

ISBN 978-602-5534-19-5



UPN "VETERAN" YOGYAKARTA



RISTEKDIKTI

PROSIDING

Seminar Nasional Ke-4

Call for Paper & Pameran

Hasil Penelitian dan Pengabdian
Kemenristekdikti RI

PENGABDIAN MASYARAKAT

“APLIKASI RISET DALAM DUNIA INDUSTRI UNTUK KEMAJUAN BANGSA”

Yogyakarta, 9 Oktober 2018

KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” YOGYAKARTA
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

PROSIDING
SEMINAR NASIONAL TAHUN KE-4, *CALL FOR PAPER* DAN PAMERAN
HASIL PENELITIAN & PENGABDIAN MASYARAKAT
KEMENRISTEKDIKTI RI

PENGABDIAN MASYARAKAT

APLIKASI RISET DALAM DUNIA INDUSTRI
UNTUK KEMAJUAN BANGSA

YOGYAKARTA, 9 OKTOBER 2018

LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”
YOGYAKARTA
2018

**PROSIDING SEMINAR NASIONAL TAHUN KE-4
DAN CALL FOR PAPER**

**APLIKASI RISET DALAM DUNIA INDUSTRI
UNTUK KEMAJUAN BANGSA**

Cetakan Tahun 2018

Katalog Dalam Terbitan (KDT):

Prosiding Seminar Nasional dan *Call For Paper*
Aplikasi Riset dalam Dunia Industri untuk Kemajuan Bangsa
LPPM UPNVY

934 hlm; 21 x 29.7 cm.
ISBN: 978-602-5534-19-5

LPPM UPNVY PRESS

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta
Kapuslitbang LPPM UPNVY
Rektorat Lantai 4, LPPM, Puslitbang
Jl. Padjajaran 104 (Lingkar Utara), Condong Catur, Yogyakarta 55283
Telpon (0274) 486733, ext 154
Fax. (0274) 486400

www.lppm.upnyk.ac.id
Email: lppm@upnyk.ac.id

Penata Letak : Dedi Fatchurohman Hermawanto
Desain Sampul : Ayu Ardhanariswari

Distributor Tunggal
LPPM UPNVY Rektorat Lantai 4, LPPM, Puslitbang
Jln. Padjajaran 104 (Lingkar Utara), Condong Catur, Yogyakarta 55283
Telpon (0274) 486733, ext 154
Fax. (0274) 486400

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang memperbanyak karya tulis ini dalam bentuk dan dengan cara apapun, termasuk fotokopi, tanpa izin tertulis dari penerbit.

DAFTAR REVIEWER
SEMINAR NASIONAL TAHUN KE-4, CALL FOR PAPER DAN PAMERAN
HASIL PENELITIAN & PENGABDIAN MASYARAKAT
KEMENRISTEKDIKTI RI
9 OKTOBER 2018
LPPM UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”
YOGYAKARTA

1. Prof. Dr. Ir. Sari Bahagiarti K, M.Sc. (UPNVY)
2. Prof. Dr. Didit Welly Udjianto, M.S. (UPNVY)
3. Prof. Dr. Arief Subyantoro, M.S. (UPNVY)
4. Prof. Dr. Danisworo, M.Sc. (UPNVY)
5. Prof. Dr. Bambang Prastistho, M.Sc. (UPNVY)
6. Ptof. Dr. Suwardjono, M.Sc. (UGM)
7. Prof. Dr. Jogiyanto Hartono, M.Sc. (UGM)
8. Prof. Dr. Sucy Kuncoro, M.Si (UNNES)
9. Prof. Bambang Subroto, M.M. (Brawijaya)
10. Prof. Ahmad Sudiro (Brawijaya)
11. Prof. Idayanti, M.Si. (UNHAS)
12. Dr. Ardhito Bhinadi, M.Si. (UPNVY)
13. Dr. Ir. Heru Sigit Purwanto, M.T. (UPNVY)
14. Dr. Sri Suryaningsum, S.E., M.Si., Ak (UPNVY)
15. Dr. Mahreni, M.T. (UPNVY)
16. Dr. Hendro Widjanarko, S.E, M.M. (UPNVY)
17. Dr. Joko Susanto, M.Si. (UPNVY)
18. Dr. Rahmat Setiawan, M.Si. (UNAIR)
19. Dr. Rahmad Sudarsono, M.Si. (UNPAD)
20. Prayudi, S.I.P., M.A., Ph.D. (UPNVY)

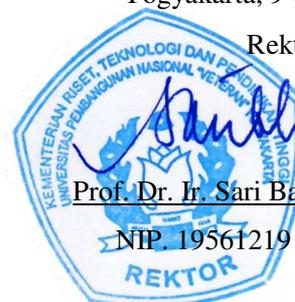
PRAKATA REKTOR
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”
YOGYAKARTA

Pertama-tama kami panjatkan puji syukur kehadirat Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya, sehingga Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LP2M) UPN “Veteran” Yogyakarta dapat menyelenggarakan Seminar Nasional Tahun Ke-4, *Call Paper* dan Pameran Hasil Penelitian & Pengabdian kepada Masyarakat Kemenristekdikti RI. Tema Seminar Tahun ini adalah “Aplikasi Riset dalam Dunia Industri untuk Kemajuan Bangsa” Seminar Nasional Tahun Ke-4, *Call Paper* dan Pameran Hasil Penelitian & Pengabdian kepada Masyarakat Kemenristekdikti RI diselenggarakan dengan tujuan untuk mempertemukan berbagai pihak, yaitu Pemerintah, Industri dan Perguruan Tinggi dalam membangun bangsa yang tangguh berbasis penelitian di semua bidang disiplin ilmu baik sosial maupun eksakta. Kegiatan ini juga merupakan salah satu wahana untuk penyebarluasan hasil-hasil penelitian dan kajian yang telah dilakukan oleh berbagai pihak, serta saling bertukar informasi untuk meningkatkan mutu baik penelitian maupun pengabdian. Lebih dari itu, melalui seminar diharapkan pula terjadi komunikasi yang baik antara pemerintah, dunia industri, perguruan tinggi, dan lembaga-lembaga riset, sehingga tercipta sinergi yang bersifat implementatif.

Pada kesempatan ini para peneliti, akademisi dan praktisi telah berhimpun di dalam seminar ini untuk menyampaikan makalah hasil-hasil penelitian dan pengabdiannya. Makalah-makalah tersebut selanjutnya dituangkan dalam sebuah prosiding. Diharapkan prosiding ini dapat bermanfaat, turut menambah informasi, dan memperluas pengetahuan mengenai penelitian pengabdian dan semoga Allah SWT meridhoi semua langkah baik kita.

Yogyakarta, 9 Oktober 2018

Rektor



Prof. Dr. Ir. Sari Bahagiarti K., M.Sc

NIP. 19561219 198411 2 001

**PRAKATA KEPALA LPPM
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”
YOGYAKARTA**

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakaatuh

1. Yth. Ibu Rektor UPN “ Veteran “ Yogyakarta
2. Yth. Bapak Ignasius Jonan Menteri ESDM RI
3. Yth. Bapak Prof. Ocky Karna Radjasa, M.Sc (Direktur Riset dan Pengabdian Masyarakat)
4. Yth. Kepala Lembaga Layanan Pendidikan Tinggi Wilayah V
5. Yth. Bupati Sleman, DIY

Puja dan Puji syukur senantiasa kita panjatkan kehadiran Allah SWT, atas limpahan rahmat, karunia, nikmat, dan segala anugerah serta kekuatannya, sehingga kita senantiasa diberikan semangat untuk terus memperbaiki diri guna mewujudkan pengabdian sebagai masyarakat akademik yang memiliki kepedulian atas berbagai permasalahan bangsa sesuai dengan kapasitas kita masing masing. Sholawat dan salam kami haturkan atas junjungan Nabi besar Muhammad SAW yang telah member pencerahan yang penuh dengan ilmu dan pengetahuan seperti sekarang ini.

Seminar Nasional, *Call Paper* dan Pameran Hasil Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Kemenristekdikti RI ini untuk memperkokoh sinergi pemerintah, Industri dan Perguruan Tinggi dalam membangun bangsa yang tangguh berbasis penelitian semua bidang disiplin ilmu. Bidang penelitian Sosial, Eksakta dan Pengabdian merupakan salah satu wahana penyebarluasan hasil hasil penelitian dan kajian yang dilakukan berbagai pihak untuk saling tukar menukar informasi dalam rangka peningkatan mutu penelitian dan pengembangan pendidikan tinggi. Lebih dari itu, melalui kegiatan ini juga diharapkan terpenuhinya prinsip tata kelola Pemerintah, Industri, dan Perguruan Tinggi akan memperkokoh martabat bangsa dan terjadi komunikasi antara dunia Industri, Perguruan Tinggi, serta lembaga – lembaga penelitian.

Seminar Nasional, *Call Paper* dan Pameran hasil Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Kemenristekdikti RI ini diikuti oleh praktisi dan akademisi dari Perguruan Tinggi – Perguruan Tinggi terkemuka di Indonesia, baik bidang Sosial, Eksak, dan Pengabdian dengan jumlah naskah yang masuk lebih dari 90 naskah.

Akhir kata, semoga Semnas dan *Call Paper* ini bermanfaat dan saya menghaturkan terimakasih yang sebesar – besarnya kepada semua pihak, khususnya peserta seminar dan call paper serta seluruh pelaksana kegiatan atas peran sertanya dalam mendukung kelancaran pelaksanaan kegiatan ini.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakaatuh

Yogyakarta, 9 Oktober 2018

Kepala LP2M



Dit. J. Heru Sigit Purwanto, M.T

NIP. 19581202199203 1 001

DAFTAR ISI
PENGABDIAN MASYARAKAT

	halaman
Halaman Judul	i
Daftar Reviewer	iii
Prakata Rektor	iv
Prakata Kepala LPPM	v
PKM UKM Bakpia 803 dan UKM Bakpia 703 Di Desa Minomartani Kecamatan Ngaglik Kabupaten Sleman Provinsi DIY	711
Sutrisno, Dyah Rachmawati L., M. Shodiq Abdul Khanan	
Peningkatan Kuantitas Produksi dengan Penggunaan Alat Pelorot Malam di Sentra Industri Batik	716
Puryani, Laila Nafisah	
Program Pengembangan Kewirausahaan Berbasis Inkubator Bisnis di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta	721
Tri Wibawa, Hendro Widjanarko, Oliver S. Simanjuntak	
Implementasi Ipteks Bagi Wilayah-CSR di Kecamatan Pajangan Kabupaten Bantul	729
Hendro Widjanarko, Suratna, Tri Wibawa	
Branding bagi Sebuah Desa (<i>Place Marketing</i> Desa Triwidadi)	738
Eny Endah Pujiastuti, Heru Cahya Rustamaji, Rifki Indra Perwira, Danang Yudhiantoro, Endah Wahyurini	
Program Penguatan Potensi Produk Batik Tulis Sebagai Produk Unggulan Daerah di 3 Desa Mitra UPN “Veteran” Yogyakarta	747
Titik Kusmantini, R. Hendri Gusaptono, Darban Haryanto, Mahreni, Renung Reningtyas	
Pemanfaatan Limbah Ternak Sapi untuk Biogas dan Pupuk Organik di Kelompok Ternak Panji Andini Dusun Jaranan Banguntapan Bantul Yogyakarta	753
Didi Saidi, Sugeng Priyanto	
Pengembangan <i>Sustainable Development Goals</i> (SDGs), Studi Kasus Masyarakat Ledhok Timoho	761
Hari Kusuma Satria Negara, Dian Indri Purnamasari, Sri Harjanti	
Digital Literacy Menuju Masyarakat Cerdas Berinternet	768
Muhammad Edy Susilo, Senja Yustitia, Panji Dwi Asharianto	
Aplikasi Simpan Pinjam pada Koperasi Gusdurian Yogyakarta	776
Indra Kusumawardhani, Windyastuti, Ratna Hindria DPS	
Peran <i>Urban farming</i> terhadap Ketahanan Pangan di Kampung Jlagran RT 14 ...	786
Farida Afriani Astuti, Muammar Gomareuzzaman	
Pemberdayaan Rumah Tangga Melalui Usaha Pemanfaatan Kain Perca Sebagai Upaya Peningkatan Pendapatan Keluarga	796
Wahyu Dwi Artaningtyas, Bambang Sulistiyono	

Metode Pembelajaran Literasi Media Digital Pada Sanggar Kelompok Belajar “Dik Mia Bintang 17” Plumbon Banguntapan Kabupaten Bantul DIY	803
Siti Fatonah, Dewi Novianti	
Sosialisasi Tentang Sumber Daya Energi Pada Siswa Sekolah Dasar SD Purwomartani	807
Ratna Widyaningsih, Edgie Yuda Kaesti, Mia Ferian Helmy	
Penerapan Sistem Pemasaran Online pada Pengrajin Kain Perca di Desa Jomboran Kabupaten Klaten	815
Dewi Asmorowati, Indah Widiyaningsih, Allen Haryanto Lukmana	
PbM Kelompok Ternak “Lestari Flory” : Teknologi Pembuatan Kompos Berkualitas dari Kotoran Sapi di Dusun Jugang Pangukan Desa Tridadi Sleman	822
Dyah Arbiwati, Heti Herastuti, Abdul Rizal AZ.	
Sosialisasi Pemanfaatan Daun Jeruk Nipis (<i>Citrus aurantifolia</i>) untuk Pembuatan Larvasida Sebagai Pengganti Abate di Dusun Pendul, Argorejo, Sedayu, Bantul .	830
Siswanti, Sumintarsih	
Pendampingan Pemanfaatan Teknologi Informasi dalam pemasaran Hewan Qurban dan Masakan Kedai Kambing bagi Sekolah Kaum Miskin Kota – Gajahwong Kampung Ledok Timoho Yogyakarta	838
Herlina Jayadianti, Juwairiah ,Yuli Fauziah	
Pendampingan Teknik Produksi Konten Visual dan Komunikasi Pemasaran Berbasis Multimedia Sebagai Sarana Pengembangan E-Marketing Kelompok Pengrajin Anyaman Bambu Sarjiman	846
Oliver Samuel Simanjuntak, Heriyanto	
Literasi Komunikasi Pemasaran Berbasis Android Desa Wisata Wonolelo Kabupaten Bantul Yogyakarta	857
Yenni Sri Utami, Dyah Sugandini, Nur Heri Cahyana, Agus Sasmito Aribowo	
Pendampingan dan Peningkatan Hasil Produksi Kelompok Usaha Mikro Bambu Brajan dengan <i>E-Commerce</i> Menggunakan Strategi <i>Sharing Economy</i>	865
Paryati, Yudiyanta	
Analisis Bawah Permukaan Menggunakan Vs30 di Kecamatan Depok, Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta	872
Wiji Raharjo, Ajimas Pascaning Setiahadiwibowo, Arif Nor Aminah	
Investigasi Metode Geofisika Terpadu dalam Pemetaan <i>Unstable Layer</i> Daerah Potensi Tanah Longsor Karangsembung, Kebumen, Jawa Tengah	878
Wahyu Hidayat, Wrego Seno Giamboro	
Peningkatan Produktivitas Olahan Camilan Ceriping Menggunakan Mesin Perajang Double Cutting	890
Gunawan Madyono Putro, Wahyu Wibowo Eko Yulianto	
Perancangan Desain Logo Merek Dagang Pada Asosiasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Bojonegoro	894
Kartika Ayu Ardhanariswari, Ari Wijayani, Ninik Probosari	

Wedang Uwuh Sebagai Peluang Bisnis Sekaligus Melestarikan Warisan Budaya Tak Benda Indonesia	904
Anis Siti Hartati, Sri Suryaningsum	
Peningkatan Keterampilan Pelaku Usaha Industri Kecil Emping Melinko di Kepuh Kulon Banguntapan Bantul	913
AYN Warsiki, Sri Kussujaniatun	
PbM Pembangunan Kawasan <i>Go Green</i> pada Desa Jagalan Kecamatan Banguntapan Kabupaten Bantul	923
Sucahyo Heriningsih, Ruserlistyani, Dwi Sudaryati	
Upaya Peningkatan Kualitas Produk Industri Rumah Tangga Wedang Uwuh di Kecamatan Imogiri Kabupaten Bantul	931
Nanik Dara Senjawati, Siti Hamidah, Juarini	

PENGABDIAN MASYARAKAT

**PKM UKM BAKPIA 803 DAN UKM BAKPIA 703
DI DESA MINOMARTANI KECAMATAN NGAGLIK
KABUPATEN SLEMAN PROVINSI DIY**

Sutrisno, Dyah Rachmawati L., M. Shodiq Abdul Khanan
Jurusan Teknik Industri, Fakultas Teknik Industri, UPN 'Veteran' Yogyakarta
Email: trisno_upnvy@yahoo.co.id

ABSTRAK

UKM Bakpia 803 dan UKM Bakpia 703 merupakan UKM yang bergerak dalam usaha pembuatan bakpia. Selama ini manajemen usaha yang dilakukan oleh UKM Bakpia 803 masih bersifat tradisional, dimana keuangan usaha dengan keuangan keluarga digabung menjadi satu, sehingga keadaan keuangan usaha menjadi bias. Pada saat ini dalam pengadaan kacang hijau kupas sebagai bahan baku pembuatan bakpia dilakukan dengan cara melakukan pengupasan secara tradisional atau membeli kacang hijau kupas di pasaran. Pengupasan secara tradisional tidak efisien dari segi waktu dan biaya, sedangkan kacang hijau kupas harganya mahal. Saat ini UKM Bakpia 803 dan UKM Bakpia 703 belum mendaftarkan merek usahanya ke Depkumham RI. Saat ini pemasaran online yang dilakukan oleh UKM masih kurang maksimal. Melalui program PKM kami telah melakukan pelatihan manajemen usaha yang baik kepada UKM Bakpia 803. Selain itu, kami juga telah mengusahakan tersedianya alat pengupas kulit ari kacang hijau bagi kedua UKM. Melalui program PKM ini kami juga membuatkan website dan mendaftarkan merek kedua UKM di Depkumham RI.

Kata kunci: manajemen usaha, alat pengupas kulit ari kacang hijau, pendaftaran merek, website

PENDAHULUAN

Bakpia merupakan makanan khas Yogyakarta yang banyak digunakan sebagai oleh-oleh ketika orang berkunjung ke Yogyakarta. Usaha memproduksi bakpia merupakan salah satu bidang usaha yang cukup menarik untuk dikembangkan, hal ini dikarenakan banyaknya wisatawan yang berkunjung ke Yogyakarta, dan ketika pulang ke daerah asalnya banyak dari mereka yang membeli bakpia sebagai oleh-oleh, sehingga jumlah permintaan bakpia setiap harinya cukup tinggi. Selain diproduksi oleh industri dalam skala besar, bakpia di Yogyakarta juga banyak diproduksi oleh Unit Kecil dan Menengah (UKM).

UKM Bakpia 803 terletak di Dukuh Mlandangan Desa Minomartani Kecamatan Ngaglik Kabupaten Sleman DIY. Berdasarkan wawancara dengan Ibu Mugiyarti selaku pemilik UKM Bakpia 803 diketahui bahwa manajemen usaha yang diterapkan oleh UKM Bakpia 803 masih belum baik, antara keuangan usaha dan keuangan keluarga masih dijadikan satu, sehingga keadaan keuangan usaha tidak terpantau dengan baik, hal ini mengakibatkan keuntungan atau kerugian usaha tidak terlihat dengan jelas. Berdasarkan wawancara dengan Ibu Mugiyarti diketahui pula bahwa biaya untuk memproduksi bakpia saat ini dirasa tinggi, sehingga untuk

sekedar mendapat keuntungan yang sedikit representatif harus dilakukan dengan menaikkan harga jual, dimana konsekuensinya adalah akan menurunkan daya saing produk dipasaran, sehingga produk bisa menjadi kurang laku. Setelah dilakukan pengamatan diketahui bahwa salah satu penyebab tingginya biaya produksi adalah pengupasan kulit ari kacang hijau sebagai bahan baku pembuatan bakpia masih dilakukan secara manual sehingga membutuhkan banyak pekerja. UKM Bakpia 803 selama ini belum mendaftarkan merk produknya di Departemen Hukum dan HAM RI walaupun sudah berproduksi dari tahun 2001 dan mempunyai merk sendiri. Hal ini dapat menyebabkan terjadinya pelanggaran hak kekayaan intelektual terhadap merk produk bakpia yang dihasilkan oleh pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab. Selama ini cara pemasaran yang dilakukan oleh UKM Bakpia 803 adalah pemasaran dari mulut ke mulut dan pemasaran online terbatas, untuk media promosi selama ini dilakukan melalui spanduk yang dipasang di sekitar UKM dan menyebarkan leaflet.

UKM Bakpia 703 juga terletak di Dukuh Mlandangan Desa Minomartani Kecamatan Ngaglik Kabupaten Sleman. Berdasarkan wawancara dengan Ibu Midah, UKM sangat berkeinginan untuk memiliki alat pengupas kulit ari kacang hijau. Selama ini dalam melakukan pengupasan kulit ari kacang hijau masih dilakukan secara manual. UKM Bakpia 703 belum mendaftarkan merk produknya di Departemen Hukum dan HAM RI. Selama ini pemasaran produk yang dilakukan oleh UKM Bakpia 703 adalah melalui mulut ke mulut, untuk media promosi biasanya dilakukan menggunakan spanduk dan leaflet.

PERUMUSAN MASALAH

Permasalahan yang dihadapi oleh UKM Bakpia 803 adalah yang pertama, selama ini manajemen usaha yang diterapkan oleh UKM Bakpia 803 masih kurang baik, dimana keuangan usaha dan keuangan keluarga masih dijadikan satu, sehingga keadaan keuangan usaha tidak terdeteksi dengan baik. Permasalahan kedua adalah masih manualnya cara pengupasan kulit ari kacang hijau yang dilakukan, hal ini menyebabkan biaya produksi tinggi. Permasalahan ketiga adalah belum terdaftarnya merk produk Bakpia 803 di Departemen Hukum dan HAM RI, hal ini dapat menyebabkan terjadinya penyerobotan hak kekayaan intelektual dari Bakpia 803 oleh pihak yang tidak bertanggung jawab. Permasalahan yang keempat adalah UKM Bakpia 803 belum mempunyai website untuk memaksimalkan pemasaran produk secara online, selama ini pemasaran online yang dilakukan terbatas dengan menggunakan facebook dan tweeter, padahal sekarang ini dan pada masa yang akan datang pihak yang dapat memaksimalkan pemasaran online lah yang akan memenangkan persaingan pemasaran produk.

Permasalahan yang dihadapi oleh UKM Bakpia 703 adalah yang pertama, sama dengan UKM Bakpia 803, dalam pengupasan kulit ari kacang hijau selama ini masih dilakukan secara manual dengan melibatkan banyak pekerja, sehingga tidak efisien dari segi biaya produksi dan waktu. Biaya produksi yang tinggi dan harga dipasaran yang sangat bersaing menyebabkan keuntungan usaha menjadi kecil, padahal UKM juga harus membayar pekerja, jika hal ini tidak secepatnya terpecahkan maka dapat menyebabkan UKM Bakpia 703 gulung tikar. Permasalahan yang kedua adalah belum terdaftarnya merk Bakpia 703 di Departemen Hukum dan HAM RI, dimana hal ini dapat memberi celah kepada pihak yang tidak bertanggung jawab untuk menyalahgunakan hak kekayaan intelektual yang berkenaan dengan merk Bakpia 703. Permasalahan yang ketiga adalah pada saat ini pemasaran yang dilakukan oleh UKM Bakpia 703

masih secara tradisional, belum menggunakan pemasaran secara online, padahal untuk dapat bersaing dalam pemasaran produk di era globalisasi saat ini, pemasaran secara online adalah suatu keharusan.

TUJUAN PENGABDIAN

Pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan mempunyai tujuan untuk memperbaiki manajemen usaha yang dilakukan oleh UKM Bakpia 803 dan UKM Bakpia 703 dengan melakukan pelatihan manajemen usaha, meminimalkan biaya produksi pembuatan bakpia di UKM Bakpia 803 dan UKM Bakpia 703 dengan mengadakan alat pengupas kulit ari kacang hijau, melindungi hak kekayaan intelektual yang berupa merek produk Bakpia 803 dan merek produk Bakpia 703 dengan memfasilitasi pendaftaran merek produknya di Depkumham RI, memperluas jangkauan pemasaran melalui pemasaran secara online dengan membuat *website*.

METODE PEMECAHAN MASALAH

1. Pelatihan manajemen usaha

Pelatihan manajemen usaha yang dilakukan meliputi manajemen keuangan, manajemen sumber daya manusia, manajemen pemasaran, dan manajemen produksi. Manajemen keuangan yang diberikan meliputi perencanaan, penganggaran, pemeriksaan, pengelolaan, pengendalian, pencarian dan penyimpanan dana yang dimiliki oleh UKM Bakpia 803. Manajemen keuangan usaha yang diantaranya berisi tentang pengelolaan dan pencatatan keuangan yang teratur berguna untuk menghindari bercampurnya keuangan usaha dengan keuangan keluarga. Manajemen sumber daya manusia yang diberikan meliputi cara perekrutan pekerja, penilaian kinerja pekerja, pemotivasian pekerja, dan bagaimana cara menumbuhkan kesadaran pekerja untuk turut serta memajukan UKM 803. Manajemen pemasaran yang diberikan meliputi manajemen *branding* UKM, system informasi UKM, pemasaran internet, dan pemasaran relasional. Manajemen produksi yang diberikan meliputi perencanaan persediaan bahan baku pembuatan bakpia yang efektif dan efisien, efisiensi proses produksi pembuatan bakpia, pengendalian kualitas dalam pembuatan bakpia, dan cara efektif dalam menangani complain pelanggan.

2. Pengadaan alat pengupas kulit ari kacang hijau

Untuk melakukan efisiensi waktu pengupasan dan efisiensi jumlah pekerja dalam pengupasan kulit ari kacang hijau sebagai bahan baku dalam pembuatan bakpia di UKM Bakpia 803 dan UKM Bakpia 703 dilakukan dengan membuat alat pengupas kulit ari kacang hijau. Tersedianya alat pengupas kulit ari kacang hijau akan mempersingkat waktu pengupasan dan memaksimalkan jumlah kacang hijau yang terkupas kulit arinya, sehingga sangat mendukung UKM untuk meningkatkan jumlah produksi guna dapat memenuhi permintaan konsumen. Tersedianya alat pengupas kulit ari kacang hijau juga telah meningkatkan efisiensi biaya produksi, karena dengan alat tersebut telah dapat mengurangi jumlah pekerja yang melakukan pengupasan, sehingga dapat mengurangi biaya produksi.

Alat pengupas kulit ari kacang hijau yang dibuat menggunakan mesin diesel untuk menggerakkan motor sebagai pengupas kulit ari kacang hijau. Alat pengupas kulit ari kacang hijau yang dibuat menggunakan sistem *roller* dengan dimensi dan spesifikasi mesin menggunakan diameter *roller* 110 mm dan poros 25 mm, daya motor 0,25 HP dengan putaran

175, 262, dan 131 rpm. Spesifikasi alat pengupas kulit ari kacang hijau seperti di atas dapat menghasilkan kacang hijau kupas dengan kapasitas 50 kg/jam. (Qomaruddin, 2015).

3. Pendaftaran merek di Depkumham RI

Pendaftaran merek Bakpia 803 dan Bakpia 703 di Depkumham RI dilakukan untuk melindungi hak kekayaan intelektual yang dimiliki oleh UKM berkenaan dengan merek dagangnya. Pendaftaran merek yang telah dilakukan melalui tahapan sebagai berikut:

- Meminta surat rekomendasi dari Disperindag Kab. Sleman yang menyatakan bahwa UKM Bakpia 803 dan UKM Bakpia 703 merupakan UKM di wilayah Kab. Sleman
- Membawa surat rekomendasi dari disperindag untuk mendaftarkan merek di Depkumham RI
- Membayar biaya pendaftaran merek

4. Pembuatan *website*

Pembuatan *website* yang dilakukan dengan metode menggunakan kode sendiri dalam sebuah framework. Pembuatan *website* dengan metode ini memerlukan penguasaan bahasa pemrograman yang baik. *Website* yang telah dibuat telah digunakan oleh UKM Bakpia 803 dan UKM Bakpia 703 untuk memasarkan produknya secara *online*.

ANALISA HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelatihan manajemen usaha yang dilakukan yang meliputi pelatihan manajemen keuangan, manajemen sumberdaya manusia, manajemen pemasaran, dan manajemen produksi sangat bermanfaat bagi UKM Bakpia 803. Setelah mengikuti pelatihan manajemen usaha maka keuangan usaha di UKM Bakpia 803 tidak lagi tercampur dengan keuangan keluarga. Pengadaan alat pengupas kulit ari kacang hijau untuk UKM Bakpia 803 dan UKM Bakpia 703 telah membantu UKM untuk melakukan efisiensi biaya produksi pada pembuatan bakpia. Sekarang ini untuk menyediakan kacang hijau kupas sebagai bahan baku pembuatan bakpia, UKM tidak lagi membeli kacang hijau kupas di pasaran yang harganya mahal, tetapi cukup dengan membeli kacang hijau yang masih berkulit yang harganya jauh lebih murah lalu dikupas dengan alat pengupas kulit ari kacang hijau yang sudah tersedia. Sekarang ini merek Bakpia 803 dan merek Bakpia 703 telah terdaftar di Depkumham RI, sehingga merek Bakpia 803 dan Bakpia 703 sudah terlindungi secara hukum. Pembuatan *website* yang telah dilakukan sangat berguna bagi UKM Bakpia 803 dan UKM Bakpia 703 untuk memasarkan produknya secara *online*.

KESIMPULAN

Program PKM dari Kemenristekdikti yang dilakukan pada UKM Bakpia 803 dan UKM Bakpia 703 sangat bermanfaat bagi mereka untuk mengembangkan usahanya menjadi lebih berkembang dan maju. Saat ini UKM Bakpia 803 sudah mempunyai manajemen usaha yang baik. Tersedianya alat pengupas kulit ari kacang hijau bagi UKM Bakpia 803 dan UKM Bakpia 703 telah membantu UKM untuk melakukan efisiensi biaya produksi. Pendaftaran merek yang dilakukan telah dapat melindungi merek dagang UKM dari penyalahgunaan merek oleh pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab. Pembuatan *website* telah dapat membantu UKM Bakpia 803 dan UKM Bakpia 703 dalam memasarkan produknya secara *online*.

DAFTAR PUSTAKA

Dharmmesta, Handoko, 1982, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta, Prenhallindo
Kotler, Philip, 2004, *Dasar-Dasar Pemasaran Jilid I*, Jakarta, Prenhallindo

PENINGKATAN KUANTITAS PRODUKSI DENGAN PENGUNAAN ALAT PELOROT MALAM DI SENTRA INDUSTRI BATIK

Puryani, Laila Nafisah

Fakultas Teknik Industri Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta

Email: puryani@upnyk.ac.id, lailanafisah71@gmail.com

ABSTRACT

Plalangan and Mantaran Batik Industry are batik UKM in Sleman. The process of making batik in UKM is still very simple. In the process of making a motif on cloth, especially for batik, it is done by laying a cloth over the pattern of the image on the floor and then it is painted. In the wax pelorotan process is still using a simple tool, which is using a pot of water boiled on top of the stove then a sheet of cloth that has been batik is put into the pan while stirring using a wooden stick for \pm 5 minutes / cloth. The process is at risk of injury from hot water / steam from the pan and fatigue when stirring the fabric. Therefore, a new and practical wax slimming tool will be used. The results of using the new tool indicate that the new tool can reduce the level of injury and operator fatigue, ie from 53.60% to 42.61%. In addition, this tool can also speed up the slashing process. The average use of tools for the time of night / sheet cloth process for 4.38 minutes, with a new tool takes 3.77 minutes for 4 pieces of batik cloth.

Keywords: batik industry, wax, risk, fatigue.

PENDAHULUAN

Industri kecil dan menengah (IKM) telah tumbuh dan berkembang dengan pesat di Yogyakarta. IKM ini memproduksi produk kekhasan lokal seperti batik yang dijual untuk wilayah domestik maupun mancanegara. Batik menjadi salah satu keunggulan dan daya tarik yang mampu mendukung Yogyakarta sebagai tujuan pariwisata (Bisnis UKM, 2 Juni 2016). Potensi sumber bahan baku dan keterampilan yang dimiliki, baik pengrajin berskala menengah maupun dalam skala kecil, berusaha menawarkan produk terbaiknya pada konsumen. Potensi ini mengangkat citra Yogyakarta sebagai tujuan pariwisata diantaranya industri batik Plalangan dan batik Mantaran.

Industri batik yang berada di Padukuhan Plalangan, Desa Pandowoharjo, Kecamatan Sleman, Kabupaten Sleman diberi nama industri batik Ayu Arimbi dengan ketua Ibu Tatik Susilowati, dengan anggota sebanyak 16 orang. Produk yang dihasilkan oleh industri kecil ini berupa batik cap dan batik tulis. Ciri khas yang dikembangkan dan menjadi daya saing industri batik ini adalah bahwa batik yang diproduksi adalah penggunaan kombinasi warna sintesis dan pewarna alami yang ramah lingkungan. Secara umum, para pengrajin terdiri dari ibu-ibu rumah tangga seperti yang ditunjukkan Gambar 1.



Gambar 1. Industri Batik Plalangan Pandowoharjo Kabupaten Sleman

Industri batik Mantaran berada di Padukuhan Mantaran, Desa Trimulyo, Kecamatan Sleman, Kabupaten Sleman yang letaknya bersebelahan dengan Padukuhan Plalangan. Anggota industri batik Mantaran sebanyak 20 orang yang terdiri dari 16 orang ibu dan 4 orang bapak, yang diketuai oleh Ibu Rita Lestari. Sebagian besar anggota batik Mantaran adalah ibu-ibu rumah tangga yang sebelumnya sebagai buruh tani. Pada awal industri ini dibentuk, ibu-ibu rumah tangga anggota industri batik ini tidak memiliki keahlian membatik. Namun setelah pada tahun 2015 mengikuti pelatihan membatik yang diselenggarakan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Sleman, akhirnya terampil menorehkan canting di atas lembaran kain.



Gambar 2. Industri Batik Mantaran Trimulyo Kabupaten Sleman

Kedua Industri Batik tersebut dalam melakukan proses pelorotan malam masih menggunakan alat yang sederhana, yaitu menggunakan panci dan kemudian pengadukan kain menggunakan tongkat kayu ± 5 menit/kain, jika satu kain sudah diselesaikan maka kain berikutnya baru dimulai proses pelorotan begitu seterusnya, hingga semua kain yang akan diproses pelorotan selesai. Hal tersebut berdampak pada kelelahan pekerja pada saat mengaduk kain dengan

menggunakan tongkat dan resiko cedera terkena air panas sangat besar, selain itu tidak praktis dan efisien saat melakukan proses pelorotan. Hal ini dapat berpengaruh pada waktu pengerjaan kain batik. Oleh karena itu akan dirancang sebuah alat pada proses pelorotan malam yang praktis dan efisien, sehingga memudahkan pekerja dalam melakukan proses pelorotan malam/lilin

METODE PENELITIAN

Kegiatan PKM di industri batik Plalangan dan Mantaran menggunakan cara pemberdayaan masyarakat melalui pelatihan dan pendampingan dengan kerangka pemecahan masalah ditunjukkan pada rencana kegiatan pada Gambar 3.



Gambar 3. Kerangka pemecahan masalah dalam PKM

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perancangan alat pelorotan untuk perancangan dan penjelasan tugas adalah dapat menentukan kriteria yang diinginkan industri batik. Kriteria yang diinginkan yaitu meningkatkan produktivitas, merancang alat yang efektif, alat mudah dioperasikan, mengurangi kelelahan pekerja dan resiko cedera. Hasil yang didapatkan dalam perancangan dan penjelasan tugas akan dijadikan konsep untuk perancangan alat.

Hasil dari kegiatan ini menunjukkan bahwa rata-rata waktu proses yang dihasilkan alat lama sebesar 4,38 menit untuk melorotkan 1 kain batik. Sedangkan hasil dari alat pelorotan baru memerlukan waktu rata-rata 3,77 menit untuk melorotkan 4 kain batik. Hal ini menunjukkan bahwa alat lama masih belum efektif. Sehingga alat pelorotan baru dapat meningkatkan produktivitas industri batik.

Hasil pengujian untuk uji kelelahan secara objektif alat pelorotan lama memiliki rata-rata sebesar 53,60 % dimana pada saat pengoperasian dilakukan persentase berada diatas 50%, menunjukkan perlu adanya perbaikan. Setelah dilakukan perbaikan alat pelorotan baru memiliki rata-rata 42,61 % yang berarti dapat mengurangi tingkat kelelahan.

Hasil uji kelelahan secara subjektif mempengaruhi 3 jenis kelelahan yaitu pelemahan kegiatan, pelemahan motivasi, dan kelelahan fisik. Pelemahan kegiatan dengan hasil rata-rata 3,73 yang berarti rendahnya tingkat pelemahan kegiatan terhadap sebagian besar responden. Pelemahan motivasi dengan hasil rata-rata 3,83 yang berarti rendahnya tingkat pelemahan motivasi terhadap sebagian besar responden. Kelelahan fisik dengan hasil rata-rata 3,66 yang berarti rendahnya tingkat kelelahan fisik terhadap sebagian besar responden.



Gambar 4. Penggunaan alat pelorot malam lama dan baru.

