingkungan, ekonomis, dan bernilai guna tinggi.

Dalam sosialisasi tersebut, tim dosen memberikan penjelasan mengenai manfaat pupuk organik, bahan-bahan yang diperlukan, serta langkah-langkah pembuatan yang mudah diikuti. Selanjutnya, dalam sesi praktik, petani diajak langsung untuk mempraktekkan langkah-langkah pembuatan pupuk organik, mulai dari pengumpulan bahan, dan proses fermentasi. Hasil dari sosialisasi ini menunjukkan adanya peningkatan pemahaman dan kesadaran petani

tentang pentingnya pupuk organik, yang diharapkan dapat mengurangi ketergantungan pada pupuk kimia dan meningkatkan produktivitas pertanian. Program ini tidak hanya membawa manfaat bagi lingkungan, tetapi juga memperkuat hubungan antara mahasiswa dan masyarakat, serta mengukuhkan peran mahasiswa dalam kontribusi nyata terhadap pembangunan masyarakat desa.



**Gambar 3. Pelatihan Pembuatan Pupuk Organik Dari Limbah Kotoran Kambing**



**Gambar 4. Foto bersama Dosen, Mahasiswa, dan Kelompok Tani Desa Japanan**

## **5. KESIMPULAN**

Kegiatan sosialisasi dan pelatihan pembuatan pupuk organik dari kotoran kambing kepada kelompok tani di Desa Japanan, menunjukkan adanya peningkatan pemahaman dan kemampuan petani dalam mengolah limbah kotoran kambing menjadi pupuk organik menjadi yang bernilai guna tinggi. Sosialisasi yang disertai dengan praktik langsung memungkinkan petani untuk memahami dan mengaplikasikan teknik pembuatan pupuk organik dengan lebih efektif. elain itu, pemakaian pupuk organik bisa menurunkan tingkat ketergantungan petani terhadap pupuk kimia, meningkatkan kesuburan tanah, dan mengoptimalkan hasil pertanian. Kegiatan ini juga memperkuat kolaborasi antara mahasiswa dan masyarakat, serta menunjukkan pentingnya peran pendidikan tinggi akan pemberdayaan dan pembangunan

masyarakat Desa. Dengan demikian, program ini tidak hanya memberikan manfaat jangka pendek berupa pengetahuan baru bagi petani, tetapi juga memberikan dampak jangka panjang bagi keberlanjutan pertanian dan kesejahteraan masyarakat Desa Japanan.

## 6. PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Kami mengapresiasi partisipasi dan kerjasama dari kelompok tani Desa Japanan yang dengan penuh antusias telah ikut serta secara aktif dalam setiap tahap kegiatan ini. Terima kasih kepada pemerintah Desa Japanan dan Kecamatan Mojowarno yang telah memfasilitasi dan mendukung pelaksanaan program ini.

## 7. DAFTAR REFERENSI

- Aditya, H. F., Rahmadhini, N., Kusuma, R. M., Wijayanti, F., & Lestari, S. R. (2022). Pemanfaatan limbah rumah tangga untuk pembuatan pupuk organik cair di Desa Panjunan Sukodono Sidoarjo. *Batara Wisnu Journal: Indonesian Journal of Community Services*, 2(3), 572–579.
- Aditya, H. F., Wijayanti, F., Kusuma, R. M., Lestari, S. R., Tarigan, P. L., Destianisma, W. F., & Supriadi, Y. N. (2023). Penerapan sistem pertanian organik pada komoditas dalam menghadapi lahan kritis di kelompok tani Sumber Makmur Abadi Pasuruan Jawa Timur. *Batara Wisnu: Indonesian Journal of Community Services*, 3(2), 287–295.
- Agustine, L., Indrawati, U. S. Y. V., Hazriani, R., & Manurung, R. (2023). Pembuatan pupuk kompos kotoran sapi pada petani di Desa Pal IX, Kabupaten Kubu Raya. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 4(3), 2118–2122.
- Arianti, N., Maulina, F., & Mahasiswa Budidaya Tanaman Pangan, Politeknik Pertanian Negeri Payakumbuh, Kab Limapuluh Kota, Sumatera Barat. (2022). Penggunaan pupuk organik cair (POC) urin kambing untuk meningkatkan hasil dan pendapatan usaha tani jagung (*Zea mays* L.). *Application of Liquid Organic Fertilizer from Goat Urine to Increase Production and Income of Corn Farming (Zea mays L.)*, 2.
- Ayu, P., Setiyowati, I., & Ramadani, A. H. (2023). Pengolahan limbah kotoran kambing dan penambahan agen hayati menjadi pupuk kompos di Desa Solokuro, Kabupaten Lamongan.
- Hasibuan, A. M., Gregg, D., & Stringer, R. (2022). Risk preferences, intra-household dynamics, and spatial effects on chemical inputs use: Case of small-scale citrus farmers in Indonesia. *Land Use Policy*, 122, 106323. <https://doi.org/10.1016/j.landusepol.2022.106323>
- Jesvica, A. D., Migusnawati, & Komala, R. (2024). Efektivitas pengomposan pupuk organik dari kotoran kambing dan jerami padi menggunakan bioaktivator Orgadec. *Jurnal Agroplasma*, 11(1), 28–34.
- Kelbesa, W. A. (2021). Effect of compost in improving soil properties and its consequent effect

- on crop production—A review. *Journal of Natural Sciences Research*, 12(10), 2021. <https://doi.org/10.7176/JNSR>
- Maula, I. M. (2023). Pengelolaan limbah pertanian: Pemanfaatan kotoran kambing sebagai pupuk organik. *Action Research Literate*, 1(1), 1–7.
- Muslimin, I. N., Hasbudiana, A., Wirananda, M. R., Jufri, A., Azizah, A., Sagita, L., Tul Hilmi, L., Halil, M., Nurhaliza, N., Ardianto, A., & Mitakasia, D. S. (2024). Upaya peningkatan hasil panen padi dan tembakau masyarakat Desa Gapura melalui pemanfaatan kotoran kambing sebagai bahan baku pembuatan pupuk kompos. *Jurnal Wicara Desa*, 2(2), 40–50. <https://doi.org/10.29303/wicara.v2i2.4110>
- Ndau, W. A., Hudin, R., Sudirman, P. E., & Ngoni, M. S. (2023). Pemanfaatan limbah daun dan kotoran hewan sebagai bahan dasar pembuatan pupuk organik. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 7(4), 3268. <https://doi.org/10.31764/jmm.v7i4.15785>
- Ratriyanto, A., Widyawati, S. D., Suprayogi, W. P. S., Prastowo, S., & Widyas, N. (2019). Pembuatan pupuk organik dari kotoran ternak untuk meningkatkan produksi pertanian. 8(1), 9–13.
- Sujarweni, W. (2020). *Metodologi penelitian bisnis ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru.
- Tang, F. H., Lenzen, M., McBratney, A., & Maggi, F. (2021). Risk of pesticide pollution at the global scale. *Nature Geoscience*, 14(4), 206–210. <https://doi.org/10.1038/s41561-021-00777-6>
- Tripathi, S., Srivastava, P., Devi, R. S., & Bhadouria, R. (2020). Influence of synthetic fertilizers and pesticides on soil health and soil microbiology. In *Agrochemicals detection, treatment and remediation* (pp. 25–54). Butterworth-Heinemann.

## Sosialisasi Peran Orang Tua dalam Melindungi dan Memenuhi Hak-Hak Anak

*(Socialization of the Role of Parents in Protecting and Fulfilling Children's Rights)*

Wa salmi <sup>1\*</sup>, Nur Hidayatin <sup>2</sup>, Sugiono Sugiono <sup>3</sup>, Umar Polimba <sup>4</sup>, Desi Arunia Wati <sup>5</sup>,  
Alimudin Alimudin <sup>6</sup>

<sup>1-6</sup> STAI YPIQ Baubau, Indonesia

Email : [amanahsalmi@gmail.com](mailto:amanahsalmi@gmail.com)<sup>1</sup>, [nurhidayatin1988@gmail.com](mailto:nurhidayatin1988@gmail.com)<sup>2</sup>, [pt.nurhikmahabadi@yahoo.com](mailto:pt.nurhikmahabadi@yahoo.com)<sup>3</sup>,  
[Polimbau@gmail.com](mailto:Polimbau@gmail.com)<sup>4</sup>, [desiaruniawati31@gmail.com](mailto:desiaruniawati31@gmail.com)<sup>5</sup>, [alimudinu524@gmail.com](mailto:alimudinu524@gmail.com)<sup>6</sup>

Korespondensi penulis: [amanahsalmi@gmail.com](mailto:amanahsalmi@gmail.com)\*

### Article History:

Received: June 24, 2024;

Revised: July 15, 2024;

Accepted: August 10, 2024;

Online Available: August 12, 2024

### Keywords:

Socialization, Parents, Children's Rights.

**Abstract:** Parents in an effort to create or shape good child behavior, of course, will be a responsibility and challenge in itself. Given that lately, there have been many cases of violence against children by their own parents, under the pretext of educating, there are also cases of parents who neglect their children for various reasons, this is certainly a serious concern. The purpose of this activity is to provide education to the community, especially parents, about their role in protecting and fulfilling children's rights. The method used is to provide counseling and simulations to parents. Related The results of this activity are able to provide a conceptual picture related to the protection and fulfillment of children's rights.

### Abstrak

Orang tua dalam upaya menciptakan atau membentuk perilaku anak yang baik, tentu akan menjadi tanggung jawab dan tantangan tersendiri. Mengingat belakangan ini, banyak kasus kekerasan terhadap anak oleh orang tua sendiri, dengan dalih mendidik, ada pula kasus orang tua yang menelantarkan anaknya dengan berbagai alasan, hal ini tentu menjadi kekhawatiran serius. Tujuan dari kegiatan ini adalah guna memberikan edukasi kepada masyarakat, terkhususnya orang tua bagaimana peran mereka dalam melindungi dan memenuhi hak-hak anak. Metode yang dilakukan dengan memberika penyuluhan dan simulasi kepada para orang tua. Terkait Hasil dari kegiatan ini adalah dapat memberikan gambaran konseptual terkait perlindungan dan pemenuhan hak-hak anak.

**Kata Kunci:** Sosialisasi, Orang Tua, Hak-Hak Anak.

## 1. LATAR BELAKANG

Anak merupakan generasi penerus bangsa yang mempunyai tugas dalam pembangunan sosial, sehingga perlu adanya pembinaan dengan penuh kasih sayang, agar anak mampu menerima tanggung jawab yang diberikan dimasa yang akan datang. Salah satu masalah yang banyak terjadi di tanah air adalah kekerasan dan penelantaran anak, yakni orang tua yang tidak melindungi dan memenuhi hak-hak anak. Anak-anak banyak yang menanggung resiko akibat kelalaian maupun ketidakmampuan orang tua khususnya dalam melindungi anak. Sering terjadi, dimana hak-hak anak diabaikan dan tidak dipenuhi seperti akses pendidikan, perlindungan atas kekerasan seksual dan psikis.

\*Aulia Ar Rakhman Awaludin, [aulia\\_awaludin@yahoo.co.id](mailto:aulia_awaludin@yahoo.co.id)

Rumah merupakan tempat pendidikan pertama bagi seorang anak, sehingga orang tua dituntut menjadikan rumah tempat yang ramah, tenang, dan nyaman bagi anak. Tidak jarang kasus kekerasan terjadi didalam rumah, yang dimana pelakunya adalah orang tua anak itu sendiri.

Peraturan dan kebijakan tentang perlindungan anak cenderung lebih fokus pada rehabilitasi ketika anak masuk ke dalam permasalahan hukum dan sering mengabaikan aspek-aspek pencegahan. Wewenang pemerintah daerah, pemerintah pusat telah menyerahkan urusan perlindungan anak yang terdapat dalam UU Nomor 32 Tahun 2004. Peraturan Menteri Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak Nomor 11 Tahun 2004. Peraturan Menteri Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak Nomor 11 Tahun 2011 tentang kebijakan pengembangan Kota Layak Anak (KLA) yang merupakan transformasi hak-hak perlindungan anak kedalam proses pembangunan seperti kebijakan, institusi, dan program layak anak disetiap daerah Kabupaten/Kota.

Dalam upaya menciptakan lingkungan atau suasana rumah bagus, orang tua dapat memberikan atau menciptakan rasa aman dan nyaman, menyenangkan, tidak ada kekerasan, akan membuat anak nyaman dan tenang dirumah.

## **2. KAJIAN TEORITIS**

Dalam kajian teori dijelaskan bagaimana mendapatkan informasi lengkap serta untuk menentukan tindakan yang diambil sebagai langkah penting dalam kegiatan ilmiah. Penelitian ini merupakan penelitian keluarga, yakni tentang sosialisasi peran orang tua dalam melindungi dan memenuhi hak-hak anak.

Sosialisasi menurut KBBI berarti upaya memasyarakatkan sesuatu sehingga menjadi dikenal, dipahami, dihayati oleh masyarakat atau pemasyarakatan. Sosialisasi dapat diartikan sebagai setiap aktivitas yang ditujukan untuk memberitahukan, membujuk atau mempengaruhi masyarakat untuk tetap menggunakan produk dan jasa yang dihasilkan itu.

Orang tua adalah pengasuh keturunan dalam spesies mereka sendiri. Pada manusia, orang tua adalah pengasuh dari seorang anak. Orang tua adalah komponen keluarga yang terdiri dari ayah dan ibu, merupakan hasil dari ikatan pernikahan yang sah sehingga dapat membentuk sebuah keluarga. Orang tua memiliki tugas dan tanggung jawab untuk mendidik, mengasuh, dan membimbing anak-anaknya dalam menghantarkan mereka agar siap dalam kehidupan bermasyarakat.

Menurut Yasin Mustofa, orang tua merupakan pihak yang paling berhak terhadap keadaan sang anak yang paling bertanggung jawab terhadap kehidupan anak dan yang paling

bertanggung jawab terhadap kehidupan anak disegenap aspeknya. Orang tua atau ibu dan ayah memegang peranan yang penting dan amat berpengaruh atas pendidikan anak-anaknya. Orang tua juga memegang peranan penting dalam melindungi dan memenuhi hak-hak anak. Oleh karena itu, orang tua memiliki tanggung jawab yang besar.

### **3. METODE PENELITIAN**

Kegiatan sosialisasi ini dilakukan di Palatiga, tepatnya di bengkel Buton Inti Motor ,jl Pahlawan, kelurahan kadolokatapi, kecamatan Wolio, Kota Baubau yakni masyarakat sekitar Palatiga. Sosialisasi ini dihadiri oleh 35 elemen masyarakat, terkhususnya orang tua. Kegiatan ini menggunakan metode observasi, wawancara, kuesioner untuk mengetahui bagaimana perlindungan dan pemenuhan hak-hak anak. Dalam pelaksanaannya juga penggunaan metode tanya jawab antar pengisi materi dan juga para peserta atau masyarakat.

### **4. HASIL PENELITIAN**

Sosialisasi ini kami lakukan di Palatiga, kota Baubau dengan peserta sosialisasi adalah masyarakat Palatiga. Kegiatan dimulai dengan pengenalan pemateri yang merupakan dosen STAI YPIQ Baubau dan salah satu mahasiswa STAI YPIQ Baubau. Selanjutnya, penyampaian materi dengan menjelaskan bagaimana peran orang tua dalam melindungi hak-hak anak dan juga pemenuhan hak-hak anak. Kami berharap orang tua menyadari akan pentingnya hak-hak anak, seperti hak untuk mendapatkan pendidikan, hak untuk dinafkahi, dan hak-hak lainnya. Kami juga beserta pemateri, memaparkan bagaimana dampaknya jika hak-hak anak tidak dipedulikan, hal ini dapat menyebabkan anak menjadi anak yang pemalas, pembangkang, dan juga tidak memperhatikan pendidikannya.

Berdasarkan penelitian diatas, dapat dipaparkan bahwa peserta sosialisasi setelah dilakukannya sosialisasi memiliki pemahaman yang lebih dalam tentang pentingnya pemenuhan dan perlindungan hak-hak anak. Dimana terdapat peningkatan, dari 40% menjadi 80%. Hal ini menunjukkan bahwa sosialisasi yang dilakukan oleh tim Pengabdian Masyarakat memberikan pengaruh yang baik bagi masyarakat atau orang tua yang hadir dalam kegiatan ini.

Berikut beberapa dokumentasi Sosialisasi Peran Orang Tua dalam Melindungi dan Memenuhi Hak-Hak anak yang berlokasi di Palatiga, Kota Baubau.



Pelaksana dan Pemateri Sosialisasi



Proses Berjalannya Sosialisasi 2



Proses Berjalannya Sosialisasi 1

  
**SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM (STAI) YPIQ BAJU-BALU**  
 Status terdaftar SK. DIRJEN PENSIKDIK ISLAM NOMOR 138 Tahun 2012  
 TERAKREDITASI  
 BERDASARKAN KEPUTUSAN BAN-PT NOMOR: 800/10/ILAN/PT/ABR/PT/2/2023  
 Kampus : Jl. Wa Ode Saide Tolo, Jember, (0402) 281225 Buletan

**BERITA ACARA KEGIATAN SOSIALISASI**

Disusun : Dina Rizalinda Ramli, S.Pd., M.Pd., Pd.Pd., Psikologi  
 Mata Kuliah : PENGABDIAN MASYARAKAT  
 Prodi : SPM  
 Semester : 6

NO	NAMA PESERTA	TANDA TANGAN
1.	aimed datur	
2.	MAM Rasyidi	
3.	Kusmao	
4.	Syafuddin	
5.	Wulur	
6.	Yanopiah	
7.	Sunarsi	
8.	INDRA WIRAWATI	

9	FITRI YUDANITA	9	
10	Shokiyah	10	
11	Aluz Khariqah	11	
12	Lalya Khum	12	
13	Lo AMIE	13	
14	ADI	14	
15	DOKO BUDIOMO	15	
16	SAMSUL ARIS	16	
17	E. ANWAR. SYAFI	17	
18	HABUL	18	
19	UUL. JUMARI	19	
20	REPOTA	20	
21	SUPARMAH	21	
22	SUKARTONO	22	
23	MADUN	23	
24	AHMAD WAHID	24	
25	TRIS	25	

9	FITRI YUDANITA	9	
10	Shokiyah	10	
11	Aluz Khariqah	11	
12	Lalya Khum	12	
13	Lo AMIE	13	
14	ADI	14	
15	DOKO BUDIOMO	15	
16	SAMSUL ARIS	16	
17	E. ANWAR. SYAFI	17	
18	HABUL	18	
19	UUL. JUMARI	19	
20	REPOTA	20	
21	SUPARMAH	21	
22	SUKARTONO	22	
23	MADUN	23	
24	AHMAD WAHID	24	
25	TRIS	25	

## 5. KESIMPULAN

Berdasarkan sosialisasi yang dilakukan, masyarakat dan para orang tua memiliki pemahaman mengenai topik yang kami bahas, yakni tentang perlindungan dan pemenuhan hak-hak anak. Dalam sosialisasi kami menggunakan beberapa metode yakni metode ceramah, dan juga tanya jawab antara pemateri dan peserta sosialisasi. Hal ini dilakukan agar pesan yang disampaikan dapat dengan mudah dipahami oleh peserta, dan juga dapat memberikan timbal balik dengan adanya tanya jawab.

Walaupun dilakukan hanya sekali, kami selaku penyelenggara berharap akan memberikan manfaat akan pentingnya peran orang tua dalam pemenuhan dan perlindungan

hak-hak anak. Oleh karena itu, kami berhadapan sosialisasi ini dapat diadakan kembali ataupun menjadi program lain yang tetap membahas hal yang sama.

## 6. SARAN

Kami paham bahwa, sosialisasi ini masih memiliki berbagai kekurangan dalam penyelenggarannya. Tetapi kami berharap walau memiliki kekurangan, pesan dan misi yang kami rencanakan dapat tersampaikan dengan baik kepada para peserta, yakni masyarakat Palatiga. Semoga hal ini selalu menjadi perhatian masyarakat dan juga orang tua, serta juga pemerintah daerah setempat, untuk dapat membuat sosialisasi ataupun kegiatan yang berhubungan dengan hal ini.

## DAFTAR PUSTAKA

Fakriah, N. Pendekatan Arsitektur Perilaku Dalam Pengembangan Konsep Model Sekolah Ramah Anak. *Gender Equality : International Journal of Child And Gender Studies*.2019.

Kurniawan, Ansar, &Alwildayanto. Implementasi Program Sekolah Ramah Anak Pada Sekolah Menengah Atas. *Jurnal Administrasi Pendidikan* ,21(1), 2020.

Suyanto, Joko. Gender dan Sosialisasi. Jakarta : Nobel Edumedia. 2010



## Peningkatan Kualitas Pendidikan Oleh Mahasiswa KKN di Desa Domas Kecamatan Trowulan Kabupaten Mojokerto

### *Improving The Quality Of Education By KKN Students In Domas Village, Trowulan District, Mojokerto Regency*

Riska Ayu Rahmaida<sup>1\*</sup>, Alifatur Mustofa<sup>2</sup>, Sjarief Hidajat<sup>3</sup>

<sup>1-3</sup>Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur, Surabaya, Indonesia

Korespondensi penulis: [21013010109@student.upnjatim.ac.id](mailto:21013010109@student.upnjatim.ac.id)\*

#### Article History:

Received: Juli 02, 2024;

Revised: Juli 16, 2024;

Accepted: Agustus 10, 2024;

Published: Agustus 12, 2024

**Keywords:** *Community Service Program, Teaching Activities, Socialization*

**Abstract.** *Education is a crucial foundation for building quality human resources and community welfare. The Thematic Community Service Program (KKN) conducted by students of UPN "Veteran" East Java in Domas Village aimed to improve the quality of education in the village. The method used was direct participation in teaching and learning activities and socialization. The main activities included interactive teaching at MI Al-Hidayah, additional tutoring "Sinau Bareng" at the village hall, creative competitions, and socialization on bullying prevention. The results of these activities showed an increase in students' interest and enthusiasm for learning, positive support from teachers and parents, and increased awareness about bullying among students. These activities demonstrate that interactive and participatory approaches can bring significant positive changes in the quality of education.*

#### Abstrak.

Pendidikan adalah pondasi penting dalam membangun sumber daya manusia yang berkualitas dan kesejahteraan masyarakat. Kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) Tematik Bela Negara yang dilaksanakan oleh mahasiswa UPN "Veteran" Jawa Timur di Desa Domas bertujuan untuk meningkatkan kualitas pendidikan di desa tersebut. Metode yang digunakan adalah partisipasi langsung dalam kegiatan belajar mengajar dan sosialisasi. Kegiatan utama meliputi pengajaran interaktif di MI Al-Hidayah, les tambahan "Sinau Bareng" di balai desa, perlombaan kreatif, dan sosialisasi tentang pencegahan bullying. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan peningkatan minat dan semangat belajar siswa, dukungan positif dari guru dan orang tua, serta peningkatan kesadaran tentang bullying di kalangan siswa. Kegiatan ini membuktikan bahwa pendekatan yang interaktif dan partisipatif dapat membawa perubahan positif yang signifikan dalam kualitas pendidikan.

**Kata Kunci:** Kuliah Kerja Nyata, Kegiatan Mengajar, Sosialisasi

## 1. PENDAHULUAN

Pendidikan merupakan suatu pondasi untuk mendapatkan kehidupan yang baik. Sebagaimana Undang-Undang Dasar Republik Indonesia Tahun 1945 yang mengamatkan bahwasannya pendidikan harus diselenggarakan untuk mencerdaskan kehidupan bangsa Indonesia (Purwananti, 2016). Pendidikan juga merupakan salah satu aspek penting dalam membangun sumber daya manusia yang berkualitas. Sumber daya manusia yang berkualitas disebabkan oleh kualitas pendidikan yang baik, begitupun sebaliknya (Magfiroh & Nugraheni, 2024). Oleh karena itu, pentingnya kualitas pendidikan di suatu negara. Selain itu, kualitas pendidikan menjadi salah satu faktor penentu kemajuan dari suatu negara. Jika kualitas pendidikan suatu negara tersebut buruk, maka negara itu akan tertinggal (Kurniawati, 2022).

\*Riska Ayu Rahmaida, [21013010109@student.upnjatim.ac.id](mailto:21013010109@student.upnjatim.ac.id)

Pendidikan berkualitas menjadi salah satu target atau tujuan yang diraih dalam *Sustainable Development Goals* (SDGs). Dikutip dari laman SDGs Indonesia, SDG's adalah serangkaian tujuan yang telah ditetapkan Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) untuk menggapai kehidupan yang lebih baik dan berkelanjutan (Bappenas, 2024). Kehidupan yang dimaksud adalah mengakhiri garis kemiskinan, menjaga keberlanjutan, menjamin perdamaian dan kemakmuran bagi generasi sekarang dan yang akan datang (Muala & Nugraheni, 2024). Terlebih lagi pada aspek atau tujuan ke-4 yaitu pendidikan berkualitas. Karena pendidikan menjadi langkah awal atau pondasi dan menjadi fokus utama demi tercapainya seluruh tujuan, SDM yang unggul, dan kesejahteraan bagi seluruh masyarakat.

Program pengabdian masyarakat atau Kuliah Kerja Nyata (KKN) di beberapa universitas biasanya untuk membantu mengatasi permasalahan-permasalahan seperti yang dijabarkan di atas. Salah satunya Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang menyelenggarakan program KKN. Program ini menjadi bagian dari aktivitas pendidikan dan pengabdian kepada masyarakat dengan memahami, membantu, dan memecahkan permasalahan mereka (Purwati et al., 2023). Berbagai macam pilihan dalam penyelenggaraan KKN, seperti KKN 3T (Tertinggal, Terdepan, dan Terluar), PONPES (Pondok Pesantren), Internasional, dan KKN Tematik Bela Negara (UPNVJT, 2024). KKNT Bela Negara menjadi salah satu jenis KKN yang mengambil tema pembangunan berkelanjutan dan mengacu pada sasaran SDG's yang dibawah 50%, serta tersebar di beberapa wilayah.

Desa Domas menjadi salah satu lokasi pelaksanaan KKNT Bela Negara. Berdasarkan data pada laman kemendes.go.id menyatakan bahwa Desa Domas pada bidang pendidikan berkualitas berada pada angka 18,71% (Kemendesa PDTT, 2024). Hal ini menunjukkan bahwa masih kurangnya pendidikan berkualitas di Desa Domas karena masih dibawah 50% dibanding aspek yang lain. Setelah survei lokasi, ditemukan fakta bahwa masih sedikitnya sekolah dasar yang ada di Desa Domas. Selain itu, kurangnya motivasi dan semangat belajar pada anak-anak, serta beberapa anak yang tidak melanjutkan sekolah ke jenjang yang lebih tinggi dan memilih untuk langsung bekerja.

Berdasarkan penjabaran di atas, kegiatan KKNT Bela Negara ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas pendidikan di Desa Domas melalui beberapa kegiatan yang akan dilaksanakan. Kegiatan tersebut adalah mengajar di sekolah, mengadakan les tambahan “Sinau Bareng” di balai Desa Domas, menyelenggarakan perlombaan edukatif, dan sosialisasi *stop bullying*. Keseluruhan kegiatan ini berfokus pada pendidikan untuk anak-anak yang ada di Desa Domas, Kecamatan Trowulan, Kabupaten Mojokerto.

## **2. METODE**

Beberapa kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan dalam rangka meningkatkan kualitas pendidikan pada Desa Domas, Kecamatan Trowulan, Kabupaten Mojokerto meliputi kegiatan belajar mengajar dan sosialisasi. Sasaran dari kegiatan ini adalah siswa dan siswi Madrasah Ibtidaiyah (MI) Al-Hidayah yang berada di desa Domas. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini yaitu dengan metode partisipasi dimana mahasiswa KKN Tematik Bela Negara UPN "Veteran" Jawa Timur ikut serta secara langsung dalam kegiatan belajar dan mengajar.

Kegiatan belajar mengajar meliputi pengajaran interaktif di sekolah dengan menyisipkan *fun games* untuk menciptakan suasana yang menyenangkan dan tidak monoton bagi murid. Selain itu, diadakan juga les gratis "Sinau Bareng" di balai desa pada malam hari untuk memberikan belajar tambahan dan membantu menyelesaikan tugas sekolah mereka. Perlombaan seperti menggambar, mewarnai, dan lomba yel-yel juga diadakan untuk meningkatkan kreativitas dan semangat belajar siswa. Selain itu, dalam rangka mengatasi fenomena *bullying* pada anak-anak maka team KKN memberikan sosialisasi mengenai pencegahan *bullying*.

## **3. HASIL**

Merujuk pada data rendahnya presentase angka pendidikan berkualitas di Desa Domas. Maka, mahasiswa KKN membuat beberapa kegiatan untuk meningkatkan kualitas pendidikan di Desa Domas. Kegiatan-kegiatan tersebut adalah:

### **1. KKN Mengajar**

Kegiatan KKN Mengajar merupakan kegiatan belajar mengajar dengan menggunakan konsep pembelajaran interaktif dalam kelas. Kami melaksanakan kegiatan tersebut di MI Al-Hidayah, Dusun Kasiyan Desa Domas. Pada kegiatan ini, mahasiswa KKN membantu memberikan materi pembelajaran kepada para siswa. Kami mengajar di kelas 1, 2, 3, dan 4 dengan membentuk beberapa kelompok kecil untuk mengajar di masing-masing kelas. Materi yang disampaikan mengacu pada materi dan kurikulum yang digunakan di sekolah tersebut, serta materi lain yang mendukung motivasi dan semangat belajar bagi seluruh siswa. Kegiatan ini dilakukan selama 2 minggu masa KKN dengan jadwal yang sudah direncanakan yaitu 3 kali dalam seminggu.



**Gambar 1 Pembelajaran Interaktif di kelas**

Kami membuat kegiatan ini dengan maksud untuk memberikan kesan belajar yang berbeda dengan biasanya. Pemberian materi dibuat dengan menarik, interaktif, dan mengikuti perkembangan model pembelajaran, bukan seperti dahulu yang menggunakan model ceramah. Kami menggunakan model inetraktif dalam mengajar dengan menyelipkan fun games dan ice breaking untuk memberikan kesan interaktif dan menarik, serta agar tidak cepat bosan. Sebagai penutup dalam kelas, kami juga memberikan reward maupun pujian untuk mengapresiasi mereka.

Dikutip dari laman berita jurnalpost.com menyatakan bahwa Kepala Desa Domas dan guru MI Al Hidayah memberi respon positif untuk kegiatan ini. Bu Sum selaku salah satu guru mengatakan, “KKN Mengajar ini dapat menjadi kegiatan pembelajaran bagi siswa dengan metode yang lebih menyenangkan bagi seluruh siswa (Wijayanti, 2024). Selain itu, kegiatan ini mendapat sambutan yang baik dan antusiasme dari seluruh murid. Kami ikut senang karena dapat berbagai ilmu pengetahuan yang sudah kami terima selama sekolah, menambah pengalaman dalam mendidik, mengajar, dan memotivasi para murid untuk mengenyam pendidikan yang lebih tinggi. Kami juga turut mengikuti kegiatan di sekolah seperti saat upacara sebelum memasuki kelas. Semua murid juga selalu menyapa dan memberi salam ketika bertemu baik di sekolah maupun di luar sekolah.



**Gambar 2 Pembelajaran Motivasi dan Kreativitas**

## 2. Program Les Tambahan “Sinau Bareng” di Balai Desa Domas

Kegiatan Les Tambahan “Sinau Bareng” adalah kegiatan bimbingan belajar (bimbel) atau pembelajaran tambahan yang diselenggarakan di Balai Desa Domas untuk anak-anak di Desa Domas. Seluruh anak dari jenjang SD sampai SMP boleh mengikutinya, dan dari dusun manapun yang masih dalam satu Desa. Kegiatan ini dijadwalkan 3 kali dalam seminggu di hari senin, rabu, dan jum’at. Untuk waktunya dimulai dari pukul 18.00 WIB sampai dengan pukul 19.30 WIB, setelah mereka mengaji di TPQ masing-masing. Kegiatan dimulai dengan pembukaan (berkelompok sesuai kelas masing-masing), *ice breaking* (senam maupun bernyanyi), lalu sinau bareng yang didampingi semua anggota kelompok KKN, dan terakhir ditutup dengan doa bersama.



**Gambar 3 Kegiatan Sinau bareng di Balai Desa Domas**

Pembuatan kegiatan ini dimaksudkan untuk membantu anak-anak dalam memahami materi yang telah dipelajari di sekolah menjadi lebih dalam, mengerjakan PR, menghadapi kesulitan (membaca, menulis, dsb), dan memberikan motivasi untuk meningkatkan semangat belajar. Hal ini dikarenakan tidak semua materi dapat dipahami di sekolah, mereka juga membutuhkan waktu tambahan untuk belajar di luar sekolah. Mengingat, kegiatan ini dilakukan bersama-sama dengan teman lainnya sehingga memberikan semangat untuk hadir dan aktif dalam kegiatan ini. Serta, kami berharap agar dapat menginspirasi mereka untuk menempuh jenjang pendidikan yang lebih tinggi.

Pada pelaksanaannya, semua anak yang hadir sangat aktif, antusias dan rutin dalam mengikutinya. Mereka senang dan bahagia dengan hadirnya kegiatan ini. Selain itu, para orang tua yang mengantar juga menyampaikan apresiasinya. Mereka juga turut merasakan dampak positif baik untuk anak-anak maupun lingkungan desa. Anak-anak menjadi lebih semangat dalam belajar dan suasana desa menjadi hidup dan ramai akan hadirnya kegiatan ini. Kami turut senang dengan hal tersebut.