Pengujian tingkat kepuasan operator untuk pengoperasian alat pelorotan sebesar 4,66 yang berarti sebagian besar responden mudah dalam pengoperasian alat pelorotan malam. Tingkat kenyamanan alat pelorotan sebesar 4 yang berarti sebagian besar responden nyaman menggunakan alat pelorotan. Resiko Cidera alat sebesar 3,33 yang berarti sebagian besar responden dalam melakukan pelorotan masih memungkinkan cidera. Tingkat kemudahan dalam perawatan alat sebesar 4 yang berarti sebagian besar responden mudah dalam merawat alat pelorotan.

KESIMPULAN

Dari hasil pelaksanaan Program Kemitraan Masyarakat (PKM), penggunaan alat pelorotan malam yang baru lebih efektif, mudah dioperasikan, praktis, tidak membuat pekerja cepat lelah, dan dapat mengurangi tingkat cidera. Selain itu penggunaan alat ini dapat meningkatkan kuantitas produksi. Alat ini dapat meminimasi waktu proses menjadi 3,77 menit/4lembar kain batik dan memberikan tingkat kelelahan kepada operator yang lebih rendah yaitu dari 53,60% menjadi 42,61%.

REFERENSI

- Imadadi, T.2015. Perencanaan Alat Pemotong Padi Menggunakan Metode Pahl and Beitz. *Tugas Akhir*. Jurusan Teknik Industri, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta
- Nurmianto, E. 2004. *Ergonomi Konsep Dasar dan Aplikasinya*. Cetakan kedua. Prima Printing, Surabaya.
- Pahl, G., Beitz, W., Feldhusen, J., and Grote, K.H. 2007. *Engineering Design: A Systematic Approach*. Thrid Edition. Springer. London.
- Susetyo, J. 2008. Prevalensi Keluhan Subyektif atau Kelelahan karena Sikap Kerja yang tidak Ergonomis Pada Pengrajin Perak. *Skripsi*. Jurusan Teknik Industri, Universitas Udayana Bali.
- Tarwaka, Bakari, S. H. A., dan Sudiajeng, L. 2004. *Ergonomi Untuk Kesehatan dan Kelselamatan Kerja dan Produktivitas*. UNIBA press. Surakarta.
- Tjiptono, F., 2007, *Strategi Pemasaran*, Edisi Kedua, Andi, Yogyakarta
- Ulrich K.T., and S. D. Eppinger. 2000. *Product Design and Development*. McGraw-Hill. Singapore.
- Wignjoesobroto, S. 1995, *Ergonomi Studi Gerak dan Waktu*, Edisi Pertama. Guna Widya. Jakarta.
- Wijaya, D. 2013. Perancangan Alat Tambal Ban Sistem Hidrolik untuk Mempercepat Waktu Operasi dengan Metode QFD. *Tugas Akhir*. Jurusan Teknik Industri, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta.

**PROGRAM PENGEMBANGAN KEWIRAUSAHAAN
BERBASIS INKUBATOR BISNIS DI UNIVERSITAS
PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” YOGYAKARTA**

Tri Wibawa¹⁾, Hendro Widjanarko²⁾, Oliver S. Simanjuntak³⁾

¹⁾ Jurusan Teknik Industri, FTI, UPN “Veteran” Yogyakarta

²⁾ Jurusan Manajemen, FEB, UPN “Veteran” Yogyakarta

³⁾ Jurusan Teknik Informatika, FTI, UPN “Veteran” Yogyakarta

email: tri.wibawa@upnyk.ac.id

ABSTRAK

Kewirausahaan sudah menjadi salah satu program nasional yang penting. Hal ini selaras dengan visi dan misi pemerintah untuk menumbuhkan dan meningkatkan perekonomian nasional melalui peningkatan jumlah wirausaha. Presiden Joko Widodo meminta agar Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) segera menyelesaikan pembahasan terkait Rancangan Undang-Undang Kewirausahaan. Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta (UPNVY) sebagai perguruan tinggi dengan visi menjadi “universitas pioner pembangunan yang dilandasi bela negara di era global”, menangkap tantangan ini dengan menciptakan lulusan yang mempunyai pola pikir sebagai pencipta kerja (job creator) di tengah ketersediaan lapangan pekerjaan yang semakin terbatas. UPNVY bertekad untuk mencetak mahasiswa yang mempunyai pola berfikir dari paradigma pencari kerja (job seeker) menuju pencipta kerja (job creator).

Salah satu langkah yang dilakukan untuk mengatasi masalah tersebut adalah dengan Program Pengembangan Kewirausahaan di UPNVY. Pengembangan kewirausahaan dilakukan dengan menetapkan mata kuliah kewirausahaan dan/atau dengan penyebutan lain seperti entrepreneurship atau technopreneurship menjadi mata kuliah wajib di setiap program studi Diploma dan Sarjana. Metode pembelajaran yang digunakan dalam perkuliahan dikembangkan melalui pembelajaran berbasis inkubator bisnis (business incubator based learning/BIBL). Dalam metode pembelajaran ini langkah-langkah yang diambil adalah pre test, ice breaking, pembekalan kewirausahaan melalui teori, focus case for problem solving, filed trip and visit business, team building, dan post test. Kegiatan perkuliahan lebih lengkap dengan adanya gelar produk hasil praktek kewirausahaan dengan nama “entrepreneur day”.

Program pengembangan kewirausahaan menciptakan wirausaha/tenant duntuk menemukan ide bisnis, menyusun rencana bisnis, mengumpulkan modal, memproduksi, menjual, menganalisa, mengembangkan produk, dan melikuidasi. Akhir tenant melakukan ekspo produk hasil usaha pada entrepreneur day, menyusun laporan dari pengalaman yang telah diperoleh dari awal sampai akhir kegiatan, dan menulisnya menjadi bahan publikasi ilmiah.

Kata kunci: Kewirausahaan, incubator bisnis, tenant

PENDAHULUAN

Kewirausahaan sudah menjadi salah satu program nasional yang penting. Hal ini selaras dengan visi dan misi pemerintah untuk menumbuhkan dan meningkatkan perekonomian nasional melalui peningkatan jumlah wirausaha. Presiden Joko Widodo meminta agar Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) segera menyelesaikan pembahasan terkait Rancangan Undang-Undang Kewirausahaan. Hal ini disampaikan Presiden saat membuka Rapat Pimpinan Nasional (Rapimnas) Himpunan Pengusaha Muda Indonesia (HIPMI) di Tangerang (Kompas, 7/3/2018). Sejalan dengan itu, Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat (DRPM) menangkap isu tersebut dengan dikembangkan program pengabdian masyarakat berbasis pengembangan kewirausahaan di perguruan tinggi melalui Program Pengembangan Kewirausahaan (PPK). Program ini digagas untuk memberikan wadah bagi mahasiswa mempraktekkan ilmu pengetahuan dan teknologi sebagai wirausaha melalui pelatihan, magang, bantuan pengembangan usaha, dan pendampingan.

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta (UPNVY) sebagai perguruan tinggi dengan visi menjadi “universitas pioner pembangunan yang dilandasi bela negara di era global”, menangkap tantangan ini dengan menciptakan lulusan yang mempunyai pola pikir sebagai pencipta kerja (*job creator*) di tengah ketersediaan lapangan pekerjaan yang semakin terbatas. UPNVY bertekad untuk mencetak mahasiswa yang mempunyai pola berfikir dari paradigma pencari kerja (*job seeker*) menuju pencipta kerja (*job creator*). Salah satu langkah yang dilakukan untuk mengatasi masalah tersebut adalah dengan program pengembangan kewirausahaan di UPNVY. Komitmen UPNVY terhadap pengembangan kewirausahaan dituangkan dalam Keputusan Rektor Nomor 02/UN62/III/2016, tentang Pokok-pokok Peraturan Akademik Program Diploma, Sarjana, dan Pasca Sarjana. Keputusan Rektor tersebut pada pasal 7 tentang Struktur Kurikulum, ayat 9 yang berbunyi: pada tingkat satuan pendidikan Program Diploma dan Sarjana wajib diberikan muatan kewirausahaan atau technopreneurship, baik secara ko-kurikuler maupun ekstra-kurikuler. Muatan wajib yang tercantum dalam kurikulum program studi ini diimplementasikan dalam mata kuliah kewirausahaan dan/atau dengan penyebutan lain seperti *entrepreneurship* atau *technopreneurship*.

Metode yang digunakan dalam perkuliahan dikembangkan melalui pembelajaran berbasis inkubator bisnis (*business incubator based learning/BIBL*). Menurut Harley (2010) dalam Idris (2012), inkubator bisnis dapat diartikan sebuah organisasi yang mengsystemasi proses untuk membantu menumbuhkan dan mengembangkan perusahaan yang baru yang diajukan oleh peserta/tenant dengan memberikan berbagai macam layanan komperhensif dan terpadu, yaitu:

1. Inkubator space, dapat berupa kantor, manufaktur, laboratorium, atau penjualan yang tersedia secara fleksibel, terjangkau dan bersifat sementara.
2. Common Space, fasilitas yang diberikan kepada tenant seperti ruang pertemuan, lobi resepsi, dan kantin.
3. Common Services, seperti dukungan kesekretariatan dan penggunaan peralatan kantor secara bersama-sama.
4. Hands-on Counseling, bantuan konseling secara intens dan akses bantuan khusus.
5. Bantuan dalam mencari dan memperoleh pembiayaan bisnis atau bahkan menyediakan beberapa tingkat pembiayaan untuk klien.

Dalam metode pembelajaran ini langkah-langkah yang diambil adalah *pre test, ice breaking*, pembekalan kewirausahaan melalui teori, *focus case for problem solving, filed trip and*

visit business, team building, dan post test (Idris, 2012). Kegiatan perkuliahan lebih lengkap dengan adanya gelar produk hasil praktek kewirausahaan dengan nama ”*entrepreneur day*”. Bentuk dari kegiatan *entrepreneur* ini adalah mahasiswa menemukan ide bisnis, menyusun rencana bisnis, mengumpulkan modal, memproduksi, menjual, menganalisa, mengembangkan produk, dan melikuidasi. Akhir dari kegiatan *entrepreneur day*, mahasiswa menyusun laporan dari pengalaman yang telah diperoleh dari awal sampai akhir kegiatan dan menulisnya menjadi bahan publikasi ilmiah. Hakikat dasar dari kewirausahaan adalah kreativitas dan inovasi. Kreatifitas adalah berpikir sesuatu yang baru, sedangkan inovasi adalah berbuat sesuatu yang baru. Masih menurut Zimmerer (1996) kewirausahaan dapat dipelajari dan diajarkan sebagai sesuatu disiplin ilmu tersendiri karena memiliki objek, konsep, teori dan metode ilmiah. Oleh karena itu kewirausahaan dapat diajarkan dan ditanamkan pada mahasiswa melalui metode yang tepat.

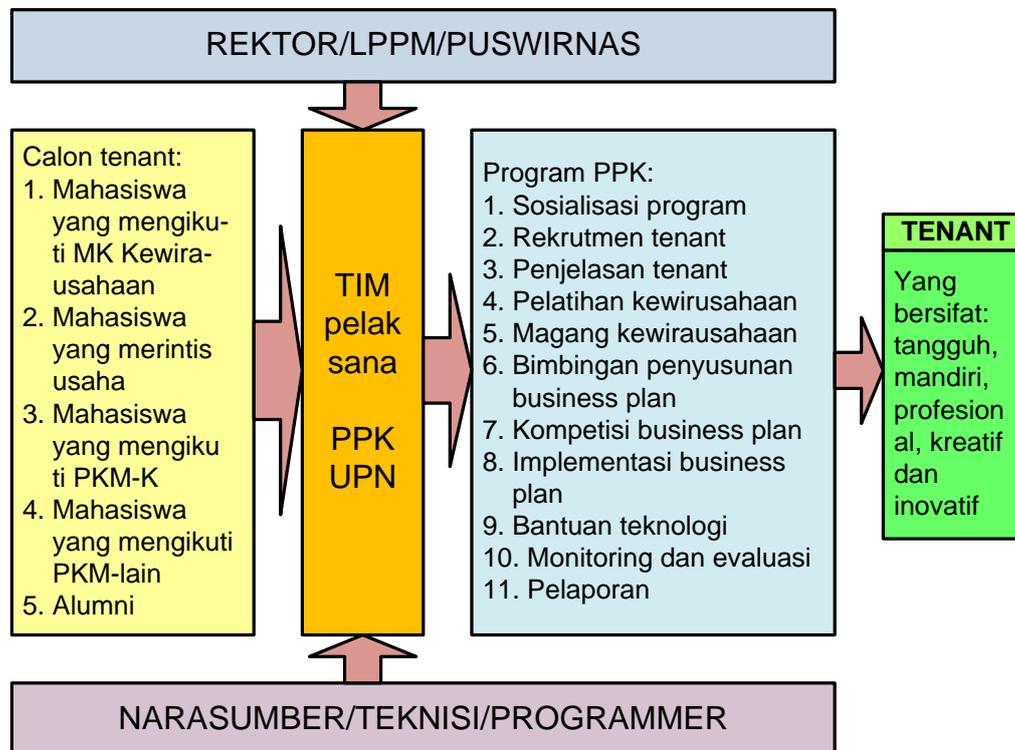
Selain melalui mata kuliah kewirausahaan, UPN “Veteran” Yogyakarta juga mengembangkan budaya kewirausahaan mahasiswa melalui Program Pengembangan Kewirausahaan (PPK) yang didanai oleh Direktorat Riset dan Pengebodian Masyarakat Dirjen Dikti Kementerian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi. Program PPK dilaksanakan selama 3 tahun sejak tahun 2016 sampai dengan 2018. Hasil yang diharapkan dari kegiatan PPK adalah merubah pola pikir mahasiswa untuk menjadi wiausaha dengan memanfaatkan teknologi yang dikuasai serta mendorong mahasiswa untuk berani membuka usaha.

Target Luaran

Target tenant Program Pengembangan Kewirausahaan (PPK) di UPN “Veteran” Yogyakarta setiap tahun sebanyak 20 orang mahasiswa dan target tenant di setiap tahun sebanyak 5 orang mahasiswa yang mendapatkan bantuan pengembangan usaha, bantuan teknis, dan pendampingan. Kelima orang tenant setiap tahunnya ini diharapkan dapat menjadi wirausahawan yang mandiri. Jumlah tenant yang dihasilkan sampai akhir tahun tahun 2018 sebanyak 60 (enam puluh) orang mahasiswa. Para tenant masih terus dipantau dan didampingi agar terus berkembang.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan program PPK pengembangan kewirausahaan di UPN “Veteran” Yogyakarta menggunakan pendekatan inkubator bisnis seperti yang ditunjukkan pada Gambar 1. Pendekatan ini diadopsi dengan pendekatan berorientasi pada inkubator bisnis industri kreatif (Idris, 2012).



Gambar 1. Metode pelaksanaan PPK berbasis inkubator bisnis (diadopsi dari Idris, 2012)

Metode yang digunakan dalam program pengembangan kewirausahaan (PPK) dilakukan secara komprehensif. Hal ini dilakukan agar mendapatkan hasil yang memuaskan. Metode tersebut meliputi:

- a. Sosialisasi program
Sosialisasi ke seluruh program studi dan mahasiswa tentang program yang akan dilaksanakan dan agenda pelaksanaan kegiatan. Sosialisasi bertujuan untuk memberikan informasi kepada seluruh civitas akademika UPN “Veteran” Yogyakarta tentang kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan.
- b. Pelatihan kewirausahaan.
Peserta kegiatan ini akan mendapatkan pelatihan dari aspek manajerial seperti manajemen produksi, manajemen keuangan, manajemen pemasaran, manajemen sumber daya manusia, manajemen strategi, dan kepemimpinan. Pada pelatihan ini juga akan diberikan materi tentang studi kelayakan bisnis maupun *business plan*.
- c. Magang pada UKM mitra.
Tenant akan mendapatkan kesempatan untuk magang pada industri mitra sesuai dengan usaha masing-masing tenant. Rintisan terhadap mitra usaha telah dilakukan pada program hibah P2KPN di tahun 2011 sehingga diharapkan tidak akan ada kesulitan untuk menjalin mitra
- d. Pola pembimbingan melalui pendampingan.
Setiap tenant akan mendapatkan satu orang pembimbing (mentor) baik dari dosen maupun mitra usaha sehingga peserta tidak akan mendapatkan kesulitan lagi dalam penerapan. Pendampingan akan selesai sampai dengan program ini berakhir atau atas permintaan dari

- tenant untuk melanjutkan pendampingan sampai tenant merasa siap untuk dilepas.
- e. Pengawasan terhadap tenant.
Monitoring dan *evaluasi* (monev) dilakukan kepada tenant oleh pembimbing (mentor) maupun oleh penanggung jawab kegiatan PPK ini secara periodik minimal 2 kali. Hal ini dilakukan untuk memastikan pelaksanaan program sesuai dengan rencana. Selain itu juga untuk menemukan permasalahan sedini mungkin sehingga dapat ditemukan solusi.
 - f. Teknik pembiayaan usaha tenant.
Setiap tenant akan mendapatkan dana untuk pengembangan usaha. Setiap tenant diwajibkan menyusun rencana pengembangan dan anggaran serta target-target yang jelas sebelum dana dikururkan. Target terkait dengan keluasaan pasar, produktivitas, dan efisiensi. Pada pertengahan periode, tiap tenant harus membuat laporan kemajuan. Di akhir periode tiap tenant harus membuat laporan akhir.
 - g. Pola pemberian bantuan pengembangan usaha dan bantuan teknis.
Bantuan pengembangan usaha dan bantuan teknis diberikan oleh UPN “Veteran” Yogyakarta melalui program PPK ini atau oleh lembaga lain yang memiliki kompetensi yang relevan dengan bidang usaha tenant. Setiap tenant diwajibkan menyampaikan kendala-kendala yang dihadapi pada proposal sehingga dapat diidentifikasi permasalahan tersebut dan dicari solusi tepat guna yang akan diterapkan. Dosen yang berkecimpung dalam kegiatan ini memiliki berbagai latar belakang pendidikan dan keahlian sehingga diharapkan tidak akan mengalami kesulitan dalam memberikan bantuan kepada tenant. Mitra juga ikut terlibat dalam memberikan bantuan pengembangan usaha dan bantuan teknis sesuai kemampuan dan pengalaman yang dimiliki.
 - h. Monitoring dan evaluasi kegiatan tenant
Masalah yang dihadapi oleh tenant dalam pencapaian misi kegiatan ini akan terekam melalui monitoring dan evaluasi maupun pendampingan yang dilakukan. Apabila masalah tersebut tidak berpotensi mengganggu pencapaian tujuan kegiatan maka cukup diselesaikan oleh pembimbing. Namun demikian jika masalah tersebut berpotensi akan mengganggu pencapaian tujuan, baik secara keseluruhan maupun perindividu tenant maka akan didiskusikan secara bersama-sama oleh seluruh tim untuk mencari solusi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Program Pengembangan Kewirausahaan bertujuan untuk menciptakan wirausaha melalui pelatihan dari aspek manajerial seperti manajemen produksi, manajemen keuangan, manajemen pemasaran, manajemen sumber daya manusia, manajemen strategi, dan kepemimpinan. Pada pelatihan juga diberikan materi tentang studi kelayakan bisnis maupun *business plan*.

Tenant akan mendapatkan kesempatan untuk magang pada industri mitra sesuai dengan usaha masing-masing tenant. Kegiatan magang dalam program pengabdian kepada masyarakat Ipteks bagi Kewirausahaan (PPK) ini merupakan suatu aktivitas yang dilakukan mahasiswa calon tenant untuk memahami, mengamati, dan menganalisis secara langsung penerapan kewirausahaan dari perusahaan atau instansi tempat magang. Magang merupakan kegiatan lanjutan setelah calon tenant diberikan pelatihan sehingga sebagai media untuk mengimplementasikan teori yang diberikan selama pelatihan. Tujuan kegiatan magang bagi mahasiswa calon tenant adalah sebagai berikut:

- 1) menumbuhkembangkan jiwa kewirausahaan, menciptakan budaya kewirausahaan dan untuk memperkaya teori kewirausahaan yang berasal dari pengalaman di tempat magang.
- 2) meningkatkan motivasi berwirausaha, memunculkan ide bisnis, mempersiapkan rancangan bisnis, serta menambah pengalaman bisnis.
- 3) mendapatkan pengetahuan tentang kiat-kiat bisnis untuk memperoleh kesuksesan dalam wirausaha.
- 4) memperpendek waktu adaptasi para lulusan untuk memasuki dunia kerja.
- 5) Memberikan *feedback* bagi perguruan tinggi untuk meningkatkan relevansi tri dharma dengan kebutuhan dunia kerja.

Magang dilaksanakan pada perusahaan-perusahaan dan instansi yang mempunyai kriteria telah menghasilkan produk baik barang maupun jasa yang dikenal oleh masyarakat luas, mempunyai sistem bisnis melalui proses yang mentransformasikan dari bahan menjadi produk yang layak jual, dan mempunyai prospek untuk dikembangkan lebih lanjut, sebagai bisnis yang sukses. Mekanisme pelaksanaan magang diawali dengan pembekalan. Materi pembekalan adalah sebagai berikut: 1) penjelasan umum tentang magang, 2) tata tertib dan sopan santun di tempat kerja, 3) keselamatan dan kesehatan kerja. Persiapan penerjunan magang yaitu meliputi pembagian buku kegiatan (*logbook*) magang. Adapun pelaksanaan magang dilakukan selama satu bulan. Di akhir pelaksanaan magang mahasiswa calon tenant membuat laporan pelaksanaan magang. Laporan magang merupakan penjabaran dari lembar kegiatan yang tercatat dalam *log book* dengan sistematika: gambaran umum perusahaan, sistem produksi di perusahaan, organisasi dan manajemen, distribusi dan pemasaran, dan kiat-kiat sukses dari pemilik usaha.

Kompetisi business plan bertujuan agar mahasiswa mampu membuat rencana bisnis yang menguntungkan dan memiliki prospek untuk dapat dikembangkan. Peserta business plan adalah mahasiswa calon tenant yang telah mengikuti kegiatan magang. Dalam kompetisi business plan ini diambil 5 proposal terbaik sebagai pemenang dan masing-masing akan mendapatkan dana bantuan pengembangan usaha sebesar Rp. 3.000.000,00. Business plan akan mulai implementasikan sejak kontrak ditandatangani. Tenant akan mendapatkan dana untuk pengembangan usaha. Pada saat implementasi kegiatan tersebut tenant akan mendapatkan satu orang pembimbing baik dari dosen maupun mitra usaha sehingga peserta tidak akan mendapatkan kesulitan lagi dalam penerapan. Pendampingan akan selesai sampai dengan program ini berakhir atau atas permintaan dari tenant untuk melanjutkan pendampingan sampai tenant merasa siap untuk dilepas. Selain itu tenant akan mendapatkan bantuan teknologi untuk memasarkan produknya.

Monitoring dan evaluasi terhadap implementasi business plan dilakukan pada pertengahan program. Monitoring dan evaluasi dilakukan kepada tenant oleh pembimbing maupun oleh penanggung jawab kegiatan PPK ini secara periodik minimal 2 kali. Hal ini dilakukan untuk memastikan pelaksanaan program sesuai dengan rencana. Selain itu juga untuk menemukan permasalahan sedini mungkin sehingga dapat ditemukan solusi.

Pola pembimbingan melalui pendampingan. Setiap tenant akan mendapatkan satu orang pembimbing (mentor) baik dari dosen maupun mitra usaha sehingga peserta tidak akan mendapatkan kesulitan lagi dalam penerapan. Pendampingan akan selesai sampai dengan program ini berakhir atau atas permintaan dari tenant untuk melanjutkan pendampingan sampai tenant merasa siap untuk dilepas. *Monitoring* dan *evaluasi* (monev) dilakukan kepada tenant oleh pembimbing /mentor maupun oleh penanggung jawab kegiatan PPK ini secara periodik minimal

2 kali. Hal ini dilakukan untuk memastikan pelaksanaan program sesuai dengan rencana. Selain itu juga untuk menemukan permasalahan sedini mungkin sehingga dapat ditemukan solusi.

Setiap tenant akan mendapatkan dana untuk pengembangan usaha. Setiap tenant diwajibkan menyusun rencana pengembangan dan anggaran serta target-target yang jelas sebelum dana dikucurkan. Target terkait dengan keluasan pasar, produktivitas, dan efisiensi. Pada pertengahan periode, tiap tenant harus membuat laporan kemajuan. Di akhir periode tiap tenant harus membuat laporan akhir.

Bantuan teknologi diberikan oleh UPN “Veteran” Yogyakarta melalui program PPK ini atau oleh lembaga lain yang memiliki kompetensi yang relevan dengan bidang usaha tenant. Setiap tenant diwajibkan menyampaikan kendala teknologi yang dihadapi pada proposal, sehingga dapat diidentifikasi permasalahan tersebut dan dicari solusi pemanfaatan teknologi tepat guna yang akan diterapkan. Dosen yang berkecimpung dalam kegiatan ini memiliki berbagai latar belakang pendidikan dan keahlian sehingga diharapkan tidak akan mengalami kesulitan dalam memberikan bantuan teknologi. Mitra juga akan memberikan bantuan teknologi sesuai kemampuan dan pengalaman yang dimiliki.

Tenant yang telah mendapatkan dana untuk pengembangan usaha akan memperoleh pendampingan. Pada penggalan informasi yang dilakukan oleh tim, diketahui bahwa tenant memerlukan ketrampilan dalam bidang teknologi informasi, khususnya dalam memasarkan /menginformasikan kegiatan bisnisnya melalui website. Ketrampilan ini penting dan sangat dibutuhkan oleh tenant, mengingat bahwa saat ini promosi melalui website merupakan salah satu mekanisme yang efektif dalam memasarkan produknya, disamping promosi *offline*. Pendampingan teknologi yang dilakukan adalah dengan pembuatan website untuk masing-masing tenant.

Dalam mekanisme pembuatan website tersebut yang dilakukan adalah : Penyiapan dan pembelian 5 domain dan hosting. Install dan setting awal 5 buah website, agar pada saat workshop bisa lebih cepat, agar peserta tidak mengalami kesulitan dengan urusan installasi. Workshop pembuatan website dengan materi :Pengenalan Pembuatan dan Pengelolaan Website, Pengenalan Cpanel, Pengisian Konten.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Rangkaian kegiatan PPK telah dilaksanakan sesuai dengan rencana. Metode pengembangan budaya kewirausahaan di kampus kepada mahasiswa dilakukan melalui pelatihan, magang, kompetisi business plan, pemberian bantuan pengembangan usaha, pendampingan bisnis, dan bantuan teknologi.
- b. Capaian Program PPK adalah tenant sebanyak 60 tenant dengan 15 tenant dari mahasiswa yang didanai dan didampingi. Usaha tenant mengalami perkembangan yang signifikan setelah didampingi melalui Program PPK.
- c. Keberhasilan tenant menjadi motivasi bagi mahasiswa lain yang tidak mengikuti Program PPK sehingga budaya kewirausahaan di lingkungan kampus semakin meningkat.

DAFTAR PUSTAKA

- Dominc, O., (2005), Can Performance Based Funding and Quality Assurance Solve the state VS market Conundrum, *March 2005 Vol 18 No1. pp 31-50, Palgrave Macmillan publisher*
- Gerson, R.F., (2004), *Mengukur kepuasan pelanggan*, PPM Jakarta
- Idris, I., (2012), *Panduan Model Pengembangan Inkubator Bisnis*, Deputi Bidang Pengkajian Sumberdaya UKMK, Kemeterian Koperasi dan UMKM
- Irawan, H., (2002), *Sepuluh prinsip kepuasan pelanggan*, Jakarta, Pt. Elexmedia Komputindo
- Keputusan Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia Nomor 81.2/kep/M.KUKM/ VIII/2002
- Kotler, P., (2002), *Manajemen Pamasaran*, Edisi Millinium, Jilid1, Prenhalinndo, Jakarta
- Lack, L., (2004), Differential participation and whole class discussions and the construction of marginalized identities. *The journal of education enguiry no. 2 December 2004*
- Majid, A., (2007), *Perencanaan Pembelajaran*, Bandung, Rosda Karya.
- Rangkuti, F., 2002, *Measuring Customer Satisfaction*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Sagala, S., (2005), *Konsep dan Makna Pembelajaran*, Bandung, Alfabeta.
- Widjanarko, H., Pujiastuti, E.E., dan Utomo, H.S, (2011), *Pembelajaran berbasis inkubator bisnis (business incubator learning/bibl) untuk mengembangkan jiwa kewirausahaan*, Prosiding UMY

IMPLEMENTASI IPTEKS BAGI WILAYAH-CSR DI KECAMATAN PAJANGAN KABUPATEN BANTUL

Hendro Widjanarko, Suratna, Tri Wibawa

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta

Rr. Catur Gunawanti

Akademi Perikanan Yogyakarta

ABSTRAK

Tujuan umum IbW-CSR Kabupaten Bantul adalah untuk mengembangkan wilayah Kabupaten Bantul khususnya di Desa Guwosari dan Desa Sendangsari Kecamatan Pajangan Kabupaten Bantul. Bidang garapan program ini meliputi bidang perikanan (budidaya perikanan dan pengolahan pasca panen) dan pariwisata. Tujuan khusus program ini adalah meningkatkan penghasilan petani ikan di Kecamatan Pajangan dan UKM produsen makanan olahan ikan di Kecamatan Pajangan. Program IbW-CSR ini melibatkan mitra perguruan tinggi, yakni Akademi Perikanan Yogyakarta (APY). Perusahaan mitra program ini adalah PT Bank BPD DIY Cabang Bantul yang telah berkomitmen mendukung kegiatan ini melalui kegiatan CSR.

Program IbW-CSR ini dirancang selama tiga tahun dengan tahapan yang jelas, sistematis, dan terukur. Pada tahun pertama difokuskan pada peningkatan produksi ikan di desa Guwosari Pajangan sebagai pemasok bahan baku UKM makanan olahan ikan di desa Sendangsari, Pajangan. Tahun kedua dilanjutkan dengan peningkatan produktivitas dan kualitas makanan olahan ikan di sentra UKM Desa Sendangsari, Pajangan. Pada tahun ketiga (terakhir) difokuskan pada pengembangan pariwisata di kecamatan Pajangan untuk membuka pasar yang lebih luas.

Program IbW-CSR diterjemahkan dalam aktivitas, sub aktivitas, dan anggaran. Aktivitas yang dilaksanakan selama tiga tahun antara lain pelatihan budidaya ikan, pelatihan pembuatan pelet ikan alternatif, peningkatan sarana kolam ikan bagi petani, pengadaan bibit ikan, pendampingan, pelatihan Teknologi Tepat Guna (TTG) pengolahan ikan (pasca panen) bagi UKM, peningkatan fasilitas produksi bagi UKM, pengurusan ijin industri dan sertifikasi halal, peningkatan sarana desa wisata, promosi wisata, peningkatan pondok ikan di desa wisata, dan pendampingan desa wisata di Kecamatan Pajangan Kabupaten Bantul.

Pelaksanaan Program IbW-CSR pada tahun pertama (2016) menghasilkan luaran berupa kolam percontohan, produk ikan lele siap dipanen, teknologi tepat guna pembuatan pakan alternatif, pellet ikan, artikel ilmiah, dan peningkatan pendapatan petani ikan.

PENDAHULUAN

1. Profil Wilayah IbW-CSR

Wilayah garapan IbW-CSR adalah di Desa Guwosari dan Desa Sendangsari, Kecamatan Pajangan yang merupakan sentra pertanian/perikanan, industri rumah tangga khususnya pengolahan bahan pertanian dan perikanan, serta pariwisata. Kecamatan Pajangan masuk pada wilayah Kabupaten Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta.

Wilayah Kecamatan Pajangan berada di daerah dataran rendah. Ibukota Kecamatan Pajangan berada di ketinggian 100 meter diatas permukaan laut. Kecamatan Pajangan terdiri dari tiga desa yakni Desa Guwosari, Desa Sendangsari, dan Desa Triwidadi. Luas wilayah Kecamatan Pajangan 3.324,7590 Ha. (Data Kecamatan Pajangan). Lokasi Kecamatan Pajangan yang berada di dataran rendah di daerah tropis memberikan iklim yang tergolong panas. Suhu tertinggi yang pernah tercatat di Kecamatan Pajangan adalah 32°C dan suhu terendah 23°C. Bentangan Wilayah Kecamatan Pajangan 75% berupa daerah yang berbukit sampai bergunung. 25% berupa dataran rendah dengan suplai air melimpah.

Kecamatan Pajangan dihuni oleh 7.028 KK, dengan jumlah penduduk keseluruhan sebesar 30.017 orang. Diketahui bahwa sebagian besar warga masyarakat Pajangan berprofesi di sektor pertanian, peternakan, dan perikanan.

Pengembangan wilayah terus dilakukan dengan menggali setiap potensi wilayah ini. Kawasan perbukitan dikembangkan untuk **sektor pariwisata** antara lain desa wisata Krebet, Air terjun Pulosari, Embong Ngembel, Banyu Tumibo, Gua Selarong, dan masih banyak lagi obyek wisata yang sekarang ini sedang digali potensinya. Sedangkan kawasan dataran rendah memiliki tanah yang subur dengan pengairan yang cukup sehingga sangat cocok untuk pertanian dan perikanan.

2. Program Prioritas CSR di wilayah sasaran

PT Bank BPD DIY merupakan salah satu bank yang dimiliki oleh Pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta. Tujuan didirikannya bank ini adalah untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat, khususnya warga DIY. Kabupaten Bantul adalah salah satu wilayah kerja PT Bank BPD DIY yang sangat potensial serta memerlukan banyak pembinaan dari sector riil. Pertanian, perikanan, indutri kecil, dan pariwisata merupakan *concern* Program CSR yang selama ini dilaksanakan oleh PT Bank BPD DIY. Hal ini sejalan dengan prioritas pembangunan Kabupaten Bantul dengan slogan Prodjotamansari (Produktif, Ijo royo-royo, Tata, Aman, Sehat, dan Asri). Slogan tersebut merupakan ruh dari seluruh warga Bantul untuk meningkatkan kesejahteraan dengan memanfaatkan seluruh potensi Bantul terutama sektor pertanian, pariwisata, dan industri kreatif.

Berkaitan dengan hal tersebut maka PT Bank BPD DIY Cabang Bantul memprioritaskan program-program CSR pada sektor perikanan, pariwisata, dan industri kreatif. PT Bank BPD DIY menyadari bahwa untuk menyelenggarakan program pemberdayaan masyarakat tidak dapat dilakukan sendiri. Oleh karena itu maka Perguruan Tinggi sangat perlu mengambil peran untuk mengefektifkan Program CSR tersebut melalui Program IbW-CSR ini. Melalui diskusi dan pembahasan terhadap program CSR antara PT Bank BPD DIY Cabang Bantul dan UPN "Veteran" Yogyakarta maka disepakati komitmen bersama untuk menuntaskan permasalahan masyarakat dengan program terpadu antara Perguruan Tinggi dengan PT Bank BPD DIY Cabang Bantul.

3. Kondisi eksisting Wilayah IbW-CSR relevan dengan permasalahan yang akan ditangani bersama.

Wilayah yang menjadi sasaran Program IbW-CSR ini adalah Desa Guwosari dan Desa Sendangsari, Kecamatan Pajangan Kabupaten Bantul. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada:

- a. Arahan dari Pemda Bantul terkait dengan pengembangan wilayah serta prioritas pembangunan dalam rangka pengentasan kemiskinan secara berkelanjutan, terutama bidang pertanian, perikanan, dan pariwisata.
- b. Hasil diskusi dengan PT Bank BPD DIY Cabang Bantul terkait dengan Program CSR yang selama ini dilaksanakan.
- c. Permintaan masyarakat yang tergabung dalam KUB Sahabat Ikan untuk meningkatkan produktivitas perikanan.
- d. Potensi sektor perikanan dengan sektor pariwisata sangat besar sehingga apabila disenergikan dengan baik akan terbentuk kawasan minapolitan yang berbasis perikanan dan pariwisata.

Berdasarkan uraian di atas maka yang menjadi persoalan dan *concern* dari Program IbW-CSR ini adalah:

1. Perikanan (budidaya perikanan dan industri kreatif makanan olahan berbahan dasar ikan).
2. Pariwisata.

Alasan pemilihan kedua sektor tersebut adalah:

- a. Menempatkan perikanan menjadi sektor unggulan di Kabupaten Bantul karena kawasan ini sangat potensial sebagai kawasan perikanan didukung dengan sumber daya air yang baik.
- b. Sektor industri kreatif dengan mengedepankan UMKM sebagai pelaku utama menjadi *concern* Pemda Bantul sehingga akan mampu memberikan sumbangan APBD yang semakin meningkat.
- c. Sektor pariwisata saat ini sedang digalakkan di Kabupaten Bantul khususnya di Kecamatan Pajangan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

4. Permasalahan-permasalahan prioritas yang disepakati bersama CSR, PEMDA dan PT Mitra Program untuk ditangani melalui program IbW-CSR dan IbW-PEMDA-CSR selama tiga tahun.