**Gambar 4 Foto bersama siswa dan mahasiswa KKN**

### **3. Perlombaan Menggambar, Mewarnai, dan Yel-Yel**

Menurut Departemen Pendidikan Nasional (2008), perlombaan adalah kegiatan mengadu kecepatan, ketrampilan, ketangkasan, kepandaian, dsb (Baehaqi, 2020). Jadi dapat dikatakan bahwasannya perlombaan adalah suatu kegiatan bersaing antar individu maupun kelompok sesuai dengan tema yang diangkat. Dalam hal ini, kegiatan perlombaan yang diangkat adalah lomba menggambar, mewarnai, dan membuat yel-yel. Kegiatan ini diikuti oleh seluruh siswa MI Al-Hidayah. Lomba mewarnai untuk kelas 1 sampai 3, lalu menggambar dan mewarnai untuk kelas 4-6, serta membuat yel-yel untuk seluruh kelas. Pembuatan yel-yel dibantu oleh Penanggung Jawab Kelas (PJ) masing-masing.



**gambar 5 Lomba yel-yel antar kelas**

Perlombaan digelar pada hari sabtu pagi pukul 07.00 WIB di halaman sekolah MI Al-Hidayah. Sebelum itu dilakukan upacara seperti biasa oleh pihak sekolah, lalu dilanjutkan oleh kegiatan kami. Pembukaan kegiatan diisi dengan senam pagi dan *ice breaking*, lalu diperkenalkan dengan PJ masing-masing kelas dan diberi waktu sekitar 10 menit untuk membuat yel-yel. Setelah itu, kelas 1-4 masuk ke kelas masing-masing untuk memulai lomba menggambar dan mewarnai, dan kelas 5-6 tetap di halaman karena kelasnya masih direnovasi. Durasi lomba menggambar dan mewarnai yaitu 45 menit. Setelah waktu habis, mereka dikumpulkan jadi satu di halaman sekolah untuk menampilkan yel-yel masing-masing kelas. Setelah selesai, dilanjutkan dengan pengumuman pemenang yang tiap kelas diambil 1 anak

untuk lomba menggambar dan mewarnai dan yel-yel diambil 2 terbaik dari seluruh kelas. Terakhir, kegiatan ditutup dengan doa dan dokumentasi bersama.

Kegiatan ini dilakukan untuk mengedukasi, melatih kepercayaan diri, kerja sama dalam kelompok, dan sisi kompetitif yang dikemas dengan kegiatan yang menarik. Perbedaan dalam perlombaan mewarnai dan menggambar disesuaikan dengan *skill* dan kesulitan dari tingkatan kelas sehingga dapat dikatakan adil dalam penyelenggaraannya. Para guru sangat senang dengan adanya kegiatan ini karena telah memberikan acara yang mengedukasi, menarik dan menghibur seluruh murid. Seluruh siswa juga tampak sangat antusias dalam mengikutinya.



**Gambar 6** Lomba menggambar dan mewarnai

#### **4. Sosialisasi *Stop Bullying***

Sosialisasi merupakan proses dimana memahami, menghayati, maupun menanamkan nilai dan aturan yang ada dalam suatu kelompok masyarakat (Elyas et al., 2020). Kegiatan sosialisasi yang dilakukan adalah sosialisasi *stop bullying*. Kegiatan ini merupakan kegiatan yang memberikan edukasi mengenai bentuk perilaku *bullying* dan bagaimana pencegahan perilaku *bullying* tersebut (Ikhsan et al., 2020). Kegiatan dilaksanakan pada pagi hari di MI Al-Hidayah untuk kelas 4,5, dan 6 yang dikumpulkan jadi satu di mushola sekolah. Media yang digunakan berbentuk poster yang akan dipaparkan kepada semua siswa. Pada prosesnya diisi dengan pemberian materi, *ice breaking*, bernyanyi lagu “stop bullying”, tanya jawab, pemberian hadiah, dan penutup.



**gambar 7** Kegiatan sosialisasi stop bullying

Berdasarkan fakta di lapangan, masih ditemukan banyak murid yang melakukan tindak bullying baik disengaja maupun tidak. Oleh karena itu, kami mengadakan kegiatan ini guna mengedukasi para murid mengenai bullying. Pemaparan materi yang berisi arti bullying, ciri-ciri korban bullying, jenis bullying, penyebab bullying, dan langkah-langkah untuk mencegah bullying. Kami berharap mereka lebih paham mengenai bullying dan tidak terulang kembali aksi-aksi bullying di sekolah. Para siswa juga berjanji tidak akan melakukan aksi pembullyingan kembali.

Pelaksanaan kegiatan ini juga memberikan respon dan dampak yang positif untuk semua pihak baik para guru, seluruh murid, dan kami sendiri. Para guru membantu dan memberikan pesan positif dalam menyelenggarakan kegiatan ini. Semua murid juga sangat antusias dan aktif dalam menyimak dan menjawab pertanyaan yang diberikan. Serta, kami menempelkan poster *stop bullying* di masing-masing sekolah sebagai bahan edukasi dan kenang-kenangan untuk semua murid.

#### 4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh mahasiswa KKN di Desa Domas telah berhasil meningkatkan kualitas pendidikan secara signifikan. Melalui program KKN Mengajar, penerapan metode pembelajaran interaktif di MI Al-Hidayah berhasil meningkatkan minat dan semangat belajar siswa, dengan respons positif dari guru dan kepala desa yang menunjukkan efektivitas metode tersebut. Program Les Tambahan “Sinau Bareng” memberikan waktu tambahan yang sangat dibutuhkan siswa untuk memahami materi pelajaran dan menyelesaikan PR, serta mendapat dukungan hangat dari orang tua dan komunitas desa. Perlombaan kreatif, termasuk menggambar, mewarnai, dan membuat yel-yel, efektif dalam memupuk kreativitas dan kepercayaan diri siswa, serta mendapat sambutan antusias dari seluruh peserta. Sosialisasi tentang bullying juga berhasil meningkatkan kesadaran siswa mengenai bahaya bullying dan cara pencegahannya, menciptakan lingkungan sekolah yang lebih aman. Secara keseluruhan, kegiatan ini menunjukkan bahwa pendekatan yang interaktif, partisipatif, dan edukatif dapat membawa perubahan positif yang signifikan dalam meningkatkan kualitas pendidikan dan kesejahteraan komunitas.

## 5. REKOMENDASI

1. **Peningkatan metode pembelajaran** : Sekolah sebaiknya terus menggunakan metode pembelajaran interaktif untuk meningkatkan semangat dan efektivitas pengajaran.
2. **Lanjutkan Program Les Tambahan**: Program “Sinau Bareng” perlu diteruskan dan diperluas untuk menjangkau lebih banyak siswa dan materi pelajaran.
3. **Adakan Kegiatan Kreatif Secara Berkala**: Perlombaan kreatif harus diadakan rutin untuk memupuk kreativitas dan kerja sama siswa.
4. **Implementasikan Edukasi Anti-Bullying Berkelanjutan**: Sosialisasi tentang bullying harus menjadi bagian dari kurikulum yang berkelanjutan dengan pelatihan rutin untuk menciptakan lingkungan sekolah yang aman.

## 6. DAFTAR REFERENSI

- Baehaqi, I. (2020). Metode perlombaan dalam pembelajaran menurut perspektif Islam. *Annual Conference on Islamic Education and Thought*, 1(I), 74–93.
- Bappenas. (2024). SDGs Indonesia. SDGs. <https://sdgs.bappenas.go.id/>
- Elyas, A. H., Iskandar, E., & Suardi, S. (2020). Inovasi model sosialisasi peran serta masyarakat Kecamatan Hamparan Perak dalam pemilu. *Warta Dharmawangsa*, 14, 137–149. <http://jurnal.dharmawangsa.ac.id/index.php/juwarta/article/view/548>
- Ikhsan, M. Z., Prasetya, E. P., & . N. (2020). Sosialisasi pendidikan stop aksi bullying. *PKM-P*, 4(1), 1. <https://doi.org/10.32832/pkm-p.v4i1.579>
- Kemendesa PDTT. (2024). Sistem informasi desa SDGs desa. *Sistem Informasi Desa*. <https://sid.kemendesa.go.id/>
- Kurniawati, F. N. A. (2022). Meninjau permasalahan rendahnya kualitas pendidikan di Indonesia dan solusi. *Academy of Education Journal*, 13(1), 1–13. <https://doi.org/10.47200/aoej.v13i1.765>
- Magfiroh, A., & Nugraheni, N. (2024). Analisis penerapan Sustainable Development Goals (SDGs) dalam upaya peningkatan pendidikan berkualitas di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(May), 52–57.
- Muala, A., & Nugraheni, N. (2024). Peningkatan pendidikan berkualitas dalam mewujudkan Sustainable Development Goals (SDGs). *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(3), 40–46. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10936448>
- Purwananti, Y. S. (2016). Peningkatan kualitas pendidikan sebagai pencetak sumber daya manusia handal. *Proceedings International Seminar FoE (Faculty of Education)*, 1, 220–229.

Purwati, R., Aris, M., Novitasari, D., Maulana, H., Raya Rungkut Madya No, J., & Anyar, G. (2023). Partisipasi mahasiswa kuliah kerja nyata dalam kegiatan mengajar sekolah dasar di Desa Sumberagung Kabupaten Nganjuk. *Jurnal Hasil Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 2(3), 104–112. <https://doi.org/10.58192/karunia.v2i2.1145>

UPNVJT, L. (2024). KKNT Bela Negara SDG's. LPPM. <https://lppm.upnjatim.ac.id/>

Wijayanti, S. S. (2024). Kelompok 5 Domas KKNT UPN “Veteran” Jawa Timur bersama MI Al Hidayah tingkatkan pendidikan desa berkualitas. *JurnalPost.Com*. <https://jurnalpost.com/edu/kelompok-5-domas-kknt-upn-veteran-jawa-timur-bersama-mi-al-hidayah-tingkatkan-pendidikan-desa-berkualitas/503/>



## Strategi Inovatif Dalam Mengelola Keuangan Keluarga: Pengalaman Dari Program KKN di Desa Domas Kabupaten Mojokerto

### *Innovative Strategies In Managing Family Finances: Experience From The KKN Program in Domas Village, Mojokerto City*

Rosita Farhat<sup>1\*</sup>, Nadhifatul Nur Maulani<sup>2,3</sup>, Sjarief Hidajat<sup>3</sup>

<sup>1-3</sup>UPN "Veteran" Jawa Timur, Surabaya, Indonesia

Korespondensi Penulis : [rosita.farhat35@gmail.com](mailto:rosita.farhat35@gmail.com)\*

#### Article History:

Received: Juli 02, 2024;

Revised: Juli 16, 2024;

Accepted: Agustus 10, 2024;

Published: Agustus 12, 2024;

**Keywords:** Family Financial Management, Innovation, Financial Education

**Abstract.** Domas Village, located in Mojokerto Regency, faces challenges in family financial management that impact the community's welfare. The Community Service Program (KKN) of UPN "Veteran" East Java aims to provide innovative solutions through financial education for the PKK mothers in the village. The methods used include presentations, discussions, practical workshops, and household mentoring. Through presentations and discussions, participants are given basic knowledge about financial literacy, the importance of saving, and how to create a household budget. Practical workshops help participants practice budgeting and debt management strategies. Household mentoring ensures the implementation of the acquired knowledge. The results of this program show an increase in awareness and knowledge of financial management among PKK mothers, reflected in the increased number of families who start budgeting and saving regularly. Consequently, this program has successfully created sustainable social change in the lives of the local residents.

#### Abstrak

Desa Domas, Kabupaten Mojokerto, menghadapi tantangan dalam pengelolaan keuangan keluarga yang berdampak pada kesejahteraan masyarakat. Program Kuliah Kerja Nyata (KKN) UPN "Veteran" Jawa Timur bertujuan untuk memberikan solusi inovatif melalui edukasi keuangan kepada ibu-ibu PKK di desa tersebut. Metode yang digunakan mencakup presentasi, diskusi, workshop praktis, dan pendampingan rumah tangga. Melalui presentasi dan diskusi, peserta diberikan pengetahuan dasar tentang literasi keuangan, pentingnya menabung, dan cara membuat anggaran rumah tangga. Workshop praktis membantu peserta mempraktikkan pembuatan anggaran dan strategi pengelolaan utang. Pendampingan rumah tangga dilakukan untuk memastikan implementasi ilmu yang diperoleh. Hasil dari program ini menunjukkan peningkatan kesadaran dan pengetahuan ibu-ibu PKK tentang pengelolaan keuangan, yang tercermin dari peningkatan jumlah keluarga yang mulai membuat anggaran rumah tangga dan menabung secara rutin. Dengan demikian, program ini berhasil menciptakan perubahan sosial yang berkelanjutan dalam kehidupan warga setempat.

**Kata Kunci:** Pengelolaan Keuangan Keluarga, Inovasi, Edukasi Keuangan

## 1. PENDAHULUAN

Pengelolaan keuangan keluarga merupakan aspek penting yang mempengaruhi kesejahteraan ekonomi dan kualitas hidup masyarakat. Pengelolaan keuangan yang baik dapat membantu keluarga untuk mencapai stabilitas keuangan, merencanakan masa depan, dan menghadapi situasi darurat tanpa mengalami kesulitan yang berarti. Sebaliknya, pengelolaan keuangan yang buruk dapat menyebabkan masalah keuangan yang serius, termasuk utang yang

\*Rosita Farhat, [rosita.farhat35@gmail.com](mailto:rosita.farhat35@gmail.com)

menumpuk, kurangnya dana untuk kebutuhan mendesak, dan ketidakmampuan untuk mencapai tujuan keuangan jangka panjang.

Desa Domas, yang terletak di Kabupaten Mojokerto, merupakan salah satu desa yang menghadapi berbagai tantangan dalam pengelolaan keuangan keluarga. Dengan populasi yang sebagian besar bekerja di sektor pertanian dan pekerjaan informal, pendapatan masyarakat di desa ini cenderung tidak stabil dan bergantung pada kondisi musiman. Sebagai hasil dari ketidakstabilan pendapatan, banyak keluarga di Desa Domas yang mengalami kesulitan dalam mengelola keuangan mereka secara efektif.

Pemilihan Desa Domas sebagai subyek pengabdian masyarakat karena banyak masyarakat yang tidak memahami pentingnya menabung atau membuat anggaran. Kondisi ini menjadi salah satu alasan utama terjadinya masalah keuangan di kalangan keluarga di desa tersebut. Menurut survei dan penelitian yang telah dilakukan untuk memahami kondisi keuangan keluarga di Desa Domas, data dari survei rumah tangga menunjukkan bahwa 70% keluarga tidak memiliki tabungan yang memadai untuk menghadapi situasi darurat. Mereka mengungkapkan bahwa salah satu alasan utama di balik ketidakmampuan mereka untuk menabung adalah karena pendapatan yang tidak cukup untuk menutupi kebutuhan dasar sehari-hari. Selain itu, mereka juga mengakui kurangnya pengetahuan tentang cara mengelola keuangan secara efektif sebagai salah satu hambatan utama dalam mencapai kesejahteraan. Menurut (Lambyombar, 2024) bahwa literasi keuangan memiliki korelasi positif dengan kesejahteraan ekonomi. Masyarakat yang memiliki literasi keuangan yang lebih baik cenderung membuat keputusan keuangan yang lebih bijak dan memiliki kesejahteraan ekonomi yang lebih tinggi.

Fokus pengabdian masyarakat dalam konteks ini adalah untuk meningkatkan literasi keuangan masyarakat Desa Domas dan memberikan mereka keterampilan yang diperlukan untuk mengelola keuangan keluarga dengan lebih baik. Hal ini dilakukan melalui berbagai kegiatan edukatif dan praktis yang dirancang untuk membantu masyarakat memahami dan menerapkan konsep-konsep dasar pengelolaan keuangan. Penelitian (Rohaniah and Rahmaini 2021) menunjukkan bahwa edukasi keuangan dapat meningkatkan kemampuan pengelolaan keuangan keluarga. Program edukasi keuangan yang efektif dapat membantu masyarakat memahami pentingnya menabung, membuat anggaran, dan mengelola utang dengan bijak.

## 2. METODE

Metode atau teknik yang digunakan dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat ini menggunakan pendekatan sosialisasi. Sosialisasi merupakan proses untuk memperkenalkan suatu sistem kepada individu atau kelompok, serta melihat bagaimana individu atau kelompok tersebut merespons dan bereaksi terhadapnya (Darmawan and Pratiwi 2020). Pendekatan sosialisasi dalam program pengabdian masyarakat ini mencakup kegiatan presentasi, diskusi, dan diakhiri dengan sesi tanya jawab. Materi yang disampaikan dalam presentasi meliputi pengelolaan keuangan keluarga. Setelah presentasi, peserta diberikan kesempatan untuk mendiskusikan materi yang telah disampaikan. Sesi tanya jawab juga diadakan untuk menjelaskan hal-hal yang masih belum jelas dan mengatasi keraguan peserta.

Subyek pengabdian dalam program ini adalah kelompok ibu-ibu PKK (Pembinaan Kesejahteraan Keluarga) yang tinggal di Desa Domas, Kabupaten Mojokerto. Kelompok ibu-ibu PKK dipilih karena peran sentral mereka dalam pengelolaan keuangan keluarga dan pemberdayaan ekonomi rumah tangga. Selain itu, ibu-ibu PKK juga memiliki jaringan yang luas dan berperan aktif dalam berbagai kegiatan komunitas. Program pengabdian masyarakat dilaksanakan di Desa Domas, Kabupaten Mojokerto. Desa Domas memiliki infrastruktur dasar yang cukup untuk mendukung pelaksanaan program, termasuk balai desa sebagai pusat kegiatan edukasi dan pelatihan.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan pada hari Senin tanggal 05 Agustus 2024 Pukul 09.30 WIB sampai dengan selesai. Peserta terdiri dari 24 ibu-ibu PKK (Pembinaan Kesejahteraan Keluarga) yang tinggal di Desa Domas, Kabupaten Mojokerto. Dalam kegiatan ini peserta sangat antusias dalam mengikuti kegiatan sosialisasi ini, terlihat dari semangat dan motivasi peserta untuk hadir tepat waktu. Kegiatan sosialisasi ini diharapkan dapat memberikan solusi terkait pengelolaan keuangan keluarga.



**Gambar 1. Sosialisasi Pengelolaan Keuangan Keluarga**

Program KKN di Desa Domas, Mojokerto dirancang dengan beberapa langkah strategis untuk mengatasi permasalahan pengelolaan keuangan keluarga. Langkah pertama adalah melakukan pemetaan masalah dan kebutuhan masyarakat melalui survei awal dan wawancara mendalam dengan warga desa. Dari hasil survei ini, tim KKN dapat mengidentifikasi masalah utama yang dihadapi oleh masyarakat dan merancang program yang sesuai dengan kebutuhan mereka.

Langkah kedua adalah memberikan edukasi keuangan kepada masyarakat melalui berbagai kegiatan pelatihan dan workshop. Edukasi ini meliputi materi dasar mengenai pentingnya menabung, cara membuat anggaran keluarga, pengelolaan utang, serta pengenalan produk keuangan seperti tabungan, asuransi, dan investasi. Tim KKN menggunakan metode pembelajaran yang interaktif dan mudah dipahami, seperti simulasi anggaran, diskusi, dan games. Dengan cara ini, masyarakat dapat lebih mudah memahami konsep-konsep keuangan dan menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari.

Langkah ketiga adalah memberikan pendampingan kepada keluarga dalam membuat dan menjalankan anggaran bulanan. Tim KKN membantu keluarga untuk menyusun anggaran yang realistis sesuai dengan pendapatan dan pengeluaran mereka. Selain itu, tim KKN juga memberikan pendampingan dalam pencatatan pengeluaran dan evaluasi anggaran secara berkala. Pendampingan ini bertujuan untuk membantu keluarga agar lebih disiplin dalam mengelola keuangan dan membuat keputusan finansial yang lebih baik.

Hasil dari program KKN di Desa Domas menunjukkan bahwa melalui edukasi keuangan serta pelatihan pembuatan anggaran terjadi peningkatan signifikan dalam kemampuan pengelolaan keuangan keluarga di desa tersebut. Banyak keluarga yang mulai menyadari pentingnya menabung dan membuat anggaran bulanan. Mereka juga mulai lebih bijak dalam mengelola utang dan menggunakan produk keuangan yang sesuai dengan kebutuhan mereka.



**Gambar 2. Foto Bersama Ibu PKK**

Selama pelaksanaan program, terdapat beberapa tantangan yang dihadapi oleh tim KKN. Salah satu tantangan yang dihadapi adalah kesulitan dalam mengubah kebiasaan finansial yang sudah tertanam. Banyak keluarga yang terbiasa hidup tanpa perencanaan keuangan dan sulit untuk mengubah kebiasaan tersebut. Untuk mengatasi tantangan ini, tim KKN memberikan contoh nyata dari manfaat pengelolaan keuangan yang baik. Tim KKN juga memberikan motivasi dan dukungan secara terus-menerus kepada keluarga agar mereka tetap bersemangat dalam menjalankan anggaran dan mengelola keuangan mereka.

Untuk program pengabdian masyarakat di masa mendatang, disarankan untuk terus mengembangkan metode edukasi yang lebih inovatif dan interaktif. Penggunaan teknologi keuangan juga dapat ditingkatkan, seperti pengembangan aplikasi yang lebih canggih dan fitur yang lebih lengkap. Selain itu, kolaborasi dengan lembaga keuangan dan pemerintah daerah dapat membantu dalam menyediakan akses yang lebih baik terhadap produk keuangan dan layanan yang dibutuhkan oleh masyarakat.

#### **4. KESIMPULAN**

Program KKN Bela Negara Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur di Desa Domas, Kabupaten Mojokerto, berhasil mengimplementasikan strategi inovatif dalam pengelolaan keuangan keluarga. Edukasi keuangan, pelatihan pembuatan anggaran, dan pengenalan teknologi keuangan sederhana terbukti efektif dalam meningkatkan kemampuan masyarakat dalam mengelola keuangan mereka. Program ini tidak hanya memberikan solusi terhadap masalah finansial yang dihadapi oleh masyarakat tetapi juga meningkatkan kualitas hidup mereka secara keseluruhan. Pengalaman dan pelajaran dari program ini dapat menjadi acuan bagi program pengabdian masyarakat di masa mendatang untuk terus memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

#### **5. DAFTAR REFERENSI**

- Brilianti, T. R., & Lutfi, L. (2020). Pengalaman keuangan dan pendapatan terhadap perilaku keuangan keluarga. *Journal of Business and Banking*, 9(2), 1–17.
- Burai, D., & Ogan Ilir. (2024). Peningkatan literasi pengelolaan keuangan rumah tangga. 5(April), 31–38.
- Darmawan, A., & Pratiwi, F. A. (2020). Pengaruh pendidikan keuangan keluarga, pembelajaran keuangan di perguruan tinggi, sikap keuangan, dan teman sebaya terhadap literasi keuangan mahasiswa. *Fokus Bisnis: Media Pengkajian Manajemen dan Akuntansi*, 19(1), 27–37. <https://doi.org/10.32639/Fokusbisnis.V19i1.499>

- Dewantara, B., Mulatsih, L. S., & Hakim, M. Z. (2024). Keuangan keluarga melalui program edukasi keuangan: Menuju masyarakat tangguh finansial. 5(3), 4458–4464.
- Dewi, M. Z., & Listiadi, A. (2021). Pengaruh status sosial ekonomi, pendidikan pengelolaan keuangan keluarga, dan literasi keuangan terhadap manajemen keuangan pribadi siswa akuntansi SMK. *Edukatif: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 3(6), 3544–3552. <https://doi.org/10.31004/Edukatif.V3i6.965>
- Farma, J., Gunawan, E., Riyaldi, M. H., Sentosa, D. S., & Umuri, K. (2024). Pengelolaan keuangan keluarga dalam perspektif Islam. 9(1), 99–112.
- Fitriana, A., Setyanugraha, R. S., & Hasibuan, R. R. (2021). Pengelolaan keuangan keluarga dalam upaya meningkatkan produktivitas masyarakat yang mandiri di Kelurahan Teluk Kabupaten Banyumas. *Perwira Journal of Community Development*, 1(1), 37–41. <https://doi.org/10.54199/Pjcd.V1i1.39>
- Husna, N. A., & Lutfi, L. (2021). Perilaku pengelolaan keuangan keluarga: Peran moderasi pendapatan. *Jurnal Samudra Ekonomi dan Bisnis*, 13(1), 15–27. <https://doi.org/10.33059/Jseb.V13i1.3349>
- Indraprasta, U., & PGRI Jakarta. (2021). Penyuluhan literasi keuangan pada ibu rumah tangga di Depok sebagai dasar membangun ketahanan keuangan keluarga. *Jurnal Warta LPM*, 24(3), 521–532.
- Khoirunnisa, I. R., & Rochmawati, R. (2021). Pengaruh literasi keuangan, sikap keuangan, dan pendidikan keuangan keluarga terhadap manajemen keuangan pribadi dengan locus of control sebagai variabel intervening. *Jurnal Pendidikan Akuntansi (JPak)*, 9(2), 210–219. <https://doi.org/10.26740/Jpak.V9n2.P210-219>
- Kumalasari, F., Astaginy, N., Bay, A. Z., Wonua, A. R., & Ismanto, I. (2023). Peningkatan literasi keuangan dalam mewujudkan pengelolaan keuangan keluarga yang baik pada masyarakat Desa Raoda Kolaka Utara. *Berdaya: Jurnal Pendidikan dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1), 1–10. <https://doi.org/10.36407/Berdaya.V6i1.1151>
- Kusdiana, Y., & Safrizal, S. (2022). Faktor-faktor yang mempengaruhi perencanaan keuangan keluarga. *JAS (Jurnal Akuntansi Syariah)*, 6(1), 127–139. <https://doi.org/10.46367/Jas.V6i1.580>
- Lamyombar, Y., Temalagi, S., Warkula, Y. Z., & Welay, P. A. (2024). Edukasi literasi keuangan digital pada masyarakat Desa Tanah Miring Kecamatan Aru Tengah. *Wikrama Parahita: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 8(1), 61–68. <https://doi.org/10.30656/Jpmwp.V8i1.7174>
- Literasi, P., & Pola Konsumsiterhadap. (2022). Pengaruh literasi keuangan dan pola konsumsi terhadap pengelolaan keuangan keluarga masa pandemi Covid-19 warga Perumahan Bekasi Permai, Bekasi, Jawa Barat. *Jurnal Bisnis & Akuntansi Unsurya*, 7(1), 44–61. <https://doi.org/10.35968/Jbau.V7i1.972>
- Pebriani, R. A., & Sari, R. (2021). Pelatihan mengatur keuangan keluarga melalui perencanaan keuangan untuk ibu-ibu di Desa Karang Bindu Prabumulih. *Selaparang Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 4(2), 127. <https://doi.org/10.31764/Jpmb.V4i2.4034>

- Putri, P. A. N., Husen, G. N., Prijanto, B., Setyagustina, K., & Cakranegara, P. A. (2024). Penggunaan aplikasi mobile edukasi keuangan: Mempermudah akses informasi dan peningkatan literasi keuangan masyarakat. *I-Com: Indonesian Community Journal*, 4(2), 633–643. <https://doi.org/10.33379/Icom.V4i2.4232>
- Rohaniah, Y., & Rahmaini, R. (2021). Sosialisasi manajemen keuangan keluarga pada masa pandemi Covid-19. *Abdi Moestopo: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 4(01), 45–49. <https://doi.org/10.32509/Am.V4i1.1371>
- Salsabila, A., & Hapsari, M. T. (2022). Pengaruh pendapatan dan literasi keuangan terhadap kesejahteraan keuangan keluarga di Desa Kolomayan Kecamatan Wonodadi. *Sains: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 14(2), 222. <https://doi.org/10.35448/Jmb.V14i2.14538>
- Supriyono, E., Sumarta, N. H., & Narulitasari, D. (2021). Pengelolaan keuangan keluarga pada ibu rumah tangga pemilik UMKM sebagai masyarakat terdampak Covid-19 di Kelurahan Kauman, Surakarta. *03(01)*, 109–115.
- Syariah, S. (2024). Pengaruh literasi keuangan dan inklusi keuangan pada sektor asuransi syariah. *5(9)*, 666–669.
- Syuliswati, A. (2020). Pendidikan pengelolaan keuangan keluarga, gaya hidup, pembelajaran serta pengaruhnya terhadap literasi keuangan. *Akutansi Bisnis & Manajemen (ABM)*, 27(1), 53. <https://doi.org/10.35606/Jabm.V27i1.553>



## Pengelolaan Sampah Organik Dengan Metode Puskoraling (Pupuk Kompos Ramah Lingkungan) Dalam Pemberdayaan Masyarakat Desa Domas

### *Organic Waste Management With The Puskoraling Method (Environmentally Friendly Compost Fertilizer) In Empowering The Domas Village Community*

Muhammad Rafel Emirruso Mauluddin<sup>1\*</sup>, Utari Esti Isnainazzahra<sup>2</sup>, Syarief Hidajat<sup>3</sup>  
<sup>1-3</sup>Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, Indonesia

Korespondensi Penulis: [rafelemiruso18@gmail.com](mailto:rafelemiruso18@gmail.com)\*

#### Article History:

Received: Juli 02, 2024;

Revised: Juli 16, 2024;

Accepted: Agustus 11, 2024;

Published: Agustus 13, 2024;

**Keywords:** Organic waste, Compost, SDGs

**Abstract.** *The Domas Village area in Mojokerto Regency faces environmental cleanliness issues, particularly in waste management. These issues are tied to the Sustainable Development Goals (SDGs), specifically SDG 12 (Responsible Consumption and Production) and SDG 13 (Addressing Climate Change). This journal assesses a community empowerment program in Domas Village aimed at managing organic waste and converting it into compost raw materials. The program seeks to enhance the community's ability to manage waste efficiently and in an environmentally friendly manner through practical training and counseling. The research methodology involves a qualitative approach with an in-depth case study of the program. The findings demonstrate that this empowerment program can decrease the amount of organic waste being disposed of and provide additional income for the community through compost sales. It has also raised environmental awareness among villagers and encouraged active participation in waste management activities. This study concludes that community empowerment in Domas Village is an effective implementation of SDGs principles. To further develop this program, recommendations include expanding its reach to neighboring villages, improving access to waste processing technology, and strengthening collaboration between the government and the local community.*

#### Abstrak.

Wilayah Desa Domas, Kabupaten Mojokerto mempunyai isu mengenai kebersihan lingkungan yang perlu diperhatikan, khususnya pada pengelolaan sampah. Hal ini dapat dikaitkan dengan poin yang terdapat pada Sustainable Development Goals (SDGs), khususnya pada poin SDG 12 (Konsumsi dan Produksi Desa Sadar Lingkungan) dan SDG 13 (Penanganan Perubahan Iklim). Jurnal ini mengevaluasi implementasi program pemberdayaan masyarakat di Desa Domas untuk mengelola sampah organik dan mengolahnya menjadi bahan dasar kompos. Program ini dirancang untuk meningkatkan kapasitas masyarakat dalam pengelolaan sampah yang efisien dan ramah lingkungan melalui pelatihan praktis dan penyuluhan. Metode penelitian yang digunakan meliputi pendekatan kualitatif dengan studi kasus yang mendalam terhadap program. Temuan menunjukkan bahwa program pemberdayaan ini dapat mengurangi jumlah sampah organik yang dibuang dan dapat dijadikan sebagai ekonomi tambahan bagi masyarakat melalui penjualan kompos. Program ini juga dapat meningkatkan kesadaran lingkungan di kalangan warga desa dan mendorong partisipasi aktif dalam kegiatan pengelolaan sampah. Penelitian ini menyimpulkan bahwa pemberdayaan masyarakat di Desa Domas adalah contoh efektif dalam menerapkan prinsip-prinsip SDGs. Rekomendasi untuk pengembangan lebih lanjut termasuk perluasan jangkauan program ke desa-desa tetangga, peningkatan akses terhadap teknologi pengolahan sampah, dan penguatan kolaborasi antara pemerintah dan masyarakat setempat.

**Kata Kunci:** Sampah organik, Kompos, SDGs.

\* Muhammad Rafel Emirruso Mauluddin, [rafelemiruso18@gmail.com](mailto:rafelemiruso18@gmail.com)

## **1. PENDAHULUAN**

Permasalahan sampah merupakan salah satu tantangan lingkungan hidup yang paling mendesak di dunia, termasuk Indonesia. Seiring dengan pesatnya pertumbuhan penduduk dan urbanisasi, produksi sampah khususnya sampah organik juga meningkat secara signifikan (Prihatin, 2020). Menurut Badan Pusat Statistik, Indonesia menghasilkan sekitar 67 juta ton sampah setiap tahunnya, dimana sekitar 60% diantaranya adalah sampah organik (Irwanto & Wibowo, 2023). Sampah organik yang berasal dari sisa makanan dan bahan alam lainnya seringkali tidak dikelola dengan baik sehingga menimbulkan dampak negatif terhadap lingkungan dan kesehatan masyarakat (Yanti Andriani et al., 2023). Akumulasi sampah organik di tempat pembuangan akhir dapat menyebabkan pencemaran tanah dan air, serta peningkatan emisi gas rumah kaca melalui dekomposisi (M. Brunner et al., 2021).