Berdasarkan hasil pertemuan antara Perguruan Tinggi Pengusul, Perguruan Tinggi Mitra, PT Bank BPD DIY Cabang Bantul, Pemda Bantul, serta Pelopor Petani Ikan Kecamatan Pajangan serta Pelopor UKM Kecamatan Pajangan disepakati beberapa permasalahan yang diprioritaskan untuk ditangani selama tiga tahun sebagai berikut:

Tabel 1. Permasalahan Mitra

No.	Permasalahan	Justifikasi adanya Masalah	Peluang Perbaikan
1.	Petani ikan kesulitan pakan ikan dengan harga terjangkau	Masih menggunakan pakan ikan dari membeli	Perlunya kemampuan teknologi pembuatan pakan sendiri untuk menekan biaya
2.	Petani ikan terbatas sumber daya pembuatan kolam ikan	Kolam tidak standard dan relative kecil	Perlu modal untuk meningkatkan kapasitas produksi ikan

No.	Permasalahan	Justifikasi adanya Masalah	Peluang Perbaikan
3.	Petani ikan kesulitan dalam pencegahan penyakit ikan	Ikan sering mati mendadak dan petani merugi	Sangat penting untuk mampu menguasai penyakit ikan untuk mengantisipasi risiko
4.	Petani ikan kesulitan dalam pemasaran hasil panen dengan harga yang menguntungkan	Hanya mengandalkan tengkulak dengan harga rendah	Perlu pemasaran yang lebih luas agar mampu menjual dengan harga yang layak dan menguntungkan
5.	Petani ikan dan UKM Pengolahan Ikan kesulitan dalam manajemen keuangan usaha	Petani sering kehabisan modal usaha	Perlu pengetahuan dan ketrampilan mengelola usaha agar selalu berkembang
6.	UKM Makanan Olahan Ikan kesulitan bahan baku ikan dengan harga terjangkau	Terbatasnya pemasok ikan sehingga harga perolehan menjadi mahal	Bekerja sama dengan Kelompok Petani Sahabat Ikan dari Kecamatan Pajangan
7.	Kapasitas produksi UKM masih relatif kecil	Tidak dapat memenuhi permintaan secara konsisten	Peningkatan kapasitas produksi penting agar mampu mendapatkan melayani konsumen secara konsisten
8.	Standarisasi kualitas produk ikan olahan	Kualitas produk berubah-ubah	Penting adanya standar kualitas untuk mempertahankan kepuasan konsumen
9.	Akses pemasaran makanan olahan ikan masih terbatas	Pemasaran masih di sekitar lokasi produksi	Peningkatan jaringan sangat diperlukan agar penjualan lebih meningkat
10.	Ketrampilan pengolahan ikan terbatas	Hasil produksi kurang inovatif	Inovasi pengolahan ikan ditingkatkan agar respon pembeli semakin baik
11.	Peralatan produksi masih sederhana	Peralatan tradisional	Pemenuhan peralatan utama maupun penunjang untuk meningkatkan kuantitas dan kualitas produksi
12.	Daya saing produk rendah	Kalah bersaing dengan produk sejenis yang lain di pasaran	Penting meningkatkan daya saing secara komprehensif dengan mempertimbangkan semua aspek marketing
13.	Teknologi informasi terbatas	Belum memiliki alat promosi berbasis IT	Perlu peningkatan akses teknologi informasi untuk meningkatkan jejaring bisnis
14.	Kesadaran masyarakat atas potensi wisata belum optimal	Sebagian masyarakat belum menyadari potensi wisata	Kesadaran masyarakat atas potensi wisata akan membuka peluang perbaikan ekonomi
15.	Manajemen desa wisata masih minim	Pengelolaan masih sederhana	Pengelolaan yang baik akan mempercepat berkembangnya desa wisata
16.	Fasilitas utama dan pendukung pariwisata masih minim	Fasilitas masih sangat minim	Fasilitas yang lengkap akan meningkatkan daya tarik dan kenyamanan

No.	Permasalahan	Justifikasi adanya Masalah	Peluang Perbaikan
17.	Promosi pariwisata sangat terbatas	Promosi mengandalkan mulut ke mulut	Promosi pariwisata harus gencar untuk meningkatkan <i>multiplier effects</i>

5. Tujuan IbW-CSR

Berdasarkan latar belakang pada uraian pendahuluan di atas, ditetapkan tujuan dari Program IbW-CSR Kabupaten Bantul sebagai berikut:

- Menciptakan kemandirian, kenyamanan dan kesejahteraan masyarakat melalui sinergi kepakaran masyarakat perguruan tinggi, program CSR PT Bank BPD DIY Cabang Bantul, dan kebijakan Pemerintah Kabupaten Bantul.
- Menemukan solusi atas persoalan yang dihadapi masyarakat serta secara langsung atau tidak langsung berpotensi mempengaruhi kenyamanan kehidupan masyarakat serta mengembangkan program-program pengentasan kemiskinan sehingga kesejahteraan masyarakat akan semakin meningkat.

METODE PELAKSANAAN

1. Program dan Kegiatan

Permasalahan yang dihadapi kedua wilayah diharapkan akan tuntas pada akhir tahun ketiga. Oleh karena itu metode yang digunakan dalam Program IbW-CSR ini adalah *Programs based Problems*.

Berikut tahapan-tahapan yang dilalui secara **logis dan sistematis** untuk menentukan metode pelaksanaan Program IbW-CSR ini:

- Setiap permasalahan yang telah dipetakan harus betul-betul merupakan masalah exiting di masyarakat.
- Selanjutnya setiap masalah dianalisis secara cermat terkait dengan factor-faktor yang menjadikan masalah tersebut (akar masalah/root of problems).
- Akar masalah tersebut merupakan dicari solusinya sehingga setiap solusi akan mengakses setiap masalah.
- Berdasarkan solusi yang disepakati maka dapat ditentukan program, aktivitas, sub aktivitas, dan anggaran.
- Evaluasi kinerja ditentukan berdasarkan indicator-indikator akar masalah.

Mengacu kepada analisis situasi dan permasalahan di kedua wilayah yakni di Desa Guwosari dan Desa Sendangsari Kecamatan Pajangan maka program-program yang disepakati bersama untuk menyelesaikan permasalahan-permasalahan prioritas dan tahun-tahun pelaksanaannya sebagai berikut:

Tabel 2. Program dan Kegiatan Tahun 2016

No.	Program	Kegiatan	Sub Kegiatan
1.	Program Peningkatan Pemanfaatan Teknologi Perikanan bagi Petani Ikan	Pelatihan teknologi budi daya ikan	a. Pembuatan materi pelatihan b. Pelaksanaan pelatihan

No.	Program	Kegiatan	Sub Kegiatan
			c. Evaluasi Pelaksanaan
2.	Program Peningkatan Kapasitas Produksi dan Pengurangan Risiko	a. Perluasan/Pembuatan kolam kelompok b. Pembuatan kolam percontohan c. Pengadaan bibit berkualitas d. Pelatihan Hama penyakit ikan	a. Pengadaan material kolam b. Pengerjaan pembuatan kolam c. Pembelian bibit unggul d. Pembuatan materi pelatihan e. Pelaksanaan pelatihan f. Studi banding
3.	Program Pembuatan Pakan Alternatif	a. Pengadaan teknologi pakan alternative b. Pendampingan	a. Pembelian bahan pellet ikan b. Pembelian alat pembuat pellet ikan c. Pendampingan pembuatan pellet alternative
4.	Program Peningkatan Manajemen Pengelolaan Usaha Perikanan	Pelatihan Manajemen Keuangan, Produksi, dan Pemasaran	a. Pembuatan materi pelatihan b. Pelaksanaan pelatihan c. Evaluasi Pelaksanaan
5.	Program Perintisan Desa Wisata Kuliner Ikan di Kecamatan Pajangan	Pelatihan Manajemen Pariwisata (akan ditindaklanjuti di tahun ke-3)	a. Pembuatan materi pelatihan b. Pelaksanaan pelatihan c. Evaluasi Pelaksanaan

Tabel 3. Program dan Kegiatan Tahun 2017

No.	Program	Kegiatan	Sub Kegiatan
1.	Program Peningkatan Pemanfaatan teknologi Industri Makanan Olahan Berbahan Dasar Ikan	Pelatihan Teknologi Pengolahan Ikan	a. Pembuatan materi pelatihan b. Pelaksanaan pelatihan c. Evaluasi Pelaksanaan
2.	Program Peningkatan Kapasitas Produksi dan Standarisasi Produk	a. Pengadaan fasilitas produksi b. Pengadaan fasilitas pengemasan c. Pengurusan Ijin P-IRT dan Serifikasi Halal bagi KUB Kec. Pajangan	a. Pembelian alat-lat produksi b. Pembelian alat pengemasan modern c. Mengurus ijin P-IRT ke Dinas Kesehatan d. Mengurus Sertifikasi Halal ke MUI

3.	Program Peningkatan Akses Pemasaran produk UKM dengan pemanfaatan teknologi informasi	a. Pengadaan papan nama b. Pengadaan website/homepage c. Pendampingan pemasaran online d. Pendampingan pemasaran ke toko-toko oleh-oleh	a. Pembuatan dan pemasangan papan nama “Kawasan UKM Olahan Ikan” b. Pembuatan media online c. Pendampingan pemasaran lewat internet dan social media d. Pendampingan pemasaran ke sentra-sentra oleh-oleh di kota Yogyakarta
4.	Program Peningkatan Kesadaran Pariwisata	Pelatihan bagi Kelompok Sadar Wisata (akan ditindaklanjuti di tahun ke-3)	a. Pembuatan materi pelatihan b. Pelaksanaan pelatihan c. Evaluasi Pelaksanaan

Tabel 4 Program dan Kegiatan Tahun 2018

No.	Program	Kegiatan	Sub Kegiatan
1.	Program Peningkatan Fasilitas Pariwisata di Desa Wisata Guwosari Pajangan untuk menopang pemasaran produk UKM makanan olahan	Peningkatan fasilitas pendukung Desa Wisata Guwosari	a. Pengadaan fasilitas warung kuliner khas ikan di Desa Wisata Guwosari b. Penambahan fasilitas kolam ikan c. Pengadaan fasilitas sentra makanan olahan ikan
2.	Program Promosi wisata	Pengadaan media promosi wisata	a. Pengadaan baliho/papan nama b. Pengadaan leaflet promosi wisata
3.	Pendampingan Desa Wisata	Pendampingan Desa Wisata Guwosari	a. Pemantauan b. Diskusi c. Sarasehan

2. Kontribusi CSR dan/atau PEMDA dalam pelaksanaan program

Kontribusi CSR

Bank BPD DIY memberikan kontribusi yang besar terhadap Program IbW-CSR ini. Kontribusi Bank BPD DIY ditunjukkan antara lain:

- Komitmen untuk mendukung sepenuhnya Program IbW-CSR ini. Selama ini Bank BPD DIY Cabang Bantul juga telah melakukan CSR di wilayah Bantul. Oleh karena itu diharapkan kegiatan IbW-CSR ini akan meningkatkan kualitas program CSR yang selama ini dilaksanakan mandiri oleh Bank BPD DIY Cabang Bantul.
- Komitmen juga ditunjukkan dengan alokasi dana CSR yang selama tiga tahun ke depan akan dishare pada Program IbW-CSR ini.

- c. Pengucuran kredit lunak bagi petani ikan dan UKM makanan olahan yang dibina melalui Program IbW-CSR ini.
- d. Mengikutsertakan Petani dan UKM menjadi binaan UKM-Centre binaan Bank BPD DIY Cabang Bantul.

Kontribusi Pemda Bantul

Meskipun Pemda Bantul tidak memberikan kontribusi pendanaan pada program ini, Pemda Bantul menunjukkan komitmen yang besar terhadap Program IbW-CSR ini. Kontribusi Pemda Bantul ditunjukkan antara lain:

- a. Komitmen Bupati Bantul untuk mendukung sepenuhnya Program IbW-CSR ini. Selama ini Pemda Bantul telah bekerja sama dengan UPN “Veteran” Yogyakarta melalui program-program pengabdian masyarakat dan penelitian sehingga UPN “Veteran” Yogyakarta memiliki citra yang sangat positif di mata masyarakat Bantul.
- b. Melalui Dinas terkait, Pemda Bantul siap mensukseskan Program ini seperti menjadi nara sumber, pendamping, fasilitator, dan lain sebagainya.
- c. Pemerintah Kecamatan dan Pemerintah Desa juga siap untuk mendukung kegiatan ini dengan memfasilitasi perijinan tempat, ijin promosi, sosialisasi kepada warga, dan lain sebagainya.

IMPLEMENTASI

Implementasi Program IbW-CSR pada tahun pertama (2016) secara umum telah dilaksanakan sesuai dengan rancangan program yang diusulkan. Program yang dilaksanakan meliputi sosialisasi program, Pelatihan teknologi budi daya ikan, Pelatihan Manajemen Keuangan, Produksi, dan Pemasaran, Pembuatan kolam percontohan, Pengadaan bibit berkualitas dan penebaran, Pelatihan Hama penyakit ikan, Pengadaan teknologi pakan alternative, Pendampingan & Pelatihan Pembuatan pakan alternative, dan pembuatan artikel ilmiah.

LUARAN

Luaran Program IbW-CSR tahun pertama (2016) adalah sebagai berikut:

1. Kolam ikan percontohan dengan teknologi yang memadai berlokasi di kawasan Desa Wisata Guwosari Pajangan
2. Produk perikanan yang meningkat kapasitas produksinya
3. Teknologi Tepat Guna Pembuatan pelet ikan dari bahan alternatif
4. Produk pelet ikan melalui pemanfaatan teknologi tepat guna dengan biaya yang efisien sehingga pendapatan petani ikan meningkat
5. Meningkatnya pendapatan petani ikan di Kecamatan Pajangan
6. Model Pengembangan wilayah berbasis perikanan
7. Artikel ilmiah

KESIMPULAN

Berdasarkan uraian pada bab sebelumnya dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Implementasi kegiatan yang merupakan solusi dari setiap permasalahan mitra dilaksanakan secara konsisten sehingga permasalahan yang dihadapi oleh mitra dapat teratasi dengan baik.

2. Ipteks yang diterapkan pada mitra IbW di kecamatan Pajangan Bantul mampu meningkatkan produktivitas dan penghasilan mitra.
3. Program pelatihan dan pendampingan yang baik akan menghasilkan kinerja program pemberdayaan yang optimal.
4. Model *sociopreneurship* yang melibatkan kedua mitra dapat dijadikan rekomendasi bagi permasalahan serupa sehingga masing-masing mitra akan mendapatkan manfaat dari kerja sama strategis ini.
5. Kegiatan pendampingan terus diupayakan untuk menjamin program tetap dilaksanakan secara konsisten serta mengantisipasi permasalahan lain yang muncul.

DAFTAR PUSTAKA

- Bantul Soul of Java* Eksotisme Pariwisata Kerajinan, Seni, dan Budaya (2015). Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bantul.
- Bantul Tourist Event* (2015). Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bantul.
- Data Base Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bantul (2015).

BRANDING BAGI SEBUAH DESA
(PLACE MARKETING DESA TRIWIDADI)

Eny Endah Pujiastuti, Heru Cahya Rustamaji, Rifki Indra Perwira, Danang Yudhiantoro, Endah Wahyurini

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta

Email: eny_endah@yahoo.co.id

ABSTRACT

The village development program partners (PPDM) has the purpose of helping government programs in the development of the community and the territory of the village. Construction of the village of Triwidadi one memasarakan potential to introduce and which is owned by the village of Triwidadi. Methods used in PPDM this is by using the business incubator. The results of this activity are the emasarkan potential, by means of establishing rural branding. The stages are being made to develop the place brand according to the CEOs for Cities (2006) yaitu 1). menetapkan tujuan yang jelas, 2). Memahami Target audiens, 3). Mengidentifikasi citra merek saat ini, 4). Mengatur identitas merek aspiratif, 5). Mengembangkan posisi, 6). Menciptakan nilai proposisi, 7). Melaksanakan strategi merek, 8). Mengukur sukses

Keywords: *Place Branding, Positioning, awareness, website*

PENDAHULUAN

Tren yang berkembang dengan pesat dalam beberapa tahun terakhir adalah berkembangnya ekonomi desa dengan mengolah potensi alam dan budaya yang dimiliki sebagai sebuah destinasi yang berbasis masyarakat. Destinasi sebuah potensi desa semakin penting untuk bisnis pariwisata. Oleh karena itu untuk pengelolaan potensi desa sebagai sebuah destinasi membutuhkan place marketing. Marketing's contribution is to organise effectively the use of the resources to achieve the overall targets Langkah pertama yang dilakukan adalah understanding customer needs and wants (Gummeson 1999: dan Rainisto 2000b). Selanjutnya menganalisis potensi desa sebagai dasar penentuan produk wisata. In place marketing, the place product must be adapted to fit the needs of place customers. Places must find ways to differentiate and position themselves for their target markets.

Desa Triwidadi memiliki banyak potensi yang dapat dikembangkan dan ditawarkan kepada masyarakat. Agar destinasi desa tiwidadi sebagai desa wisata maka destinasi membutuhkan destination brand yang kuat karena merek adalah salah satu cara untuk menyampaikan pesan tentang potensi desa serta dengan menunjukkan keunikan tersebut untuk kelompok sasaran potensial. Merek harus menarik orang untuk mengunjungi desa. People choose to travel to certain destinations according to their desire for particular characteristics, such as climate, scenery, amenities and cultural attributes. Destination brands can be characterised as having two dimensions: representational (attributes linked to the individual's self-expression) and functional (utilitarian aspects of the destinations — sun, reefs, sky, culture, and so on).

Oleh karena itu dalam kegiatan pengabdian masyarakat (Program Pengembangan Desa

Mitra) dilakukan beberapa tahapan kegiatan yang pada akhirnya dapat menjual potensi sehingga pendapatan masyarakat meningkat. Kegiatan kegiatan yang dilakukan dapat menjadi sarana untuk place marketing. Dalam artikel ini, penulis akan menulis bagaimana membentuk branding sebuah desa sehingga bisa menjadi desa wisata.

METODE

Metode yang digunakan dalam kegiatan ini berupa inkubator bisnis. Inkubator bisnis ini bertujuan untuk mendukung serta mempercepat keberhasilan para pengusaha pemula. Pengusaha pemula disini adalah masyarakat desa dalam memasarkan potensi desa nya untuk meningkatkan ekonomi. Tahapan dalam proses inkubator bisnis untuk place marketing desa Triwidadi dengan melakukan pelatihan dan pendampingan.

HASIL DAN DISKUSI

Kegiatan Program pengembangan desa mitra yang dilakukan di desa Triwidadi berupa pelatihan seperti pelatihan pengelolaan website (jurnalistik on line), pelatihan place marketing, pelatihan desa wisata dan pengelola desa wisata, serta pelatihan atraksi wisata. Dengan adanya pelatihan ini akan meningkatkan pemahaman dan kesadaran akan potensi desa yang dimiliki sehingga muncul keinginan untuk memasarkan potensi sehingga bisa meningkatkan ekonomi masyarakat. Hasil lain adalah adanya pengurus desa wisata atau pokdarwis desa Triwidadi kecamatan Pajangan Kabupaten Bantul.

Hasil analisis potensi desa Triwidadi dapat diketahui bahwa desa Triwidadi memiliki banyak potensi yang dapat dikembangkan seperti alam, bendungan kamijaro, budaya, dan tanaman garut. Langkah selanjutnya yang akan dilakukan adalah membuat lanscape ehingga bisa diketahui titik mana yang akan dijadikan tempat wisata. Hasil analisis potensi ini dapat menjadi dasar untuk membuat atraksi wisata yang menarik. Pembuatan atraksi wisata dan paket wisata masih butuh waktu yang panjang untuk dapat di pasarkan karena masih perlu adanya sarana dan prasarana untuk mengembangkan desa wisata.

Tantangan dalam pengembangan place marketing desa Triwidadi adalah mengidentifikasi produk desa yang unik sehingga bisa dijadikan diferensiasi dengan desa yang lain. Desa (place/Tempat) perlu untuk membedakan diri dari satu sama lain, untuk menyatakan individualitas mereka mencapai berbagai tujuan ekonomi, politik atau psikologis sosial. Diferensiasi penting karena masyarakat atau wisatawan akan mudah untuk mengetahui atraksi wisata yang ditawarkan. Diferensiasi dari atraksi wisata yang akan dikembangkan menjadi dasar untuk pembuatan brand yang kuat. Desa Triwidadi harus memiliki brand untuk dapat menarik wisatawan berkunjung. hal ini seperti yang disampaikan oleh Dinnie (2010) bahwa untuk mengembangkan merek yang kuat, pembuat kebijakan membutuhkan mengidentifikasi serangkaian atribut yang ada di kota.

Brand dapat dibentuk melalui promosi on line (website). Web yang baik dan informatif apabila bisa menampilkan informasi yang berisi berita mengenai potensi yang dimiliki desa Triwidadi. Website yang baik jika dikelola oleh orang yang memiliki kemampuan untuk menulis berita dengan baik. Oleh karena itu, PPDM mengadakan kegiatan pelatihan jurnalistik on line.

Most studies on place marketing focus on unique selling points and thus on brands of already extensively 'marketed' countries (e.g. Braun, 2008; Metaxas, 2007; Capik, 2007; Fujita

& Dinnie, 2010; Kozma, 2006), Rural towns and rural regions – unique or not – face a completely different situation when they want to create an image of themselves in order to place themselves on the map: they are too small or too insignificant to have been heard of by any target group. One way of promoting and marketing a specific geographical place is to use the residents there as agents (Giles et al, 2013; Kavaratzis & Hatch, 2013; Braun et al, 2010; Messley et al, 2010; Zenker & Petersen, 2010). Morgan et al. (2002) claim that ‘places are potentially the world’s biggest brands’. Kota dan desa dapat bermerek. Desa harus memiliki kualitas yang baik agar merek berhasil. Hankinson (2009) notes that, “places that want to flourish must deliver distinctive, compelling, memorable and rewarding experiences to their target consumers” (as cited in Hanna and Rowley, 2012).

Untuk mengembangkan pemahaman tentang konsep destination branding dan lebih khusus lagi rural branding, maka perlu memahami definisi dari branding. Beberapa definisi dari brand image seperti Citra merek adalah pendorong utama dari ekuitas merek, yang mengacu pada persepsi umum dari konsumen dan perasaan tentang merek serta memiliki pengaruh pada perilaku konsumen (Zhang, 2015). Gardner dan Levy (1955) menyampaikan *Brand image is consisted of consumers’ opinion, attitude and emotion toward a brand, which reflects the cognitive or psychological elements of the brand*. Sommers (1964) mengatakan brand image merupakan *Consumers’ perception and recognition of a product’s symbolic attribute. Brand an identifiable product, service, person, or place, augmented in such a way that the buyer or user perceives relevant, unique added values which match their needs most closely [and] its success results from being able to sustain these added values in the face of competition”* (as cited on Konecnik and Gartner, 2007)

Rural branding seperti Branding destinasi adalah alat pemasaran yang kuat yang dapat membangun citra positif dan hubungan emosional dengan pengunjung dan fondasi dari branding destination adalah pengalaman dirasakan bahwa pengunjung akan memiliki destinasi (Morga et al., 2004). Destination image is defined as “an expression of knowledge, impressions, prejudices, imaginations and emotional thoughts an individual has of a specific place” (Lawson and Baud Bovy, 1977). *City branding and corporate branding are similar in that they are dissimilar to product branding” argues Kavaratzis (2009). City branding is building up a relation between people and the image of their city (Nickerson and Moisey , 1999). City brand means to choose a consistent brand factor combination by establishing a positive image in order to gain a recognition and differentiation with the city as the destination. City branding is an appropriate way to describe and implement city marketing. While the object of city marketing is the city’s image, it is actually the starting point for developing the city’s brand (Kavaratzis, 2004). The brand factors include names, terms, signs, logos, design, symbol, slogan, packing or the combination of the above; among them, name is the priority (Cai, 2002).*

As such, place marketers are striving to settle the city as a brand, with the purpose of promoting to existing and potential target groups; and differentiate themselves from each other, to assert their individuality in pursuit of various economic, political or socio-psychological objectives” (Kavaratzis and Ashworth, 2005). Tujuan branding adalah untuk mencapai persepsi konsumen yang akan memberikan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan (Uztuğ, 2003).

Kavaratzis and Ashworth (2005) argue that in order to apply corporate branding to places, the place brand should be treated as “the whole entity of the place products, in order to achieve consistency of the messages sent. Moilanen and Rainisto (2009) defines place branding

as “*management of place image using strategic innovation and coordinated economic, commercial, social, cultural and government politics. City branding is associated primarily with the economically inspired desire to position cities more positively in the midst of a scaled-up, more mobile and flooded market of locations and destinations. Cities have to be shaped emphatically, thematized and brought to the attention of the more mobile and less location-dependent companies, inhabitants and visitors*” (cited in Kerr, 2006, p. 278).

Sebuah merek yang jelas, menarik dan unik adalah dasar yang membantu untuk membuat tempat yang diinginkan sebagai lokasi bisnis, tujuan pengunjung. Pengembangan strategi merek untuk sebuah desaa memanfaatkan fitur dari tempat itu untuk memberikan sebuah janji yang relevan dan menarik bagi khalayak target. Hal ini seperti kampanye iklan atau tagline. Sebaliknya, strategi branding adalah visi yang lebih dalam, lebih emosional yang mempengaruhi tindakan. Pergeseran dari rural marketing untuk rural branding adalah tahap selanjutnya dalam perkembangan praktik pemasaran yang diterapkan pada tempat (place).

Untuk tujuan branding, Kavaratzis dan Ashworth (2005) mempertimbangkan tempat (Apakah negara, wilayah, kota atau kawasan perkotaan) sebagai "merek atau multidimensi konsep yang terdiri dari unsur-unsur fungsional, emosional, relasional dan strategis yang bersama-sama membuat unik set Asosiasi terhubung dengan tempat dalam pikiran masyarakat..

Rural brand sangat penting bagi desa Triwidadi. Citra destinasi memainkan dua peran penting dalam perilaku: (1) untuk mempengaruhi proses pengambilan keputusan pilihan destinasi dan (2) dengan kondisi perilaku setelah pengambilan keputusan termasuk partisipasi (pengalaman di destinasi), evaluasi (kepuasan) dan niat perilaku di masa depan (niat untuk kembali dan kesediaan untuk merekomendasikan) (Goodal, 1988, Bigne *et al.*, 2001 dan Lee, Lee, and Lee, 2005). Citra destinasi mempunyai peran penting dan banyak dalam proses pengambilan keputusan, karena semua pengambilan keputusan seperti faktor uang, waktu dan keluarga didasarkan pada citra masing - masing destinasi sebagai motivasi bagi pembuat keputusan (Gartner, 1993). Jika rural branding tidak dibangun secara positif di benak masyarakat maka akan sulit untuk membuat masyarakat datang mengunjungi desa.

Tahapan yang dilakukan untuk mengembangkan *place brand* menurut CEOs for Cities (2006) yaitu 1). *Define Clear Objectives*, 2). *Understand the Target Audience*, 3). *Identify Current Brand Image*, 4). *Set the Aspirational Brand Identity*, 5). *Develop the Positioning*, 6). *Create Value Propositions*, 7). *Execute the Brand Strategy*, 8). *Measure Success*.

Define Clear Objectives, sangat penting bahwa para pembuat keputusan memahami tujuan dan sasaran dari inisiatif branding. Menciptakan sebuah patokan untuk sukses membantu menentukan tujuan spesifik Anda. Sebagai contoh, mengidentifikasi tempat yang menghadapi tantangan yang sama dan telah berhasil mengatasi mereka dengan memulai sebuah strategi merek. Menganalisis keberhasilan mereka. Mana terjadi pergeseran? Untuk apa gelar iklim ekonomi membaik? Apa adalah indikator sukses-peningkatan penduduk, pertumbuhan bisnis, pendapatan, acara, pengunjung, dll.? Indikator-indikator paling tepat untuk proyek Anda? Apa yang komponen kunci yang memungkinkan transformasi mereka? Apa yang dapat Anda pelajari dari pengalaman mereka?.

Understand the Target Audience, memilih target tepat wisatawan adalah salah satu langkah yang paling sulit dalam branding. Setelah sasaran diidentifikasi, itu bisa sama (jika tidak lebih) menantang untuk mengetahui bagaimana untuk menjangkau mereka.

Identify Current Brand Image, tujuan utama adalah untuk memahami bagaimana target

audiens merasakan tempat hari ini sehingga kesenjangan antara keadaan saat ini dan keadaan yang diinginkan atau aspiratif dapat dinilai. Kesenjangan ini yang harus ditiadakan. Seperti dengan apa pun inisiatif branding, salah satu komponen penting adalah menentukan persona saat ini dan ideal. Ketika mencoba untuk menggambarkan persona tempat, kecenderungan alami wawancara adalah untuk bermain kembali apa yang mereka percaya adalah kualitas "khas penduduk.

Set the Aspirational Brand Identity, Identitas merek aspiratif terdiri dari Asosiasi yang Anda ingin orang di masa depan untuk membuat ketika mereka berpikir masyarakat Anda. Ini adalah bagaimana Anda ingin target pemirsa untuk melihat merek dan manfaat mereka mengharapkan untuk menerima dari itu. Itu harus mempengaruhi keputusan masa depan bisnis dan masyarakat. Ini penting bagi identitas aspirasi menjadi dicapai dan kredibel untuk merek. Selain itu, itu juga harus identitas yang tempat dapat mempertahankan untuk jangka waktu yang panjang. Pikirkan ini sebagai bintang Utara, sesuatu tempat harus selalu berusaha untuk mencapai. Memahami kesenjangan antara gambar saat ini dan identitas merek aspiratif akan mempengaruhi evolusi posisi.

Develop the Positioning, brand positioning yang merupakan sarana untuk transisi dari tempat yang saat ini merek gambar ke identitas aspirasi. Pada dasarnya, posisi adalah janji atau keuntungan yang tempat ingin sendiri dalam benak target audiens. Positioning is different from brand identity in that it is : Shorter and more immediate in terms of the timeframe, Less aspirational and more credible in the near-term, Focused on providing its audience a specific benefit, Necessary to drive communications, outlining the primary benefits and proof points. Seperti setiap produk merek posisi, posisi tempat harus relevan, kredibel, menarik, dibedakan dan berkelanjutan. Posisi ini tidak kampanye iklan atau tagline. Sebaliknya, itu adalah inti janji bahwa bentuk komunikasi serta mempengaruhi keputusan pada apa yang bisa menyediakan tempat. Identitas brand aspiratif dan posisi terkait biasanya memiliki horizon tiga tahun. Namun, dengan tempat merek cakrawala waktu dapat secara signifikan lebih lama. Persepsi masyarakat tidak mengubah semalam dan sering membutuhkan perubahan signifikan kritis touchpoints — tempat mereka dan pengalaman yang mana audiens target bertemu realitas.

Create Value Propositions, Setelah posisi didefinisikan, sangat penting agar ditindaklanjuti untuk masing-masing target penonton. Secara khusus, apa artinya posisi bahwa penonton dan apa pesan-pesan kunci yang harus dikomunikasikan ke mempengaruhi persepsi mereka? Ada beberapa pesan yang akan berlaku untuk semua pemirsa. Tetapi juga penting untuk mendapatkan spesifik pada pesan rinci yang penting bagi penonton setiap individu. Proses ini membuat strategi lebih nyata dan membantu berbagai organisasi yang memberikan cerita kohesif.

Execute the Brand Strategy, Dalam mengembangkan rencana pemasaran Anda berbasis merek, sangatlah penting untuk berpikir tentang setiap titik di mana audiens target mungkin datang ke dalam kontak dengan merek Anda. Setiap interaksi atau titik kontak dengan target audiens adalah kesempatan yang baik untuk meningkatkan atau merendahkan merek Anda. Titik-titik ini kontak, atau touchpoints, dapat mencakup spektrum yang luas dari unsur-unsur seperti lingkungan fisik, Bandara, jalan signage, iklan, brosur, situs web, peristiwa, media dan bahkan sikap penduduk.

Untuk struktur, hal ini membantu untuk pikirkan touchpoints dalam tiga kategori: pra-kunjungi / keputusan; selama kunjungan / sementara membuat keputusan; dan pasca-visit/keputusan. Previsit touchpoints mencakup unsur-unsur yang meningkatkan kesadaran dan pengetahuan tentang tempat dan berkendara target audiens untuk memasukkan tempat antara

pilihannya untuk dipertimbangkan. Touchpoints ini dapat mencakup iklan, hubungan masyarakat, brosur, daftar acara khusus, situs web dan komentar dari rekan atau dari mulut ke mulut.

Tahap berikutnya berfokus pada semua interaksi yang dapat terjadi selama kunjungan atau saat membuat keputusan. Touchpoints ini, yang target audiens akan mengalami langsung, yang sering lebih upaya nyata (dan nonverbal) seperti taman terawat, jalan-jalan yang bersih dan kehidupan malam yang ramai. Dan kemudian ada interaksi yang terjadi setelah kunjungan atau keputusan yang telah dibuat, seperti komentar dari rekan-rekan, koran dan media berita lainnya, foto dan kenangan pengalaman dari kunjungan, direct mail, email marketing, dll.

Measure Success, Pepatah, "apa yang tidak diukur tidak dikelola," benar untuk semua merek, apakah produk, Layanan atau tempat. Hubungan antara merek strategi bisnis dan menjadi jelas sebagai laba atas investasi dan positif ekonomi, sosial dan politik diukur dari waktu ke waktu. Prinsip untuk mengukur kesuksesan strategi place brand : *Monitoring the success of branding efforts with key audiences, Measuring the effectiveness of branding and marketing activities over time, Showing the effect the brand has on the business by measuring the brand metrics in conjunction with the economic and community development metrics.*

Brand metrics are successful when : The leadership of a community agrees to the benefit of measuring the brand, Metrics are measured in a standard and consistent way over time, Metrics are measured in conjunction with the economic and community development metrics and Metrics allow political, economic development and civic organizations to take action based on the results.

Selain pelacakan merek metrik, tim merek juga harus sadar merek membangun kegiatan yang terjadi, karena mereka adalah influencer utama dari metrik merek. Kegiatan ini bisa dipilih dan dimodifikasi berdasarkan mana merek pembangunan ekonomi metrik berada pada setiap titik dalam waktu.

Setelah kesadaran (awareness) pada tingkat optimal, strategi media harus bergeser. Course Koreksi tergantung pada dampak aktivitas merek terhadap pembangunan ekonomi. Sebagai contoh, agen merek utama dapat belajar bahwa sementara dolar yang dihabiskan iklan untuk meningkatkan kesadaran di kalangan khalayak target tertentu yang efektif, dolar yang dihabiskan taktik lain membantu meningkatkan pemahaman tentang merek, memiliki secara signifikan lebih banyak dampak pada pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan. Dengan pemahaman ini, lebih mudah untuk menilai cara mengalokasikan anggaran Anda. pengembangan metrik tersebut pada setiap titik dalam waktu.

Secara umum, orang-orang membangun persepsi mengenai tempat (desa/place) dalam pikiran mereka melalui tiga proses (see e.g. Crang 1998; Holloway & Hubbard 2001): These are first, through planned interventions such as planning, urban design and so on; second, through the way in which they or others use specific places; and third, through various forms of place representations such as films, novels, paintings, news reports and so on. As Holloway & Hubbard (2001, p. 48) describe, interactions with places may be 'through direct experience or the environment or indirectly through media representations'. However, what is critical is how, this information is processed, via mental processes of cognition, to form stable and learned images of place, which are the basis for our everyday interactions with the environment.

Branding deals specifically with such mental images. Place branding centres on people's perceptions and images and puts them at the heart of orchestrated activities, designed to shape the place and its future. Managing the place brand becomes an attempt to influence and treat

those mental maps in a way that is deemed favourable to the present circumstances and future needs of the place.

Applying corporate branding to places demands a treatment of the place brand as the whole entity of the place-products, in order to achieve consistency in the messages sent. At the same time it demands associating the place with 'stories' about the place not by simply adding them next to the name or trying to imply them by isolating beautiful images of the place. First, the 'stories' need to be built into the place, not least by planning and design interventions, infrastructure development and the organisational structure and, subsequently, they can and must be communicated through the more general attitude of the place and through promotional activities (Kavaratzis 2004). When this is achieved, place marketing will be able to effectively deny the accusations of selective manipulation of meanings (Griffiths 1998), creation of inauthentic traditions and irrelevant cultural motifs (Kearns & Philo 1993) and exacerbation of social inequalities and unrest (Griffiths 1998)

The way that brands work for a rural is how these qualities are projected: by word-of-mouth, public relations, and in some cases, advertising. These attributes must be based on something substantial. Tasci et al. (2007) mengamati bahwa citra destinasi juga dapat dipengaruhi oleh informasi promosi dari destinasi..

Place marketing is about designing a place to satisfy the needs of its target market(s). The success of place marketing partially depends on the extent to which such images are subject to change (Meester and Pellenbarg, 2001). Smith (2005) states that firms have started to appreciate the value of creating a place brand, or at least a montage of such sites that form an interesting mix of commercial opportunities, tourist attractions and usable branding tools.