Dalam konteks ini, pemberdayaan masyarakat sangat penting dalam pengelolaan sampah organik, terutama untuk mengubahnya menjadi bahan dasar kompos yang dapat digunakan untuk meningkatkan kualitas tanah dan mendukung pertanian berkelanjutan (Ayu Indhira et al., 2023). Pemberdayaan masyarakat dalam pengelolaan sampah tidak hanya berfokus pada aspek teknis saja, namun juga mencakup peningkatan kesadaran masyarakat akan pentingnya pengelolaan sampah yang ramah lingkungan (Sulistiyorini et al., 2015). Melalui pendidikan dan pelatihan, masyarakat dapat memperoleh pengetahuan dan keterampilan mengolah sampah organik menjadi kompos, yang bertujuan untuk mengurangi jumlah sampah yang dikirim ke TPA, sekaligus memperoleh nilai ekonomis dari sampah tersebut (Miswar et al., 2023).

Pemberdayaan masyarakat dalam pengelolaan sampah organik sejalan dengan implementasi ujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs), khususnya Tujuan 12 tentang konsumsi dan produksi desa sadar lingkungan. SDGs mendorong negara-negara untuk menciptakan lingkungan yang berkelanjutan dengan mengurangi dampak negatif aktivitas manusia terhadap lingkungan, termasuk pengelolaan limbah. Menekankan partisipasi masyarakat dalam proses pengelolaan sampah merupakan langkah strategis untuk mencapai tujuan tersebut. Partisipasi masyarakat dalam program pengelolaan sampah dapat meningkatkan keberhasilan program dan mendorong masyarakat untuk lebih peduli terhadap lingkungan (Capah et al., 2023).

Desa Domas, Kecamatan Trowulan, Kabupaten Mojokerto digolongkan sebagai kawasan pedesaan. Seringkali permasalahan di kawasan pedesaan termasuk Desa Domas yaitu pada pola pikir hidup masyarakatnya dalam menghadapi permasalahan lingkungan. Persoalan yang dihadapi oleh masyarakat Desa Domas salah satunya adalah persampahan. Kondisi yang

ada saat ini yaitu masyarakat belum melakukan pemilahan sampah. Artinya, sisa pembuangan rumah tangga langsung dibuang tempat sampah, bahkan ada yang dikubur dan dibuang di bakar. Ketidakadaan TPST (Tempat Pembuangan Sampah Sementara) mendukung pola hidup masyarakat untuk membuang sampah di bukan tempatnya. Kebiasaan masyarakat dalam membuang sampah yaitu dengan cara menimbun sampah, dibakar, bahkan ada yang membuang sebagian sampahnya ke sungai. Hal ini tentunya disebabkan karena minimnya pengetahuan masyarakat dalam pengolahan sampah (Nuurlaily et al., 2021).

Melalui jurnal ini, penulis akan membahas strategi dan model pemberdayaan masyarakat dalam pengelolaan sampah organik, serta manfaat yang dapat diperoleh dari kegiatan tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi hubungan pemberdayaan masyarakat dengan pencapaian tujuan SDGs, serta mengidentifikasi tantangan dan peluang yang ada dalam implementasinya. Dengan memahami pentingnya pengelolaan sampah organik masyarakat, diharapkan dapat tercipta solusi berkelanjutan yang berdampak positif terhadap lingkungan dan kesejahteraan masyarakat.

## **2. METODE**

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan partisipatif yang bertujuan untuk memberdayakan masyarakat dalam pengelolaan sampah organik dan mempromosikan keberlanjutan. Penelitian ini akan dilaksanakan di Desa Domas, Kecamatan Trowulan, Kabupaten Mojokerto yang merupakan daerah yang menghadapi masalah pengelolaan sampah organik. Puskoraling (Pupuk Kompos Ramah Lingkungan) merupakan nama kegiatan dalam penelitian ini dan dihadiri oleh anggota masyarakat Desa Domas, terutama anggota P2L (Pekarangan Pangan Lestari) Desa Domas. Berikut tahapan dalam pelaksanaan penelitian:

### **1. Teknik Pengumpulan Data**

Data akan dikumpulkan melalui beberapa metode, antara lain:

- Wawancara: Melakukan wawancara dengan masyarakat untuk mendapatkan informasi tentang pengetahuan dan praktik mereka terkait pengelolaan sampah.
- Observasi: Mengamati praktik pengelolaan sampah yang ada di masyarakat untuk menilai efektivitas metode yang diterapkan.
- Sosialisasi dan Pelatihan: Mengadakan sesi sosialisasi untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya pengelolaan sampah organik dan cara membuat kompos. Pelatihan akan dilakukan secara langsung, Dimana peserta akan diajarkan cara mengolahsmpah organik menjadi kompos.

## **2. Analisis Data**

Data yang diperoleh akan dianalisis secara kualitatif dengan cara triangulasi yakni menggunakan berbagai sumber data dari penelitian yang ada sebelumnya untuk memastikan keakuratan informasi dalam mendukung penelitian.

## **3. Indikator Keberhasilan**

Keberhasilan program ini akan diukur melalui:

- Peningkatan Pengetahuan: Mengukur peningkatan pengetahuan peserta tentang pengelolaan sampah organik.
- Praktik Pengelolaan Sampah: Observasi praktik pengelolaan sampah sebelum dan sesudah pelatihan untuk melihat perubahan yang terjadi.
- Partisipasi Masyarakat: Mengukur tingkat partisipasi masyarakat dalam program pengelolaan sampah dan pembuatan kompos.

## **4. Rencana Tindak Lanjut**

Setelah pelatihan, akan dibentuk kelompok kerja yang bertanggung jawab untuk melanjutkan pengelolaan sampah organik dan mempromosikan penggunaan kompos di masyarakat. Dengan metode ini, diharapkan masyarakat Desa Domas dapat lebih berdaya dalam mengelola sampah organik dan berkontribusi pada pencapaian *Sustainable Development Goals (SDGs)*, khususnya terkait dengan pengelolaan lingkungan yang berkelanjutan.

## **3. HASIL**

Program pemberdayaan masyarakat dalam pengelolaan sampah organik di Desa Domas menunjukkan hasil yang positif dalam mengurangi volume sampah organik yang dibuang sembarangan. Pengurangan ini signifikan karena sampah di Desa Domas biasanya dibakar sehingga dapat menyebabkan polusi udara dan dapat menyebabkan risiko pencemaran tanah serta air dari pembuangan sampah organik. Dengan berkurangnya volume sampah yang ada juga berkontribusi pada pengurangan emisi gas rumah kaca yang dihasilkan dari proses dekomposisi sampah organik di tempat pembuangan (Prabowo et al., 2019). Hal ini berkontribusi pada pencapaian SDG 13 (Penanganan Perubahan Iklim) dengan mengurangi jejak karbon lokal.

Program pengelolaan sampah organik yang dilaksanakan di Desa Domas melibatkan beberapa langkah kunci, yakni:

### **a. Pengumpulan Sampah Organik**

Salah satu langkah awal adalah mengedukasi masyarakat tentang cara mengumpulkan sampah organik di rumah tangga. Hal ini mencakup pemisahan sampah organik dari sampah anorganik dan pengumpulan dalam wadah yang sesuai. Sosialisasi ini penting untuk membangun kebiasaan baru di kalangan masyarakat.

### **b. Proses Pembuatan Kompos**

Setelah pengumpulan, masyarakat dilatih untuk mengolah sampah organik menjadi kompos. Proses ini melibatkan pencampuran bahan, pengaturan kelembaban, dan pemantauan suhu. Pelatihan praktis yang dilakukan di lapangan memungkinkan masyarakat untuk belajar secara langsung dan melihat hasilnya.

### **c. Penggunaan Kompos**

Setelah kompos dihasilkan, masyarakat didorong untuk memanfaatkannya dalam pertanian dan kegiatan berkebun. Penggunaan kompos tidak hanya meningkatkan kesuburan tanah tetapi juga mengurangi ketergantungan pada pupuk kimia yang sejalan dengan prinsip keberlanjutan.



**Gambar 1. Pemilahan Sampah Organik**

Program ini juga mengurangi beban ekonomi rumah tangga yang sebelumnya harus membeli pupuk kimia, yang pada gilirannya meningkatkan daya beli masyarakat. Manfaat penggunaan kompos hasil dari pengelolaan sampah organik dapat meningkatkan kualitas tanah dan produktivitas dalam pertanian. Penggunaan kompos dapat mengurangi ketergantungan pada pupuk kimia yang berdampak positif terhadap kesehatan tanah dan lingkungan, selaras dengan SDG 12 (konsumsi dan produksi desa sadar lingkungan).



**Gambar 2. Sosialisasi Penggunaan Kompos dan Demonstrasi Pembuatan Kompos**

Program pemberdayaan masyarakat di Desa berhasil meningkatkan kesadaran lingkungan di kalangan warga desa. Melalui pelatihan dan penyuluhan, sebagian besar masyarakatnya memahami tentang pentingnya pengelolaan sampah organik dan dampaknya terhadap lingkungan. Partisipasi aktif dalam kegiatan pengelolaan sampah, seperti pemilahan dan pembuatan kompos meningkat. Hal ini mencerminkan keberhasilan program dalam membangun tanggung jawab lingkungan dan mendorong keterlibatan komunitas. Peningkatan kesadaran ini berkontribusi pada SDG 11 (Kota dan Komunitas yang Berkelanjutan) dengan memperkuat upaya pengelolaan sampah yang ramah lingkungan dan berkelanjutan.

Meskipun program ini menunjukkan hasil positif, beberapa tantangan masih perlu diatasi untuk meningkatkan keberhasilan program ke depannya:

- Keterbatasan Teknologi: Keterbatasan alat dan teknologi pengolahan sampah dapat menghambat efisiensi produksi kompos. Investasi dalam teknologi yang lebih baik dapat meningkatkan kualitas dan kuantitas kompos yang dihasilkan.
- Peningkatan Jangkauan: Perluasan program ke desa-desa tetangga akan memperluas dampak positif dan menyebarkan praktik baik dalam pengelolaan sampah organik.
- Dukungan dari Pemerintah dan LSM: Penguatan kolaborasi antara pemerintah, LSM, dan masyarakat setempat sangat penting untuk memastikan keberlanjutan program dan dukungan sumber daya yang memadai.

Dengan mengatasi tantangan ini, program pemberdayaan masyarakat dapat terus berkembang dan memberikan manfaat yang lebih besar, mendukung pencapaian SDGs, dan menjadi model bagi program serupa di daerah lain.

#### **4. DISKUSI**

Program ini berhasil mengubah perilaku masyarakat melalui pendidikan dan pelatihan yang efektif. Masyarakat yang sebelumnya kurang memahami tentang pengelolaan sampah organik, kini telah memiliki pengetahuan dan keterampilan yang cukup untuk mengolah sampah organik menjadi kompos. Partisipasi aktif masyarakat dalam program ini menjadi kunci keberhasilan. Masyarakat tidak hanya menerima pelatihan, tetapi juga aktif terlibat dalam setiap tahap program, mulai dari pengumpulan sampah hingga pembuatan kompos. Kolaborasi antara masyarakat, pemerintah, dan LSM menjadi faktor penting dalam keberhasilan program. Pemerintah menyediakan dukungan kebijakan dan infrastruktur, LSM memberikan pelatihan dan pendampingan, dan masyarakat berperan aktif dalam pelaksanaan program. Program ini menunjukkan bahwa perubahan perilaku masyarakat dalam pengelolaan sampah dapat memberikan dampak positif terhadap lingkungan dan ekonomi. Pengurangan volume sampah

organik, peningkatan kualitas tanah, dan keuntungan tambahan melalui penjualan kompos merupakan bukti nyata dari dampak positif program ini.

Program pengabdian masyarakat di Desa Domas telah memicu perubahan sosial yang signifikan. Masyarakat kini memiliki kesadaran lingkungan yang lebih tinggi dan lebih dalam menjaga kebersihan lingkungan. Program ini juga akan membawa dampak dalam sektor ekonomi yang signifikan bagi masyarakat Desa Domas. Selain itu, akan ada lapangan kerja baru dalam produksi, pemasaran, dan distribusi kompos, sehingga memberikan kontribusi pada peningkatan pendapatan keluarga dan perekonomian lokal. Peningkatan pendapatan ini mendukung SDGs pada poin 8 (Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi) dengan menciptakan peluang ekonomi dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Program ini juga telah membangun rasa kebersamaan dan kolaborasi di antara masyarakat, yang menjadi modal penting untuk mencapai tujuan Pembangunan berkelanjutan.

## **5. KESIMPULAN**

Program pemberdayaan masyarakat dalam pengelolaan sampah organik untuk bahan dasar kompos di Desa Domas berhasil meningkatkan partisipasi dan kesadaran masyarakat mengenai pentingnya pengelolaan sampah organik. Melalui pelatihan dan sosialisasi, masyarakat mendapatkan pengetahuan dan keterampilan dalam mengolah sampah organik menjadi kompos. Implementasi program ini berkontribusi pada pengurangan volume sampah organik yang dibuang sembarangan. Hal ini berdampak positif terhadap lingkungan dengan mengurangi pencemaran pada lingkungan.

Program ini juga berhasil menghasilkan kompos yang berkualitas baik dan dapat digunakan sebagai pupuk alami. Penggunaan kompos ini meningkatkan kesuburan tanah dan produktivitas pertanian di Desa Domas. Dengan adanya produksi kompos, masyarakat mendapatkan tambahan sumber penghasilan melalui penjualan kompos. Ini memberikan dampak ekonomi positif bagi keluarga dan komunitas di desa tersebut. Program ini sejalan dengan beberapa poin dalam Sustainable Development Goals (SDGs), terutama dalam hal pengelolaan lingkungan yang berkelanjutan (poin 12) dan pengurangan kemiskinan (poin 1). Inisiatif ini menunjukkan bagaimana pemberdayaan masyarakat dapat berkontribusi pada pencapaian tujuan global untuk pembangunan berkelanjutan.

Secara keseluruhan, program pemberdayaan masyarakat dalam pengelolaan sampah organik di Desa Domas membuktikan bahwa inisiatif lokal dapat memiliki dampak signifikan terhadap lingkungan dan kesejahteraan masyarakat, sekaligus mendukung pencapaian tujuan SDGs.

## **6. PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS**

Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada Dosen Pembimbing Lapangan, Bapak Drs. Ec. Syarief Hidayat, M.si., yang telah membimbing penulis dalam penulisan penelitian ini. Penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada Universitas Pembangunan Nasional yang telah memberikan kesempatan Kuliah Kerja Lapangan di desa domas dan terima kasih juga untuk teman-teman KKN gelombang 1 Kelompok 5, seluruh perangkat desa terkait pelaksanaan program kerja selama berlangsungnya KKN, dan seluruh Masyarakat Desa Domas yang telah berpartisipasi serta memberikan dukungan moril dan materil selama proses penulisan jurnal ini.

## **7. DAFTAR REFERENSI**

- Ayu Indhira, Difinubun, M. F., & Burhanudin, V. (2023). Pemberdayaan petani desa Jiyu melalui pelatihan pembuatan pupuk organik: Inovasi dan pengembangan berkelanjutan. *Prosiding Patriot Mengabdikan*, 2(1), 530–540. <https://doi.org/10.1234/abcd.efg>
- Brunner, M. I. M. I., Norhidayat, A., & Brunner, S. (2021). Pengolahan sampah organik dan limbah biomassa dengan teknologi olah sampah di sumbernya. *Jurnal Serambi Engineering*, 6(3), 2085–2095. <https://doi.org/10.32672/jse.v6i3.3120>
- Capah, B. M., Rachim, H. A., & Raharjo, S. T. (2023). Implementasi SDG'S-12 melalui pengembangan komunitas dalam program CSR. *Share: Social Work Journal*, 13(1), 150. <https://doi.org/10.24198/share.v13i1.46502>
- Irwanto, I., & Wibowo, T. U. S. H. (2023). Sosialisasi dalam pengelolaan sampah plastik melalui bank sampah desa Panamping kecamatan Bandung kabupaten Serang. *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat*, 1. <https://doi.org/10.61142/psnpm.v1.69>
- Miswar, M., Andirfa, M., Rahman, B., Shalawati, Baharuddin, A., & Lailatul Fitri, A. (2023). Pengelolaan sampah berbasis 4R sebagai upaya peningkatan ekonomi masyarakat dan lingkungan lestari di kota Lhokseumawe. *Lambung Inovasi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 8(2), 306–318. <https://doi.org/10.36312/linov.v8i2.1237>
- Nuurlaily, S., Anak Agung Sagung Alit Widyastuty, & Annisa Budhiyanti Tribhuwaneswari. (2021). Optimalisasi pemilahan sampah organik dan anorganik dalam skala rumah tangga di desa Candiawatu. *Jurnal Abadimas Adi Buana*, 4(2), 127–132. <https://doi.org/10.36456/abadimas.v4.i2.a2430>
- Prabowo, S., Pranoto, & Budiastuti, S. (2019). Estimasi emisi gas rumah kaca yang dihasilkan dari. *Bioeksperimen*, 5(1), 21–23. <https://doi.org/10.23917/bioeksperimen.v5i1.2795>
- Prihatin, R. B. (2020). Pengelolaan sampah di kota bertipe sedang: Studi kasus di kota Cirebon dan kota Surakarta. *Aspirasi: Jurnal Masalah-Masalah Sosial*, 11(1), 1–16. <https://doi.org/10.46807/aspirasi.v11i1.1505>

- Sulistiyorini, N. R., Darwis, R. S., & Gutama, A. S. (2015). Partisipasi masyarakat dalam pengelolaan sampah di lingkungan Margaluyu kelurahan Cicurug. *Share: Social Work Journal*, 5(1). <https://doi.org/10.24198/share.v5i1.13120>
- Yanti Andriani, N., Akmal, M., Chandra Permana, S., Dea Apriani, K., Nurvianiar Sabri, B., & Subagja, R. (2023). Implementasi dan pengembangan masyarakat melalui pemanfaatan limbah rumah tangga organik menjadi pupuk kompos sebagai salah satu upaya dalam menciptakan desa proklim. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (Adi Dharma)*, 1(2), 41–50. <https://doi.org/10.58268/adidharma.v2i1.32>



## Sosialisasi Profesi Akuntansi untuk Meningkatkan Minat dan Motivasi Pelajar SMK Muhammadiyah 9 Jakarta dalam Menghadapi Persaingan Dunia Kerja

### *Socialization of the Accounting Profession to Increase the Interest and Motivation of Students of Smk Muhammadiyah 9 Jakarta in Facing World Work Competition*

Nani Jumanti <sup>1\*</sup>, Sarah Ari Sofura <sup>2</sup>, Aulia Rahmi <sup>3</sup>, Cici Rosmala <sup>4</sup>, Satria Berbudhi <sup>5</sup>  
<sup>1,2,3,4,5</sup> Universitas Indonesia Maju, Indonesia

Alamat: Jl. Harapan No.50, RT.2/RW.7, Lenteng Agung, Kec. Jagakarsa, Kota Jakarta Selatan,  
Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12610

*Korespodensi email:* [nanijumanti02@gmail.com](mailto:nanijumanti02@gmail.com)

---

#### Article History:

Received: Juli 02, 2024;

Revised: Juli 30, 2024;

Accepted: Agustus 26, 2024;

Published: Agustus 27, 2024;

**Keywords:** Accounting Profession,  
Motivation, Competition.

**Abstract:** *The lack of public knowledge of the accounting profession. Even though as long as the business world and offices still exist, the ability and skills in accounting are still needed. The accountant profession is a problem not only because of technological developments but also because of the lack of socialization and promotion related to the output of accounting majors, so that students experience confusion in determining their interests and expected profession. In the digital era, there are concerns that the accounting profession may no longer be needed in the business world. This opinion is based on the perception that more affordable, fast, and accurate accounting software can replace the role of accountants, causing challenges for this profession. Therefore, the socialization of the accounting profession can be used as an opportunity from the threats that will be faced in the future. Socialization is given in the form of lectures, questions and answers and discussions from discussions that are carried out one day considering the busy learning of XII grade vocational students. The results of this socialization were that the participants were very enthusiastic about the material presented because the speakers delivered the material with light language adapted to today's gen Z children, participants could listen to the material well and followed by a question and answer session. The final evaluation was a positive response and good enthusiasm from the students of SMK Muhammadiyah 9 Jakarta along with the teachers of the socialization.*

---

#### Abstrak

Minimnya pengetahuan masyarakat terhadap profesi akuntan. Padahal selama dunia bisnis dan perkantoran masih ada, kemampuan dan keterampilan dalam akuntansi masih dibutuhkan. Profesi akuntan yang menjadi masalah bukan hanya karena adanya perkembangan teknologi tetapi juga karena kurangnya sosialisasi dan promosi terkait dengan output jurusan akuntansi, sehingga siswa mengalami kebingungan dalam menentukan minat dan profesi yang diinginkannya. Dalam era digital, muncul kekhawatiran bahwa profesi akuntan mungkin tidak lagi diperlukan dalam dunia bisnis. Pendapat ini didasarkan pada persepsi bahwa perangkat lunak akuntansi yang lebih terjangkau, cepat, dan akurat dapat menggantikan peran akuntan, menyebabkan tantangan bagi profesi ini. Maka dari itu sosialisasi profesi akuntansi ini bisa dijadikan peluang dari ancaman yang akan dihadapi di masa yang akan datang. Sosialisasi diberikan dalam bentuk ceramah, tanya jawab dan pembahasannya dari diskusi yang dilakukan satu hari mengingat padatnya pembelajaran siswa-siswi SMK kelas XII. Hasil dari Sosialisasi ini peserta sangat antusias dengan materi yang disampaikan karena para pemateri menyampaikan materinya dengan bahasa yang ringan yang disesuaikan dengan anak gen Z jaman sekarang, peserta dapat menyimak materi dengan baik dan diikuti sesi tanya jawab. Evaluasi akhirnya adalah respon yang positif dan antusiasme yang bagus dari siswa-siswi SMK Muhammadiyah 9 Jakarta beserta dewan guru dari sosialisasi tersebut.

**Kata Kunci:** Profesi Akuntansi, Motivasi, Persaingan.

## **1. PENDAHULUAN**

Pada masa digital masa ini, perkembangan teknologi telah menimbulkan dampak yang sangat signifikan terhadap banyaknya perspektif keberlangsungan hidup manusia, termasuk dalam dunia pekerjaan. Salah satu profesi yang terpengaruh adalah profesi akuntan, terutama dalam hal pencatatan keuangan perusahaan atau lembaga. Profesi akuntan melibatkan pemahaman dan kemampuan dalam aspek akuntansi, baik sebagai akuntan public maupun akuntan internal dalam sebuah industri, finansial, dan perdagangan yang beroperasi di pemerintahan (Regar,2003) Pekerjaan yang dilakukan oleh akuntan publik mencakup audit, akuntansi, pajak, dan konsultan manajemen, dan pekerjaan ini dikenal sebagai profesi akuntan.

Perkembangan teknologi dan system big data sering disebut juga sebagai revolusi industry 4.0, kehadiran revolusi industry ini banyak mengambil peran dan seakan menguasai dunia. Menurut Zelmianti et al (2022) Profesi akuntan menjadi salah satu bidang ilmu yang mengalami pergeseran akibat adanya revolusi industry 4.0. Disisi lain munculnya Masyarakat Ekonomi ASEA (MEA) juga menjadi tantangan tersendiri bagi profesi akuntan. MEA tidak hanya membuka arus perdagangan barang dan jasa tetapi juga pasar tenaga kerja professional seperti dokter, pengacara, akuntan dan lainnya (Satria, 2019). Tantangan-tantangan tersebut menjadi ancaman yang cukup serius untuk profesi akuntan, apalagi minimnya pengetahuan masyarakat terhadap profesi akuntan. Padahal selama dunia bisnis dan perkantoran masih ada, kemampuan dan keterampilan dalam akuntansi masih dibutuhkan. Agustina et al (2020) menyatakan bahwa, pada profesi akuntan yang menjadi masalah bukan hanya karena adanya perkembangan teknologi tetapi juga karena kurangnya sosialisasi dan promosi terkait dengan output jurusan akuntansi, sehingga siswa mengalami kebingungan dalam menentukan minat dan profesi yang diharapkannya.

Berdasarkan peneliti terdahulu, maka Permasalahan yang dihadapi saat ini oleh siswa/siswi yaitu:

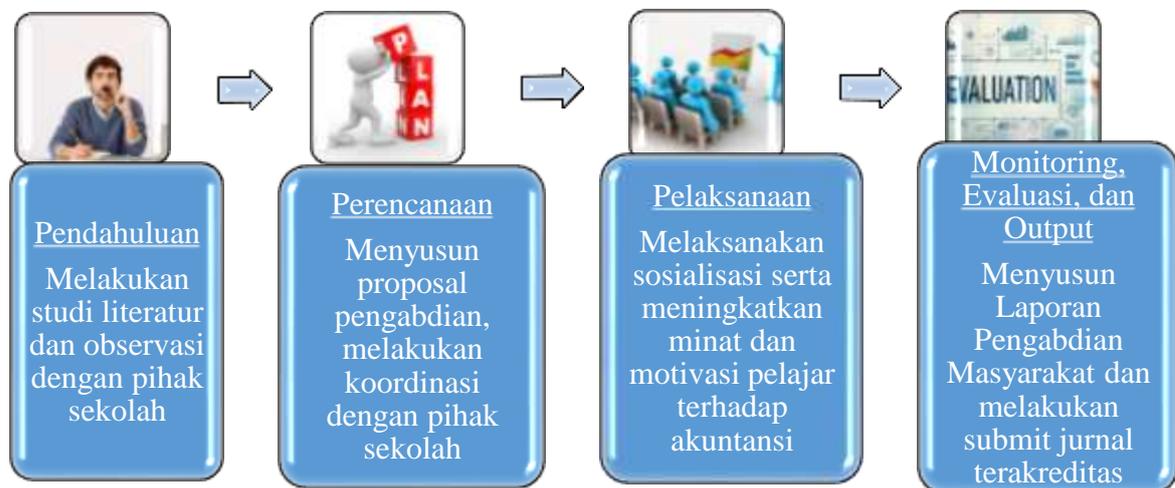
- a. Siswa/Siswi belum pernah mendapatkan sosialisasi terkait profesi akuntan, agar calon mahasiswa lebih mengenal jurusan Akuntansi.
- b. Siswa/Siswi belum pernah mengetahui terkait profesi akuntan apalagi di era globalisasi saat ini.
- c. Siswa/Siswi belum pernah mengetahui peluang dan tantangan terkait profesi akuntan di era globalisasi saat ini.

Dalam era digital, muncul kekhawatiran bahwa profesi akuntan mungkin tidak lagi diperlukan dalam dunia bisnis. Pendapat ini didasarkan pada persepsi bahwa perangkat lunak akuntansi yang lebih terjangkau, cepat, dan akurat dapat menggantikan peran akuntan, menyebabkan tantangan bagi profesi ini. Maka dari itu sosialisasi profesi akuntansi ini bisa dijadikan peluang dan ancaman yang akan dihadapi di masa yang akan datang.

## 2. METODE

Kegiatan pengabdian Masyarakat akan dilaksanakan pada 27 Juli 2024 di SMK Muhammadiyah 9 Jakarta (Jl. Panjang No.30C 7, RT.2/RW.8, Cipulir, Kec. Kby. Lama, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12230). Koordinasi dilakukan mulai Bulan Juni 2024 untuk menawarkan dan memaparkan kepada pihak sekolah terkait dengan peningkatan minat dan motivasi pelajar terhadap Prodi Akuntansi melalui: Sosialisasi Akuntansi, Meningkatkan Motivasi dan Minat Akuntansi pada pelajar, dan Prospek Akuntansi dalam persaingan dunia kerja

Skema pengabdian Masyarakat dapat digambarkan sebagai berikut:



**Gambar 1.** Skema Pengabdian Masvarakat

### **3. HASIL**

Pengabdian kepada masyarakat telah dilaksanakan pada hari Jumat tanggal 26 Juli 2024 pada pukul 09.00–11.30. Kegiatan ini bertempat di SMK Muhammadiyah 9 Jakarta, dengan alamat Jalan Panjang No. 30C 7, Rt. 002/008 Cipulir, Keb Lama, Jakarta Selatan. Berdasarkan hasil observasi jumlah peserta yang mengikuti sosialisasi ini sebanyak 46 siswa-siswi SMK Muhammadiyah 9 Jakarta. Pelaksanaan pengabdian masyarakat berjalan tertib dan lancar serta mendapat respon positif dari siswa-siswi SMK Muhammadiyah 9 Jakarta. Kegiatan ini diawali dengan pembukaan dan sambutan dari Humas SMK Muhammadiyah 9 Jakarta yang mewakili Kepala Sekolah yang berhalangan hadir karena ada tugas luar sekolah. Dan dilanjutkan dengan pemaparan materi tentang “Sosialisasi Profesi Akuntansi Untuk Meningkatkan Minat Dan Motivasi Pelajar Smk Muhammadiyah 9 Jakarta Dalam Menghadapi Persaingan Dunia Kerja” oleh para dosen praktisi program studi sarjana akuntansi Universitas Indonesia Maju.

Berdasarkan analisa, para peserta sangat antusias dengan materi yang disampaikan karena para pemateri menyampaikan materinya dengan bahasa yang ringan yang disesuaikan dengan anak gen Z jaman sekarang, peserta dapat menyimak materi dengan baik. Pada sesi diskusi kami menetapkan sebanyak 5 pertanyaan dikarenakan dengan terbatasnya waktu yang berbenturan dengan pelaksanaan sholat jumat yang merupakan kewajiban bagi seorang muslim khususnya laki-laki. Evaluasi akhirnya adalah respon yang positif dan antusiasme yang bagus dari siswa-siswi SMK Muhammadiyah 9 Jakarta beserta dewan guru dari sosialisasi tersebut.

### **4. DISKUSI**

Berdasarkan hasil Pengabdian Masyarakat “Sosialisasi Profesi Akuntansi Untuk Meningkatkan Minat Dan Motivasi Pelajar Smk Muhammadiyah 9 Jakarta Dalam Menghadapi Persaingan Dunia Kerja”, yang telah dilakukan dinilai sangat memuaskan dengan ditandainya banyaknya siswa-siswi SMK Muhammadiyah 9 Jakarta yang antusias dalam sesi tanya jawab pada acara tersebut, sehingga dievaluasi perlu adanya penelitian lebih lanjut tentang “Minat Pelajar Smk Terhadap Profesi Akuntansi Dalam Menghadapi Persaingan Dunia Kerja”

Kegiatan Pengabdian Masyarakat ini sudah dilakukan sesuai tahap yang direncanakan dari awal Kegiatan ini dilakukan bersama siswa-siswi, guru, dan tim Dosen. Pada Gambar 1 dan Gambar 2 adalah jalannya kegiatan yang dilakukan pada saat sosialisasi materi terkait dengan profesi akuntansi dan bagaimana tantangan profesi akuntansi di masa depannya.



**Gambar 1.** Pemberian Materi Terkait Profesi Akuntansi



**Gambar 2.** Foto bersama Peserta Dengan Siswa Siswi



**Gambar 3.** Foto kegiatan sesi tanya jawab dengan salah satu Pemateri

Pada gambar 3 adalah kegiatan sesi tanya jawab, Pada kegiatan ini diberikan kesempatan untuk 5 orang pelajar untuk bertanya. Beberapa pertanyaan tersebut banyak yang menarik perhatian terhadap profesi akuntansi yaitu Auditor Internal. Dan dari salah satu dosen memberikan penjabaran lebih lanjut terhadap pertanyaan dari para siswa secara jelas, singkat, dan mudah dipahami.

## **5. KESIMPULAN**

Berdasarkan serangkaian kegiatan pengaduan masyarakat yang dilakukan di SMK Muhammadiyah 9 Jakarta, dengan hasil kerja yang telah dilaksanakan dapat disimpulkan bahwa siswa-siswi SMK Muhammadiyah 9 Jakarta sangat antusias dalam kegiatan tersebut. Dari beberapa profesi yang disampaikan oleh pemateri siswa-siswi sangat tertarik dengan profesi sebagai auditor baik itu auditor internal ataupun auditor eksternal, sebagai bukti dari 5 orang penanya semuanya pertanyaan ditujukan kepada pemateri yang menjelaskan profesi sebagai auditor.

## **6. PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS**

Terimakasih untuk para pelajar SMK 9 Muhammadiyah Jakarta yang telah berpartisipasi dengan antusias penuh untuk kegiatan “Sosialisasi Profesi Akuntansi Untuk Meningkatkan Minat Dan Motivasi Pelajar Smk Muhammadiyah 9 Jakarta Dalam Menghadapi Persaingan Dunia Kerja”, juga Kepala sekolah beserta jajaran guru yang telah memberikan izin untuk melaksanakan sosialisasi ini, dan tentunya Tim Dosen Akuntansi UIMA yang berperan aktif untuk mencapai acara ini bisa dilaksanakan dengan lancar. Paling penting dukungan penuh dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIMA untuk acara ini bisa terlaksana dengan lancar.