KESIMPULAN

Desa dapat bermerek dengan syarat Desa harus memiliki kualitas yang baik agar merek berhasil. Hankinson (2009) notes that, "places that want to flourish must deliver distinctive, compelling, memorable and rewarding experiences to their target consumers" (as cited in Hanna and Rowley, 2012).. Tahapan yang dilakukan untuk mengembangkan place brand menurut CEOs for Cities (2006) yaitu 1). *Define Clear Objectives*, 2). *Understand the Target Audience*, 3). *Identify Current Brand Image*, 4). *Set the Aspirational Brand Identity*, 5). *Develop the Positioning*, 6). *Create Value Propositions*, 7). *Execute the Brand Strategy*, 8). *Measure Success*. *The success of place marketing partially depends on the extent to which such images are subject to change (Meester and Pellenbarg, 2001). Smith (2005) states that firms have started to appreciate the value of creating a place brand, or at least a montage of such sites that form an interesting mix of commercial opportunities, tourist attractions and usable branding tools.*

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Direktorat Penguatan Riset dan Pengembangan Kementerian Riset dan Pendidikan Tinggi atas pendanaan yang diberikan sehingga kegiatan hibah Program Pengembangan Desa Mitra (PPDM) dapat berjalan dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Bigne, J.E., Sanchez, M.I. and Sanchez, J.. 2001. Tourism image, evaluation variables and after purchase behaviour: inter-relationship. *Tourism Management*, 22, pp.607–616.
- Braun E (2008) City Marketing: Towards an integrated approach. PhD Thesis, Erasmus University Rotterdam, the Netherlands.
- Braun E, Kavatzis M and Zenker S (2010) My City – My Brand: The Role of Residents in Place Branding. Paper presented at the 50th European Regional Science Association Congress, Jönköping, Sweden, 19th – 23rd August, 2010
- Cai, xxx. (2002). Cooperative branding for rural destinations. *Annals of Tourism Research*, Vol. 29, No. 3, pp. 720-742.
- Capik P (2007) Target Groups, Competitors and Organization of FDI Promotion in Central Eastern European Regions. *Central Eastern European Journal of Architecture and Planning* 11(2): 20-28
- CEOs for Cities, 2006, Branding Your City.
- Crang, M. (1998), *Cultural Geography*. London: Routledge
- Dinnie, K. (2010) *City Branding: Theory and Cases*. GB: Palgrave Macmillan.
- Fujita M and Dinnie K (2010) The Nation Branding of the Czech Republic, Slovak Republic, Poland, and Hungary – Contrasting Approaches and Strategies. Paper presented at the 2nd International Conference on Brand Management, IMT Ghaziabad, India, 8-9 January 2010.
- Gartner, W. 1993. Image formation process. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 2(2/3), 191—215.
- Giles E, Bosworth G and Willett J (2013). The role of local perceptions in the marketing of rural areas. *Journal of Destination Marketing & Management* 2(1): 4–13
- Goodall, B. 1988. *Marketing in the Tourism Industry: The Promotion of Destination Regions*. London: Routledge
- Griffiths, R. (1998), Making Sameness: Place Marketing and the New Urban Entrepreneurialism. In: N. Oatley, ed., *Cities Economic Competition and Urban Policy*. London: Paul Chapman Publishing
- Hanna, S. and Rowley, J. (2012). Practitioners views on the essence of place brand management, *Place Branding and Public Diplomacy*, Vol. 8. doi:10.1057/pb.2012.5
- Holloway L. & P. Hubbard (2001), *People and Place: The Extraordinary Geographies of Everyday Life*. Harlow: Pearson Education
- Kavatzis, M. (2009). Cities and their brands: Lessons from corporate branding, *Journal of Place Branding and Public Diplomacy*, Vol. 5, pp.26-37
- Kavatzis, M. (2004) From City Marketing to City Branding: Towards a theoretical framework for developing city brands. *Place Branding* 1(1): 58-73.
- Kavatzis, M., & Ashworth, G. (2005). City branding: An effective assertion of identity or a transitory marketing trick? *Journal of Place Branding*, Vol.2, No.3, pp. 183–194
- Kavatzis M and Hatch MJ (2013) The dynamic place brands: An identity-based approach to place branding theory. *Marketing Theory* 13(1):69-86
- Kearns, G. and C. Philo, eds. (1993), *Selling Places*. Oxford: Pergamon Press
- Konecnik, M. and Gartner, W. C. (2007). Customer-based Brand Equity for a Destination, *Annals of Tourism Research*, Vol. 34 No. 2, pp. 400-421
- Kozma G (2006) *Place Marketing*. PhD Thesis, University of Debrecen, Hungary.
- Lawson, F. and Baud-Bovy, M. 1977. *Tourism and recreational development*. London: Architectural Press
- Lee, C., Lee, Y., and Lee, B. 2005, Korea's Destination Image Formed By the 2002 World Cup, *Annals of Tourism Research*, 32(4), 839–858
- Meester WJ and Pellenbarg PH (2001) Changing regional images. Are regional marketing

- campaigns successful? A paper presented at the 41st European Congress of the Regional Science Association in Zagreb, Croatia 2001
- Messley L, Dessein J and Lauwers L. (2010) Regional Identity in Rural Development: Three Case Studies of Regional Branding. APSTRACT: Applied Studies in Agribusiness and Commerce, Vol. 4, 2010, Agroinform Publishing House, Budapest
- Metaxas T (2002) Place/ City Marketing as a Tool for Local Economic Development and City's Competitiveness: a Comparative Evaluation of Place Marketing Policies in European Cities'. A paper presented at the EURA Conference, Turin 18 – 20 April 2002.
- Moilanen T. & Rainisto S.: „How to Brand Nations, Cities and Destinations“. A Planning Book for Place Branding. Great Britain: Palgrave Macmillan, 202 p.2009
- Morgan, Pritchard, dan Pride. 2004. *Destination Branding* (2nd ed). Burlington, MA. Elsevier Butterworth Heinemann.
- Nickerson, N. and Moisey, R. (1999). Branding a State from Features to Positioning: Making it Simple? *Journal of Vacation Marketing*, Vol. 5, No. 3, pp.217-226.
- Smith A.: Conceptualizing City Image Change: The 'Re-Imaging' of Barcelona, *Tourism Geographies*, 7/4, pp. 398–423, 2005
- Tasci, A. D. A.; Gartner, W. C., and Cavusgil, S. T. 2007. Conceptualization and operationalization of destination image. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 31(2), 194–223.
- Uztuğ, F. (2003) *Markan Kadar Konuş: Marka İletişim Stratejileri*. İstanbul: MediaCat
- Zhang, Yi. 2015. The Impact of Brand Image on Consumer Behavior: A Literature Review, *Open Journal of Business and Management*, 2015, 3, 58-62
- Zenker S and Petersen S (2010) Resident-City Identification: Translating the Customer Relationship Management Approach into Place Marketing Theory. A paper presented at the 50th European Regional Science Association Congress, Jönköping, Sweden, 19th – 23rd August, 2010

PROGRAM PENGUATAN POTENSI PRODUK BATIK TULIS SEBAGAI PRODUK UNGGULAN DAERAH DI 3 DESA MITRA UPN VETERAN YOGYAKARTA

Titik Kusmantini¹, R. Hendri Gusaptono², Darban Haryanto³, Mahreni⁴, Renung Reningtyas⁵

^{1,2} Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, UPN Veteran Yogyakarta

³ Prodi Agronomi, Fakultas Pertanian, UPN Veteran Yogyakarta

^{4,5} Prodi Teknik Kimia, Fakultas Teknik Industri, UPN Veteran Yogyakarta

Email : kusmantini_titik@yahoo.co.id

ABSTRAK

PPDM juga dimaksudkan untuk mendukung suksesti pelaksanaan program sistem inovasi daerah (SIDa Bappeda Bantul) yang prioritas program pada hulunisasi dan hilirisasi potensi batik tulis sebagai produk unggulan daerah, dan tiga desa mitra yakni Desa Wukirsari, Trimulyo dan Triharjo dikenal sebagai sentra batik tulis di wilayah Bantul. Proses hilirisasi hasil penelitian tentang kajian value chain batik tulis di Bantul, Proses Ekstraksi pasta indigo dan Teknik Budidaya Indigofera sebagai sumber pewarna alami batik diharapkan mampu menunjang kemandirian desa sentra batik tulis warna alam berbasis teknologi. Metode pelaksanaan PPDM menggunakan PACA (Participatory Appraisal Competitive Advantage), untuk menghasilkan luaran kegiatan di tahun pertama yakni (1) Penguatan desa Triharjo sebagai kampung wisata batik berbasis agroteknologi melalui pembuatan demplot budidaya indigofera seluas 200 meterpersegi, pembuatan workshop ekstraksi pasta indigo dan praktik pewarnaan batik dengan bahan warna alami indigo; (2) Penguatan potensi desa Wukirsari sebagai Desa wisata melalui kegiatan: sosialisasi koperasi sebagai penguatan kelembagaan paguyuban, pendampingan teknis AD dan ART, pendampingan aplikasi barcode system dan praktik promosi; (3) penguatan paguyuban batik nitik Trimulyo melalui kegiatan pendampingan seperti pelatihan praktik produksi bersih, pengayaan motif nitik, pelatihan standarisasi kualitas batik, praktik proses pewarnaan batik, praktik kemasan, pendampingan website dan studi banding ke kelompok sukses di Klaten. Pendampingan hulu-hilir secara optimal telah dilaksanakan multi tahun yaitu tahun 2017 dan 2018 dan akan dioptimalkan program pengembangan kapasitas hilirisasi produk pasta pewarna alam dan batik tulis warna alam di tahun ke 3 (2019).

Kata kunci: PACA, Top Down; Bottom Up; PPDM; Desa wisata; SiDA Bantul

LATAR BELAKANG MASALAH

Pemilihan Kabupaten Bantul sebagai mitra kerjasama adalah untuk menindaklanjuti kesepakatan kerjasama yang telah ada dan Kabupaten memiliki pertumbuhan sektor industri dan perdagangan yang paling signifikan dibanding empat kabupaten lainnya di DIY. Pemilihan desa mitra yakni desa Wukirsari Kecamatan Imogiri Selatan, Dusun Kembang Songo, Desa Trimulyo, Kecamatan Jetis dan Desa Triharjo Kecamatan Pandak sebagai desa binaan dalam program IbDM merupakan tindak lanjut pasca presentasi hasil penelitian dan pengabdian PT di kantor Bappeda

Kabupaten Bantul atas pelaksanaan kegiatan sebelumnya (Kusmantini, dkk., 2015; Hartoyo, 2015) dan telah disepakati dengan pemerintah Kabupaten Bantul ataupun Pemerintahan Desa. Selain itu alasan strategis adalah ke tiga desa tersebut memiliki potensi di bidang industri khususnya industri batik yang sangat besar sementara para pengrajin masih terkendala dengan beberapa permasalahan yang perlu dicarikan solusi dalam rangka peningkatan kemandirian usaha kecil dan menengah secara berkelanjutan dan mampu bersaing di era persaingan MEA.

Pada Rencana Pembangunan Jangka Panjang Daerah (RPJPD) Tahapan Lima Tahunan Kedua Tahun 2010-2015, pembangunan daerah dititikberatkan pada bidang industri kecil dan menengah berbasis pertanian serta pariwisata yang unggul dan mampu menjadi basis aktivitas ekonomi dan menghasilkan produk yang berkualitas dan berdaya saing menjadi penggerak perekonomian daerah yang didukung oleh masyarakat yang maju. Pada lima tahun kedua, masyarakat yang diwujudkan adalah masyarakat yang maju. Sedangkan prioritas pembangunan diarahkan pada :

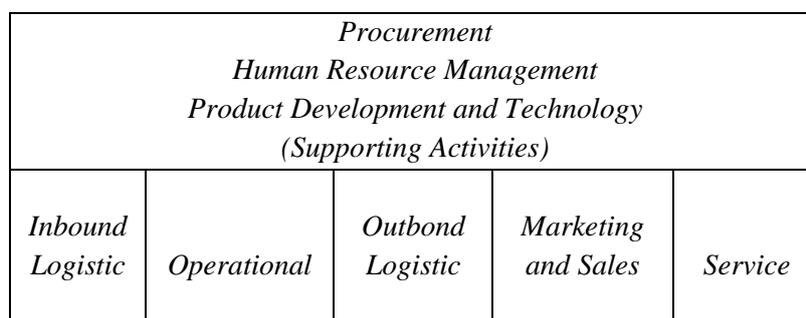
1. Revitalisasi pertanian terus dilakukan dalam rangka peningkatan ketahanan pangan dan penyediaan bahan baku industri yang didukung dengan penyediaan prasarana dan sarana produksi dan pengolahan hasil dan pemasaran.
2. Inovasi pengembangan obyek wisata yang meliputi wisata alam, wisata berbasis keindahan alam dan lingkungan (*ecotourism*) dengan tetap memperhatikan unsur kelestarian lingkungan dan memperhatikan tata ruang wilayah serta pencegahan pemanasan global (*global warming*).
3. Pengembangan perekonomian daerah yang bertumpu pada pengembangan tidak hanya pariwisata (*tourism*), tetapi juga perdagangan (*trade*) dan investasi (*investment*) sebagaimana kecenderungan perekonomian dunia sekarang.

Sesuai dengan visi Kabupaten Bantu maka optimasi program pemberdayaan diarahkan untuk menciptakan kondisi yang lebih baik dengan pertumbuhan ekonomi dan penciptaan lapangan kerja di tingkat lokal. Pengembangan ekonomi lokal merupakan usaha mengoptimalkan sumber daya lokal yang melibatkan pemerintah, dunia usaha, masyarakat lokal, dan organisasi masyarakat madani untuk mengembangkan ekonomi pada suatu wilayah. Untuk mendukung pencapaian visi tersebut dilaksanakan program pendampingan desa mitra yakni di Desa Triharjo, Trimulyo dan Wukirsasi sebagai desa sentra batik tulis. Diharapkan tiga desa mitra mampu secara mandiri: ketersediaan bahan baku pewarna alami; penguasaan inovasi teknologi baik proses produksi pasta pewarna alam dan proses produksi batik tulis warna alam; inovasi teknologi pemasaran secara mandiri.

KAJIAN TEORI

1. Konsep rantai nilai dan nilai tambah

Konsep *Value Chain* dikemukakan oleh Porter (1985) dalam bukunya yang berjudul : "*Competitive advantage: creating and sustaining superior performance*" menjelaskan bahwa dalam upaya menciptakan nilai tambah produk atau jasa akhir yang dihasilkan, perusahaan perlu mengelola dua aktivitas yakni aktivitas-aktivitas utama/primer (*Primary Activities*) dan aktivitas-aktivitas pendukung (*Supporting Activities*) secara efektif dan efisien. Ilustrasi dua macam tipe aktivitas yang mampu mempengaruhi penciptaan margin perusahaan seperti dilustrasikan pada gambar 1 sebagai berikut.



Primary Activities

Sumber: Porter (1985)

Gambar 1. Model Rantai Nilai

Analisis rantai nilai (*Value Chain Analysis*) adalah sebuah metode untuk mengklasifikasi, menganalisis dan memahami perubahan sumber daya melalui proses transformasi dari input hingga menjadi produk akhir. Analisis tersebut digunakan untuk membantu penganalisaan perusahaan dalam upaya meningkatkan produktivitas dan diferensiasi produk. Kegiatan analisis rantai nilai haruslah komprehensif, sebab seluruh item aktivitas penciptaan nilai harus dievaluasi apakah kemampuannya mampu sebagai kompetensi spesifik perusahaan yang akan menghasilkan keunggulan bersaing. Jadi kajian anaktivitas penciptaan nilai yang mampu menciptakan nilai tambah yang sulit ditiru oleh pesaingnya harus diidentifikasi dan dipahami betul oleh perusahaan.

Value added atau nilai tambah suatu produk dijelaskan oleh daryono dan Wahyudi (2008) sebagai nilai tambah atas produk yang merupakan hasil selisih antara nilai produk akhir dengan biaya antara yang mencakup biaya bahan baku dan bahan penolong. Jadi nilai tambah merupakan nilai yang ditambahkan atas barang dan jasa yang dipakai oleh unit produksi dalam sebuah proses produksi sebagai biaya antara. Nilai yang ditambahkan tersebut merupakan konsekuensi atas faktor produksi yang digunakan dalam aktivitas proses produksi. Jadi jika kita menambahkan komponen baru yang mampu menciptakan tambahan manfaat atas produk akhir maka bisa dikatakan adanya penciptaan nilai tambah. Jika komponen biaya antara yang digunakan nilainya semakin besar, maka nilai tambah produknya tersebut akan semakin kecil. Sebaliknya jika biaya antaranya semakin kecil maka nilai tambah produk akan semakin besar (Avrigeanu, 2009).

2. Kelemahan UKM Batik

Berdasarkan pengamatan secara mendalam, secara umum proses pengembangan usaha kecil dan menengah (UKM) terkendala beberapa aspek, seperti halnya UKM Batik tulis warna alam di desa mitra PPDM yang terkendala pada aspek

- a. Aspek Pemasaran, jangkauan pasar masih sangat terbatas dan teknologi pemasaran lebih mengandalkan efek promosi mulut ke mulut, sehingga eksistensi produk hanya dikenal oleh konsumen disekitar tempat usaha. Beberapa UKM telah mengembangkan usaha konsinyasi dagang dengan beberapa pengecer di luar daerah seperti Jakarta, Bali, Kalimantan.
- b. Aspek Produksi, masih terkendala dengan pengelolaan produk secaa efisien dan menghasilkan produk dengan kualitas warna yang konsisten.
- c. Aspek manajerial, kelemahan utama adalah keenganan melakukan pencatatan kemajuan usaha dan tidak memisahkan penggunaan anggaran untuk keperluan keluarga dengan pengembangan usaha.

- d. Aspek Sosial, hubungan sosial sangat kuat karena adanya kesamaan tujuan dan dilandasi kepercayaan. Namun kerjasama sosial belum didukung komitmen pengembangan bisnis secara profesional karena secara rata-rata kemampuan SDM sangat terbatas, membutuhkan pendampingan pengayaan pengetahuan tentang pengembangan usaha secara profesional.
- e. Aspek Teknologi, kemampuan rekayasa teknologi juga masih sangat terbatas, khususnya pemanfaatan teknologi informasi dalam uapa pengembangan usaha.

PENDEKATAN POLA PEMBERDAYAAN

Pola pemberdayaan masyarakat berbasis satu produk satu desa (*one village one product* atau OVOP) terbukti sukses diterapkan di Jepang. Lell (1973) dalam Kurniawan (2008) menjelaskan sejumlah persyaratan untuk keberhasilan pemberdayaan berbasis OVOP, yaitu:

- a. Upaya pemetaan potensi dan identifikasi produk unggulan daerah harus didukung kompetensi inti daerah dan harus berorientasi pada pasar global.
- b. Selalu menumbuhkembangkan ketrampilan spesifik SDM berbasis ketrampilan teknis, keahlian manajerial dan kemampuan konseptual yang lebih baik.
- c. Menumbuhkan kemampuan dan kapabilitas teknologi baik TTG (Teknologi Tepat Guna) ataupun teknologi informasi.
- d. Perlu ada dukungan modal yang memadai, mengingat UKM selalu menghadapi kendala akses modal.
- e. Menumbuhkembangkan kemampu pelaku usaha dalam hal manajemen strategi seperti pembuatan visi dan misi, analisis lingkungan bisnis, pemilihan strategi yang sesuai dan proses evaluasi kinerja berkelanjutan.
- f. Membutuhkan dukungan dan koordinasi dari pemerintah dan lembaga terkait lainnya seperti PT, LSM dan lain sebagainya.

METODE PELAKSANAAN KEGIATAN

Program Iptek bagi Desa Mitra (IbDM) atau Program Pendampingan Desa Mitra (PPDM) dilaksanakan dengan menggunakan metode Rapid Rural Appraisal dan Partisipatori Rural Appraisal. Kedua metode tersebut dipilih karena terbukti sukses dalam rangka memahami kondisi eksisting desa secara cepat dan tepat sehingga solusi penyelesaian permasalahan dirancang dan diimplementasi bersama-sama (antara tim pendamping dengan mitra), dimana mitra akan berpartisipasi aktif mulai tahap asesment, penyusunan penyelesaian masalah dan pelaksanaan program. Pelaksanaan kegiatan dilakukan multitalahun, dimana pada pelaksanaan kegiatan lanjutan harus perlu dilakukan penyesuaian program selaras dengan capaian pelaksanaan kegiatan sebelumnya.

HASIL PELAKSANAAN KEGIATAN DAN LUARAN YANG DICAPAI

Sasaran program secara umum dilakukan dalam rangka mendukung proses penguatan ekonomi lokal berbasis keunikan desa masing-masing, diharapkan dalam jangka panjang kegiatan pendampingan ini akan mempopulerkan tiga desa binaan sebagai sentra industri dan destinasi wisata berbasis produk unggulan desa.

1. Desa Triharjo

- a. Edukasi penguatan hulunisasi sumber pasokan pewarna alami khususnya yang bersumber dari tanaman indigofera ke beberapa mitra terkait: kelompok tani, kelompok perajin, pemerintahan desa, bappeda kabupaten bantul dan beberapa dinas. Luaran kegiatan draft acuan implementasi pengembangan SIDA dengan budidaya indigofera sebagai program utama baik di RPJMD ataupun RPJMDes Triharjo.
- b. Praktik budidaya indigofera, luaran membuat demplot percontohan budidaya indigofera seluas 200 meterpersegi,
- c. Percobaan pakar proses ekstraksi daun indigofera sebagai sumber pewarna alami, luaran pasta indigo.
- d. Merancang alat semi permanen untuk ekstraksi pasta indigo, luaran kegiatan seperangkat alat beserta bangunan workshop untuk proses ekstraksi indigo di samping bangunan showroom Paguyuban Batik Harjo Manunggal di desa Triharjo.
- e. Praktik ekstraksi bersama kelompok perajin batik (khususnya calon tenan produsen pasta indigo) sebanyak 2x percobaan menghasilkan luaran 10 kg pasta.
- f. Membuat perlengkapan demplot dan workshop seperti papnisasi dan poster tentang edukasi budidaya indigofera dan proses ekstraksi.
- g. Menyusun modul budidaya indigifera dan ekstraksi pasta indigo.

2. Desa Wukirsari

- a. Mengadakan sosialisasi pentingnya peran koperasi sebagai wadah pengembangan usaha perajin batik yang tergabung di Paguyuban Baik Tulis Giriloyo yang ada di desa Wukirsari. Luaran kegiatan memotivasi pengurus untuk memperkuat aspek kelembagaan paguyuban dengan program inkubasi.
- b. Melakukan pendampingan teknis penyusunan AD ART, luaran menghasilkan AD dan ART Paguyuban Batik Tulis Giriloyo.
- c. Pendampingan peran pengurus Paguyuban, luaran pergantian susunan pengurus baru yang memicu kendala inkubasi koperasi mengingat sudah ada wadah koperasi di dua kelompok anggota Paguyuban.
- d. Praktik Pendampingan pelayanan transaksi penjualan berbasis aplikasi barcode system, luaran seperangkat softskill tentang penggunaan sistem barcode bagi tenaga kasir.
- e. Pengadaan alat untuk POS atau sistem penjualan di paguyuban dengan menggunakan alikasi barcoding, luaran seperangkat alat seperti mesin scanner, aplikasi software barcode, mesin kasir, printer kasir dan printer. Sementara CPU dan monitor mandiri dari dana kas paguyuban.
- f. Pendampingan tata letak dan merchandising showroom paguyuban bersama pengurus.
- g. Pembuatan modul Penguatan aspek kelembagaan paguyuban melalui inkubasi koperasi.

3. Desa Trimulyo

- a. Mengadakan sosialisasi tentang keunikan motif nitik sebagai ciri motif batik tulis di desa Trimulya.
- b. Mengadakan edukasi pengayaan motif nitik bagi paguyuban Batik Nitik Trimulyo.
- c. Mengadakan praktik pewarnaan alami dengan sumber pewarna alami indigo, mahoni dan jolawe, luaran kemampuan perajin mampu secara mandiri untuk proses pewarnaan alami.
- d. Edukasi strategi pemasaran secara online dan offline, luaran blog pemasaran bagi Paguyuban Batik Nitik Trimulyo dan brosur juga paper bag untuk kemasan produk batik nitik.

- e. Mengadakan pelatihan praktik produksi bersih dan praktik produksi ramping atau onkos produksi murah, mampu mengelola limbah padat dan cair secara efektif.
- f. Papnisasi, plangisasi dan pembuatan atap workshop.
- g. Studi banding ke kelompok perajin batik yang sukses dan solid dalam rangka mengaktifkan kembali kelompok perajin yang ada di dusun kembangsongo desa Trimulyo tersebut.

KESIMPULAN

Pemandirian pasokan bahan baku pewarna alam, penguatan kelembagaan melalui inkubasi koperasi dan edukasi kewirausahaan koperasi dan transer sejumlah aplikasi teknologi baik untuk pengembangan kapasitas produksi pasta, produksi batik tulis warna alam ataupun pemasaran produk diharapkan mendukung tercapainya sasaran program Sistem Inovasi Daerah Bantul (SiDA). Potensi Produk Baik Tulis warna alam sebagai produk unggulan diharapkan mampu mendongkrak perekonomian daerah melalui perluasan kesempatan usaha, peningkatan kualitas hidup perajin batik dan popularitas kecirian batik bantul semakin dikenal baik di pasar nasional ataupun internasional.

UCAPAN TERIMA KASIH

Program pengabdian masyarakat ini dilakukan atas dukungan dana dari Direktorat Pendidikan Tinggi, Indonesia melalui Hibah pengabdian Multi Tahun (2017-2019), Skim Iptek Bagi Desa Mitra dan juga karena dukungan LPPM UPN Veteran Yogyakarta serta Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kabupaten Bantul.

DAFTAR PUSTAKA

- Haryanto, D., Bargumono dan Suyadi (2015), “ Budidaya Indigofera Sebagai Bahan Baku Pewarna Batik Alam”, Jurnal Riset Daerah, Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kabupaten Bantul, Propinsi DIY, ISSN: 1412 – 9519, Vol.XIV, No.3, pp. 2299-2306
- Kusmantini, Titik, Rustamaji, H. C., dan Jaya, D.(2015), “ Pendampingan UKM Batik dalam Rangka Mendorong Prospek Batik Tulis Sebagai Produk Unggulan Kabupaten Bantul”, Jurnal Riset Daerah, Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kabupaten Bantul, Propinsi DIY, ISSN: 1412 – 9519, Vol.XIV, No.3, pp. 2325-2335
- Kusmantini, Titik, Rustamaji, H.C., Ambarwati, S.D.A., dan Jaya, D. (2015), “ Modul Pelatihan Manajemen UKM Dalam Rangka Mendukung Potensi Batik Tulis Di Sentra Batik Tulis Giriloyo – Kabupaten Bantul Sebagai Produk Unggulan”, Pusat Studi Manajemen UKM dan Koperasi, LPPM UPN Veteran Yogyakarta
- Kurniawan (2008), “ Perspektif Kelembagaan dalam Strategi Pembangunan Wilayah di Indonesia”, Seminar SEBUMI, tanggal 24 – 25 juni.

PEMANFAATAN LIMBAH TERNAK SAPI UNTUK BIOGAS DAN PUPUK ORGANIK DI KELOMPOK TERNAK PANJI ANDINI DUSUN JARANAN BANGUNTAPAN BANTUL YOGYAKARTA

Didi Saidi, Sugeng Priyanto

Program Studi Agroteknologi Fakultas Pertanian UPN “Veteran” Yogyakarta

Email: didi.saidi@upnyk.ac.id

ABSTRACT

The purpose of community service is to find out the use of cow manure, especially urine to be used as biogas and also liquid organic fertilizer, in cattle pens owned by the "Panji Andini" cattle breeders group, located in Jaranan, Banguntapan Village, Bantul Regency, Yogyakarta Special Region . The stages in this activity are, counseling lectures, discussions, training, practices, and mentoring in the management of installations that have been built. The results obtained in the form of biogas in the household scale, liquid organic fertilizer and also solid organic fertilizer. Biogas produced from cow dung is very dependent on the feed ingredients. Feed in the form of grass and rice straw, provides better biogas than when given vegetable waste feed. Liquid and solid organic fertilizer produced, has the characteristics of fertilizer pH 7.9 - 9 to meet the standards, the levels of C-organic in solid organic fertilizers of 38.27% is more than the standard, but the level of C-organic in liquid organic fertilizer of 0.42% is very small or below standards, total nitrogen levels, levels of phosphorus available and potassium available which is less than 4% are below standard. The results of solid organic fertilizer testing are better than liquid organic fertilizers on corn crops.

Keywords: *cattle waste, biogas, solid organic fertilizer, liquid organic fertilizer*

PENDAHULUAN

Dusun Jaranan Desa Banguntapan Kecamatan Bantul Kabupaten Bantul memiliki topografi yang datar, masyarakat Dusun Jaranan Desa Banguntapan banyak memiliki ternak sapi dengan jumlah kurang lebih 95 ekor dan 53 ekor kambing yang lokasi kandang sapinya sudah dalam bentuk kandang kelompok yang dibangun secara kolektif. Setiap keluarga rata-rata memiliki 2-3 ekor sapi, Jenis sapi yang dipelihara adalah sapi peranakan dan sapi potong. Jumlah kepemilikan ternak sapi cukup berkembang, tetapi pemanfaatan kotoran ternak selama ini belum optimal, terutama urine sapi. Pemanfaatan limbah urin sebagai salah satu pupuk organik memberikan hasil yang cukup menjanjikan, sehingga peternak sudah bisa memperoleh hasil sebelum ternak itu dijual. Permasalahan yang terjadi di dusun Jaranan Banguntapan Bantul adalah belum mampu memanfaatkan limbah kotoran ternak berupa sisa makanan ternak, limbah padatan dan urin sapi sebagai sumber biogas dan pupuk organik cair yang berkualitas, Hal ini sangat berdampak terhadap pendapatan dari masyarakat peternak itu sendiri. Tujuan kegiatan ini adalah untuk membuat biogas dan pupuk organik padat dan cair yang berkualitas dari limbah kotoran ternak. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah: Ceramah, diskusi, pelatihan, praktek

dan pendampingan.

Manfaat pengabdian bagi masyarakat adalah untuk anggota kelompok ternak Panji Andini sebagai masyarakat terutama di wilayah dusun Jaranan Banguntapan Bantul dapat memanfaatkan limbah kotoran ternak/ urin sapi sebagai bahan pembuatan biogas, pupuk organik padat dan pupuk organik cair, selanjutnya biogas dengan kompornya dapat dipakai untuk memasak, pupuk organik padat dan cair dipakai untuk memupuk berbagai jenis tanaman, sehingga kegiatan pertanian berwawasan lingkungan.

Jenis luaran yang dihasilkan adalah: teknologi tepat guna pembuatan biogas dari limbah ternak sapi, produk berupa pupuk organik padat (POP) dan pupuk organik cair (POC), dan artikel ilmiah.

KAJIAN LITERATUR

Limbah peternakan merupakan limbah dari semua kotoran yang dihasilkan dari suatu kegiatan usaha peternakan baik berupa limbah padat dan cairan, gas, maupun sisa pakan. Limbah padat merupakan semua limbah yang berbentuk padatan atau dalam fase padat (ternak yang mati, kotoran ternak, atau isi perut dari pemotongan ternak). Limbah cair adalah semua limbah yang berbentuk cairan atau dalam fase cairan (air seni atau urine, air dari pencucian alat-alat). Sedangkan limbah gas adalah semua limbah berbentuk gas atau dalam fase gas (Soehadji, 1992)

Pengelolaan limbah gas dilakukan melalui teknologi biogas dengan konsep zero waste (tidak dihasilkan limbah) diharapkan dapat membantu memperlambat laju pemanasan global. Selain bisa menjadi energi alternatif, biogas juga dapat mengurangi permasalahan lingkungan, seperti polusi udara, polusi tanah, dan pemanasan global (Wahyuni, 2011).

Biogas dalam skala rumah tangga dengan jumlah ternak 2 – 4 ekor atau suplai kotoran sebanyak kurang lebih 25 kg/hari cukup menggunakan tabung reaktor berkapasitas 2500 – 5000 liter yang dapat menghasilkan biogas setara dengan 2 liter minyak tanah/hari dan mampu memenuhi kebutuhan energi memasak satu rumah tangga pedesaan dengan 6 orang anggota keluarga (Kaharudin dan Sukmawati, 2010). biogas bahan organik dari kotoran sapi dengan 1 kg dapat menghasilkan biogas sebanyak 40 liter, sedangkan kotoran ayam dengan jumlah sama bisa menghasilkan 70 liter (Wahyono dan Sudarno, 2012)

Hasil penelitian Sanjaya D *et al.*, (2015) menunjukkan bahwa Hasil produksi biogas terbaik dihasilkan pada komposisi dengan penambahan kotoran ayam 50% yaitu sebesar 35.690 ml, dan nilai produktivitas biogas tertinggi sebesar 0,33 liter/g, secara keseluruhan pH awal dan akhir pada penelitian cenderung mendekati netral.

Penurunan total solid (TS) dan volatile solid (VS) berindikasi dengan peningkatan produksi biogas atau kadar gas metan yang dihasilkan. Hal ini disebabkan karena volatile solid merupakan substrat bagi mikroorganisme non metanogen yang bekerja pada tahap awal produksi biogas. Penurunan volatile solid menunjukkan bahwa di dalam biodigester proses terjadi degradasi senyawa organik oleh mikroorganisme non metanogen. Selain itu suhu pada digester dan lingkungan juga berada pada suhu optimum, sehingga dapat mempercepat proses perombakan bahan organik pada substrat 3.2 C/N Rasio C/N rasio merupakan salah satu indikator terpenting untuk menentukan kualitas bagi bahan yang akan dijadikan sebagai substrat dalam proses pembentukan biogas. Karbon/ Nitrogen (C/N) rasio yang optimum untuk digester anaerobik berkisar 20 – 30 (Padang *et al.*, 2011). Perbedaan produksi biogas disebabkan karena ketersediaan nutrisi (sumber energi) bagi bakteri anaerob yang berbeda-beda dari masing-masing komposisi,

sehingga berdampak pada perbedaan laju fermentasi dari setiap komposisi. Hal ini bisa disebabkan karena campuran bahan yang sebanding atau sama besar antara substrat kotoran sapi dengan substrat kotoran ayam, sehingga menghasilkan produksi yang baik. Begitu juga dengan penelitian sebelumnya oleh Wibowo *et al.*, (2013) didapatkan hasil yang optimum dengan komposisi 50 : 50 sebesar 1,69 liter. Sedangkan total produksi biogas terendah dihasilkan pada penambahan kotoran ayam sebanyak 100 % yang menggunakan komposisi 0% kotoran sapi dengan total produksi sebesar 10714 ml. Hal ini bisa disebabkan karena pada komposisi tersebut memiliki kandungan rasio C/N rasio terendah dibandingkan dengan komposisi yang lain yakni sebesar 9,10. C/N rasio yang rendah akan menyebabkan gas yang dihasilkan relatif rendah pula

Uji Nyala api gas yang telah ditampung pada balon udara lalu disambungkan pada burner menggunakan selang plastik, kemudian ujung selang tersebut disulutkan pada sumber api. Hal ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat kandungan gas metan dalam proses fermentasi biogas tersebut. Nyala api merupakan salah satu indikator berhasil atau tidaknya proses fermentasi pada biogas tersebut. Hasil akhir yang diharapkan dari proses biogas ialah menghasilkan nyala api yang biru, sehingga apabila digunakan dalam kehidupan sehari-hari akan terasa manfaat bagi penggunaannya. (Sanjaya D *et al.*, 2015).

Api yang dihasilkan dari uji nyala api yang dilakukan pada minggu pertama gas yang dihasilkan belum dapat menyala jika dibakar. Pada saat memasuki minggu kedua gas metana baru bisa terbakar, hal ini terjadi pada seluruh perlakuan. Penyebab terjadinya hal tersebut bisa dikarenakan produksi gas metan yang dihasilkan pada awal produksi biogas masih rendah, karena proses anaerob memerlukan beberapa tahapan diantaranya : Hidrolisis, asidogenesis dan methanogenesis.

Nyala api biogas dari menghasilkan warna api biru, hal ini menunjukkan hasil pembentukan gas metan (CH_4) memiliki kandungan gas di atas 40%. Menurut penelitian Ihsan *et al.*, (2013) jika gas yang dihasilkan dari proses anaerobik dapat terbakar kemungkinan mengandung 45% gas metan.

Menurut Paimin (1995) temperatur yang baik dalam proses pembentukan biogas berkisar antara 20 – 40 C. Volume Biogas yang Dihasilkan Produksi gas harian diukur dengan menggunakan balon udara plastik yang dihubungkan ke digester dengan menggunakan selang plastik, setelah balon udara terisi dengan gas kemudian dimasukkan kedalam bak yang telah terisi air penuh, lalu balon udara yang berisi gas dimasukkan kedalam bak tersebut. Jumlah air yang tertumpah diasumsikan sama dengan volume gas yang dihasilkan. Cara seperti ini menggunakan pendekatan dengan Hukum Archimedes.

Begitu juga dengan penelitian sebelumnya oleh Wibowo *et al.*, (2013) didapatkan hasil yang optimum dengan komposisi 50 : 50 sebesar 1,69 liter. Sedangkan total produksi biogas terendah dihasilkan pada penambahan kotoran ayam sebanyak 100 % yang menggunakan komposisi 0% kotoran sapi dengan total produksi sebesar 10714 ml. Hal ini bisa disebabkan karena pada komposisi tersebut memiliki kandungan C/N rasio terendah dibandingkan dengan komposisi yang lain yakni sebesar 9,10. C/N rasio yang rendah akan menyebabkan gas yang dihasilkan relatif rendah pula

Pengembangan pertanian organik adalah salah satu pilihan yang tepat dalam menunjang ketahanan pangan lokal (Prihandarini, 2008). Penggunaa pupuk organik seperti pupuk hijau, pupuk kandang, jerami telah lama dilakukan petani, namun dengan adanya pupuk kimia berkadar hara tinggi seperti Urea, SP 36 dan KCl maka perhatian terhadap peranan pupuk organik sebagai

penyubur tanah makin berkurang. Penggunaan pupuk kimia semakin banyak dipergunakan, petani berasumsi semakin banyak urea yang digunakan semakin banyak hasil panennya. Pemakaian urea meningkat dari 70 kg/ha, 100 kg/ha, 200 kg/ha sampai mencapai 500 kg/ha yang berakibat terjadinya over dosis dan biaya produksi semakin meningkat (Adiningsih, 2006). Pupuk organik cair mampu meningkatkan produk pertanian sebesar 11% lebih tinggi dibandingkan bahan organik lain, penggunaan pupuk kimia sintetik sebagai pupuk dasar mulai tergeser dengan keunggulan pupuk organik cair (Soedjais, Z. 2008)

METODOLOGI PENGABDIAN BAGI MASYARAKAT

Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah: Ceramah, diskusi, pelatihan, praktek dan pendampingan. Ceramah dan diskusi dilaksanakan untuk penyampaian materi secara langsung pada masyarakat oleh narasumber yang kompeten dibidangnya sesuai kebutuhan. Pelatihan dilakukan untuk meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan tentang: Manfaat teknologi tepat guna biogas untuk mengoptimalkan fungsi limbah kotoran ternak baik yang padat maupun yang cair. Pengolahan limbah ternak untuk pembuatan kompos/pupuk organik padat dan cair.