## **DAFTAR REFERENSI**

- (Arya Thresna H.S, 2022) (Sayidah Maryam Sinosi, 2022) (Fehny Fadila, 2020) Arya Thresna H.S, M. M. (2022). Pengaruh Kemajuan Teknologi Informasi Terhadap Perkembangan Akuntansi. *ULIL ALBAB : Jurnal Ilmiah Multidisiplin* , Vol.1 No.8, Juli. *AKUNTANSI*, VOL.7 NO.1 juni.
- Astrianingsih, Fenti. 2017. Upaya Peningkatan Kompetensi Siswa Jurusan Akuntansi Di Smk Muhammadiyah 2 Klaten Utara Dalam Rangka Menghasilkan Tenaga Kerja Profesional Tingkat Menengah
- Blankenbach, J. (n.d.). *Voluntary Sustainability Standards and the Sustainable Development Business* 7.
- Fehny Fadila, S. (2020). Pengaruh Implementasi Big Data Analistyc dalam audit. *Prosiding Henny Wirianata, 2017. Kompetensi Mahasiswa Jurusan Akuntansi Dan Kesiapannya Dalam Menghadapi Dunia Kerja Era Masyarakat Ekonomi Asean (Mea)*
- Indonesia. *Jurnal Sains Sosio Humaniora* , Volume 5 Nomor 2 Desember .
- Listyowati, I. K. (2021). Tantangan, Hambatan dan peluang karir profesi Akuntan Publik di

Putritama, A. (2019). Peluang dan Tantangan profesi Akuntan Di Era Big Data. JURNAL

Rahma, I. (2022). Sosialisasi Profesi Akuntansi Dalam Memasuki Dunia Kerja Pada Siswa Kelas Xii Smkn 4 Kota Serang. ABDIKARYA: Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat, 4(2), 54–60. <https://doi.org/10.47080/abdikarya.v4i2.2113>

Saraswati, A. M., & Arif Widodo Nugroho. (2021). Tantangan dan Problematika Profesi Akuntan di Era Kompetitif Bagi Generasi Z. Dinamisia?: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 5(6), 1573–1578. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v5i6.8005> uASIC, 1-13.



## Menumbuhkan Kesadaran Orang Tua dalam Deteksi dan Intervensi Stunting Anak Sejak Dini

### *Raising Parental Awareness in Early Detection and Intervention of Child Stunting*

Inten Risna<sup>1\*</sup>, Haerul Mustofa<sup>2</sup>, Ichsan Ahmad Prasetyo<sup>3</sup>, Uktafiya Nurhayati<sup>4</sup>, Siti Marina<sup>5</sup>, Ade Ifan Mujayanro<sup>6</sup>, Dea Azhari<sup>7</sup>, Albert Aderama<sup>8</sup>, Fani Fardiani<sup>9</sup>, Moch. Fikries Najmil Hak<sup>10</sup>, Nur Yulia Prastiwi<sup>11</sup>, Rafli Maulana<sup>12</sup>, Septa Fauzi<sup>13</sup>, Indah Fitriani<sup>14</sup>, Ridwan<sup>15</sup>

<sup>1-15</sup>Universitas Bina Bangsa, Indonesia

\*Korespondensi penulis: [intenrisna22@gmail.com](mailto:intenrisna22@gmail.com)

#### Article History:

Received: Juli 25, 2024;

Revised: Agustus 12, 2024;

Accepted: Agustus 28, 2024;

Published: Agustus 31, 2024

**Keywords:** *stunting, early childhood, parents*

**Abstract.** *Stunting is a chronic nutritional problem in children that occurs since in the womb and will have an impact on the child's growth and development in the future. The purpose of this community service activity is to raise public awareness and knowledge in detecting and intervening stunting in children as early as possible. The method used is the delivery of information related to stunting and demonstration of early detection of stunting. The targets of this community service activity are pregnant mothers and mothers who have toddlers in Tembong Village, Carita. The results showed a significant change between before and after participating in the counseling program, namely increasing knowledge and building commitment in mothers to continuously monitor the nutritional status and growth of toddlers at Posyandu.*

#### Abstrak

Stunting merupakan permasalahan terkait gizi kronis pada anak dan akan berdampak pada tumbuh kembang anak di masa depan. Tujuan kegiatan pengabdian ini adalah untuk menumbuhkan kesadaran dan pengetahuan masyarakat dalam deteksi dan intervensi stunting pada anak sedini mungkin. Metode yang digunakan yaitu penyampaian informasi terkait stunting dan demonstrasi deteksi dini stunting. Adapun sasaran kegiatan pengabdian ini adalah ibu yang sedang hamil dan ibu yang memiliki balita di Desa Tembong, Carita. Hasil menunjukkan adanya perubahan yang signifikan antara sebelum dan setelah mengikuti program penyuluhan yaitu dapat meningkatkan pengetahuan dan membangun komitmen pada ibu – ibu untuk memantau keadaan gizi dan tumbuh kembang balita di Posyandu secara kontinu.

**Kata Kunci:** stunting, anak usia dini, orang tua.

## 1. PENDAHULUAN

Salah satu masalah kesehatan yang perlu menjadi perhatian bersama hingga saat ini adalah stunting. Stunting merupakan masalah kesehatan yang ditandai oleh kekurangan gizi kronis selama masa pertumbuhan anak sejak lahir (Zurhayati & Nurul, 2022). Status gizi terkhusus pengentasan stunting menjadi salah satu fokus utama dalam tujuan pembangunan berkelanjutan (SDGs) (United Nations, 2016).

Stunting pada anak akan menghambat pertumbuhannya sebagaimana yang disampaikan Daracantika, Ainin & Besral (2012) bahwa dampak dari stunting dapat berpengaruh pada perkembangan sepanjang hidup dan akan berpengaruh pada generasi berikutnya. *World Health Organization* menyatakan bahwa stunting dapat mengakibatkan gangguan perkembangan kognitif, motorik, verbal, peningkatan risiko obesitas dan penyakit *degenerative* lainnya sehingga perhatian yang lebih sangat penting diperlukan untuk fokus pada permasalahan stunting karena stunting dapat berpengaruh negatif terhadap kehidupan anak saat dewasa jika tidak ditangani dengan tepat.

Adapun factor beberapa faktor yang menyebabkan stunting meliputi pola asupan makan, kondisi gizi ibu, kekurangan gizi mikro, infeksi, lingkungan, dan situasi sosial ekonomi (Amalia et al., 2022). Pengelompokan penyebab stunting mencakup faktor basic yaitu ekonomi dan pendidikan ibu; faktor intermediet yaitu jumlah anggota keluarga dan tinggi badan ibu, serta faktor proximal yaitu ASI eksklusif serta usia anak dengan BBLR (Berat Badan Lebih Rendah (Tebi et al., 2022).

Merujuk pada urgensi pengentasan stunting sejak dini sebagaimana yang telah dipaparkan sebelumnya maka sangat diperlukan tindakan komprehensif dari semua pihak yang terlibat dalam pertumbuhan dan perkembangan anak, seperti orang tua terutama ibu, keluarga, lingkungan, dan tenaga kesehatan, untuk melakukan deteksi dan intervensi dini mencegah stunting. (Yulaikhah et al., 2020). Memberikan Pendidikan melalui kegiatan penyuluhan menjadi upaya untuk meningkatkan pengetahuan mencegah dan mengatasi stunting. Keterbatasan pengetahuan ibu tentang konsekuensi stunting menyebabkan angka stunting meningkat tiap tahun di berbagai wilayah Indonesia.

Dengan demikian, dalam rangka mencegah dan mengurangi prevalensi stunting dengan peningkatan kesadaran masyarakat sejak dini melalui pemantauan tumbuh kembang anak di posyandu maka dilakukan kegiatan penyuluhan bagi para orang tua terutama ibu berupa pemberian informasi kepada ibu-ibu di Desa Tembong, Carita tentang pentingnya pengetahuan mengenai stunting, dengan melibatkan berbagai elemen masyarakat seperti ibu-ibu Desa Tembong, kader posyandu di Balai Desa.

## **2. METODE**

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan di Desa Tembong Kecamatan Carita, Serang-Banten. Kegiatan dilakukan melalui beberapa tahap, diantaranya:

### a) Tahap Perencanaan

Yaitu melakukan koordinasi dengan pihak terkait seperti kepala desa dan kader posyandu Desa Tembong dilanjutkan dengan merancang kegiatan sekaligus pengembangan materi akan menjadi rujukan dalam kegiatan.

### b) Tahap Pelaksanaan

Kegiatan dilaksanakan pada tanggal 10 Agustus 2024 di Desa Tembong Kecamatan Carita Kabupaten Pandeglang. Kegiatan yang dilakukan berupa pemaparan materi mengenai konsep dan urgensi melek stunting sejak dini dengan menggunakan metode ceramah, diskusi dan demonstrasi dengan topik penyuluhan yang disampaikan adalah : “Menumbuhkan Kesadaran Orang Tua Dalam Deteksi dan Intervensi Stunting Anak Sejak Dini”.

### c) Tahap Evaluasi

Evaluasi dilakukan untuk mengetahui sejauhmana pengetahuan, pemahaman dan kebermanfaatn kegiatan ini bagi Masyarakat. Pemeroleh data guna yaitu melalui wawancara secara lisan/langsung.

## **3. HASIL**

Pelaksanaan kegiatan pengabdian pada Masyarakat dalam menumbuhkan kesadaran orang tua dalam deteksi dan intervensi stunting anak sejak dini telah dilaksanakan melalui beberapa tahapan yaitu tahapan persiapan, pelaksanaan serta evaluasi.

Kegiatan dihadiri oleh 20 peserta yang terdiri dari ibu-ibu serta Mahasiswa KKM Kelompok 62 Universitas Bina Bangsa Tahun 2024 beserta Dosen Pembimbing Lapangan kelompok 62.

Berdasarkan hasil evaluasi pelaksanaan kegiatan penyuluhan di Desa Tembong, carita menunjukkan bahwa para orang tua sangat kosen pada pertumbuhan dan perkembangan anak. Hal ini ditunjukkan dari antusiasme yang besar dalam keikutsertaan pada kegiatan dan rasa keingintahuan yang tinggi dengan mengajukan banyak pertanyaan mengenai informasi mendalam terkait stunting pada anak.

Selain itu, berdasar hasil wawancara menunjukkan bahwa para orang tua belum memahami tentang stunting dan bahayanya. Mereka memiliki persepsi bahwa stunting hanya identic dengan perawakan yang pendek tanpa mengetahui dampak lebih besar yang terjadi pada aspek perkembangan lainnya pada diri anak.

Para orang tua memiliki persepsi yang berbeda dalam mengoptimalkan tumbuh kembang anak baik dalam pemberian asupan gizi maupun kesehatan. Ada yang lebih memberikan kebebasan dalam mengonsumsi makanan sejak dini, adapula yang memberikan rambu-rambu dalam memberikan makanan pada anak. Disisi lain, berkaitan dengan Deteksi Dini Tumbuh Kembang Anak para ibu cenderung belum melakukan secara rutin. Namun setelah mengikuti kegiatan pengabdian ini tampak telah tumbuhnya pengetahuan dan pemahaman mendalam tentang stunting serta para peserta kegiatan bersepakat untuk membangun komitmen akan secara rutin memantau keadaan gizi dan tumbuh kembang balita di Posyandu.



**Gambar 1. Kegiatan Penyuluhan Menumbuhkan Kesadaran Orang Tua Dalam Deteksi dan Intervensi Stunting Anak Sejak Dini**

#### **4. DISKUSI**

Sosialisasi kepada ibu-ibu balita tentang sadar stunting sejak dini dengan memantau pertumbuhan dan perkembangan balita di posyandu sebagai upaya pencegahan dan penanganan stunting telah dilakukan. Seluruh peserta (ibu-ibu hamil dan atau memiliki balita) telah memahami konsep dan urgensi perlunya deteksi dari stunting pada anak usia dini sehingga semua peserta telah berkomitmen untuk giat mengikuti kegiatan posyandu secara berkala.

Hal ini menunjukkan bahwa sosialisasi mampu meningkatkan pengetahuan dan keterampilan para peserta. Penyampaian materi dilakukan secara menyeluruh, jelas dan menggunakan bahasa yang mudah dipahami. Hal ini tampak dari antusias para peserta dalam mengajukan pertanyaan-pertanyaan saat kegiatan penyuluhan.

Masyarakat memiliki persepsi awal bahwa anak stunting adalah anak yang memiliki tinggi badan pendek yang diturunkan secara genetik dari orang tuanya. Dalam hal ini, merujuk pada hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun secara genetic menjadi salah satu factor yang mempengaruhi terjadinya hal tersebut. Namun orang tua yang tidak memiliki gen pendek tidak akan menurunkan gen pendek sehingga terdapat beberapa factor lain penyebab stunting seperti faktor nutrisi, stimulasi dan sanitasi lingkungan serta pengetahuan orang tua sangat berperan terhadap tumbuh kembang anak (Kurniawati, 2017; Ni'mah & Siti, 2015); Hendra & Rahmad, 2016); Yuwanti, Festy & Meity, 2021). Berbagai jenis penyakit seperti cacangan dan diare dapat muncul dari lingkungan yang tidak memenuhi syarat Kesehatan (Nusantri & Padgya, 2021; ).

Pemangku kepentingan tidak terkecuali dengan kepala desa harus terus bersinergi menggalakkan kembali posyandu yaitu mengoptimalkan pelaksanaan posyandu ibu dan balita sebagai upaya penanganan stunting. Pemantauan tumbuh kembang Anak Usia Dini dilakukan guna mendeteksi masalah. Apabila terdapat anak yang terdeteksi dan berpotensi stunting maka seluruh elemen posyandu mengadakan evaluasi guna mencari faktor penyebab dan risiko, sehingga stunting dapat dicegah (Utari,et.al, 2023).

## **5. KESIMPULAN**

Kegiatan penyuluhan dapat terlaksana dengan baik atas dukungan berbagai pihak. Berdasarkan hasil evaluasi yang diperoleh para peserta menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan dan kesadaran akan pentingnya deteksi dini dan intervensi stunting pada anak sehingga merujuk pada dari hasil tersebut menunjukkan bahwa kegiatan ini memberikan pengetahuan, pemahaman dan kesadaran bagi orang tua akan pentingnya sinergi dan kolaborasi dalam deteksi dini tumbuh kembang anak.

## 6. PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Terima kasih disampaikan kepada semua pihak yang sudah memberikan dukungan dan kontribusi dalam kegiatan ini. Terkhusus pada seluruh warga Desa Tembong Kecamatan, Carita, Serang yang telah berkenan memfasilitasi dan menjadi subjek dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Tidak lupa kami ucapkan terima kasih kepada mahasiswa KKM kelompok 62 Tahun 2024 Universitas Bina Bangsa yang telah terlibat dalam kegiatan ini.

## DAFTAR REFERENSI

- Amalia, Rizqi, Fatimah Nur Salsabila Rahmatul Ummah, & Ana Widiana. (2022). Pentingnya pengetahuan ibu mengenai stunting sebagai upaya preventif dalam mengurangi prevalensi stunting. *JOMIS (Journal of Midwifery Science)*, 6(1), 1–10.
- Daracantika, Aprilia, Ainin, & Besral Besral. (2021). Pengaruh negatif stunting terhadap perkembangan kognitif anak. *Jurnal Biostatistik, Kependudukan, Dan Informatika Kesehatan*, 1(2), 113. <https://doi.org/10.51181/bikfokes.v1i2.4647>
- Hendra, A. G., Rahmad, A. L., Miko, A., Jurusan Gizi, Politeknik Kesehatan, Kementerian Kesehatan, Aceh Jurusan, Farmasi Politeknik, Kesehatan Kementerian, & Kesehatan Aceh. (2016). Kajian stunting pada balita berdasarkan pola asuh dan pendapatan keluarga di kota Banda Aceh. *Jurnal Kesmas Indonesia*, 8(2), 63–79.
- Husna, F. (2023). Upaya pencegahan stunting dengan deteksi dini pertumbuhan kelurahan Guwosari Pajangan Bantul. *DIMASLIA “Jurnal Pengabdian Masyarakat Mulia Madani Yogyakarta*, 1(II).
- Kementerian PPN/Bappenas. (2022). Tujuan pembangunan berkelanjutan. <https://sdgs.bappenas.go.id/update/>
- Kurniawati, T. (2017). Langkah-langkah penentuan sebab terjadinya stunting pada anak. *PEDAGOGI: Jurnal Anak Usia Dini Dan Pendidikan Anak Usia Dini*, 3(1), 58–69.
- Ni'mah, K., & Nadhiroh, S. R. (2015). Faktor yang berhubungan dengan kejadian stunting pada balita. *Media Gizi Indonesia*, 10(1), 13–19.
- Nusantri, R., & Pagdya, H. (2021). Hubungan pemberian nutrisi dan sanitasi lingkungan terhadap kejadian stunting pada balita. *Human Care Journal*, 6(3), 731. <https://doi.org/10.32883/hcj.v6i3.1433>
- Setyowati, C., & Lubis, M. A. (2024). Pemenuhan gizi dan pemanfaatan posyandu dalam mencegah stunting. *Jurnal Intervensi Sosial (JINS)*, 3(1), 26–36.
- Tebi, D., Wello, E. A., Safei, I., Rahmawati, S., Juniarty, S., & Kadir, A. (2022). Literature review faktor-faktor yang mempengaruhi terjadinya stunting pada anak balita. *Fakumi Medical Journal: Jurnal Mahasiswa Kedokteran*, 1(3), 234–240.

<https://doi.org/10.33096/fmj.v1i3.70>

- United Nations. (2016). Sustainable development goals 3: Ensure healthy lives and promote well-being for all at all ages. <https://sdgs.un.org/goals/goal3>
- Utari, F., Siregar, H. S., Barkah, N. N., Purba, T. B. N. V., Aini, F., & Rusmalawaty, R. (2023). Literature review: Analisis pelaksanaan program pencegahan stunting di puskesmas. *Media Kesehatan Masyarakat Indonesia*, 22(3), 153–163. <https://doi.org/10.14710/mkmi.22.3.153-163>
- Yulaikhah, L., Kumorojati, R., Puspitasari, D., & Eniyati. (2020). Upaya pencegahan stunting melalui deteksi dini dan edukasi orangtua dan kader posyandu di Dukuh Gupak Warak Desa Sendangsari Pajangan Bantul Yogyakarta. *Journal of Innovation in Community Empowerment*, 2(2), 71–78. <https://doi.org/10.30989/jice.v2i2.520>
- Yuwanti, F. M. M., & Susanti, M. M. (2021). Faktor-faktor yang mempengaruhi stunting pada balita di Kabupaten Grobogan. *Jurnal Keperawatan Dan Kesehatan Masyarakat Cendekia Utama*, 10(1), 74. <https://doi.org/10.31596/jcu.v10i1.704>
- Zurhayati, & Hidayah, N. (2022). Pendahuluan stunting termasuk gangguan pertumbuhan pada anak usia dua tahun ke bawah yang terjadi pada periode seribu hari pertama dari dalam kandungan yang akan berdampak bagi kelangsungan hidup anak. *Journal of Midwifery Science*, 6(1), 1–10.



## Seminar Parenting: Mendidik Anak Dengan Keteladanan dan Cinta

### *Parenting Seminar: Educating Children with Exemplary Behavior and Love*

Rully Angraeni Safitri<sup>1\*</sup>, Siti Abadiyah<sup>2</sup>, Basirun<sup>3</sup>, Siti Hafidzoh<sup>4</sup>, Khaerunnisa Yulia Handayani<sup>5</sup>

<sup>1,2,3,4,5</sup>Universitas Muhammadiyah Tangerang, Indonesia

\*Korespondensi penulis: [rullyumt@gmail.com](mailto:rullyumt@gmail.com)

#### Article History:

Received: Juli 25, 2024;

Revised: Agustus 12, 2024;

Accepted: Agustus 28, 2024;

Published: Agustus 31, 2024

**Keywords:** Role Modeling, Affection, Child Education, Parenting Practices.

**Abstract:** The seminar "Educating Children with Exemplary Behavior and Love," held on August 11, 2024, at the Community Center RW 05, Kelurahan Sangiang Jaya, aimed to equip parents with knowledge about the importance of role modeling and affection in child education. The methods used included a presentation by a speaker and a question-and-answer session. The results of the seminar showed that consistent application of role modeling and affection can improve the parent-child relationship and enhance parenting effectiveness. The implications of these results highlight the need for parents to integrate these principles into their daily lives to support optimal child development. Participants explored the importance of being a good example in daily life and how role modeling can shape children's character and behavior. Additionally, the seminar discussed how to create a loving environment that provides emotional support for children's psychological and social development. The seminar aimed to help parents build healthy and harmonious relationships with their children and prepare them to become empathetic and responsible individuals.

#### Abstrak

Seminar "Mendidik Anak dengan Keteladanan dan Cinta" yang dilaksanakan pada 11 Agustus 2024 di Community Center RW 05, Kelurahan Sangiang Jaya, bertujuan untuk membekali orang tua dengan pengetahuan tentang pentingnya keteladanan dan kasih sayang dalam proses pendidikan anak. Metode yang digunakan dalam seminar ini meliputi pemaparan materi oleh seorang narasumber dan sesi diskusi tanya jawab. Hasil seminar menunjukkan bahwa penerapan keteladanan dan kasih sayang secara konsisten dapat memperbaiki hubungan antara orang tua dan anak serta meningkatkan efektivitas pola asuh. Implikasi dari hasil seminar ini adalah perlunya penerapan prinsip-prinsip tersebut dalam keseharian orang tua untuk mendukung perkembangan anak secara optimal. Dalam seminar ini, peserta akan mengeksplorasi pentingnya menjadi contoh yang baik dalam kehidupan sehari-hari, serta bagaimana keteladanan dapat membentuk karakter dan perilaku anak-anak. Selain itu, seminar ini juga akan membahas bagaimana menciptakan lingkungan yang penuh cinta dan dukungan emosional yang mendukung perkembangan psikologis dan sosial anak. Dengan pendekatan ini, seminar ini bertujuan untuk membantu orang tua membangun hubungan yang sehat dan harmonis dengan anak-anak mereka, serta mempersiapkan mereka untuk menjadi individu yang penuh empati dan bertanggung jawab.

**Kata Kunci:** Keteladanan, Kasih Sayang, Pendidikan Anak, Pola Asuh.

## **1. PENDAHULUAN**

Parenting adalah pekerjaan dan keterampilan orangtua dalam mengasuh anak. Menurut Jerome Kagan (dalam Berns, 1997), beliau adalah seorang psikologi perkembangan, yang mendefinisikan pengasuhan sebagai serangkaian keputusan tentang sosialisasi pada anak, yang mencakup apa yang harus dilakukan oleh orangtua agar anak mampu bertanggung jawab dan memberikan kontribusi sebagai anggota masyarakat. Jadi pengasuhan disini bagaimana orangtua harus menjelaskan kepada anak bagaimana anak bisa mempunyai tanggung jawab yang tinggi terhadap semua hal yang dilakukan. Parenting menyangkut semua perilaku orangtua sehari-hari baik yang berhubungan langsung dengan anak maupun tidak, yang dapat ditangkap maupun dilihat oleh anak-anaknya, dengan harapan apa yang diberikan kepada anak (pengasuhan) akan berdampak positif bagi kehidupannya terutama bagi agama, diri, bangsa, dan juga negaranya. Tugas utama mencerdaskan anak.

Melalui seminar parenting bertema "Mendidik Anak dengan Keteladanan dan Cinta" yang diadakan di Community Center, Kelurahan Sangiang Jaya, fokus utama adalah membantu keluarga yang menghadapi tantangan dalam pengasuhan anak. Analisis situasi menunjukkan bahwa banyak orang tua di wilayah tersebut mengalami kesulitan dalam berkomunikasi dengan anak-anak mereka dan sering menghadapi stres emosional di dalam keluarga. Ditemukan bahwa ada kebutuhan untuk pendekatan pengasuhan yang lebih mendukung perkembangan emosional dan sosial anak.

Pemilihan lokasi ini didasarkan pada data awal yang menunjukkan bahwa orang tua di Sangiang Jaya membutuhkan dukungan tambahan dalam meningkatkan keterampilan pengasuhan mereka. Survei dan wawancara dengan warga setempat mengungkapkan bahwa metode pengasuhan yang ada saat ini tidak memadai dan menyebabkan ketidakpuasan. Data menunjukkan bahwa ada ketidaksesuaian antara harapan orang tua dan realitas yang mereka hadapi sehari-hari.

Tujuan dari pengabdian masyarakat ini adalah untuk mengajarkan orang tua di Sangiang Jaya bagaimana menerapkan prinsip keteladanan dan cinta dalam pengasuhan. Kami berharap pendekatan ini akan memperbaiki hubungan dalam keluarga dan memberikan dukungan yang lebih baik untuk perkembangan anak.

## 2. METODE

Dalam seminar parenting bertema "Mendidik Anak dengan Keteladanan dan Cinta" yang diadakan di Community Center Kelurahan Sangiang Jaya, proses perencanaan melibatkan keterlibatan langsung dari komunitas dan narasumber. Subyek pengabdian adalah keluarga-keluarga di Kelurahan Sangiang Jaya, yang menghadapi berbagai tantangan dalam pengasuhan anak. Kegiatan ini dilaksanakan di Community Center untuk memudahkan akses bagi semua peserta.

Perencanaan dimulai dengan identifikasi kebutuhan komunitas melalui survei awal dan wawancara dengan beberapa warga yang sudah berkeluarga. Hasil dari pertemuan ini digunakan untuk menyesuaikan materi dan jadwal seminar. Narasumber seminar kemudian menyiapkan materi secara langsung berdasarkan hasil analisis kebutuhan tersebut.

Tahapan kegiatan meliputi:

1. **Persiapan:** Mengidentifikasi kebutuhan komunitas dan mengadakan pertemuan perencanaan.
2. **Perencanaan:** Menyusun jadwal seminar dan menyiapkan materi oleh narasumber.
3. **Pelaksanaan:** Mengadakan seminar dengan sesi diskusi interaktif dan tanya jawab.
4. **Evaluasi:** Mengumpulkan umpan balik dari peserta untuk menilai efektivitas seminar.
5. **Tindak Lanjut:** Menyediakan dukungan tambahan dan pertemuan tindak lanjut berdasarkan umpan balik.

Dengan metode ini, seminar tidak hanya memberikan materi yang relevan tetapi juga melibatkan komunitas secara aktif dalam proses pengembangan dan pelaksanaan, memastikan bahwa kebutuhan mereka terpenuhi dan hasil yang diharapkan tercapai.

Seminar ini mengutamakan interaksi langsung antara peserta dan pembicara untuk mendalami penerapan prinsip keteladanan dan cinta dalam parenting. Selama sesi diskusi, peserta diajak untuk berbagi pengalaman, tantangan, dan solusi terkait praktik parenting mereka, dengan fokus pada bagaimana keteladanan dan cinta dapat diterapkan secara efektif. Sesi tanya jawab memberikan kesempatan bagi peserta untuk mengajukan pertanyaan langsung kepada pembicara, memperoleh klarifikasi tentang konsep-konsep yang dibahas, dan mendapatkan saran praktis untuk situasi mereka sendiri. Metode ini memungkinkan peserta untuk terlibat aktif dalam proses belajar, berbagi pengetahuan, dan mendapatkan umpan balik yang bermanfaat dalam konteks yang mendukung dan kolaboratif. Dengan pendekatan ini, seminar diharapkan dapat memperkaya

pemahaman peserta dan memberikan wawasan yang relevan dan langsung aplikatif dalam mendidik anak.

### **3. HASIL**

Hasil dari seminar parenting bertema "Mendidik Anak dengan Keteladanan dan Cinta" yang diadakan di Kelurahan Sangiang Jaya menunjukkan beberapa pencapaian penting, namun juga beberapa tantangan yang masih perlu diatasi. Selama seminar, kami melaksanakan berbagai kegiatan, termasuk sesi diskusi interaktif dan tanya jawab yang bertujuan untuk membantu orang tua memahami prinsip-prinsip pengasuhan dengan keteladanan dan cinta. Narasumber menyampaikan materi yang dirancang khusus untuk kebutuhan komunitas dan memberikan pelatihan praktis tentang teknik pengasuhan yang efektif.

Meskipun seminar memberikan banyak informasi berguna, banyak orang tua masih merasa kesulitan dalam memahami dan menerapkan prinsip-prinsip yang diajarkan. Beberapa peserta merasa bahwa informasi tersebut sulit diterapkan dalam kehidupan sehari-hari mereka. Ini menunjukkan bahwa, walaupun seminar berhasil dalam memberikan pengetahuan, masih ada kebutuhan untuk dukungan lebih lanjut agar orang tua dapat mengintegrasikan teknik pengasuhan yang baru ke dalam rutinitas mereka.

Perubahan sosial yang diharapkan belum sepenuhnya tercapai. Kami melihat bahwa meskipun ada peningkatan kesadaran tentang pentingnya keteladanan dan cinta dalam pengasuhan, penerapannya dalam praktik sehari-hari masih menjadi tantangan. Beberapa orang tua menunjukkan usaha untuk berkomunikasi lebih baik dengan anak-anak mereka, tetapi perubahannya belum konsisten atau signifikan.

Secara keseluruhan, hasil ini menunjukkan bahwa meskipun seminar berhasil meningkatkan kesadaran, masih diperlukan langkah-langkah tambahan untuk memperdalam pemahaman orang tua dan mendukung mereka dalam menerapkan teknik pengasuhan yang efektif. Dukungan lanjutan, seperti sesi pelatihan tambahan atau bantuan praktis, mungkin diperlukan untuk mengatasi kesulitan dan memastikan bahwa perubahan positif dalam pengasuhan anak dapat berlanjut dan berkembang di komunitas ini.

#### **4. DISKUSI**

Dalam seminar parenting bertema "Mendidik Anak dengan Keteladanan dan Cinta," diskusi hasil pengabdian masyarakat menyoroiti bagaimana penerapan prinsip-prinsip ini dalam praktik sehari-hari berdampak pada keluarga. Diskusi ini juga membahas bagaimana penerapan prinsip keteladanan dan cinta berhasil mengatasi berbagai tantangan pengasuhan yang umum dihadapi oleh orang tua. Hasil ini diperkuat dengan referensi dari berbagai penelitian dan teori yang relevan, yang menunjukkan bahwa pendekatan ini efektif dalam memperbaiki dinamika keluarga. Dengan demikian, seminar ini tidak hanya mengidentifikasi perubahan positif yang terjadi tetapi juga menghubungkannya dengan prinsip-prinsip teoretis yang mendasari praktik parenting yang penuh kasih dan teladan.

#### **5. KESIMPULAN**

Seminar parenting bertema "Mendidik Anak dengan Keteladanan dan Cinta" di Kelurahan Sangiang Jaya menghasilkan hasil yang bermanfaat meskipun ada tantangan yang perlu diatasi. Seminar ini berhasil meningkatkan kesadaran orang tua mengenai prinsip-prinsip pengasuhan, tetapi masih banyak yang kesulitan dalam menerapkan teknik-teknik yang diajarkan dalam kehidupan sehari-hari mereka.

Untuk mengatasi masalah ini, beberapa langkah perlu diambil. Pertama, penting untuk menyediakan sesi pelatihan tambahan dan dukungan praktis secara berkala agar orang tua dapat lebih memahami dan menerapkan prinsip-prinsip pengasuhan dengan lebih baik. Kedua, pengembangan panduan praktis dan alat bantu yang mudah diakses akan membantu orang tua dalam integrasi prinsip pengasuhan dalam rutinitas harian mereka. Selanjutnya, evaluasi lanjutan diperlukan untuk mengidentifikasi kesulitan yang dihadapi oleh orang tua dan menyesuaikan materi pelatihan berdasarkan umpan balik yang diterima. Terakhir, pembentukan kelompok diskusi atau dukungan dapat memberikan ruang bagi orang tua untuk berbagi pengalaman dan solusi praktis.

Dengan langkah-langkah ini, diharapkan perubahan positif dalam pengasuhan anak dapat lebih konsisten dan berkelanjutan, mendukung perkembangan emosional dan sosial anak-anak di Kelurahan Sangiang Jaya.

## 6. PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Kami ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam mensukseskan seminar parenting bertema "Mendidik Anak dengan Keteladanan dan Cinta" di Kelurahan Sangiang Jaya. Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada narasumber yang telah dengan antusias dan profesional memberikan materi serta pelatihan yang sangat berharga. Terima kasih juga kepada seluruh anggota tim penyelenggara yang telah bekerja keras dalam perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi acara ini.

Kami juga menghargai dukungan dan partisipasi dari masyarakat Kelurahan Sangiang Jaya, terutama para orang tua yang telah aktif terlibat dalam seminar dan berbagi pengalaman mereka. Selain itu, kami mengucapkan terima kasih kepada Community Center Kelurahan Sangiang Jaya yang telah menyediakan fasilitas dan tempat untuk acara ini, serta kepada semua pihak yang secara tidak langsung mendukung kegiatan ini, baik melalui penyediaan materi, bantuan logistik, maupun promosi.

Tanpa dukungan dan kerjasama dari semua pihak tersebut, keberhasilan seminar ini tidak akan mungkin tercapai. Kami berharap kerja sama ini dapat terus berlanjut dan membawa manfaat lebih besar bagi komunitas di masa depan.

## DAFTAR REFERENSI

- Azis, R. L., & Tayib, K. I. (2021). *Seminar nasional pengabdian masyarakat LPPM UMJ seminar online tentang "Peran orang tua dalam membangun karakter mulia pada anak."* Retrieved from <http://jurnal.umj.ac.id/index.php/semnaskat>
- H, R. A., Lismayani, A., Dzulfadhillah, F., Kurnia, R., & Isbar, M. (2024). Seminar parenting pendidikan dan pengasuhan anak di era digital untuk orang tua di TK Telkom Makassar. *02(01)*, 63–67.
- Simanungkalit, S., Silitonga, E., Gulo, D., & R. S. (2023). Implementasi bimbingan orang tua dalam pendidikan agama Kristen anak usia dini di dalam keluarga. *2(1)*, 39–44.