Pelatihan dan Praktek dilaksanakan untuk ketrampilan masyarakat : Pembuatan biogas, sehingga masyarakat/ anggota kelompok ternak dapat membuat biogas di kandangnya masing-masing. Pengolahan limbah ternak untuk pupuk organik, sehingga masyarakat dapat membuat pupuk organik untuk media tanam. Pemanfaatan pupuk organik untuk budidaya tanaman hortikultura maupun tanaman lainnya.

Pendampingan dilaksanakan dalam rangka memotivasi masyarakat untuk selalu menjaga kebersihan lingkungan, memanfaatkan teknologi tepat guna biogas pada kandang kelompok masing-masing, sehingga wilayahnya dapat terbebas dari polusi/pencemaran lingkungan. Hasil dari pembuatan biogas dapat dipakai untuk memasak pakanan ternak, atau memasak yang lainnya.

Alat dan Bahan yang digunakan dalam pengabdian bagi masyarakat ini antara lain: limbah kotoran ternak sapi yang padat dan cair, EM4, tetes tebu, kapur pertanian, ember plastik, degister dan perlengkapannya, selang, kompor gas, pipa paralon, alat pembuatan pupuk (cangkul, garu, terpal, gembor, dll).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemanfaatan limbah kotoran ternak untuk pembuatan biogas

Wilayah pengabdian bagi masyarakat untuk pembuatan biogas dilakukan di kandang kelompok ternak Panji Andini dusun Jaranan desa Banguntapan kecamatan Banguntapan kabupaten Bantul Yogyakarta, lokasi pembuatan biogas di kandang ternaknya bapak Rohadi, karena memiliki sapi paling banyak yaitu ada 9 ekor sapi, dan sudah memiliki saluran limbah cair yang permanen, setiap hari memasak dengan kayu bakar untuk pakan ternak ayam. Hasil kegiatan pembuatan biogas digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1. Hasil kegiatan pembuatan biogas dari limbah kotoran ternak sapi

Dari hasil pembuatan biogas, bahwa biogas yang dihasilkan sangat tergantung pada pakan yang diberikan pada ternak sapi, ada beberapa macam pakan ternak, pakan ternak hijauan bisa berasal dari rerumputan dan jerami, ada pakan hijauan yang berasal dari limbah sayuran. Biogas yang dihasilkan dari limbah ternak dengan pakan dari rerumputan dan jerami lebih baik jumlah dan kualitasnya dibandingkan dari limbah ternak dengan pakan yang berasal dari limbah sayuran, hal ini disebabkan karena dalam limbah sayuran terdapat zat toksik berasal dari residu pestisida dalam sayuran, sehingga mikroba Metanogen sebagai penghasil gas methan tidak aktif atau mungkin mati akibatnya biogas yang dihasilkan sedikit bahkan tidak ada gasnya. Pada lokasi lain, dengan pakan ternaknya dari rerumputan dan jerami padi hasil limbah kotoran ternaknya dapat menghasilkan biogas dan dapat menyalakan kompor.

Pemanfaatan limbah kotoran ternak untuk pembuatan pupuk organik

Limbah kotoran ternak sapi dihasilkan 2 macam bentuk yaitu limbah padat dan limbah cair, pakan dari limbah sayuran akan menghasilkan limbah cair lebih banyak dari limbah padatnya, hal ini disebabkan karena limbah sayuran ini banyak mengandung air, sehingga pupuk organik yang dihasilkan berupa pupuk organik cair, sedangkan limbah yang lain berupa lumpur akan menghasilkan pupuk organik padat.

Dari hasil penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa hasil analisis laboratorium komponen kompos cair dari sampah rumah tangga menunjukkan bahwa kadar C organiknya tinggi (23,94 %), bahan organik tinggi (41,17%), kadar nitrogen total tinggi (1,61%), rasio C/N rendah (14,87), Fosfor tersedia (P_2O_5) tinggi (14,66%) (Saidi, 2009).

Kualitas pupuk organik padat dan pupuk organik cair dari limbah kotoran ternak hasil analisis laboratorium dapat dilihat pada tabel berikut ini:

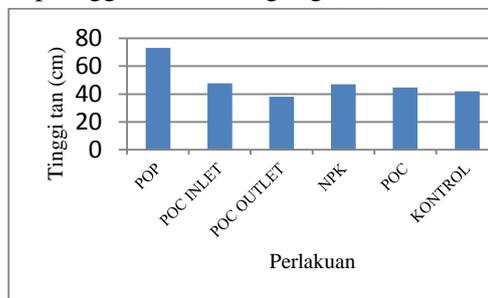
Tabel 1. Hasil analisis laboratorium pupuk organik padat dan pupuk organik cair

No	Pupuk organik	pH	C Org (%)	N tot (%)	P ₂ O ₅ (%)	K ₂ O (%)
1	Pupuk organik padat	9	38,27	1,36	1,3	4,78
2	Pupuk organik cair	7,9	0,42	0,09	0,05	0,46
3	Pupuk organik cair inlet	8	0,55	0,15	0,01	1,2
4	Pupuk organik cair outlet	8,5	0,26	0,1	0,005	0,51
5	Peraturan Menteri Pertanian Nomor 70/Permentan /Sr.140/10/2011	4 - 9	min 15	min 4	min 4	min 4

Pupuk organik yang dihasilkan dari limbah kotoran ternak sapi baik pupuk organik padat maupun cair memiliki karakteristik : pH basa (7,9 – 9) masih memenuhi standar, kadar C organik pupuk organik padat (38,27 %) melebihi standar, tetapi pupuk organik cair (0,42 %) di bawah standar, kadar nitrogen total, kadar P tersedia, kadar K tersedia pupuk organik cair di bawah standar, tetapi kadar kalium pupuk organik padat memenuhi standar. Hasil pengujian pupuk organik pada tanaman Jagung dapat dilihat pada tabel dan gambar di bawah ini.

Tabel 2. Hasil pengujian pupuk organik terhadap tinggi tanaman Jagung (cm)

No	Perlakuan macam pupuk	Tinggi tanamn 30 HST (cm)
1	Pupuk organik padat	73,00
2	Pupuk organik cair	47,67
3	Pupuk organik cair inlet	38,00
4	Pupuk organik cair outlet	47,00
5	Pupuk anorganik N:P:K	44,67
6	Tanpa pupuk	42,00



Tabel 2. Menunjukkan bahwa tinggi tanaman tertinggi pada umur 30 hari setelah tanam dicapai pada perlakuan pupuk organik padat (POP), hal ini disebabkan karena kualitas pupuk organik padat lebih baik dibandingkan dengan pupuk organik cair dan pupuk anorganik (NPK) sesuai tabel 2 diatas. Kadar nitrogen dalam pupuk organik padat yang tinggi berperan dalam pertumbuhan vegetatif tanaman. Menurut Saidi dan Lagiman (2010) bahwa kompos cair dari sampah pasar Giwangan dalam bentuk campuran dari limbah sayur, buah dan ikan memiliki kualitas sebagai pupuk organik paling baik/tinggi dan semakin berkurang kualitasnya dalam bentuk limbah ikan, sayur dan buah. Kompos cair tersebut dapat meningkatkan pertumbuhan tanaman Jagung dan Cabe.

Campuran kompos organik, pupuk kandang dan Azolla dapat meningkatkan kadar nitrogen total kompos, meningkatkan pertumbuhan tanaman Jagung, semakin besar

perbandingan jumlah pupuk kandang, maka semakin baik kualitas komposnya, dan semakin baik pengaruhnya terhadap pertumbuhan tanaman. (Saidi, D dan Purwanto, E. P. 2015)

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dari hasil pengabdian bagi masyarakat tentang pemanfaatan limbah kotoran ternak sapi untuk biogas dan pupuk organik dapat disimpulkan bahwa:

1. Biogas yang dihasilkan dari limbah kotoran sapi sangat tergantung dari kualitas pakan sapi, pakan sapi dari rerumputan dan jerami padi menghasilkan biogas lebih baik dari pada pakan yang berasal dari limbah sayuran.
2. Pupuk organik padat maupun pupuk organik cair yang dihasilkan dari limbah kotoran ternak mempunyai karakteristik pH pupuk (7,9 – 9) memenuhi standar, kadar C- organik pupuk organik padat (38,27 %) melebihi standar, tetapi kadar C-organik pupuk organik cair (0,42 %) sangat kecil/dibawah standar, kadar nitrogen total, kadar fosfor tersedia dan kadar kalium tersedia (< 4 %) dibawah standar.
3. Hasil pengujian pupuk organik padat lebih baik dari pada pupuk organik cair pada tanaman Jagung.

Saran

Pemanfaatan limbah kotoran ternak sapi untuk biogas sangat ditentukan oleh kualitas pakan, sehingga pakan sebaiknya tidak mengandung toksik/residu pestisida, hal ini disebabkan karena akan menentukan aktivitas mikroba Methanogen sebagai mikroba penghasil gas metan.

Pupuk organik padat dari limbah kotoran sapi dapat dipakai untuk meningkatkan pertumbuhan tanaman, namun penggunaan pupuk organik cair sebaiknya diperkaya terlebih dahulu, misalnya dengan penambahan limbah buah, sayur dan rempah-rempah untuk mengurangi bau.

Ucapan terima kasih

Pada kesempatan ini kami mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat UPN "Veteran" Yogyakarta yang telah memberikan bantuan dana.

REFERENSI

- Adiningsih, S. 2006. Peranan Bahan/Pupuk Organik dalam Menunjang Peningkatan Produktivitas Lahan Pertanian. A. Sulaeman. A. Mahdi. A.K. Seta. R. Prihandarini. Z. Soedjais (Eds). Prosiding Seminar Nasional Maporina, Jakarta, 21-22 Desember 2005.h 37-48
- Ihsan, A., Bahri, S., dan Musafira. 2013. Produksi Biogas Menggunakan cairan IsiRumen Sapi dengan limbah Cair Tempe. *Journal Of Natural Science*. 2(2) : 27-35.
- Kaharudin dan F, Sukmawati. 2010. Petunjuk Praktis Manajemen Umum Limbah Ternak untuk Kompos dan Biogas. Balai Pengkajian Teknologi Pertanian. 23 Hlm
- Padang, Y.A., Nurchayati, dan Suhandi. 2011. Meningkatkan Kualitas Biogas dengan Penambahan Gula. *Jurnal Teknik Rekayasa*. 12(1):53-62.
- Paimin, F.B. 1995. Alat Pembuat Biogas dari Drum. Penebar Swadaya : Jakarta. 49 Hlm
- Prihandarini, R. 2008. Kondisi dan Prospek Penggunaan Pupuk Organik Di Indonesia. Seminar Nasional Pertanian Organik. Bogor, 17 Desember 2008. 15 hlm.

- Saidi, D. 2009. Pemanfaatan sampah rumah tangga untuk kompos cair. Nara sumber. Program Dharma Wanita Persatuan Kab. Sleman, di Perumnas condongcatur Depok Sleman Yogyakarta, 9 Januari 2009
- Saidi, D dan Lagiman, 2010. Kualitas Kompos Cair Dari Sampah Pasar Giwangan Dan Pengaruhnya Terhadap Pertumbuhan Tanaman. Seminar Nasional Fakultas Pertanian UPN “Veteran” Yogyakarta
- Saidi, D dan Purwanto, E. P. 2015. Pengujian Produk Kompos Plus Dari Sampah Organik Kampus Untuk Peningkatan Kesuburan Tanah Kebun Percobaan Fakultas Pertanian UPN “Veteran” Yogyakarta. Prosiding LPPM UPN “Veteran” Yogyakarta
- Sanjaya D , Haryanto A , Tamrin. 2015. Produksi Biogas Dari Campuran Kotoran Sapi Dengan Kotoran Ayam. Jurnal Teknik Pertanian Lampung Vol. 4No. 2: 127-136
- Soedjais, Z. 2008. Petani Kecanduan Pupuk Kimia. Seminar Nasional Pertanian Organik. Bogor, 17 Desember 2008. 21 hlm.
- Soehadji, 1992. Kebijakan Pemerintah dalam Industri Peternakan dan Penanganan Limbah Peternakan. Direktorat Jenderal Peternakan, Departemen Pertanian. Jakarta.
- Wahyono, E. H., dan N, Sudarno. 2012. Biogas : Energi Ramah Lingkungan. Yapeka : Bogor. 50 Hlm.
- Wahyuni, S. 2011. Menghasilkan Biogas dari Aneka Limbah. Edisi Pertama. PT Agro Media Pustaka : Jakarta. 96 Hlm.
- Wibowo, T.S., A, Dharma, dan Refilda. 2013. Fermentasi Anaerob dari Campuran Kotoran Ayam dan Kotoran Sapi dalam Proses Pembuatan Biogas. Jurnal Kimia Unand. 2 (1): 113-118.

**PENGEMBANGAN *SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS* (SDGs)
STUDI KASUS MASYARAKAT LEDHOK TIMOHO**

Hari Kusuma Satria Negara, Dian Indri Purnamasari, Sri Harjanti

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta

email: harikusuma05@upnyk.ac.id

ABSTRACT

The concept of service is an analysis of the application of the development of the Sustainable Development Goals (SDGs) with a case study of the Ledhok Timoho community. The application and development of SDGs through several indicators to map the needs and disadvantages of the Ledhok Timoho community. The choice of the location of the case study is a marginal community in the middle corner of the city of Yogyakarta, where the community is aware of its shortcomings, but wants to develop more advanced and better generations by accepting facilitators and various parties as partners.

Keywords: *SDGs, Ledhok Timoho, Mapping, Community, Marginal.*

LATAR BELAKANG

Sustainable Development Goals (SDGs) telah menjadi agenda internasional yang disusun oleh Perserikatan Bangsa -- Bangsa (PBB) yang melibatkan 194 negara, civil society, dan pelaku -- pelaku ekonomi secara global. Adapun tujuan dan target yang ingin dicapai adalah terkait tiga hal, yakni lingkungan, sosial dan ekonomi. Motivasi pembangunan disandarkan pada tuntunan pembangunan di masa depan yang memprioritaskan fungsi lingkungan yang sedang berjalan. Jika dahulu kuantitas penawaran dan permintaan hanya dibatasi oleh interaksi produsen dan konsumen dimana hal tersebut acapkali mengabaikan fungsi dari lingkungan, kini mulai mengubah haluannya. Mau tidak mau pola seperti ini mulai berkurang dan mulai bergerak ke arah interaksi produsen -- konsumen yang memperhatikan fungsi keberlanjutan dari lingkungan sebagai dampak dari aktivitas yang dilakukan.

Ide yang kini jamak mulai diterapkan di dunia tidak muncul begitu saja. Pada awalnya, ide ini muncul dari penyebaran virus Minamata di Jepang. Banyak petani dan nelayan yang tiba - tiba terjangkit penyakit Minamata yang penyebabnya tidak diketahui. Setahun kemudian baru diketahui penyakit ini disebabkan oleh polusi air sungai yang berasal dari limbah pabrik sekitar. Dunia terkejut dengan suatu penyakit yang sebelumnya belum pernah ditemukan di Dunia, dan pada tahun 1972 para pemimpin dunia berkumpul di Stockholm untuk mendiskusikan kasus tersebut. Pada pertemuan ini menghasilkan suatu kesimpulan bahwa pembangunan tidak bisa, hanya bergantung pada perekonomian namun juga menjaga keberlanjutan lingkungan tempat manusia melakukan aktivitas ekonomi.

Dari sisi Ekonomi yang perlu digarisbawahi adalah kemiskinan. Kemiskinan terjadi diberbagai belahan dunia. Per Maret 2017 jumlah penduduk Miskin di Indonesia mencapai 27,77 juta orang atau 10,64 persen dari jumlah total penduduk (Badan Pusat Statistik). Negara yang memiliki peradaban tinggi idealnya jauh dari kemiskinan. Kesejahteraan masyarakat seharusnya

menjadi tujuan di atas pertumbuhan ekonomi. Apakah pertumbuhan ekonomi buruk? Pertumbuhan ekonomi hanya fokus terhadap meningkatnya produk perkapita dalam jangka panjang dan tidak memperhatikan tingkat pemerataan pendapatan.

Sementara penerapan SDGs dalam jangka panjang akan berjalan seiring dengan pertumbuhan ekonomi. Pasar bebas dan kemajuan teknologi kini ibarat dua mata pisau yang memiliki dua efek yang bertolak belakang sekaligus. Pasar bebas menjadikan semua pihak dapat bersaing di pasar bebas, namun sebagian besar masyarakat yang minim informasi dan tidak memiliki modal menjadi termarginalkan. Pemerintah harus dapat hadir dan menjalankan perannya dalam perubahan dinamika pasar. Sejatinya peran pemerintah harus hadir dalam bentuk proteksi untuk melindungi beragam potensi ekonomi lokal dan nasional. Penerapan SDGs di Indonesia bagaimanapun harus dilakukan oleh pemerintah dan bermitra dengan berbagai komunitas bisnis maupun pemberdayaan dan lingkungan di masyarakat.

TAABAH juga membuat program-program pemberdayaan warga komunitas seperti, TABKOM (Tabungan Komunitas) yang tujuannya mendidik pola pikir warga tidak hidup boros, pemberdayaan ekonomi melalui pertanian organik dan peternakan ayam kampung bagi pemuda komunitas dan koperasi home industry bagi remaja putri dan ibu-ibu komunitas. Selain itu pendidikan keorganisasian, seperti pertemuan rutin warga setiap bulan, Iuran wajib warga komunitas setiap minggu tujuannya agar komunitas mandiri untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan fasilitas umum seperti MCK, Penerangan, Jalan, Bak Sampah, dan kebutuhan-kebutuhan lainnya, gotong royong dan ronda malam, di bidang kesenian Komunitas Ledhok Timoho juga ada kesenian Jatilan Turonggo Wiwoho dan grup musik jalanan.

Visi :

Bersama Kaum Miskin Kota Membangun dan Berjuang Menuju Kesejahteraan dan Kehidupan yang Bermartabat

Misi :

1. Menampung aspirasi dan mewakili warga/kaum miskin kota, khususnya warga yang hidup di jalanan
2. Membangun, memajukan, serta meningkatkan potensi dan daya kritis masyarakat agar memiliki otonomi untuk mengembangkan dan menentukan jalan hidupnya sendiri
3. Mengembangkan wacana-wacana kritis terhadap nilai-nilai hukum yang tidak memihak kepada masyarakat kecil
4. Membangun gerakan menabung untuk menghindari pola hidup konsumtif
5. Memberi pemahaman pola asuh anak
6. Penyadaran akan pentingnya pendidikan anak
7. Menciptakan ruang bermain dan belajar yang berkualitas dan kondusif untuk anak usia dini dan dasar.
8. Melakukan pemberdayaan dan pendidikan life skill untuk peningkatan ekonomi
9. Berorganisasi dan menumbuhkan kembangkan budaya gotong royong
10. Berjaringan dan solidaritas sesama masyarakat tanpa membedakan suku, ras, agama, sosial dan ekonomi

Motto :

*Semua hari dalam hidup warga ledok timoho adalah perjuangan
Bagi siapa yang mengisinya dengan satu sikap dan keperpihakan
Selamat dia adalah manusia sejati*

Kegiatan pemberdayaan dan advokasi yang sudah dilakukan TAABAH di Komunitas Ledhok Timoho, harapannya mampu membawa warga komunitas hidup yang lebih layak dan terpenuhi hak-hak dasarnya sebagai warga negara Indonesia. Dari berbagai kegiatan pemberdayaan tersebut yang belum banyak tersentuh adalah keberadaan anak-anak di Komunitas Ledhok Timoho khususnya pada usia dini yang setiap tahunnya semakin bertambah jumlahnya, dan dengan melihat fenomena sosial yang ada di Komunitas Ledhok timoho yang mana anak-anak masih dilibatkan dalam urusan kebutuhan ekonomi seperti diajak mengamen, mengemis, memulung, dll. Maka itu untuk menyikapi hal tersebut dari hasil pertemuan rutin warga komunitas akan kebutuhan media pendidikan anak dan sebagaimana kita tahu juga bahwa anak mempunyai **hak untuk hidup, hak tumbuh kembang, hak perlindungan dan hak partisipasi**. Maka dari itu TAABAH mencoba mempelopori menyelenggarakan Sekolah Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD) yang diberi nama **SEKOLAH GAJAH WONG** yang disepakati warga sesuai keberadaannya di pinggir kali Gajah Wong.

DISKUSI DAN PEMBAHASAN

Permasalahan yang cukup kompleks di Kawasan Ledhok Timoho kami melakukan pengabdian untuk menerapkan/ mengimplementasikan SDGs di kawasan ini. SDGs terdiri atas 17 tujuan yang meliputi aspek isu pembangunan berkelanjutan, Pengabdian memilih 10 indikator yang tepat diterapkan pada komunitas Lemah Ledhok Timoho, sehingga lebih tepat sebagai solusi permasalahan.

1. Kemiskinan (*Poverty*)

Mengakhiri kemiskinan dalam segala bentuk di setiap tempat. Kemiskinan yang diukur berdasarkan garis kemiskinan internasional memiliki nilai riil kost garis kemiskinan dari waktu ke waktu, sehingga dapat digunakan sebagai bahan penilaian kemajuan dalam mencapai tujuan pemberantasan kemiskinan. Dua indikator utama adalah kekurangan gizi dan dibatasinya sekolah (minimal 1-8 Tahun). Solusi yang ditawarkan adalah adanya kerjasama dengan puskesmas Gondokusuman untuk melakukan pemeriksaan secara rutin serta pengembangan sekolah Gajah Wong untuk anak-anak hingga lulus Sekolah Dasar .

Pengentasan kemiskinan dengan adanya kurangnya gizi dan juga anak lulus sekolah ini juga terkait dengan indikator lain pada SDGs sehingga dapat berkesinambungan dengan indikator lain.

2. Pangan (*Food*)

Mengakhiri kelaparan, mencapai ketahanan pangan, perbaikan gizi, dan meningkatkan pertanian yang berkelanjutan. Indikator ini mengukur aspek penting dari kerawanan pangan penduduk. Dalam menilai kerawanan pangan, penting untuk mempertimbangkan wilayah geografis yang mungkin sangat rentan, seperti daerah dengan peluang tinggi dalam produksi atau pasokan makanan yang bervariasi dan kelompok masyarakat memiliki akses yang sulit terhadap makanan, seperti etnis tertentu atau kelompok sosial.

Pada komunitas lemah ledhok timoho, pengabdian menggunakan indikator pada SDGs yaitu prevalensi balita dengan keadaan stunting (tinggi badan kurang). Karena sebagian besar pekerjaannya merupakan pemulung bukan petani sebagaimana pada indikator yang lain. Pada pengabdian ini melakukan identifikasi jumlah balita pada lemah ledhok timoho dan melakukan pemeriksaan tinggi ideal seorang anak.

Hasil observasi yang ada dimasyarkat hanya ada 2 balita atau sekitar 3 % dari jumlah balita yang mengalami stunting. Namun hal ini masih menjadi obeservasi lebih lanjut, apakah karena kurang pangan atau adanya genetika dari kedua orang tua balita.

3. Kesehatan (*Health*)

Menjamin hidup yang sehat dan meningkatkan kesehatan / kesejahteraan bagi semua pada semua usia. Mengakhiri kematian yang dapat dicegah dengan kematian anak stidaknya 20 kematian per 1000 kelahiran, mengurangi kematian ibu menjadi setidaknya 40 kematian per 100.000 kelahiran hidup, dan mengurangi angka kematian penduduk berumur kurang dari 70 tahun setidaknya 30 persen dari angka pada tahun 2015.

Memastikan cakupan universal pada kesehatan yang berkualitas, termasuk pencegahan dan pengobatan penyakit menular dan tidak menular, keseatan seksual reproduksi, keluarga berencaa, imunisasi rutin, dan kesehatan mental, menurut prioritas tertinggi untuk pelayanan kesehatan dasar. Indikator yang digunakan pada bidang kesehatan ini adalah angka kematian bayi dan kematian ibu, serta prevalensi angka pengobatan dan angka kematian karena HIV dan insiden, prevalensi dan angka kematian karena TBC

Kematian bayi dan ibu dalam 3 tahun terakhir sudah tidak ada, namun sebelum 3 tahun terakhir terdapat beberapa kematian bayi, termasuk salah satu responden. Saat ini masyarakat belum ada terindikasi adanya sakit HIV dan juga TBC, hal ini dikarenakan belum pernah adanya pemeriksaan kepada seluruh masyarakat Lemah Ledok. Sehingga solusi yang kami tawarkan adalah menggandeng Puskesmas Gondokusuman dan Juga rumah sakit terdekat.

4. Pendidikan (*Education*)

Menjamin Pendidikan yang berkualitas, inklusif dan adil, meningkatkan kesempatan belajar sepanjang hayat bagi semua. Semua anak dibawah usia 5 tahun dapat mengembangkan potensi mereka melalui akses ke program dan kebijakan pengembangan anak usia dini. Yang berkualitas. Semua anak perempuan dan laki-laki menerima Pendidikan dasar dan menengah berkualitas yang berfokus pada hasil belajar dan mengurangi angka putus sekolah menjadi nol. Memastikan semua pemuda kepasar tenaga kerja secara efektif.

Indikator SDGs yang digunakan oleh pengabdian adalah presentase anak yang menerima setidaknya satu tahun dari program pendidikan usia dini (PAUD) yang berkualitas dan juga angka kelulusan Pendidikan dasar untuk anak perempuan dan anak laki-laki. Solusi yang kami tawarkan untuk menyelesaikan permasalahan adalah pengembangan PAUD yang tetap berjalan dan berkembang untuk balita, dengan berkerjasama dengan perguruan tinggi agar melibatkan mahasiswa dalam proses pengajaran PAUD.

5. Perempuan (*Women*)

Mencapai kesetaraan gender dan memberdaukan semua wanita dan gadis. Mencegah dan menghilangkan kekerasan terhadap individu, khususnya perempuan dan anak. Memantau dan mengakhiri diskriminasi dan kesenjangan dalam pelayanan public, penegakan hukum, akses terhadap keadilan dan partisipasi dalam kehidupan politik dan ekonomi berbasis gender. Mencapai kesehatan seksual dan reproduksi dengan semua hak-haknya dan mensosialisasikan program penurunan kelahiran dengan cara yang efisien dan sukarela.

Indikator pada SDGs yang pengabdian gunakan adalah Presentase wabita berusia 20-24 Tahun yang telah menikah atau menikah sebelum berusia 18 Tahun. Dan juga tingkat kebutuhan pelayanan KB yang terpenuhi. Saat ini dimasyarkat Lemah Ledhok masih terdapat

beberapa perempuan yang menikah dibawah umur karena kurangnya edukasi terhadap masyarakat. Pengabdian memberikan solusi untuk adanya pendidikan remaja sebaya yang bekerjasama dengan PMI Kota Jogja, agar selalu memberikan edukasi.

6. Air (Water)

Menjamin ketersediaan dan pengelolaan air dan sanitasi yang berkelanjutan bagi semua. Memastikan akses universal terhadap sumber daya air dan sanitasi untuk semua di berbagai tempat. Memastikan kualitas air yang aman dan penggunaan air yang efisien untuk saat ini dan yang akan datang.

Indikator SDGs yang digunakan pada komunitas lemah ledhok timoho adalah presentase penduduk yang menggunakan air minum dasar menurut daerah perkotaan dan juga Persentase penduduk yang menggunakan sanitasi dasar, menurut daerah perkotaan. Pada masyarakat lemah Ledhok tidak ada masalah dalam hal air bersih, karena lokasi dekat sungai sehingga sumber air berupa sumur tercukupi. Namun yang menjadi permasalahan adalah sanitasi. Dimana sanitasi masyarakat masih digunakan bersama-sama dan terkadang masih ada yang menggunakan sungai sebagai lokasi sanitasi. Solusi yang kami tawarkan adalah masyarakat menentukan titik untuk MCK umum dan dibangun secara swadaya masyarakat secara layak.

7. Energi (Energy)

Menjamin akses terhadap energi yang terjangkau (terbeli), andal, berkelanjutan dan modern, bagi semua. Menjamin Energi bersih untuk semua dan meningkatkan efisiensi energi dengan target untuk tahun 2020, 2030 dan 2050. Pengabdian menggunakan 2 indikator yaitu proporsi penduduk dengan akses terhadap solusi memasak modern menurut daerah perkotaan dan juga akses terhadap listrik yang dapat diandalkan

Akses listrik sudah terpenuhi dengan baik, namun masyarakat belum memperoleh secara baik atau legal per rumah, karena belum adanya alamat yang diakui oleh pemerintah. Solusi yang kami tawarkan adalah dengan mengajukan surat permohonan untuk penerangan jalan secara resmi kepada PLN agar ada instalasi listrik.

8. Ekonomi (Economy)

Meningkatkan pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan dan inklusif; partisipasi penuh dalam pekerjaan yang produktif, jenis pekerjaan yang layak bagi semua. Memastikan pertumbuhan ekonomi yang merata dan berkelanjutan, tenaga kerja yang optimal dan produktif serta pekerjaan yang layak untuk semua. Setia negara mendorong terciptanya pekerjaan yang layak dengan tingkat pendapatan yang lebih baik bagi semua

Pengabdian menggunakan indikator Tingkat pekerja muda, menurut sektor formal dan informal dan juga Rasio pekerjaan terhadap penduduk EPR menurut gender dan kelompok umur 15-64 Tahun dan juga pendapatan rumah tangga termasuk dalam bentuk jasa. Penilaian terhadap faktor ekonomi ini cukup sulit karena masyarakat saat ini sebagian besar bekerja sebagai pemulung dan juga pengemis dimana pendapatan tiap harinya selalu berbeda-beda.

Pengabdian mengusulkan untuk melakukan pencatatan atas pendapatan dan pengeluaran secara baik untuk masing-masing keluarga agar dapat mengetahui berapakah rata-rata penerimaan dari masing-masing keluarga. Manajemen keuangan untuk peningkatan martabat masyarakat.

9. Infrastruktur (*Infrastructure*)

Membangun infrastruktur (prasarana) yang awet / kuat, meningkatkan industrialisasi yang inklusif dan berkelanjutan, mendukung inovasi. Menjamin akses universal ke jasa infrastruktur jalan dan komunikasi mobile dan broadband. Mempercepat adopsi teknologi baru untuk tujuan pembangunan berkelanjutan. Menciptakan lapangan kerja di sektor industri yang secara signifikan akan berpengaruh terhadap kontribusi sektor industri terhadap PDB secara berkelanjutan.

Indikator yang digunakan adalah akses terhadap jalan untuk segala cuaca dan juga presentase rumah tangga yang memiliki internet berdasarkan jenis layanan daerah pedesaan. Indikator jalan ini kami gunakan karena memang masyarakat masih menggunakan jalan tanah yang ketika hujan akan cukup sulit dilewati. Solusi yang kami tawarkan dari pengabdian adalah dengan mengeraskan tanah yang digunakan untuk jalan. Serta membuat saluran air ketika hujan sehingga tidak merusak jalan yang telah dibuat.

10. Pemukiman (*Habitation*)

Membangun kota dan pemukiman manusia yang inklusif, aman, awet/ kuat dan berkelanjutan. Meningkatkan standar hidup di pemukiman kumuh dan memperluas lapangan kerja di perkotaan. Indikator yang digunakan dari SDGs adalah Persentase perempuan dan laki-laki di daerah perkotaan dengan kepemilikan yang aman, yang diukur dengan persentase yang memiliki sertifikat rumah dan persentase yang tidak takut akan penggusuran sewenang-wenang terhadap rumahnya dan akses penduduk ke transportasi umum.

Permasalahan pemukiman adalah menjadi hal yang paling mendasar bagi masyarakat Ledhok Timoho. Menempati lokasi yang tidak terdapat akses jalan kecuali tanah selebar 1,5 meter milik warga. Status tanah yang kepemilikannya tidak diketahui menjadikan ketakutan tersendiri jika suatu saat diminta meninggalkan lokasi tersebut. Solusi yang kami sampaikan adalah perwakilan dari masyarakat mencari dan menelusuri kepemilikan tanah ini dan mencoba untuk memintanya dihibahkan.

KESIMPULAN

Upaya untuk melanjutkan sebuah kehidupan layak bagi masyarakat urban adalah sebuah proses panjang yang harus dilalui. Perjuangan yang dilakukan setiap hari untuk lepas dari kemiskinan, ketertinggalan, jalanan serta memperoleh tempat tinggal yang baik. *Sustainable Development Goals* dengan beberapa indikatornya digunakan untuk melakukan indentifikasi berbagai hal. Mulai dari kemiskinan, pangan, kesehatan, pendidikan hingga pemukiman. Hasil indentifikasi dan pencarian solusi melalui 10 aspek dan beberapa indikator diharapkan akan menjadi solusi bagi masyarakat Ledhok Timoho.

DAFTAR PUSTAKA

<http://sdgs.bappenas.go.id/>

<http://www.depkes.go.id/pdf.php?id=15092900003> Akses 26 Maret 2018, pukul 23.00

Ishartono, Santoso tri. 2017. *Sustainable Development goals (SDGs)* dan pengentasan kemiskinan. Bandung. social work kurni

Panduan SDGs Untuk Pemerintah Daerah <http://infid.org/buku-panduan-sdgs-edisijuni-2016>

Pelaksanaan Pengentasan Kelaparan serta Konsumsi & Produksi Berkelanjutan dalam Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs) di Indonesia, diakses dari pdf hal 11- 13
Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 59 Tahun 2017. Tentang Pelaksanaan Pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan.
“*Transformasi MDGs Menjadi Post-2015 Guna Menjawab Tantangan Pembangunan Baru*”,
Center for Indonesia’s Strategic Development Initiatives (CISDI) diakses melalui
<http://cisdi.org/>
SDSN. 2014. *Indicator and a Monitoring Framework for Sustainable Development Goals, Launching a Data Revolution for the SDGs*. New York: SDSN

DIGITAL LITERACY MENUJU MASYARAKAT CERDAS BERINTERNET

Muhammad Edy Susilo, Senja Yustitia, Panji Dwi Asharianto

Jurusan Ilmu Komunikasi UPN “Veteran” Yogyakarta

Email: edysusilomuh@gmail.com

ABSTRACT

The high level of social media activity in Indonesia has an impact on the high distribution of hoaxes. Hoax targets any event, whether it has significant impact or not. Various platforms can be used to spread hoaxes such as social media and chatting applications. This study aim to find out how the behavior of society in social media especially responds to the hoax. The people chosen as informants are members of Women Group of Perumahan Pokoh Baru Sleman Yogyakarta. This study uses qualitative research methods. Data gathered by using in-depth interviews and focus group discussions. As a result, firstly, the majority informants use facebook (fb) as a media platform and Whatsapp (WA) chatting application. Secondly, informants define hoax as untrue news. Thirdly, an interesting titles are an important reason for informants to read the news

Keywords : social media, chatting application, hoax

PENDAHULUAN

Indonesia mengalami perkembangan aktivitas media sosial yang cukup signifikan. Bersamaan dengan itu, problem terkait kegiatan media sosial juga turut mengemuka salah satunya adalah maraknya hoaks (*hoax*). Hoaks adalah berita palsu atau sering disebut dengan *fake news*. Dalam beberapa definisi *fake news* adalah “*news article that intentionally and verifiably false, and could mislead readers*”. Definisi dari Hunt Allcott dan Matthew Gentzkow dalam *Journal of Economic Perspectives* (Allcott and Gentzkow 2017) tersebut menunjukkan bahwa dalam hoaks terdapat unsur kesengajaan (*intentionally*), palsu dan menyesatkan pembaca. Hoaks tentu tidak hanya disebabkan karena masyarakat bisa menciptakan dan mendistribusikan informasi –sering disebut dengan *user generated content* – namun juga dipengaruhi oleh kondisi- kondisi lain. Misalnya perkembangan teknologi, rendahnya literasi media, tidak adanya aturan hukum yang membatasi aktivitas masyarakat dalam memproduksi informasi serta hal lainnya. Berbagai faktor tersebut menjadi satu kesatuan yang dapat menyuburkan hoaks di tengah masyarakat.

Di Indonesia, hoaks menyasar peristiwa apapun, baik yang punya dampak signifikan maupun tidak. Misalnya isu tentang telur yang keluar dari tubuh manusia, gerakan *rush money*, *blue energy* yakni pengubahan air menjadi bensin hingga yang paling sering dibicarakan adalah adanya puluhan juta pekerja China masuk ke Indonesia. Bahkan secara personal sudah ada pihak yang merasa terganggu dengan adanya hoaks terkait dengan dirinya lalu melaporkan hal tersebut kepada kepolisian. Misalnya seperti yang terjadi pada pilot Lion Air Captain Pribadi Alisudarso yang melaporkan pemilik 3 akun media sosial yakni Katakita, Winston Zippi, dan Ali Winata ke Bareskrim Polri karena mereka menyebut dirinya sebagai pilot yang menerbangkan pesawat JT

297 yang membawa aktivis #2019GantiPresiden Neno Warisman (<https://news.okezone.com/read/2018/08/30/337/1943665/jadi-korban-hoaks-pilot-lion-air-lapor-3-akun-medsos-ke-bareskrim>, akses 14/9/2018)

Seriusnya problema hoaks di Indonesia membuat pemerintah melalui Polri membentuk unit khusus yakni Direktorat Tindak Pidana Siber Bareskrim Polri. Unit ini diharapkan dapat menindak tegas kasus hoaks yang marak terjadi di dunia maya. Pada berita yang dirilis oleh CNN Indonesia disebutkan bahwa tren aduan konten negatif yang tertinggi adalah konten berbau SARA dan ujaran kebencian yakni 5.142 bersamaan dengan Pilkada DKI Jakarta 2017 lalu. Sedangkan di peringkat kedua adalah aduan terkait konten berisi hoaks atau berita palsu yakni 5.070 juga mencapai puncaknya pada momentum yang sama dengan *hate speech* (<https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20170810151445-185-233765/aduan-konten-hoax-dan-radikalisme-meningkat-tajam-di-2017>, akses 14/9/2018). Tren aduan ini fluktuatif namun ada kecenderungan menurun hingga paruh pertama 2017, namun berpeluang untuk naik kembali pada kondisi-kondisi tertentu.

Melihat kenyataan tersebut, penanganan menyeluruh terkait hoaks sangat diperlukan. Pada ranah tertentu penegakan hukum menjadi sebuah hal yang harus dilakukan, namun di sisi lain gerakan literasi media khususnya literasi digital menjadi langkah preventif yang dapat ditempuh. Gerakan literasi yang massif dan terarah menjadi pilihan yang logis dilakukan melihat kondisi dan perilaku berinternet masyarakat Indonesia yang kurang bertanggungjawab. Hasil survei dari CIGI-Ipsos 2016 menunjukkan sebanyak 65 persen dari 132 juta pengguna internet di Indonesia percaya dengan kebenaran informasi di dunia maya tanpa cek dan ricek (<https://nasional.kompas.com/read/2017/12/08/17231901/tingkatkan-literasi-digital-masyarakat-pemerintah-bikin-progam-ini>, akses 14/9/2018).

Dengan latar belakang diatas, artikel ini akan menjelaskan bagaimana perilaku masyarakat dalam bermedia sosial khususnya terkait berita hoaks yang beredar selama ini. Masyarakat yang dipilih sebagai narasumber adalah anggota kelompok PKK Pokoh Baru Sleman DIY.

KAJIAN LITERATUR

Media Literasi

Media literacy (melek media) adalah seperangkat keterampilan dalam menggunakan media. Sama seperti literasi adalah kemampuan membaca dan menulis, literasi media mengacu pada kemampuan untuk mengakses, menganalisis, mengevaluasi, dan membuat pesan media dari semua jenis media.

Media literacy adalah keterampilan penting di dunia sekarang ini. Saat ini, banyak orang mendapatkan sebagian besar informasi mereka melalui kombinasi teks, gambar, dan suara yang rumit. Kita harus mampu menganggapi lingkungan media yang kompleks ini, untuk memahami pesan-pesan media yang membombardir kita setiap hari, dan untuk mengekspresikan diri kita menggunakan berbagai alat dan teknologi media (Montana Office of Public Instruction, <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/us/>).

Media adalah sarana di mana kita bisa mengetahui segala sesuatu yang tidak kita ketahui secara langsung. Namun, yang perlu diketahui adalah bahwa pesan-pesan yang dibawa oleh media sudah bermuatan nilai tertentu. Sebuah peristiwa yang sama bisa diberitakan secara berbeda oleh

media yang berbeda. Aufderheide mengingatkan mengenai lima sifat media, yaitu a) realitas media adalah hasil konstruksi, b) media memiliki implikasi komersial, c) Media memiliki implikasi ideologis dan politis, d) bentuk dan isi setiap media masing-masing memiliki estetika yang unik, kode dan konvensi, e) penerima menegosiasikan makna media (Aufderheide, 1992).

Dalam kenyataannya, betapa seringnya khalayak memiliki keyakinan bahwa apa yang didapatkan di media adalah “realitas” yang sudah pasti benar. Mereka melupakan bahwa sebuah kenyataan bahwa laporan media mengandung banyak distorsi. Hal inilah yang menjadi alasan mengapa *media literacy* menjadi kemampuan yang sangat penting.

Media selalu berkembang dari waktu ke waktu. Dimulai dari media cetak, media elektronik dan saat ini media interaktif berbasis internet. Perkembangan media menuntut kemampuan literasi yang berbeda dari penggunaannya. Semakin kompleks pesan sebuah media, maka semakin tinggi pula kemampuan yang diperlukan. Di bawah ini adalah gambar mengenai evolusi *media literacy* atau perkembangan teknologi informasi dan kemampuan yang diperlukan.

Historical era	Communicative environment	New skills	Socio-cultural outcomes
Classical era	Oral and gestural communication	Command of oral and gestural language	+ Systematization and conservation of knowledge
	+* Development of alphabetical writing	+ Alphabetical skills	+ Origin of philosophy and scientific exploration
Renaissance- and first industrial revolution	+ Development of printing, of books and the press	+ Amplification and expansion of literacy	+ Advances in empirical philological sciences
Second industrial revolution	+ Appearance of electronic media: telephone, film, radio and television	+ Audiovisual literacy	+ Media and consumer societies
Information society	+ Digital media and Internet	+ Digital literacy + Media literacy (in a climate of media convergence)	+ Globalization of information + Explosion of knowledge + Knowledge society

* The + signs indicate innovations introduced during the corresponding period.

Source: Universidad Autonoma de Barcelona, 2007.

Gambar 1. Evolusi Media Literacy (Hargrave, 2017).

Saat ini kita berada di era digital di mana *digital literacy* menjadi hal yang penting. Peran pengguna (*users*) mengalami pergeseran yang signifikan. Hal ini disebabkan oleh karakteristik internet yang interaktif. Arus komunikasi bergerak bebas dari penghasil pesan ke pengguna pesan. Pada saat yang sama, pengguna pesan bisa berfungsi sebagai penghasil pesan. Di sini, bahkan, penggunaan istilah khalayak (*audience*) menjadi tidak relevan lagi karena istilah ini merujuk pada sekumpulan objek yang pasif dan hanya menerima pesan saja.

Bukan hanya produksi pesan, partisipasi lain dari pengguna akan menentukan keberhasilan sebuah pesan. Jumlah *viewers* di youtube, jumlah *like*, jumlah *share*, atau jumlah *retweet* adalah sesuatu yang secara kuantitatif amat penting. Pesan yang berhasil disebut pesan

yang viral, yaitu pesan yang sangat banyak dibagikan. Hal-hal tersebut pada dasarnya bukanlah produksi pesan, melainkan reproduksi pesan. Pengguna tidak membuat sendiri pesannya, namun mereproduksi pesan milik orang lain. Pesan seolah-olah menjadi “milik bersama”. Reproduksi pesan secara digital belum mendapat perhatian pada pembahasan media literacy konvensional.

Di era digital, lembaga-lembaga komunikasi massa yang dulu memiliki ciri merupakan organisasi yang besar dan memerlukan biaya yang tinggi, kini mengalami demasifikasi. Sebuah pesan tidak hanya diproduksi oleh organisasi media massa yang kompleks, melainkan dapat diproduksi oleh individu. Pada kasus tertentu, media-media massa konvensional internasional seperti CNN atau saluran nasional seperti RCTI bisa mengambil sebuah berita dari hasil posting di media sosial. Hal itu menarik karena posting tersebut diproduksi oleh individu dan bukan oleh organisasi. Akun seseorang (individu) di media sosial bisa diikuti oleh jutaan *follower* dan mengalahkan penonton atau pembaca media konvensional.

Dengan karakteristik internet yang revolusioner itu, peran *digital literacy* menjadi semakin penting. Sayangnya, saat ini *digital literacy* di Indonesia masih rendah. Salah satu dampak negatif yang muncul adalah maraknya hoax di media sosial.

Data Kemenkominfo menyebutkan bahwa ada sekitar 800.000 situs di Indonesia yang telah terindikasi sebagai penyebar informasi palsu. Internet telah salah dimanfaatkan untuk keuntungan pribadi dan kelompok dengan cara menyebarkan konten-konten negatif yang menimbulkan keresahan dan saling mencurigai di masyarakat (Purwadi, 2017). Hal ini paling tidak menunjukkan dua hal. Pertama, ada produsen *hoax* yang sengaja membuat kabar bohong yang cenderung meresahkan masyarakat. Produsen *hoax* berlindung di balik anonimitas yang menjadi salah satu fasilitas yang ada di internet. Kedua, pengguna internet tidak terbiasa menganalisis pesan yang diterima sehingga ketika menerima pesan yang sesuai dengan keyakinannya, mereka akan langsung mereproduksinya.

Hoaks

Menurut KBBI V daring hoaks berarti tidak benar, bohong (tentang berita, pesan dan sebagainya), berita bohong (<https://nasional.kompas.com/read/2017/02/28/13203281/kata.hoaks.dan.meme.sudah.tercatat.di.kamus.bahasa.indonesia>, akses 15/09/2018). Pada survei yang dilakukan Mastel (Masyarakat Telematika Indonesia) tentang wabah hoax nasional pada 2017 lalu sebagian besar responden sudah mengetahui apa yang dimaksud dengan hoaks. Mayoritas (90,30%) mengatakan bahwa hoaks adalah berita bohong yang disengaja, selanjutnya mereka menjawab hoaks adalah berita yang menghasut (61,60%), berita yang tidak akurat (59%), berita ramalan/ fiksi ilmiah (14%), berita yang menyudutkan pemerintah (12,60%), berita yang tidak disukai (3%) dan sisanya menjawab tidak tahu. Namun hal itu tidak diimbangi dengan usaha untuk mencari kebenaran. Responden hanya mengetahui berita itu hoaks atau tidak melalui koreksi yang dilakukan oleh media yang bersangkutan. Misalnya adanya koreksi/ klarifikasi di sosial media (31,90%), ada koreksi/ klarifikasi di media massa (29,10%), memiliki teman/ sumber yang dapat dipercaya (29,10%) dan mengetahui yang sebenarnya (14,40%).

Sementara itu, kehadiran media sosial yang memungkinkan orang memproduksi dan mereproduksi pesan tanpa ketentuan yang rumit membuat hoaks makin mudah beredar. Pada publikasi karya Vibrizta Juliswara disebutkan bahwa berdasarkan konsep sosiologi yang memandang masyarakat sebagai kelompok manusia yang menghasilkan kebudayaan yang berkaitan dengan perkembangan peradaban masyarakat, dalam konteks merebaknya persebaran

hoax, masyarakat dapat mengalami kemunduran moral yang dapat membahayakan peradaban khususnya bagi masa depan generasi (Juliswara 2017).

Media Sosial

Banyak definisi tentang media sosial. Salah satunya dari Mandibergh yang mengatakan media sosial adalah media yang mawadahi kerja sama di antara pengguna yang menghasilkan konten (*user-generated content*). Sedangkan Shirky mengatakan bahwa media sosial dan perangkat lunak sosial merupakan alat untuk meningkatkan kemampuan pengguna untuk berbagi (*to share*), bekerjasama (*to co-operate*) di antara pengguna dan melakukan tindakan secara kolektif yang semuanya berada di luar kerangka institusional maupun organisasi (Nasrulllah 2016). Dari dua definisi tersebut terlihat bahwa media sosial menyimpan potensi yang tidak dimiliki oleh medium komunikasi lainnya yakni kemampuan menghasilkan konten dan berbagi antar pengguna. Hal inilah yang memudahkan pengguna memproduksi pesan dan atau mereproduksi pesan orang lain untuk tujuan-tujuan tertentu.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Menurut Pawito, metode kualitatif biasanya tidak dimaksudkan untuk memberikan penjelasan-penjelasan (*explanations*), mengontrol gejala-gejala komunikasi, mengemukakan prediksi-prediksi atau untuk menguji teori apapun, tetapi lebih dimaksudkan untuk mengemukakan gambaran dan/ atau pemahaman (*understanding*) mengenai bagaimana dan mengapa suatu gejala atau realitas komunikasi terjadi (Pawito 2007). Pengumpulan data penelitian dilakukan dengan wawancara mendalam.

Sementara itu, subjek penelitian ini adalah anggota kelompok PKK Pokoh Baru Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta. Objek penelitian adalah aktivitas bermedia sosial khususnya dalam menanggapi haoks. Data primer didapatkan melalui wawancara mendalam dan juga *focus group discussion* dengan para anggota PKK.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil wawancara yang dilakukan oleh tim peneliti menunjukkan bahwa anggota PKK Pokoh Baru Sleman DIY mayoritas menggunakan Facebook (FB) sebagai *platform* media sosial yang digunakan dan aplikasi chatting WA. FB dianggap sebagai aplikasi yang paling familiar dan mudah digunakan karena mengakomodasikan sejumlah kebutuhan sekaligus seperti menuliskan opini disertai foto dan video. FB juga dianggap sebagai media sosial yang lebih dulu ada dibandingkan dengan twitter dan Instagram. Twitter yang sering disebut sebagai platform *microblogging* tidak begitu digemari karena dianggap memiliki kegunaan yang terbatas karena hanya 280 karakter. Sebelumnya twitter bahkan hanya bisa menampung 140 karakter pada setiap cuitan. Sedangkan Instagram dianggap juga kurang akomodatif karena berbasiskan gambar/foto. Hal ini tentu saja tidak berlaku umum karena masing-masing media sosial memiliki khalayak yang berbeda. Secara umum hasil ini sejalan dengan data yang disampaikan pada laman www.youthmanual.com yang menyebutkan bahwa sampai pada tahun 2017 Facebook adalah *social network* yang paling banyak digunakan oleh masyarakat dunia. Facebook digunakan lebih dari sejuta user baru setiap harinya. Ini yang menyebabkan Facebook terus mendominasi dunia media sosial (<https://www.youthmanual.com/post/fun/did-you-know/data-pengguna-internet->

[tahun-2017-dan-apa-kesimpulan-yang-bisa-diambil-dari-data-tersebut](#), akses 15/09/2018).

Sementara itu, WA dipakai oleh semua informan karena kemudahan penggunaannya. Kemudahan penggunaan menjadi pertimbangan penting karena sebagian informan sudah berusia senior. Dengan aplikasi ini, informan juga membuat grup-grup untuk memudahkan komunikasi di antara mereka. Grup tersebut ada yang bersifat permanen seperti grup “Ibu-ibu Pokoh Baru”, grup pengajian “Choirunissa” atau grup-grup yang bersifat sementara, misalnya grup kepanitiaan “Peringatan kemerdekaan RI”.

Selanjutnya peneliti menggali lebih lanjut pendapat anggota PKK Pokoh Baru Sleman DIY tentang hoaks. Menurut mereka hoaks adalah kabar yang tidak benar. Penyajiannya bisa berupa tulisan berita, foto, video dengan format penyebaran yang beraneka ragam yakni media sosial, aplikasi chatting ataupun web berita yang kini bisa dikonsumsi melalui telepon seluler. Kendalanya, kendati mengetahui bahwa hoaks adalah kabar yang tidak benar namun kesulitan utama yang dirasakan adalah cara untuk mengkonfirmasi. Kabar yang beredar sangat massif membuat informasi yang belum terverifikasi dapat menyebar dengan sangat mudahnya. Ditambah lagi, informasi tersebut seringkali tidak menggunakan identitas pengirim dan ditulis dengan bahasa dan logika yang masuk akal. Inilah yang menjadi kendala utama dalam proses identifikasi pesan.

Menurut Kominfo (https://kominfo.go.id/content/detail/8949/ini-cara-mengatasi-berita-hoax-di-dunia-maya/0/sorotan_media, akses 15/09/2018) ada beberapa cara yang bisa dilakukan untuk membantu dalam mengidentifikasi mana berita hoaks dan mana yang asli. *Pertama*, hati-hati dengan judul yang provokatif. Berita hoaks seringkali ditandai dengan judul yang sensasional dan provokatif. Oleh karenanya jika menemukan judul seperti itu sebaiknya khalayak mencari referensi berupa berita serupa pada sumber yang lain. *Kedua*, cermati alamat situs. Pada informasi yang diperoleh dari web, mencermati URL atau link yang dimaksud menjadi sangat penting. Apabila berita tersebut berasal dari situs yang tidak terverifikasi misalnya menggunakan domain blog maka informasinya pantas untuk diragukan. Pada publikasi di laman Kominfo tersebut dijelaskan bahwa menurut catatan Dewan pers di Indonesia terdapat sekitar 43.000 situs di Indonesia yang mengklaim sebagai portal berita. Dari jumlah itu yang terverifikasi sebagai situs berita resmi tidak sampai 300. Hal ini harus diwaspadai oleh pembaca.

Ketiga, periksa fakta. Khalayak harus memperhatikan dari mana berita berasal, dan siapa sumbernya. Apakah dari situs resmi atau tidak. Jika tidak maka jangan cepat percaya. Salah satu yang perlu dilihat juga adalah keberimbangan sumber beritanya. *Keempat*, cek keaslian foto. Tidak hanya berita yang bisa menjadi bahan hoaks, foto pun dapat dimanfaatkan sebagai konten. Ada kalanya pembuat berita palsu juga mengedit foto untuk memprovokasi pembaca. *Kelima*, ikut serta grup diskusi anti – hoax, misalnya Forum Anti Fitnah, Hasut, dan Hoax (FAFHH), Fanpage & Group Indonesia Hoax Buster, Fanpage Indonesia Hoaxes dan Grup Sekoci. Dengan demikian khalayak dapat melihat klarifikasi dari hoaks yang beredar di masyarakat.

Sementara itu, informasi yang belum terverifikasi kebenaran sangat rentan untuk langsung dibagikan kepada orang lain. Biasanya informasi yang menarik lebih berpeluang untuk dibaca daripada yang biasa saja. Hasil penelitian ini menunjukkan kecenderungan bahwa hal yang membuat khalayak membaca sebuah informasi atau berita di sosial media adalah karena judulnya yang menarik. Dalam terminologi jurnalistik dan kepenulisan, judul memang berperan penting. Selain sebagai identitas, judul adalah etalase informasi. Judul adalah hal pertama yang akan diidentifikasi oleh pembaca. Dari judulah khalayak akan memutuskan untuk membaca atau

mengabaikan berita tersebut. Inilah berbahayanya jika audien tidak membaca keseluruhan berita (hanya judul saja) namun melakukan aktivitas membagi berita tersebut kepada orang lain. Hoaks lebih mudah tersebar pada kondisi seperti ini.

Di lokasi penelitian, hoaks juga banyak beredar. Dari sisi bentuk pesan, ada hoaks yang berupa tulisan, gambar, kombinasi tulisan dan gambar, serta video. Topik yang sering dijadikan hoaks bermacam-macam, dari mulai lowongan pekerjaan, bencana alam, agama dan politik. Hoaks menjadi semakin cepat beredar karena berada di media sosial atau di grup WA.

Berdasarkan wawancara mendalam dan observasi, sebenarnya penyebar hoaks tidak banyak. Sebagian besar justru terganggu dengan hoaks. Seorang narasumber menyatakan: "Sebenarnya yang suka *nyebar* hoaks tidak banyak. Itu-itu saja. Yang lain kadang menanggapi, tapi sebagian besar memilih *diem*. Kalo yang *diem* alasannya karena tahu itu berita *nggak bener*, tapi mau mengingatkan *kok* sungkan karena penyebar hoaks termasuk yang sudah senior" (Reny, 40 tahun).

Apa yang disampaikan oleh narasumber di atas sama dengan yang disampaikan oleh narasumber yang lain, Iin (35 tahun), "Saya pernah mengingatkan *kalo* itu adalah hoaks, tapi malah mendapat respons yang negatif. Dikatakan saya anak kecil, tahu apa! Sejak saat itu saya hanya diam saja kalau ada hoaks".

Melihat kondisi tersebut maka literasi digital diperlukan untuk meminimalisasi persebaran hoaks. Literasi digital setidaknya memiliki 3 definisi utama. Menurut University Illinois yang dikutip pada paper berjudul *Digital Literacy: Definition, Theoretical Framework and Competencies* karangan Mark D. Osterman disebutkan bahwa literasi digital meliputi *pertama*, kemampuan untuk menggunakan teknologi digital, alat komunikasi atau jaringan untuk mencari, mengevaluasi, menggunakan dan membuat informasi. *Kedua*, kemampuan untuk memahami dan menggunakan informasi dalam berbagai format dari berbagai sumber lalu disajikan melalui komputer. *Ketiga* kemampuan seseorang untuk melakukan tugas secara efektif dalam lingkungan digital (Osterman 2012). Dengan gerakan literasi digital maka tingginya aktivitas media sosial masyarakat berbanding lurus dengan kedewasaan dalam mengkonsumsi informasi khususnya yang menggunakan platform digital. Kemudahan membuat dan membagikan informasi di era digital ini memungkinkan mobilisasi informasi dalam waktu yang singkat. Kemudahan mengakses juga berkaitan dengan intensitas dan kualitas dalam memahami informasi. Semakin cepat informasi yang didapatkan maka peluang verifikasi juga menjadi semakin kecil.

KESIMPULAN

1. Anggota PKK Pokoh Baru Sleman DIY mayoritas menggunakan Facebook (FB) sebagai *platform* media sosial karena dianggap sebagai aplikasi yang paling *familiar* dan mudah digunakan karena mengakomodasikan sejumlah kebutuhan sekaligus seperti menuliskan opini disertai foto dan video. Untuk aplikasi chatting, semua informan menggunakan WA
2. Anggota PKK Pokoh Baru Sleman DIY berpendapat bahwa hoaks adalah kabar yang tidak benar namun tetap terkendala pada sulitnya mengkonfirmasi kebenaran berita yang tersebar.
3. Adanya kecenderungan bahwa hal yang membuat informan membaca sebuah informasi atau berita di sosial media adalah karena judulnya yang menarik.

SARAN

1. Diperlukan gerakan literasi media khususnya digital untuk memberikan wawasan tentang bagaimana beraktivitas di media sosial dengan bijak.
2. Perilaku bermedia sosial yang bijak harus menjadi perhatian semua pihak, tidak hanya masyarakat sebagai audien namun juga aktivis media sosial dan pemerintah.

DAFTAR PUSTAKA

- Allcott, Hunt, dan Matthew Gentzkow. 2017. "Social Media and Fake News in the 2016 Election." *Journal of Economic Perspectives* 211-236.
- Aufderheide, Patricia. 1992. *Media Literacy. A Report of the National Leadership Conference on Media Literacy*. Washington DC: Aspen Institute.
- Hargrave, Andrea Millwood. 2017. Media Literacy in the Digital Age, available at https://www.nhk.or.jp/bunken/english/reports/pdf/10_no8_10.pdf
- Juliswara, Vibriza. 2017. "Mengembangkan Model Literasi Media yang Berkebhinekaan dalam Menganalisis Informasi Palsu (Hoax) di Media Sosial." *Jurnal Pemikiran Sosiologi* 146.
- Montana Office of Public Instruction, <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/us/>
- Nasrullah, Rulli. 2016. *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Siosoteknologi*. Bandung: Rosdakarya.
- Osterman, Mark D. 2012. "Definition, Theoretical Framework, and Competencies." *Proceedings of the 11th Annual College of Education & GSN Research Conference*. Miami: Florida International University. 135-141.
- Pawito. 2007. *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: LKiS.
- Purwadi, Ada 800.000 Situs Penyebar Hoax di Indonesia Selasa 12 Desember 2017, <https://www.republika.co.id/berita/nasional/umum/17/12/12/p0uuby257-ada-800000-situs-penyebar-hoax-di-indonesia>

Situs berita;

- <https://news.okezone.com/read/2018/08/30/337/1943665/jadi-korban-hoaks-pilot-lion-air-lapor-3-akun-medsos-ke-bareskrim>, akses 14/9/2018
- <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20170810151445-185-233765/aduan-konten-hoax-dan-radikalisme-meningkat-tajam-di-2017>, akses 14/9/2018.
- <https://nasional.kompas.com/read/2017/12/08/17231901/tingkatkan-literasi-digital-masyarakat-pemerintah-bikin-progam-ini>, akses 14/9/2018.
- <https://nasional.kompas.com/read/2017/02/28/13203281/kata.hoaks.dan.meme.sudah.tercatat.di.kamus.bahasa.indonesia>, akses 15/09/2018.
- <https://www.youthmanual.com/post/fun/did-you-know/data-pengguna-internet-tahun-2017-dan-apa-kesimpulan-yang-bisa-diambil-dari-data-tersebut>, akses 15/09/2018.
- https://kominfo.go.id/content/detail/8949/ini-cara-mengatasi-berita-hoax-di-dunia-maya/0/sorotan_media, akses 15/09/2018

APLIKASI SIMPAN PINJAM PADA KOPERASI GUSDURIAN YOGYAKARTA

Indra Kusumawardhani, Windyastuti, Ratna Hindria DPS

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta

Email : windyastuti.wijaya@gmail.com

ABSTRACT

Koperasi Gusdurian Yogyakarta (KGY) is a cooperative initiated by Ms. Alissa Wahid with the aim to raise the welfare of the surrounding community. This cooperative starts with the grocery division that serves to buy and sell for the community and grocery store stores under Jaringan Kios Rakyat (JKR) and other grocery stores at competitive prices. The Jaringan Kios Rakyat is not only served sales and purchases but also provides educational assistance on marketing and accounting records. KGY has received assistance in making application software for the grocery division last year (2017) through the Internal Grants Community Service in UPN "Veteran" Yogyakarta. Koperasi Gusdurian Yogyakarta (KGY) is engaged in various business fields, including trading (all-around business) and savings and loans so that KGY also requires application software for savings and loan divisions that are also proliferating, to provide equal distribution and welfare of more people with more accurate calculations. Lately, the savings and loan division also needed application software so that all information could be obtained accurately and able to reach the wider community. KGY's big hope is the increasing number of middle and lower scale cooperative members who are indeed the target of togetherness and equity efforts in economic prosperity. Larger cooperative's number, more massive savings and loan turnover managed by KGY. This is in line with KGY's vision and mission to cover the middle to lower scale as their target.

Keywords: *Application, Saving and Loan, Cooperatives*

PENDAHULUAN

Koperasi Gusdurian Yogyakarta (KGY) adalah koperasi yang digagas oleh Ibu Alissa Wahid dengan tujuan untuk kesejahteraan masyarakat sekitarnya, dimulai dari divisi kelontong yang melayani jual beli bagi masyarakat dan toko toko kelontong dibawah Jaringan Kios Rakyat (JKR) maupun toko kelontong lainnya dengan harga bersaing. Tidak hanya melayani penjualan dan pembelian, akan tetapi juga sekaligus memberikan pendampingan edukasi tentang marketing dan pencatatan akuntansi.

KGY telah memperoleh bantuan untuk pembuatan software aplikasi untuk divisi kelontong pada tahun lalu (2017) melalui Hibah Internal Pengabdian dalam Masyarakat UPN “Veteran” Yogyakarta. Oleh karena koperasi ini bergerak dalam berbagai bidang usaha, antara lain perdagangan (serba usaha) dan simpan pinjam, maka KGY juga memerlukan software aplikasi untuk divisi simpan pinjam yang juga berkembang pesat, agar mampu memberikan pemerataan dan kesejahteraan lebih banyak masyarakat dengan perhitungan yang lebih akurat.

KGY ini didirikan pada April 2016 dengan visi misi sebagai berikut:

Visi

Mewujudkan kemandirian dan kesejahteraan ekonomi anggota dan masyarakat dengan prinsip kebersamaan dan pemerataan.

Misi

1. Meningkatkan kemandirian anggota.
2. Meningkatkan kebersamaan dan pemerataan anggota.
3. Meningkatkan tercapainya kesejahteraan ekonomi anggota.

Visi dan misi koperasi tersebut mengawal pemberdayaan ekonomi masyarakat pada umumnya dan kios-kios menengah kebawah pada khususnya agar mandiri dan sejahtera dalam kebersamaan yang guyub dan pemerataan. Sebagaimana koperasi yang sejak awal berkembang di Indonesia, secara konsep adalah dari anggota, oleh anggota, dan untuk anggota. KGY berharap berkembang dari anggota melalui keikutsertaan keanggotaan, dan siklus peredaran usaha juga oleh anggota menjadi tempat kulakan yang kompetitif, dan hasil keuntungan dalam bentuk Sisa Hasil Usaha (SHU) untuk anggotanya. Kios-kios yang menjadi anggota KGY memperoleh banyak kemudahan mulai dari harga beli yang bersaing, tempo pembayaran, dan juga pinjaman dana usaha, serta adanya pendampingan dalam berbagai bentuk edukasi yang diharapkan semakin memberikan kesejahteraan bagi anggota.

Tidak hanya kios-kios yang memerlukan pelayanan dari divisi toko kelontong KGY, akan tetapi banyak anggota yang juga memerlukan jasa simpan pinjam mulai dari jumlah yang kecil mengingat keterbatasan modal dari KGY. Seiring dengann bertambahnya waktu, ternyata KGY divisi simpan pinjam juga memerlukan bantuan software aplikasi agar segala informasi dapat diperoleh akurat dan mampu menjangkau masyarakat lebih luas.

Harapan besar KGY adalah semakin bertambahnya anggota koperasi skala menengah kebawah yang memang menjadi target upaya kebersamaan dan pemerataan dalam kesejahteraan ekonomi. Jumlah ini tentunya juga akan semakin banyak perputaran simpan pinjam yang dikelola oleh KGY dan ini seiring dengan visi misi KGY dan sesuai dengan konsep atau definisi koperasi secara umum, khususnya KGY bagi sasaran anggota pemilik kios-kis skala menengah kebawah.

Permasalahan yang terjadi adalah KGY yang memulai debutnya dengan divisi toko kelontong, ternyata tidak dapat memungkiri keberadaannya juga diperlukan dalam bentuk simpan pinjam sehingga divisi simpan pinjam seiring dengan waktu ternyata cukup mengalami perkembangan yang baik. Masyarakat pada umumnya memerlukan lembaga keuangan alternatif selain perbankan, juga non renterir dengan bunga mencekik. Divisi simpan pinjam yang mengalami pertumbuhan ini tidak mampu lagi dikelola secara manual, mengingat jumlah anggota yang diatas 100 orang dengan simpanan berupa simpanan wajib dan sukarela telah memerlukan metode pencatatan yang tersistem melalui software akuntansi simpan pinjam.

Perkembangan jumlah anggota juga memberikan stimulan bagi pinjaman ke anggota, pemerataan semakin bisa dilakukan oleh divisi simpan pinjam KGY. Stimulan ini seiring waktu meningkatkan perputaran uang beredar dalam bentuk simpanan dan pinjaman kepada anggota, hal ini semakin membuat pencatatan pinjaman tidak bisa dilakukan secara manual maupun berbasis aplikasi excel sederhana. Hal ini akan menjadikan tingkat perhitungan lebih rumit dan validitas informasi diragukan, sehingga kebutuhan software aplikasi simpan pinjam semakin

mendesak.

Pencatatan dilakukan tidak hanya sebatas simpanan dan pinjaman, akan tetapi perlu dilakukan perhitungan perputaran modal beserta keuntungan yang diperoleh KGY. Informasi yang akurat mampu memotivasi kemunculan produk produk simpan pinjam yang lebih inovatif, misalnya mulai melibatkan penyertaan anggota jangka menengah dan panjang dengan kontra prestasi berupa bunga atau bagi hasil dari laba simpan pinjam. Hal ini juga membutuhkan pelatihan bagi divisi simpan pinjam untuk pembukuan pencatatan akuntansi dan perhitungan kapasitas modal atau rasio keuangan agar KGY semakin berkembang dan pemerataan kesejahteraan bagi masyarakat luas.

KAJIAN LITERATURE

Koperasi Indonesia

KGY sesuai dengan dinamika definisi koperasi pada umumnya, yaitu pengertian koperasi dapat dibedakan menjadi dua yaitu pengertian umum dan menurut Undang-undang No. 25 Tahun 1992. Pengertian secara umum Koperasi adalah suatu perkumpulan yang beranggotakan orang-orang atau badan-badan hukum koperasi yang memberikan kebebasan masuk dan keluar sebagai anggota, dengan bekerja sama secara kekeluargaan menjalankan usaha untuk mempertinggi kesejahteraan para anggotanya (Sumarsono, 2003).

Pengertian Koperasi menurut Undang-undang No. 25 Tahun 1992 dalam Budiyanto (2013) yaitu Koperasi adalah Badan Usaha yang beranggotakan orang seorang. Badan Hukum Koperasi melandaskan kegiatannya berdasarkan Prinsip koperasi sekaligus sebagai Gerakan Ekonomi Rakyat yang berdasarkan atas azas kekeluargaan.

Menurut Kartasapoetra dkk (2001) koperasi merupakan suatu badan usaha bersama yang berjuang dalam bidang ekonomi dengan menempuh jalan yang tepat dan mantap dengan tujuan membebaskan diri para anggotanya dari kesulitan-kesulitan ekonomi yang umumnya oleh mereka. Jadi, koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang-orang atau badan hukum koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasarkan asas kekeluargaan dan bertujuan untuk menyejahterakan anggotanya.

Koperasi Indonesia berasaskan kekeluargaan dan kegotongroyongan. Asas ini sesuai dengan kepribadian bangsa Indonesia, yang juga menganut tata kehidupan yang berasaskan kekeluargaan dan bekerja sama dan saling membantu. Koperasi Indonesia hendaknya menyadari bahwa dalam dirinya terdapat suatu kepribadian Indonesia, sebagai pencerminan dari garis pertumbuhan bangsa Indonesia dan dipengaruhi oleh keadaan dan tempat lingkungan serta suasana waktu sepanjang masa, dengan ciri-ciri Ketuhanan Yang Maha Esa, kekeluargaan dan gotong royong dengan semboyan Bhinneka Tunggal Ika.

Keberadaan koperasi telah dirasakan peran dan manfaatnya oleh masyarakat, walaupun derajat dan intensitasnya berbeda. Hal ini sesuai dengan Krisnamukhti (2002) yang menyatakan ada tiga bentuk eksistensi koperasi bagi masyarakat, yaitu: Pertama, koperasi dipandang sebagai lembaga yang menjalankan suatu kegiatan usaha tertentu, dan kegiatan usaha tersebut diperlukan oleh masyarakat. Peran koperasi ini juga terjadi jika pelanggan memang tidak memiliki aksesibilitas pada pelayanan dari bentuk lembaga usaha lain. Kedua, koperasi telah menjadi alternatif bagi lembaga usaha lain. Pada kondisi ini masyarakat telah

merasakan bahwa manfaat dan peran koperasi lebih baik dibandingkan dengan lembaga lain. Keterlibatan anggota (atau juga bukan anggota) dengan koperasi adalah karena pertimbangan rasional yang melihat koperasi mampu memberikan pelayanan yang lebih baik. Ketiga, koperasi menjadi organisasi yang dimiliki oleh anggotanya. Rasa memiliki ini dinilai telah menjadi faktor utama yang menyebabkan koperasi mampu bertahan pada berbagai kondisi sulit, yaitu dengan mengandalkan loyalitas anggota dan kesediaan anggota untuk bersama-sama koperasi menghadapi kesulitan tersebut.

Dari uraian di atas, maka KGY sesuai dengan asas koperasi yang meliputi:

1. Asas Kekeluargaan yang mencerminkan adanya kesadaran dari budi hati nurani manusia untuk bekerja sama dalam koperasi oleh semua untuk semua, dibawah pimpinan pengurus serta penilikan dari para anggota atas dasar keadilan dan kebenaran serta keberanian berkorban bagi kepentingan bersama.
2. Asas Kegotong-royongan, yang berarti bahwa pada koperasi terdapat keinsyafan dan semangat bekerja sama, rasa bertanggung jawab bersama tanpa memikirkan diri sendiri melainkan selalu untuk kesejahteraan bersama (Anoraga dan Widiyanti, 1995)

Fungsi Koperasi Indonesia menurut Undang-undang No.12 Tahun 1967 dirinci sebagai berikut:

1. Koperasi Indonesia berfungsi sebagai alat perjuangan ekonomi untuk mempertinggi kesejahteraan rakyat.
2. Koperasi Indonesia berfungsi sebagai alat pendemokrasian ekonomi nasional.
3. Koperasi Indonesia berfungsi sebagai salah satu urat nadi perekonomian bangsa Indonesia.
4. Koperasi Indonesia berfungsi sebagai alat insan masyarakat untuk memperkokoh kedudukan ekonomi bangsa Indonesia serta bersatu dalam mengatur tata laksana perekonomian rakyat (Anoraga dan Widiyanti, 1995)

Sendi-sendi dasar Koperasi Indonesia terdiri dari:

1. Sifat keanggotaannya sukarela dan terbuka untuk setiap warga Negara Indonesia.
2. Rapat anggota merupakan kekuasaan tertinggi sebagai pencerminan demokrasi dalam ekonomi.
3. Pembagian sisa hasil usaha diatur menurut jasa masing-masing anggota.
4. Adanya pembatasan bunga atas modal.
5. Mengembangkan kesejahteraan anggota khususnya dan masyarakat pada umumnya.
6. Usaha dan ketata-laksanaannya bersifat terbuka.
7. Swadaya, swakerta dan swasembada sebagai pencerminan dari pada prinsip dasar percaya pada diri sendiri (Widiyanti dan Sunindhia, 2003).

Prinsip-prinsip koperasi menurut UU.No 25 tahun 1992 dan yang berlaku saat ini di Indonesia adalah sebagai berikut :

1. Keanggotaan bersifat sukarela dan terbuka.
2. Pengelolaan dilakukan secara demokratis.
3. Pembagian sisa hasil usaha dilakukan secara adil sesuai dengan besarnya jasa usaha masing-masing anggota.
4. Pemberian balas jasa yang terbatas terhadap modal.
5. Kemandirian.
6. Pendidikan perkoperasian.
7. Kerja sama antar koperasi.

Dalam garis besarnya sekian banyak jenis Koperasi tersebut dapat dibagi menjadi 5 (lima) golongan, yaitu :

1. Koperasi Konsumsi
Barang konsumsi adalah barang yang diperlukan setiap hari, misalnya: barang-barang pangan seperti beras, gula, garam, dan minyak kelapa. Barang-barang sandang seperti kain batik, tekstil dan barang pembantu keperluan sehari-hari seperti : sabun, minyak tanah dan lain-lain. Oleh sebab itu maka Koperasi yang mengusahakan kebutuhan sehari-hari juga disebut Koperasi Konsumsi.
2. Koperasi Kredit atau Koperasi Simpan Pinjam
Koperasi Kredit didirikan untuk memberikan kesempatan kepada anggota-anggotanya memperoleh pinjaman dengan mudah dan dengan ongkos (atau bunga) yang ringan. Itulah sebabnya Koperasi ini disebut pula Koperasi Kredit (atau Koperasi Simpan Pinjam).
3. Koperasi Produksi
Koperasi produksi yaitu Koperasi yang bergerak dalam bidang kegiatan ekonomi pembuat dan penjual barang-barang baik yang dilakukan oleh Koperasi sebagai organisasi maupun orang-orang anggota koperasi. Contohnya adalah Koperasi Peternakan Sapi Perah, Koperasi Tahu Tempe, Koperasi Pembuatan Sepatu, Koperasi Kerajinan, Koperasi pertanian dan lain-lain.
4. Koperasi Jasa
Koperasi jasa yaitu koperasi yang berusaha di bidang penyediaan jasa tertentu bagi para anggota maupun masyarakat umum. Contohnya adalah Koperasi Angkutan, Koperasi Perencanaan dan Konstruksi Bangunan, Koperasi Jasa Audit, Koperasi Asuransi Indonesia, Koperasi Perumahan Nasional (Kopernas), Koperasi Jasa untuk mengurus dokumen-dokumen seperti SIM, STNK, Paspor, Sertifikat Tanah dan lain-lain.
5. Koperasi Serba Usaha atau Koperasi Unit Desa (KUD)
Dalam rangka meningkatkan produksi dan kehidupan rakyat di daerah pedesaan, pemerintah menganjurkan pembentukan Koperasi-koperasi Unit Desa (KUD). Satu Unit Desa terdiri dari beberapa desa dalam satu Kecamatan yang merupakan satu kesatuan potensi ekonomi. Untuk satu wilayah potensi ekonomi ini dianjurkan membentuk satu Koperasi yang disebut KUD. Hanya apabila potensi ekonomi suatu kecamatan memungkinkannya, maka dapat dibentuk lebih dari satu KUD. Dengan demikian ada kemungkinan satu KUD itu meliputi satu atau beberapa desa saja, tetapi diharapkan agar dapat meliputi semua desa di dalam satu kecamatan. Yang menjadi anggota KUD itu adalah orang-orang yang bertempat tinggal atau menjalankan usahanya di wilayah Unit Desa itu yang merupakan daerah kerja KUD.

Adapun menurut Widiyanti dan Sunindhia (2003) jenis Koperasi menurut jenjang hierarki organisasinya yang dapat dibagi menjadi 2 (dua), yaitu :

1. Koperasi Primer
Koperasi Primer ialah koperasi yang anggotanya adalah orang-orang yang memiliki kesamaan kepentingan ekonomi dan melakukan kegiatan usaha yang langsung melayani para anggotanya tersebut. Contohnya adalah KUD di desa-desa, dan Koperasi-koperasi tingkat lainnya.
2. Koperasi Sekunder
Koperasi sekunder yaitu koperasi yang beranggotakan badan-badan hukum Koperasi karena kesamaan kepentingan ekonomis mereka berfederasi (bergabung) untuk tujuan efisiensi dan

kelayakan ekonomis dalam rangka melayani para anggotanya. Jenjang penggabungan ini dapat bertingkat-tingkat, atau hanya setingkat saja. Semua itu didasarkan kepada pertimbangan-pertimbangan kelayakan dan efisiensi usaha dan pelayanan kepada para anggota. Contohnya adalah Pusat dan Induk KUD (Koperasi Unit Desa) dan Koperasi-koperasi tingkat sekunder lainnya.

SOLUSI DAN TARGET LUARAN

Solusi Yang Ditawarkan

Berdasarkan permasalahan di atas, maka terdapat beberapa alternatif solusi, yaitu :

1. Masalah Pertama, yaitu belum adanya pencatatan secara akuntansi terkait tentang simpanan dan pinjaman pada KGY. Tim memberikan solusi berupa aplikasi *software* khusus simpan pinjam, agar informasi keuangan lebih akurat.
2. Masalah kedua, yaitu belum adanya pemahaman terhadap proses sistem akuntansi dalam transaksi simpan pinjam. Tim akan melakukan pembekalan tentang proses akuntansi simpan pinjam dan penggunaan *software* akuntansi khusus simpan pinjam sehingga berfungsi secara optimum.
3. Masalah ketiga, yaitu kurangnya pengetahuan tentang kemampuan untuk proses perhitungan rasio keuangan dan perputaran modal ideal bagi simpan pinjam, serta inovasi bentuk penyertaan dan perhitungannya. Tim akan melakukan pendampingan secara berkala terkait proses perhitungan dan inovasi simpan pinjam yang aman dan terpercaya bagi semua anggota KGY

Semua solusi tersebut tidak hanya bagi KGY selaku entitas usaha, akan tetapi juga bagi anggota KGY yang memerlukan pendampingan dan pembekalan akuntansi.

Target dan Luaran

Luaran yang dihasilkan dari usulan kegiatan Pengabdian bagi Masyarakat ini adalah sebagai berikut:

- a. Modul penggunaan *software* akuntansi simpan pinjam.
- b. Buku dokumentasi sejarah dan proses kegiatan simpan pinjam KGY.
- c. Buku panduan atau sistem operasional prosedur simpan pinjam KGY.
- d. Publikasi dalam bentuk diseminasi bagi Masyarakat.
- e. Publikasi dalam Jurnal khusus Kegiatan Pengabdian bagi Masyarakat.

Metode Pelaksanaan

Analisis Penyebab Permasalahan

Penyebab permasalahan yang dihadapi Koperasi Gusdurian:

- a. Masalah Pertama, yaitu belum adanya pencatatan akuntansi secara tersistem dan komputerisasi (pencatatan masih manual).
- b. Masalah kedua, yaitu belum adanya pemahaman terhadap proses sistem akuntansi dalam transaksi.
- c. Masalah ketiga, yaitu kurangnya pengetahuan tentang kemampuan untuk proses pembuatan LK di akhir periode Akuntansi.

Metode untuk Solusi Permasalahan

Metode yang digunakan untuk memberikan solusi pada mitra adalah :

- a. Tim memberikan solusi dengan pembuatan *software* akuntansi sederhana untuk usaha perdagangan dan simpan pinjam. *Software* tersebut memberikan banyak kemudahan seiring dengan semakin berkembangnya usaha sesuai harapan dan visi misi KGY.
- b. Tim akan melakukan pembekalan tentang proses akuntansi sebagai bentuk awal dan sekaligus mengkawal penggunaan *software* akuntansi sehingga berfungsi secara optimum.
- c. Tim akan melakukan pendampingan secara berkala terkait proses pembuatan LK juga menjadi kebutuhan bagi KGY.

Rencana pelaksanaan kegiatan yang akan dilakukan dalam program Pengabdian bagi Masyarakat (PbM) ini adalah :

1. Membuat desain konsep proses transaksi akuntansi simpan pinjam.
2. Melakukan pengadaan software akuntansi simpan pinjam.
3. Memberikan pelatihan proses akuntansi simpan pinjam.
4. Memberikan pelatihan sistem akuntansi simpan pinjam.
5. Memberikan pelatihan komputerisasi akuntansi simpan pinjam
6. Memberikan pelatihan penyusunan laporan keuangan
7. Melakukan pendampingan penyusunan laporan keuangan

Partisipasi mitra dalam program Pengabdian bagi Masyarakat ini ditunjukkan dengan surat pernyataan kesanggupan kerjasama mitra, dalam hal ini adalah kerjasama antara Koperasi Gusdurian Yogyakarta dengan tim dari Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta. Partisipasi tersebut diwujudkan dengan menyiapkan sarana dan prasarana untuk pelaksanaan pelatihan di lapangan, menyediakan sumber daya manusia untuk membantu dan mengikuti jalannya pelatihan yang dilakukan.

HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI

a. Hasil

Tim Pengabdian bagi Masyarakat UPN "Veteran" Yogyakarta memberikan solusi kepada KGY dengan cara membantu memperbaiki dan menyusun sistem akuntansi dan software aplikasi sistem simpan pinjam agar nantinya mudah dipraktikkan dalam transaksi sehari-hari dan pembuatan laporan keuangan tahunan yang diperlukan sebagai alat pertanggungjawaban pengurus kepada anggota pada Rapat Anggota Tahunan KGY.

Berikut ini adalah sistem akuntansi Koperasi Gusdurian Yogyakarta

Simpan Pinjam

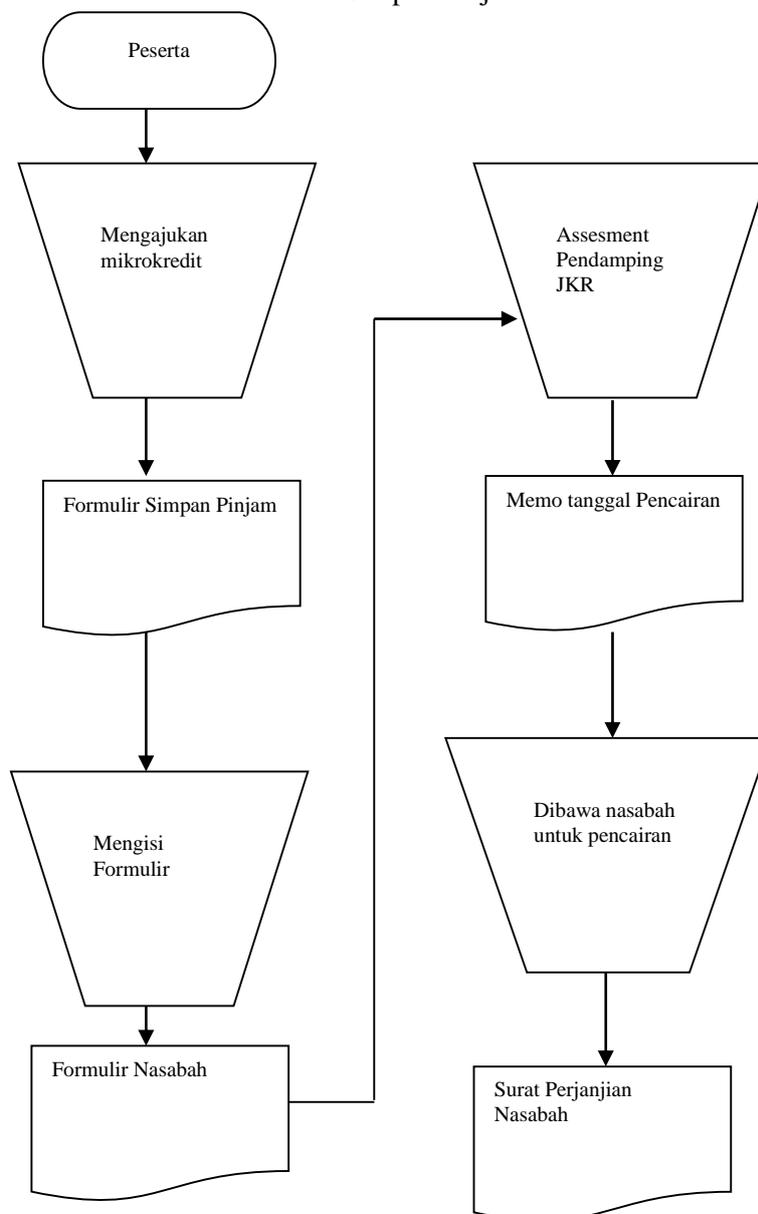
Simpan Pinjam adalah salah satu kegiatan yang dilakukan oleh koperasi gusdurian untuk memberikan pinjaman modal kepada anggota koperasi.

Prosedur Simpan Pinjam

1. Peserta Jaringan Kios Rakyat (JKR) mengikuti pelatihan atau pendampingan manajemen keuangan.
2. Calon nasabah mengajukan mikro kredit ke pengurus Koperasi Gusdurian Yogyakarta.
3. Calon nasabah mengisi form aplikasi.

4. Assessment form aplikasi oleh pengelola KGY.
5. Assessment dari pendamping JKR.
6. Calon nasabah mendapatkan info dari pengelola KGY untuk tanggal pencairan dan penandatanganan surat perjanjian mikro kredit.
7. Calon nasabah datang ke kantor KGY untuk pencairan dana dan menandatangani surat perjanjian kredit dan mendapat kartu angsuran.
8. Pembayaran bisa menghubungi pendamping JKR atau datang langsung ke kantor KGY.

Proses Simpan Pinjam



Luaran yang Dicapai

Luaran yang Dicapai Program Pengabdian bagi Masyarakat ini adalah:

1. Software Aplikasi Simpan Pinjam Koperasi Gusdurian Yogyakarta (dalam proses)
2. Buku Panduan Teori dan Aplikasi Simpan Pinjam Koperasi Konsumen Gusdurian Yogyakarta yang berisi tentang teori simpan pinjam koperasi dan step by step penggunaan software aplikasi simpan pinjam Koperasi Gusdurian Yogyakarta (dalam proses)
3. HKI Buku Panduan Teori dan Aplikasi Simpan Pinjam Koperasi Konsumen Gusdurian Yogyakarta (belum)
4. Draft artikel Publikasiberjudul Aplikasi Simpan Pinjam Dalam Rangka Pemerataan dan Kesejahteraan Ekonomi

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Upaya untuk membantu mewujudkan pembuatan aplikasi simpan pinjam ternyata tidaklah semudah kita membaca teori, menganalisis situasi dan kondisi, lalu mencoba menerapkan apa yang kita pelajari secara teori ke dalam praktik. Akan tetapi begitu banyak hal dan komunikasi harus terjalin, karena kenyataan praktik tidak semudah teori atau yang kita bayangkan. Ada banyak kendala teknis, sosial, ekonomi, bahkan psikologis yang memerlukan kepekaan dan analisis mendalam agar apa yang menjadi program kemandirian dan kesejahteraan ekonomi masyarakat tersebut berjalan dan berlangsung dengan baik, tidak hanya tataran konsep dan implementasi tahap awal akan tetapi menyatu dengan aktivitas transaksi sehari-hari bagi pengurus dan anggota KGY.

Sistem akuntansi simpan pinjam koperasi secara manual yang kita pelajari secara teori dan seolah mudah diterapkan tersebut telah dicoba oleh pengurus Koperasi gusdurian Yogyakarta, dan mereka menyatakan cukup mudah dan berhasil menggunakan sistem akuntansi tersebut. Hal ini diharapkan memberikan landasan yang kuat bagi pengurus agar dapat mempertahankan kualitas pelayanan dan sebagai bentuk pertanggungjawaban kepada anggota koperasi. Dengan demikian tujuan pendampingan untuk pemberdayaan masyarakat tercapai dengan baik.

Keterbatasan dan Saran

Adapun yang menjadi keterbatasan dalam pengabdian kepada masyarakat kali ini adalah waktu, hal tersebut dikarenakan proses penyusunan daftar dan kode akun yang belum terstruktur cukup memakan waktu. Untuk penerapan sistem dan pencatatan transaksi masih menemui kesulitan ketika ada kode barang yang belum dimasukkan. Dan disarankan kita tetap melakukan pendampingan karena konsep kemandirian ini tidak hanya dikatakan berhasil dengan diterapkannya pencatatan transaksi yang terkomputerisasi, akan tetapi keberlangsungan usaha beserta pelaporan keuanganyang berterima umum. Dibutuhkan pula kerjasama yang terus-menerus antara peneliti dan konseptor untuk saling membantu terlaksananya program ini tepat pada sasaran, yaitu kemandirian dan kesejahteraan ekonomi masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Anoraga, Pandji dan Ninik Widiyanti, 1995, Manajemen Koperasi Teori dan Praktek, Penerbit Pustaka Jaya.
Arifin Sitio dan Halomoan Tamba, 2001, Koperasi Teori dan Praktik, Penerbit rlangga.

- Budiyanto, Albert. 2013. Analisis Tingkat Kesehatan Koperasi Kartika Kuwera Jaya dengan menggunakan Permenkop UMKM No.14/PER/M.KUM/ XII/2009, Jurnal Esensi, Vol 16 No1.
- Kartasapoetra,G. 2001. Koperasi Indonesia yang berlandaskan Pancasila dan UUD 1945. Bina Aksara.
- Krisnamurthi, Bayu. Membangun Koperasi Berbasis Anggota Dalam Rangka Pengembangan Ekonomi Rakyat. Jurnal Ekonomi Rakyat Vol 1.
- Peraturan Menteri Negara Koperasi Dan Usaha Kecil Dan Menengah Republik Indonesia No:14/PER/M.KUKM/XII/2009
- Sonny Sumarsono, 2003, Manajemen Koperasi Teori dan Praktek, Penerbit Graha Ilmu.
- Sugiyono, 2001, Metode Penelitian Bisnis, Penerbit CV Alfabeta Bandung.
- Widiyanti, Ninik dan Y.W. Sunindhia, 2003, Koperasi dan Perekonomian Indonesia, Penerbit Rineka Cipta dan Bina Adiaksara.

PERAN *URBAN FARMING* TERHADAP KETAHANAN PANGAN DI KAMPUNG JLAGRAN RT 14

Farida Afriani Astuti, Muammar Gomareuzzaman

Fakultas Teknologi Mineral, UPN “Veteran” Yogyakarta

Email: faridaafriani.astuti@gmail.com , mr.gomareuzzaman@gmail.com

ABSTRACT

Urban farming is an agricultural activity for narrow space use in the urban area that has many benefits, e.g. as food provider at the household family level. Urban farming ability to fulfill food needs makes it as a foundation for regional food security. In addition, Urban farming also an implementation of Private Green Open Space availability regulation in residential areas. Urban farming is carried out with several participatory approaches and the active role of local communities. Urban farming in Jlagran RT 14 village is carried out in three types of land for farming, i.e.: home yard (26,09m²), house wall (49,95 m²), and river bank (10 m) by using three types of planting media, i.e.: polybag (100 pieces), wall planter (56 pockets), and hanging bottle (16 chains). The types of plants grown are vegetable crops, i.e.: Chili, mustard, tomatoes, eggplant, celery, beans, and spinach. The final results of Urban farming food production are expected to reach 10.5 kg chili, 4.7 kg mustard, 20 kg tomatoes, 20 kg eggplant, 3.7 kg celery, 7.5 kg beans, and 4.1 kg spinach.

Keywords: *Urban farming, Farming, Narrow space, Food security, Private Green Open Space*

PENDAHULUAN

Kepadatan permukiman yang tinggi dan terbatasnya ruang terbuka sering menjadi alasan bagi masyarakat untuk tidak mempedulikan aturan mengenai Ruang Terbuka Hijau (RTH) Privat di lingkungannya. Ketidakpedulian masyarakat terhadap RTH privat salah satunya disebabkan oleh banyaknya masyarakat yang mengasumsikan RTH sebagai tanggung jawab pemerintah bukan masyarakat. Kondisi tersebut banyak terjadi di kawasan perkotaan yang memiliki kepadatan permukiman yang cukup tinggi, Kampung Jlagran RT 14 RW 03 salah satu diantaranya. Padatnya permukiman menyebabkan kebutuhan akan tempat tinggal seringkali tanpa perencanaan yang matang dengan menyisakan ruang untuk Ruang Terbuka Hijau (RTH), baik RTH yang dapat dimanfaatkan secara bersama, maupun RTH privat yang dikelola oleh perorangan.

RTH privat memiliki banyak manfaat bagi lingkungan, antara lain penyedia oksigen, penyaring polusi, menjadi daerah tangkapan air, menjaga stabilitas iklim mikro, dan ketahanan pangan. Upaya untuk mewujudkan RTH privat salah satunya bisa melalui *Urban farming*. *Urban farming* merupakan kegiatan pertanian yang dilakukan dengan memanfaatkan lahan sempit di perkotaan. Jenis tanaman yang biasa ditanam adalah tanaman sayur dan buah, seperti cabai, bayam, sawi, tomat, seledri, dan lain-lain. Oleh sebab itu, *Urban farming* dapat berperan dalam meningkatkan ketahanan pangan. Ketahanan pangan merupakan kondisi terpenuhinya pangan

bagi Negara sampai dengan perseorangan, yang tercermin dari tersedianya pangan yang cukup, baik jumlah maupun mutunya, aman, beragam, bergizi, merata, dan terjangkau serta tidak bertentangan dengan agama, keyakinan, dan budaya masyarakat, untuk dapat hidup sehat, aktif dan produktif secara berkelanjutan (Peraturan Menteri Pertanian RI No.16 Tahun 2015).

Metode pertanian *Urban farming* sudah lama dilakukan banyak masyarakat dunia untuk menyalurkan kebutuhan produk pertanian sederhana di tengah kondisi lingkungan tempat tinggal yang sempit. Karena sifatnya yang melebur dengan padatnya kehidupan kota, *Urban farming* lebih banyak ditempatkan di sela-sela gang, di antara dua rumah, di atap dan di balkon rumah, dinding rumah atau di lahan khusus yang disediakan secara kolektif.

Dengan kondisi seperti itu, maka *Urban farming* di Kampung Jlagran RT 14 diharapkan mampu menjadi model bagi kampung-kampung lainnya dalam mengembangkan gaya pertanian baru yang sederhana, mudah diterapkan, dan berpengaruh besar pada ketahanan pangan wilayah secara keseluruhan.

METODOLOGI

Pelaksanaan bercocok tanam dengan metode *Urban farming* di Kampung Jlagran RT 14 dilakukan dengan beberapa pendekatan partisipatif, seperti survei lokasi dengan melibatkan warga, pemetaan partisipatif tentang pengetahuan *Urban farming*, Focus Group Discussion (FGD), diskusi dengan warga secara formal maupun non formal, serta gotong-royong dalam pelaksanaan *Urban farming*. Melalui pendekatan ini, dapat terwujud peran aktif masyarakat untuk menentukan lokasi penanaman, kesediaan merawat tanaman, dan memberikan peralatan yang bisa digunakan untuk pelaksanaan *Urban farming*. Pelibatan masyarakat bertujuan untuk menumbuhkan rasa memiliki terhadap kegiatan yang akan dilakukan ini. Dengan demikian, kegiatan dapat berjalan lancar sesuai dengan tujuan.

Metode yang digunakan untuk mengetahui peran *Urban farming* terhadap ketahanan pangan di Kampung Jlagran RT 14 adalah dengan menghitung hasil produksi yang akan diperoleh berdasarkan jenis tempat tanam yang digunakan. Terdapat 3 jenis tempat tanam yang digunakan yaitu polybag, *wall planter*, dan botol gantung. Dari hasil produksi tersebut maka dapat disimpulkan mengenai kemampuan *Urban farming* di Kampung Jlagran RT 14 dalam swasembada pangan sebagai wujud dari ketahanan pangan. Semakin besar hasil produksi yang diperoleh maka semakin besar pula kontribusi *Urban farming* dalam mendukung ketahanan pangan di wilayah tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Urban farming atau pertanian perkotaan merupakan suatu kegiatan yang memanfaatkan baik lahan maupun ruang untuk memproduksi hasil pertanian di wilayah perkotaan (Mayasari, 2016). *Urban farming* muncul karena dorongan akan kebutuhan masyarakat perkotaan terhadap lingkungan yang sehat, udara bersih, Ruang terbuka Hijau (RTH) baik umum maupun privat, keindahan lingkungan sebagai pengurang stress, dan tercukupinya bahan pangan. *Urban farming* sebagai metode pertanian pada lahan terbatas yang ada di perkotaan membutuhkan komitmen yang besar bagi pelakunya untuk memperoleh hasil yang besar pula.

Urban farming di Kampung Jlagran RT14 dilakukan dengan 6 tahapan kegiatan. Adapun tahapan yang dilakukan terdiri dari:

1. Pemetaan persepsi masyarakat tentang *Urban farming* sebagai implementasi RTH Privat
2. Sosialisasi mengenai *Urban farming* sebagai implementasi RTH Privat kepada masyarakat RT 14
3. FGD pemetaan ruang terbuka di setiap rumah yang ada di RT 14
4. Menentukan bentuk *Urban farming* sebagai implementasi RTH Privat
5. Memilih bahan-bahan yang sudah tersedia dan dimiliki oleh masyarakat
6. Melaksanakan pembuatan *Urban farming* sebagai implementasi RTH Privat dengan melibatkan masyarakat RT 14 RW 03

Keenam tahapan tersebut dilakukan bersama-sama dengan masyarakat setempat. Hal ini merupakan wujud dari pendekatan partisipatif yang menuntut peran aktif masyarakat demi terselenggaranya program kerja yang sudah dilaksanakan.

Sosialisasi kegiatan diawali dengan pemetaan persepsi masyarakat terkait dengan *Urban farming* sebagai implementasi RTH Privat. Pemetaan persepsi masyarakat bertujuan untuk mengetahui sejauh mana masyarakat di Kampung Jlagran RT14 mengetahui tentang *Urban farming* dan RTH Privat. Pemetaan persepsi dilakukan dengan alat bantu kuesioner. Kuesioner dibagikan kepada masyarakat untuk menjawab beberapa pertanyaan yang terkait dengan *Urban farming* dan RTH Privat. Dari hasil pemetaan persepsi masyarakat, dapat diketahui bahwa sebagian besar masyarakat sudah mengetahui tentang RTH privat akan tetapi pengetahuan tersebut tidak diikuti dengan aplikasinya atau pelaksanaannya. Masyarakat banyak yang tidak menanam tanaman khususnya tanaman pangan dengan tidak memiliki lahan yang cukup untuk menanam. Kalaupun ada lahan atau ruang kosong digunakan sebagai peruntukan lain, seperti digunakan sebagai lahan parkir kendaraan dan jemuran pakaian. Selain alasan tersebut penduduk juga mengemukakan bahwa alasan tidak menanam tanaman budidaya adalah biaya pemeliharaan dan biaya peralatan yang mahal. Kegiatan selanjutnya yaitu sosialisasi. Kegiatan sosialisasi ini bertujuan untuk memperkenalkan tentang RTH privat. Sosialisasi atau pengenalan dikhususkan pada *Urban farming* sebagai bentuk aplikasi dari RTH privat.

Tahapan selanjutnya setelah pemetaan persepsi dan sosialisasi adalah FGD. FGD dihadiri oleh masyarakat yang pada kegiatan sebelumnya (sosialisasi). Tujuan dari FGD ini adalah untuk mengetahui keinginan masyarakat terhadap program atau kegiatan yang sudah dijelaskan pada saat sosialisasi. Selain itu, FGD ini bertujuan untuk mengetahui lahan terbuka yang diperbolehkan untuk menjadi contoh *Urban farming* sebagai implementasi RTH privat. Hasil dari FGD ini adalah masyarakat menginginkan model atau bentuk sederhana. Model yang bisa memanfaatkan barang-barang bekas pakai yang mereka miliki dan model yang praktis dalam perawatan. Hasil lain dari FGD ini adalah masyarakat menginginkan tanaman sayur dan tanaman obat sebagai tanaman utama dalam *Urban farming*. Masyarakat beralasan dengan menanam sayur dan tanaman obat maka manfaat yang dirasakan lebih besar selain dari manfaat estetika lingkungan. Dengan menanam sayur, maka masyarakat dapat menjadi lebih hemat karena tidak perlu membeli sayur-sayuran untuk dikonsumsi keluarga begitu juga dengan tanaman obat.

Urban farming di Kampung Jlagran RT 14 menggunakan 3 jenis lahan yang bisa dijadikan sebagai lokasi penanaman. Pertama, lahan kosong disekitar rumah masing yang disebut pekarangan. Pekarangan diartikan sebagai tata guna lahan yang merupakan sistem produksi bahan pangan tambahan dalam skala kecil untuk dan oleh anggota keluarga rumah tangga (Novitasari, 2011 dalam Ashari, 2012). Kedua, dinding rumah. Ketiga, lahan di sepanjang sungai Winongo yang disebut talud.

Urban farming di Kampung Jlagran RT14 menggunakan 11 titik lokasi pekarangan dengan total luasan 26,09 m², 9 titik lokasi dinding dengan luasan 49,95 m², dan 10 m untuk talud. Masing-masing titik lokasi mempunyai penanggung jawab atas tanaman yang akan ditanam. Adapun tabel luas lahanyang digunakan sebagai lokasi *Urban farming* dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Luas Lahan Tanaman di Kampung Jlagran RT 14

Titik Lokasi	Luas Lahan Tanaman (m ²)	
	Pekarangan	Dinding
1	8,39	14,64
2	0	0,9
3	0	4,08
4	4,75	4,08
5	1,14	0
6	0	0,25
7	0,51	9,5
8	0,5	0
9	0	8
10	0,32	0
11	0	4,25
12	8,35	0
13	1,1	0
14	0,48	4,25
15	0,11	0
16	0,44	0
Total	26,09	49,95

Tabel 1 menunjukkan bahwa lahan yang paling luas dan bisa dimanfaatkan secara optimal oleh masyarakat untuk bercocok tanam adalah dinding rumah. Hal ini menunjukkan bahwa kondisi perkotaan dengan padat permukiman memang tidak memiliki lahan luas secara horizontal melainkan lebih banyak memiliki lahan kosong secara vertical seperti dinding rumah. Dengan kondisi tersebut maka bercocok dengan metode *Urban farming* merupakan solusi utama untuk mewujudkan RTH Privat di Kampung Jlagran ini. Akan tetapi, pada pelaksanaannya membutuhkan ijin dari pemilik dinding rumah untuk memperbolehkan pelaksanaan *Urban farming* di dinding yang mereka miliki. Hal ini disebabkan karena tidak semua warga memberi ijin dinding rumahnya sebagai lahan untuk *Urban farming*.

Keterbatasan lahan yang dimiliki di Kampung Jlagran membuat tempat penanaman menjadi variatif. Tempat penanaman yang bisa digunakan adalah dengan menggunakan polybag, *wall planter*, dan botol gantung. Selain tiga jenis tempat tanam yang tersebut, masyarakat juga bisa menggunakan barang bekas pakai seperti bekas kaleng cat dan pipa paralon bekas sebagai pengganti polybag dan *wall planter*.



Gambar 1. Dinding Rumah yang berpotensi sebagai lahan untuk *Urban farming*

Polybag digunakan untuk menanam tanaman cabai besar, cabai kecil, tomat, dan terong yang diletakkan di pekarangan rumah. *Wall planter* dan botol gantung digunakan untuk menanam tanaman sawi, sledri, dan bayam yang di tempelkan pada dinding. Jenis tanaman tersebut dipilih karena mudah dalam perawatan dan memiliki umur panen yang relatif singkat. Tanaman sayur daun memiliki usia panen lebih singkat dibandingkan dengan tanaman sayur buah. Tanaman sayur daun bisa dipanen pada saat tanaman berumur 3 minggu hingga 1,5 bulan, sedangkan tanaman sayur buah bisa dipanen pada umur 3 bulan.

Umur panen yang relatif singkat diharapkan dapat mempercepat manfaat yang akan diperoleh oleh masyarakat di Kampung Jlagran RT 14. Umur panen tanaman sayur yang ditanam dapat di lihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Umur Panen Masing-masing Jenis Tanaman

No.	Jenis Tanaman	Umur Panen (HST & HSS)
1.	Cabai	70 – 75 HST
2.	Seledri	90 – 100 HST
3.	Tomat	65 – 75 HST
4.	Terong	55 – 60 HST
5.	Sawi	25 – 30 HST
6.	Buncis	45 – 55 HST
7.	Bayam	21 – 25 HSS

Keterangan: HST (Hari Setelah Tanam), HSS (Hari Setelah Semai)

Tabel 2 menunjukkan bahwa tanaman bayam memiliki umur panen 21 – 25 hari setelah semai dan memiliki sifat yang berbeda dengan tanaman lainnya. Hal ini dikarenakan biji tanaman bayam untuk metode tanamnya hanya perlu disebar merata diatas media tanam yang sudah dipersiapkan kemudian rutin dilakukan penyiraman.



Gambar 2. Tempat tanam *Polybag* di pekarangan rumah



Gambar 3. Tempat tanam *Wall planter* dan botol gantung di dinding rumah



Gambar 4. Tempat tanam hasil kreasi masyarakat dari bekas kaleng cat



Gambar 5. Tempat tanam hasil kreasi masyarakat dari bekas pipa paralon

Hasil Produksi *Urban farming*

Urban farming sebagai metode bercocok tanam di lahan yang sempit tidak bisa dipandang sebelah mata. Hal ini disebabkan karena manfaat yang akan diperoleh pun tidak sedikit. *Urban farming* tidak hanya bermanfaat bagi kualitas lingkungan sebagai implementasi Ruang Terbuka Hijau (RTH) Privat, melainkan dapat bermanfaat sebagai pendukung ketahanan pangan wilayah setempat. Hal ini disebabkan karena mewujudkan ketahanan pangan dapat dilakukan setiap rumah tangga yang diharapkan dapat mengoptimalkan sumberdaya yang dimiliki, termasuk pekarangan dalam menyediakan pangan bagi keluarga (Budiari, 2013 dalam Dewi dkk, 2015). Ketahanan pangan dari *Urban farming* diperoleh dari hasil produksi tanaman yang sudah di tanam. Besar kecilnya hasil produksi *Urban farming* dipengaruhi oleh banyak faktor, antara lain faktor pemeliharaan tanaman dan faktor luas lahan tempat tanam. Semakin baik pemeliharaan tanaman yang dilakukan maka hasil produksi yang akan didapatkan semakin optimal. Begitu juga dengan semakin luas lahan yang digunakan sebagai tempat tanam maka hasil produksi pun juga akan semakin banyak karena pertumbuhan tanaman semakin optimal.

Kampung Jlagran RT 14 yang sudah menerapkan *Urban farming* mengharapkan hasil produksi yang besar supaya manfaat yang diperoleh juga besar. Berdasarkan praktik yang sudah dilakukan, maka hasil produksi *Urban farming* yang diharapkan di Kampung Jlagran RT 14 dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3 Hasil Produksi *Urban farming* di Kampung Jlagran RT 14

Jenis Tanaman	Hasil Produksi berdasarkan Jenis Tempat Tanam (gram)		
	Polybag (30x30 cm)	Wall planter (1 kantong)	Botol Gantung (1botol)
Cabai	350	-	-
Seledri	-	200	150
Tomat	1000	-	-
Terong	1000	-	-
Sawi		150	50
Buncis	250		
Bayam		200	150

Tabel 3. tersebut menunjukkan hasil produksi tanaman yang berbeda-beda berdasarkan tempat tanam yang digunakan. Tempat tanam polybag yang diletakkan di pekarangan dan talud sungai memiliki hasil produksi yang paling besar. Kondisi ini menunjukkan adanya potensi besar

yang bisa diambil oleh masyarakat di Kampung Jlagran RT 14 untuk memanfaatkan pekarangan yang dimiliki sebagai lahan *Urban farming* meskipun luas lahan tidak begitu luas dibandingkan dengan luas dinding rumah. Pekarangan pada area permukiman di perkotaan banyak yang belum dimanfaatkan secara optimal. Pada umumnya lahan pekarangan belum dimanfaatkan untuk membudidayakan aneka komoditas pertanian, khususnya sumber bahan pangan dan pemanfaatan pekarangan masih sangat terbatas (Ashari dan Purwantini, 2012). Dengan demikian, dengan adanya metode *Urban farming* ini masyarakat bisa memanfaatkan pekarangannya lebih optimal supaya bisa memperoleh hasil yang optimal pula.

Data dasar dari Tabel 3.3 selanjutnya digunakan untuk menghitung total produksi *Urban farming* yang sudah dilakukan di Kampung Jlagran RT 14. Berdasarkan kegiatan penanaman yang sudah dilakukan, untuk lahan pekarangan dan talud sudah dilakukan penanaman menggunakan tempat tanam berupa polybag sebanyak 100 buah yang terdiri dari 20 polybag cabai besar, 10 polybag cabai kecil, 30 polybag buncis, 20 polybag terong, dan 20 polybag tomat. Penanaman pada lahan dinding menggunakan tempat tanam berupa 2 *wall planter* ukuran 15 kantong dan 4 *wall planter* ukuran 8 kantong. Selain itu, pada lahan dinding juga menggunakan 16 renteng botol gantung yang terdiri dari 14 renteng berisi 16 botol dan 2 renteng berisi 6 botol. Kedua jenis tempat tanam tersebut digunakan untuk menanam sawi, sledri, dan bayem.

Tempat tanam *wall planter* terdapat 28 kantong sawi, 14 kantong sledri, dan 16 kantong bayam. Sedangkan pada tempat tanam botol gantung terdapat 10 botol sawi, 6 botol sledri, dan 6 botol bayam. Masing-masing tempat tanam tersebut sudah disesuaikan dengan lahan yang tersedia.

Produksi *Urban farming* diharapkan dapat memberikan hasil optimal pada setiap tempat tanam yang sudah ditanami. Tempat polybag diharapkan dapat menghasilkan 7kg cabai besar, 3,5kg cabai kecil, 7,5kg buncis, 20 kg terong, dan 20 kg tomat. Tempat *wall planter* diharapkan dapat menghasilkan 4,2kg sawi, 2,8 kg sledri, dan 3,2 kg bayem. Sedangkan tempat botol gantung diharapkan dapat menghasilkan 0,5 kg sawi, 0,9 kg sledri, dan 0,9 kg bayam.

Hasil produksi tersebut memiliki jumlah yang cukup besar bagi pemenuhan kebutuhan pangan di Kampung Jlagran RT 14. Manfaat inilah yang bisa digunakan sebagai manfaat ketahanan pangan di wilayah Kampung Jlagran RT 14. Masyarakat mampu memenuhi kebutuhan pangan dengan lahan terbatas yang dimiliki. Dengan hasil tersebut masyarakat juga bisa menekan pengeluaran rumah tangga sehingga secara ekonomi *Urban farming* juga memberi keuntungan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Ermawati tahun 2017 menjelaskan bahwa masyarakat DIY yang sering mengkonsumsi makanan sehat adalah masyarakat dengan pendapatan antara Rp 1.100.000 – Rp 3.000.000 seperti yang terdapat pada Tabel 4.

Tabel 4. Konsumsi Makanan Sehat berdasarkan Tingkat Pendapatan di DI.Yogyakarta

	≤ Rp 1 Juta	Rp 1.1 – 3 juta	Rp 3.1 – 5 juta	> Rp 5 Juta
Sangat sering	0,7 %	4,7 %	8,1 %	7,4 %
Sering	16,9 %	24,3 %	8,8 %	10,1 %
Jarang	4,1 %	1,4 %	0,7 %	-
Pernah	6,1 %	3,4 %	0,7 %	-
Tidak pernah	-	0,7 %	1,4 %	0,7 %
Total	27,7 %	24,5 %	19,6 %	18,2 %

Sumber: Ermawati, 2017

Tabel 4. mengindikasikan bahwa untuk memperoleh makanan sehat membutuhkan biaya yang banyak. Dengan demikian, dengan hasil produksi *Urban farming* yang akan diperoleh nantinya masyarakat akan lebih sering untuk bisa mengkonsumsi makan sehat yang dihasilkan dari lahan terbatas yang dimilikinya sehingga tidak membutuhkan tambahan biaya.

Manfaat *Urban farming* yang dilakukan di area permukiman di Perkotaan Yogyakarta juga diharapkan semakin memiliki peran atau kontribusi dalam memperkuat status ketahanan pangan dan gizi yang ada di Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Berdasarkan data dari Badan Ketahanan Pangan dan Penyuluhan DIY Tahun 2015, semua kecamatan di Kota DIY memiliki status Aman, seperti yang tercantum pada Tabel 3.5. Dengan status tersebut maka upaya-upaya penguatan ketahanan pangan perlu terus ditingkatkan salah satunya melalui kegiatan bercocok tanam dengan metode *Urban farming*.

Tabel 5. Hasil Analisis Situasi Pangan dan Gizi Tahun 2015 se DIY

Kabupaten	Jumlah Kecamatan			Jumlah Desa		
	A	W	R	A	W	R
Kota Yogyakarta	14	0	0	44	0	1
Sleman	17	0	0	83	3	0
Bantul	17	0	0	72	0	3
Gunung Kidul	18	0	0	137	0	7
Kulon Progo	10	2	0	75	4	9
DIY	76	2	0	411	7	20

Sumber: Badan Ketahanan Pangan dan Penyuluhan DIY, 2015.
 Keterangan: Aman (A), Waspada (W), dan Rawan (R).

Dengan banyaknya manfaat yang dirasakan oleh masyarakat maka diharapkan bercocok tanam dengan metode *Urban farming* dapat terus berkelanjutan dan menjadi contoh bagi wilayah perkotaan lain yang ingin menerapkan hal yang sama.

Keberhasilan dan keberlanjutan cocok tanam dengan metode *Urban farming* di Kampung Jlagran RT 14 sangat dipengaruhi oleh peran aktif masyarakat atau partisipasi masyarakat dalam memelihara tanaman yang sudah ditanam. Selain itu, *Urban farming* juga membutuhkan komitmen yang kuat bagi pelakunya untuk tidak menilai segala upaya yang dilakukan dengan nilai ekonomi (rupiah) karena hasil produksi *Urban farming* relatif lebih kecil jika dibandingkan dengan hasil produksi pertanian secara konvensional dengan menggunakan lahan yang luas.

KESIMPULAN

Urban farming sebagai metode baru dalam bercocok tanam pada lahan terbatas tidak sulit untuk diterapkan. Metode ini juga cukup sederhana dan sangat aplikatif. Selain bermanfaat sebagai RTH Privat, *Urban farming* juga dapat berperan sebagai pondasi ketahanan pangan wilayah. Besar kecilnya peran ditentukan dari besar kecilnya hasil produksi dari *Urban farming* tersebut. *Urban farming* di Kampung Jlagran RT14 diharapkan mampu menghasilkan panen tanaman sayur yang besar sehingga manfaat yang akan diterima oleh masyarakat juga besar. Dari hasil pelaksanaan *Urban farming*, hasil yang diharapkan antara lain 7 kg cabai besar, 3,5kg cabai kecil, 7,5 kg buncis, 20 kg terong, dan 20 kg tomat dari tempat tanam polybag yang diletakkan di pekarangan dan talud sungai. Tempat *wall planter* diharapkan dapat menghasilkan 4,2 kg sawi,

2,8 kg sledri, dan 3,2 kg bayem. Sedangkan tempat botol gantung diharapkan dapat menghasilkan 0,5 kg sawi, 0,9 kg sledri, dan 0,9 kg bayam. Kedua jenis tempat tanam tersebut diletakkan di dinding rumah.

Hasil produksi *Urban farming* sangat dipengaruhi oleh peran aktif dari pelakunya untuk memelihara tanaman yang sudah ditanam supaya dapat tumbuh dengan optimal dan memberikan hasil yang optimal pula. Oleh karena itu, penerapan *Urban farming* sangat perlu untuk didampingi oleh pihak-pihak yang berkompeten dibidang pertanian supaya manfaat besar dari *Urban farming* dapat terwujud dan mampu dikembangkan disemua wilayah perkotaan di Indonesia.

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terimakasih kami haturkan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) UPN “Veteran” Yogyakarta karena Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini dibiayai sepenuhnya dari hibah Pengabdian kepada Masyarakat Internal dengan Perjanjian Pelaksanaan Pengabdian Nomor: B/02-01/UN.62/V/2018. Ucapan terimakasih juga kami haturkan kepada masyarakat di Kampung Jlagran RT14 yang sudah berperan aktif untuk memberi dukungan terhadap kelancaran dan kesuksesan kegiatan *Urban farming* ini. Semoga kegiatan yang sudah dilakukan ini dapat bermanfaat dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ashari, Saptana; Purwantini, Tri Bastuti. 2012. *Potensi dan Prospek Pemanfaatan lahan Pekarangan untuk Mendukung Ketahanan Pangan*. Pusat Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian. Bogor
- Badan Ketahanan Pangan dan Penyuluhan DIY. 2015. Hasil Analisis Situasi Pangan dan Gizi Tahun 2015 se DIY.
- Dewi, Ni Luh Putu Chandra; Sudarta, Wayan; Putra, I Gede Setiawan Adi. 2015. Partisipasi Anggota Kelompok Wanita Tani Pangan Sari pada Program Kawasan Rumah Pangan Lestari (Studi Kasus di Dusun Cengkiling, Desa Peguyungan Kanging, Kec. Denpasar Utara, Kota Denpasar). *E-Jurnal Agribisnis dan Agrowisata*. Vol.4 No.5. 383-392.
- Ermawati, Tuti; SaranaJiwa. 2017. Determinan Perilaku Konsumsi Pangan Masyarakat di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) dan Nusa Tenggara Timur (NTT). *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan*. Vol.25 No.2.
- Mayasari, Kartika. 2016. *Konsep Urban farming sebagai Solusi Kota Hijau*. Balai Pengkajian Teknologi Pertanian. Jakarta.
- Peraturan Menteri Pertanian Republik Indonesia No.16/Permentan/HK.140/4/2015. Tentang Pedoman Penguatan Lembaga Distribusi Pangan Masyarakat Tahun 2015.

**PEMBERDAYAAN RUMAH TANGGA MELALUI USAHA
PEMANFAATAN KAIN PERCA SEBAGAI UPAYA
PENINGKATAN PENDAPATAN KELUARGA**

Wahyu Dwi Artaningtyas, Bambang Sulistiyono

Fak. Ekonomi dan Bisnis , Universitas Pembangunan Nasional “ Veteran ” Yogyakarta

Email : artaningtyas73@gmail.com , bsulistiyono131@yahoo.co.id

ABSTRACT

The difference in income received by embroidery craftsmen who are still young and old in the group of embroidery craftsmen in Sangubanyu and Kedungkamal villages is why this community service program is carried out. The decline in productivity and also the quality of the results of the embroidery of the elderly impact greatly on the income they receive. This eventually affected the lack of capital for further business development. The longer they even do not produce at all because of the lack of orders . The Community Service Program strives to re-empower the elderly embroidery craftsmen by utilizing shiny cloths from young craftsmen who currently receive many orders. In addition, it also provides support for young embroidery craftsmen to continue to expand their business.

In addition to providing raw materials for the manufacture of embroidery products, this activity also provides training related to simple bookkeeping and also training in making proposals for capital assistance, as well as training in marketing products online. It is expected that at the end of this activity can help increase the income of craftsmen who are elderly in particular, and can further develop the embroidery business in the partner community in general.

Keywords : *embroidery, shiny cloths, re-empower*

PENDAHULUAN

Menurut Priyono (2004), pemberdayaan masyarakat adalah sebuah konsep pembangunan ekonomi yang merangkum nilai-nilai sosial. Dalam kerangka pikiran itu, upaya memberdayakan masyarakat, dapat dilihat dari dua sisi. : pertama, menciptakan suasana atau iklim yang memungkinkan potensi masyarakat berkembang (*enabling*). Di sini titik tolaknya adalah pengenalan bahwa setiap manusia, setiap masyarakat, memiliki potensi yang dapat dikembangkan. Artinya, tidak ada masyarakat yang sama sekali tanpa daya, karena, kalau demikian akan sudah punah. Pemberdayaan adalah upaya untuk membangun daya itu, dengan mendorong memotivasi dan membangkitkan kesadaran akan potensi yang dimilikinya serta berupaya untuk mengembangkannya.

Kedua, memperkuat potensi atau daya yang dimiliki oleh masyarakat (*empowering*). Dalam rangka ini diperlukan langkah-langkah lebih positif, selain dari hanya menciptakan iklim dan suasana. Perkuatan ini meliputi langkah-langkah nyata, dan menyangkut penyediaan berbagai masukan (*input*), serta pembukaan akses ke dalam berbagai peluang (*opportunities*) yang akan membuat masyarakat menjadi makin berdaya. Untuk itu, perlu ada program khusus bagi

masyarakat yang kurang berdaya, karena program-program umum yang berlaku untuk semua, tidak selalu dapat menyentuh lapisan masyarakat ini.

Dengan demikian, tujuan akhirnya adalah memandirikan masyarakat, memampukan, dan membangun kemampuan untuk memajukan diri ke arah kehidupan yang lebih baik secara sinambung. Pemberdayaan ekonomi rakyat adalah tanggung jawab pemerintah. Akan tetapi, juga merupakan tanggung jawab masyarakat, terutama mereka yang telah lebih maju, karena telah terlebih dahulu memperoleh kesempatan bahkan mungkin memperoleh fasilitas yang tidak diperoleh kelompok masyarakat lain. (Sriyana : 2010).

Berkembangnya usaha bordir yang dijalankan oleh beberapa rumah tangga di desa Sangubanyu dan desa Kedungkamal, terbukti telah mampu meningkatkan perekonomian para pengrajin bordir, terutama pengrajin bordir yang relatif berusia muda. Kondisi yang berbeda dialami oleh pengrajin bordir yang telah berusia lanjut, penurunan ketahanan fisik dan ketelitian serta terbatasnya aksesibilitas mereka terhadap berbagai perkembangan akan motif dan desain bordir yang *up to date*, menyebabkan pesanan yang mereka dapatkan jauh lebih kecil dibandingkan pesanan yang diterima oleh pengrajin yang relatif lebih muda. Terkadang dalam satu bulan bahkan pengrajin lanjut usia tersebut tidak mendapatkan pesanan produk border sama sekali, dikarenakan pelanggan memilih pengrajin yang berusia muda yang lebih trampil dan teliti

Banyaknya pesanan yang diterima oleh para pengrajin bordir yang relatif berusia muda, antara lain berupa taplak meja, tempat tissu, mukena, baju dan produk fashion lainnya, berdampak pada banyaknya kain-kain kecil sisa dari pembuatan produk bordir yang biasa disebut dengan kain perca. Kain perca tersebut hanya dibuang begitu saja sebagai barang yang tidak berguna dan tidak mempunyai nilai ekonomis.

Selama ini, para pengrajin yang berusia relatif muda dan hasil produksinya sudah terkenal, lebih menekankan pada pembuatan produk yang terlebih dulu dipesan oleh *customer*, mereka tidak banyak mengerjakan barang produksi untuk dijadikan sebagai stok atau persediaan barang dagangan. Hal tersebut dikarenakan untuk pengerjaan produk bordir secara manual atau *handmade* relatif membutuhkan waktu yang lebih lama dan tingkat ketelitian yang lebih tinggi apabila dibandingkan proses pengerjaan bordir dengan menggunakan komputer. Demi menjaga kepuasan pelanggan mereka berusaha untuk serapi mungkin dalam mengerjakan pesanan dan berusaha untuk tepat waktu dalam pengerjaannya.

Peningkatan pesanan hasil kerajinan bordir bagi para pengrajin yang relatif muda, yang lebih kreatif dan inovatif dalam mengkombinasikan warna maupun dalam membuat model-model serta desain bordir yang *up to date* di satu sisi, akan tetapi di sisi lain justru terjadi penurunan jumlah pelanggan bagi para pengrajin bordir yang telah memasuki usia lanjut. Mereka yang telah memasuki usia lanjut, menghadapi banyak kendala baik dari sisi fisik mereka yang sudah tidak kuat lagi berlama-lama dalam mengerjakan produk pesanan, sehingga terkadang menyebabkan pelanggan kecewa karena pesanan tidak dapat selesai tepat pada waktunya, dan akhirnya *customer* tidak bersedia lagi melakukan pemesanan bordir kepada pengrajin bordir yang telah berusia lanjut.

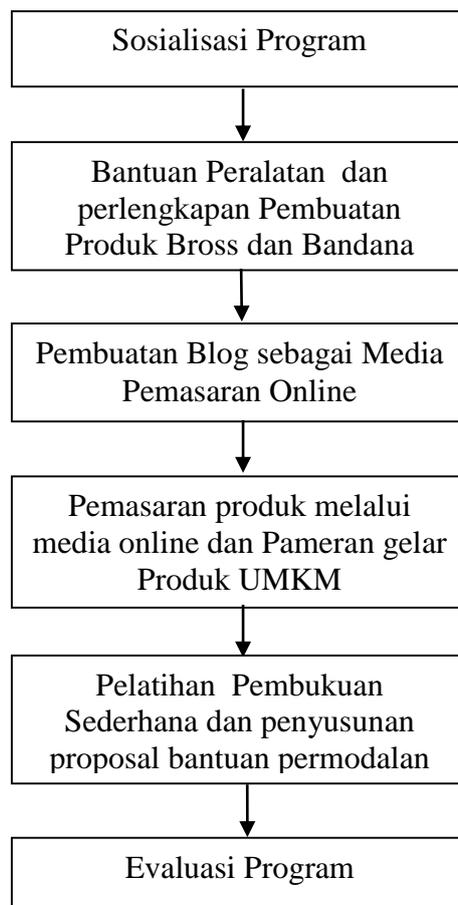
PERMASALAHAN MITRA

Berdasarkan uraian di atas, dapat diidentifikasi permasalahan utama yang dihadapi oleh mitra program PbM ini sebagai berikut :

1. Permasalahan pada bidang produksi yaitu pada keterbatasan bahan utama pembuatan produk terutama benang dan juga material pelengkap pembuatan bross dan bandana, menyebabkan proses produksi kurang maksimal.
2. Permasalahan lain di bidang produksi adalah belum dimilikinya alat pengemas hasil produksi dan juga belum ada pemberian merk pada hasil produksi .
3. Permasalahan pada bidang pemasaran , berupa pemasaran yang masih konvensional, belum dimilikinya media pemasaran *on line* .
4. Permasalahan di bidang manajemen terutama di bidang manajemen keuangan, sehingga menjadi kendala dalam persyaratan penerimaan bantuan permodalan , baik dari pemerintah desa maupun dari pihak lembaga keuangan .

METODE PENGABDIAN

Mengacu pada permasalahan – permasalahan telah berhasil diidentifikasi oleh pengabdian dari kondisi riil yang dihadapi oleh mitra , maka metode pelaksanaan kegiatan pada Program Pengabdian bagi Masyarakat ini dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 1. Tahapan Metode Program Pengabdian Masyarakat

SOLUSI DAN PELAKSANAAN KEGIATAN

Solusi yang diberikan oleh pengabdian untuk mengatasi berbagai permasalahan yang dihadapi oleh mitra adalah sebagai berikut :

1. Pada tanggal 7 Juli 2018 telah diadakan sosialisasi tentang program pengabdian bagi masyarakat kepada mitra dan dihadiri oleh Ibu Iswati selaku mitra utama dan para pengrajin bordir yang berusia lanjut yang tertarik untuk tetap produktif walaupun di usia tua.
2. Pada tanggal 15 Juli diadakan pelatihan pembukuan sederhana kepada mitra ,sehingga mampu menyusun laporan keuangan sederhana , sehingga dapat mempermudah mitra dalam mengakses lembaga keuangan guna mendapatkan pinjaman guna menambah modal usaha .
3. Pada tanggal 24 Juli 2018 telah diserahkan bantuan permodalan berupa benang, manik manik, peniti, lem tembak, kainn keras, serta materi lain sebagai bahan dasar pembuatan bros dan bandana yang akan diproduksi mitra.



Gambar 2. Pengabdian dan Mitra pada acara Sosialisasi



Gambar 3. Penyerahan Bantuan Permodalan pada Mitra

4. Pada tanggal 7 Agustus diberikan bantuan berupa label untuk produk dari mitra sehingga produk lebih dikenal .
5. Pada tanggal 11 dan 18 Agustus dilakukan pelatihan tertib administrasi guna mendukung manajemen keuangan yang lebih bagus . Pada kesempatan ini diberikan berbagai buku – buku pencatatan administrasi seperti : Buku notulensi rapat, buku , buku surat masuk dan keluar, buku penjualan produk dsb .
6. Pada tanggal 24 Agustus dilakukan pelatihan penyusunan proposal bantuan permodalan, sehingga diharapkan pada akhirnya mitra dapat membuat proposal guna mengakses berbagai lembaga keuangan untuk dapat memperbesar modal usaha yang mereka miliki.
7. Pada tanggal 7 September diadakan pelatihan tertib administrasi bagi kelompok usaha, dengan tujuan suatu saat nanti setelah terkoordinir dengan baik akan didaftarkan pada Diserindagkop Kabupaten Purworejo sebagai salah satu Usaha Mikro yang sah.



Gambar 4. Pelatihan Pembukuan Sederhana



Gambar 5. Pelatihan Penyusunan Proposal Bantuan Permodalan

HASIL DAN EVALUASI PROGRAM

Tahap akhir dari pelaksanaan kegiatan ini akan diadakan evaluasi guna mengetahui kemanfaatan dan keberhasilan dari program PbM yang telah dilakukan. Adapun indikator keberhasilan program dapat dilihat dari hasil sebagai berikut :

- a. Timbulnya semangat kebersamaan dalam menghidupkan kegiatan ekonomi produktif kelompok bordir, dalam wujud pengadaan bahan baku secara bersama, pengkoordiniran pesanan, yang akan berdampak pada penghematan biaya produksi.
- b. Terjadi peningkatan kemampuan dalam memproduksi kerajinan bordir sebagai sumber peningkatan pendapatan rumah tangga.
- c. Meningkatnya kemampuan pembukuan sederhana dan pembuatan proposal bantuan permodalan.
- d. Dimilikinya media pemasaran online bagi produk kerajinan bordir mitra.

LUARAN KEGIATAN

Luaran yang ditargetkan dapat tercapai dari kegiatan Pengabdian bagi Masyarakat internal ini adalah sebagai berikut :

- a. Meningkatnya kuantitas produk dan kualitas produk.
- b. Dimilikinya media pemasaran online.
- c. Dimilikinya kemampuan pencatatan pembukuan sederhana oleh mitra dan penyusunan proposal bantuan permodalan.
- d. HAKI tentang aneka produk bordir.
- e. Artikel Ilmiah yang dipublikasikan dan dipresentasikan dalam Seminar Nasional.

Tabel 1. Capaian Luaran Kegiatan Pengabdian bagi Masyarakat

No.	Jenis Luaran	Capaian
1.	Publikasi Ilmiah di Jurnal Prosiding	Sudah dipublikasikan
2.	Pemakalah pada Pertemuan Ilmiah	Sudah dipresentasikan
3.	Hak Atas Kekayaan Intelektual : Hak Cipta	Terdaftar
4.	Teknologi Tepat Guna	Tidak Ada
5.	Karya Seni/ Rekayasa Sosial, Jasa Sistem, Produk/ barang	Meningkatnya Kuantitas dan Kualitas Produk
6.	Buku Ajar (ISBN)	Tidak Ada
7.	Publikasi padamedia massa	Tidak Ada

KESIMPULAN

Kesimpulan yang bisa diambil dari pelaksanaan kegiatan Pengabdian bagi Masyarakat (PbM) adalah sebagai berikut :

1. Terbentuknya usaha ekonomi produktif bagi Kelompok Pengrajin Bordir memberikan manfaat yang cukup besar bagi anggota, mereka dapat menjalankan sebuah usaha yang bersifat produktif dan memanfaatkan secara optimal sumberdaya yang ada.
2. Dimilikinya ketrampilan pembukuan sederhana dan pengetahuan akan pembuatan proposal bantuan permodalan sangat mendukung keberlangsungan sebuah usaha ekonomi produktif.

3. Meningkatnya pengetahuan tentang manajemen pemasaran membuat usaha lebih dikenal .

SARAN

Saran yang dapat diberikan dalam pelaksanaan program Pengabdian bagi Masyarakat (PbM) ini adalah sebagai berikut :

1. Perlunya pendampingan yang terus menerus dan berkelanjutan terhadap pengrajin bordir yang telah berusia lanjut sehingga tetap dapat mempertahankan usahanya.
2. Perlunya pendampingan yang berkelanjutan sehingga kualitas dari produk bordir yang dihasilkan semakin meningkat.
3. Perlunya bantuan program yang berkelanjutan dalam rangka tetap menjaga eksistensi usaha ini , baik dari kalangan pemerintah daerah seperti dari Disperindakop kabupaten Purworejo, ataupun juga yang berasal dari kalangan Perguruan Tinggi

REFERENSI

- Artaningtyas dan Budi Sri (2013), *Peningkatan Pengetahuan Tentang Pembukuan Sederhana Guna Mendukung Usaha Yang Lebih Bankable Serta Peningkatan Kemampuan Penggunaan Teknologi Komputer Guna Meningkatkan Omzet Usaha Kain Bordir Kelompok Usaha Bersama (KUB) “ Mekar Sari ” Desa Sangubanyu, Kecamatan Grabag, Kabupaten Purworejo.*
- Priyono, Edy, (2004), *Usaha Kecil Sebagai Strategi Pembangunan Ekonomi : Berkaca Dari Pengalaman Taiwan*, dalam Jurnal Analisis Sosial Volume 9 No. 2 Agustus 2004.
- Sarosa, Wicaksono, (2000), “Menyoroti Sektor Informal Perkotaan,” Research and Development Director Urban and Regional Development Institute (URDI) diakses pada 7 Agustus 2004 dari <http://www.urdi.org/urdi/bulletin/volume-12a.php> .
- Sriyana, Jaka (2010),” Strategi Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) : studi Kasus di kabupaten bantul”, makalah dalam Simposium Nasional 2010 : Menuju Purworejo Dinamis dan Kreatif, Purworejo.
- Todaro, P Michael, Smith C. Stephen (2004), *Ekonomi Pembangunan di Dunia Ketiga*, Erlangga, Jakarta.

METODE PEMBELAJARAN LITERASI MEDIA DIGITAL PADA SANGGAR KELOMPOK BELAJAR “DIK MIA BINTANG 17” PLUMBON, BANGUNTAPAN, KAB BANTUL, DI YOGYAKARTA

Siti Fatonah, Dewi Novianti

Jurusan Ilmu Komunikasi UPN “Veteran” Yogyakarta

Email: dewinovianti_upn@yahoo.co.id

ABSTRAK

Perkembangan teknologi komunikasi demikian pesatnya, khususnya terkait dengan perkembangan media. Dengan adanya fasilitas internet maka berbagai informasi mampu didapatkan dari media berbasis internet. Di era inilah yang disebut era media digital. Saat ini sangat diperlukan kemampuan membaca media dengan cerdas, artinya tidak semata-mata menerima atau bahkan memercayai begitu saja apa yang disampaikan oleh media. Media elektronik maupun media cetak memiliki dampak bagi khalayaknya baik dampak positif maupun negatif. Yang dikhawatirkan adalah dampak negatif khususnya pada anak-anak usia sekolah yang belum mengerti betul makna dari konten media. Diantara anak-anak usia sekolah ini adalah anak-anak yang duduk di Sekolah Dasar maupun Sekolah Menengah Pertama. Mitra terdiri dari Pengajar dan pengurus, orang tua anak didik dan anak-anak yang bergabung di Sanggar Belajar “Dik Mia Bintang 17” Plumbon, Banguntapan Bantul. Luaran Pengajar dan pengurus, orang tua anak didik dan anak-anak dari literasi media digital ini adalah dapat membaca media dengan cerdas dan selektif, dapat membimbing para siswa terkait literasi media digital, dan memiliki media edukatif. Metode dan solusi yang digunakan adalah pendidikan literasi media melalui sosialisasi, Focus Group Discussion (FGD), pelatihan, edukasi, dan pendampingan, serta hibah alat. Pendampingan kepada mitra merupakan aktivitas tahap lanjut dari serangkaian aktivitas literasi media.

Kata kunci : literasi media, cerdas membaca media

PENDAHULUAN

Perkembangan Teknologi Komunikasi sangatlah pesat. Di era komunikasi saat ini peranan media dan lembaga pendidikan baik formal maupun informal semakin dibutuhkan guna mencetak generasi bangsa yang berkualitas dan dapat bersaing baik di tingkat nasional maupun internasional. Institusi ini hendaknya seiring sejalan dalam mewujudkan cita-cita bangsa yakni mencerdaskan kehidupan bangsa. Namun dalam praktiknya seringkali terjadi benturan antara kebijakan institusi media maupun media digital melalui program acara yang ditayangkannya atau disiarkannya dengan visi dan misi yang diemban lembaga pendidikan.

Hal ini merupakan kewajiban warga negara yang baik untuk saling memperhatikan akan pentingnya pendidikan anak khususnya di bidang media komunikasi. Ini merupakan pekerjaan rumah (PR) kita bersama tidak hanya kedua institusi tersebut, tetapi juga partisipasi banyak pihak seperti pemerintah, dan orang tua. Khususnya bagi orang tua, yang bersentuhan langsung dengan anak-anak mereka, sebagai salah satu pihak yang juga turut andil dalam mencerdaskan generasi

penerus bangsa perlu memiliki kecerdasan tersendiri dalam mencermati setiap acara atau berita yang ditampilkan media massa. Oleh karena itu para orang tua dibutuhkan kemampuan *media literacy* khususnya yang berbasis digital untuk mendidik putra-putri mereka.

Sementara itu peranan lembaga pendidikan semakin dituntut memberikan manajemen dan layanan yang profesional kepada masyarakat. Hal ini dikarenakan semakin meningkatnya minat dan Kebutuhan masyarakat melanjutkan studi. Masyarakat sebagai salah satu konsumen lembaga pendidikan sekarang ini lebih kritis dan realistis dalam memilih lembaga pendidikan. Sikap masyarakat semacam ini menuntut lembaga pendidikan untuk tetap menjaga dan meningkatkan citra (*image/ imej*) yang positif lembaganya di masyarakat. Citra positif ini dibutuhkan dalam rangka membentuk opini publik. Terciptanya opini publik didasarkan saling mempercayai adanya kesadaran akan Kebutuhan bersama, antara masyarakat dengan institusi pendidikan. Institusi harus mampu mengelola opini publik agar kesan masyarakat terhadap lembaga pendidikan menjadi positif (Nasution, 2006: 21).

Literasi media adalah kemampuan untuk memahami, menganalisis, dan mendekonstruksi pencitraan media. Kemampuan untuk melakukan hal ini ditujukan agar pemirsa sebagai konsumen media (termasuk anak-anak) menjadi sadar (*melek*) tentang cara media dikonstruksi (dibuat) dan diakses.

METODE PELAKSANAAN

Melihat permasalahan yang ada, tim pelaksana kegiatan PbM bersama dengan masyarakat mitra akan melakukan kegiatan-kegiatan yang terarah pada mencerdaskan mitra dalam membaca media. Adapun metode yang ditawarkan secara garis besar adalah pendididkan literasi media melalui sosialisasi literasi media, pelatihan metode literasi media yang tepat bagi Ibu Ibu Rumah Tangga dorang tua dari anak didik Sanggar Kelompok Belajar “Dik Mia Bintang 17” Plumbon Banguntapan Bantul Yogyakarta, dengan menggunakan peraga pendidikan, pendampingan penerapan literasi media.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Mitra

Sanggar Kelompok Belajar “Dik Mia Bintang Tujuh Belas” terbentuk diawali adanya keprihatinan para pengurus yang ada di wilayah Plumbon Banguntapan Bantul akan banyaknya anak anak yang belum memilki wadah untuk belajar bersama. Sebagian besar mereka bermain yang dianggap kurang bermanfaat. Gaya hidup dengan menggunakan handphone sudah melekat walau mereka masih tergolong dari kalangan menengah ke bawah. Keluhan Ibu Ibu rumah tangga akan pola perilaku anaknya yang banyak kecanduan menggunakan handphone.

Kebetulan ada beberapa kader dari penggerak media merupakan hasil dari penelitian kami yang berjudul Literasi media bagi Ibu Ibu Rumah Tangga. Selain itu ada rumah yang kebetulan kosong dan dengan seijin yang punya dapat dimanfaatkan untuk kegiatan sanggar maka dibentuk sanggar kelompok belajar.

Pendidik dari sanggar tersebut terdiri dari masyarakat setempat, mahasiswa ISI, Mahasiswa Bahasa juga mahasiswa yang memiliki bidang beberapa mata pelajaran untuk anak anak, lain yang bersedia membantu untuk memberikan pembelajaran pada anak anak di sekitar wilayah Plumbon Banguntapan. Anak anak sanggar sejumlah 30 an terdiri dari anak TK, SD dan

SMP. Mereka tidak hanya diberi pembelajaran dan pendampingan menyelesaikan PR sekolah tetapi juga bahasa Inggris, ketrampilan dan kesenian.

Lokasi dari sanggar tersebut terletak di wilayah RW 26 Kauman Babadan, Plumbon, Banguntapan, Bantul. Berada di sebelah timur bantaran sungai Gajah Wong .

Latar belakang pendidikan orang tua yang rata-rata SMP sampai dengan SMA berdampak pada pola asuh terhadap anak terutama dalam pendampingan literasi media. Literasi media sebenarnya tidak hanya ditujukan pada mereka yang mereka yang berpendidikan rendah saja, tetapi juga bagi mereka yang berpendidikan tinggi tetapi kurang memahami pentingnya melek media atau dapat membaca media secara cerdas. Penggunaan HP yang berlebihan dan fitur dan konten program atau soft ware handphone yang beragam dari anak-anak sangat berpengaruh negatif pada sikap dan perilaku anak. Sementara gempuran media demikian kuatnya, sehingga apabila khalayak tidak memiliki filter yang kuat dapat terekspos oleh pengaruh media yang bersifat negative.

Gambaran Ipteks yang ditransfer kepada Mitra

1. Sosialisasi dan Motivasi

Aktivitas pengabdian diawali dengan workshop sosialisasi literasi media untuk memberikan pemahaman tentang pentingnya melek media (literasi media). Kuatnya gempuran media baik cetak (Koran, majalah, tabloid), maupun elektronik (televisi, internet, radio) memunculkan berbagai dampak bagi khalayaknya. Dampak konten media bisa positif maupun negatif. Oleh karena sebagian besar konten media berisi hiburan, maka dampak yang terbesar adalah dampak negative media. Hal yang mengkhawatirkan adalah dampak media terhadap anak-anak usia dini yang masih perlu bimbingan dan pengarahan secara intensif baik dari guru maupun orangtua. Motivasi untuk memberikan semangat untuk menjadi cerdas dalam membaca media bagi guru dan wali/orang tua siswa sangat diperlukan mengingat pendidikan dan pekerjaan dari wali yang masih dibawah rata-rata.

2. Focus Group Discussion (FGD)

Langkah selanjutnya adalah melakukan FGD bagi kader literasi media dan ibu-iburumah tangga didampingi akademisi yang konsen atau peduli terhadap literasi media(mitra). FGD ini bertujuan untuk menjangkau pendapat atau opini mitra terkait metode literasi media, pendampingan kepada anak, serta yang terpenting adalah bagaimana pengalaman sehari-hari mitra dalam mendidik anak.

3. Literasi Media

Setiap kelompok mitra diberikan pelatihan literasi media beberapa kali sampai mitra dapat membaca media secara cerdas. Pada pelatihan ini akan didemonstrasikan konten-konten media apa saja yang berbahaya untuk dikonsumsi terutama untuk anak usia dini, pra sekolah sampai remaja. Konten-konten media apa saja yang aman untuk dikonsumsi oleh anak. Ditampilkan konten baik media cetak maupun media elektronik.

4. Metode Pendidikan

Metode pendidikan yang tepat bagi siswa sangat dibutuhkan. Di sini trainer memberikan alternative metode pendidikan yang tepat bagi anak didik sanggar dan Ibu-ibu rumah tangga agar kreativitas anak didik sanggar dapat tumbuh dan mengalihkan aktivitas konsumsi media terutama handphone secara berlebihan. Hal ini membutuhkan alat peraga dan media edukatif.

5. Media Alternative dan Alat Peraga Pendidikan

Langkah berikutnya adalah mendemonstrasikan media alternative dengan menayangkan konten-konten acara media yang mendidik dan menyenangkan sesuai usia anak dan remaja. Disamping media juga mendemonstrasikan alat-alat peraga pendidikan yang dapat mengalihkan perhatian dan kognisi anak terhadap pengaruh besar media. Media alternative ini dipilih yang *fun* betul-betul menyenangkan bagi anak dan dapat Menumbuhkembangkan daya kreativitas anak. Serta disesuaikan dengan kebutuhan anak.



Gambar 1. Gambar penyerahan media dan alat pembelajaran

Pendidikan literasi media penting untuk dilakukan keberbagai kalangan, khususnya bagi Ibu ibu rumah tangga sebagai orang tua yang langsung dan paling dekat dengan kegiatan anak sehari hari. Selain kegiatan domestik Ibu Ibu rumah tangga perlu adanya pemahaman tentang literasi media seiring dengan perkembangan media saat ini. Metode yang digunakan disesuaikan dengan permasalahan yang dihadapi mitra. Mitra membutuhkan sosialisasi, pelatihan, pendampingan, dan hibah alat. Semua darikebutuhan mitra akan literasi media telah dipenuhi oleh tim Pengabdian Masyarakat.

SARAN

1. Dengan perkembangan media Teknologi Informasi maka perlu ada penanganan khusus terkait dengan dampak tersebut Perlu dan secara terprogram dan kontinyu bagi mitra
2. Sangat diperlukan kerjasama penanganan pemerintah atau instansi terkait tentang program literasi media.
3. Diharapkan ke depan mitra dariliterasi media tidak hanya di Plumbon banguntapan saja tetapi melebar di wilayah yang lain.

DAFTAR PUSTAKA

Baran, Stanley and Dennis K Davis. 2000. *Mass communication theory*. Wadsworth: Canada
James, Potter W., 2005, *Media Literacy*, third edition. Sage Publication: New Delhi.
Sasangka dan darmanto. 2010, *Ketika Ibu Rumah Tangga Membaca televisi*. Tifa :Yogyakarta
Wiratmojo, 2010, *Ketika Ibu Rumah Tangga Membaca televisi*. Tifa :Yogyakarta
Sumber lain:
http://id.wikipedia.org/wiki/Literasi_media, 14/03/2015

SOSIALISASI TENTANG SUMBER DAYA ENERGI PADA SISWA SEKOLAH DASAR SD PURWOMARTANI

Ratna Widyaningsih, Edgie Yuda Kaesti, Mia Ferian Helmy

Prodi Teknik Perminyakan Fakultas Teknologi Mineral UPN “Veteran” Yogyakarta

ABSTRAK

Sumber daya energi yang tersedia di alam dapat dibedakan menjadi dua golongan besar, yaitu sumber daya energi terbarukan dan tidak terbarukan. Sumber daya energi terbarukan contohnya antara lain ; Angin, Matahari, Air laut pasang, panas bumi, Air terjun, dll. Contoh sumber daya energi tidak terbarukan adalah ; Sumber energy dari hasil fosil, Sumber energy dari mineral alam, Minyak mentah, Gas, Bahan bakar nuklir. Penggunaan energi saat ini sudah tidak seimbang antara sumber daya yang tersedia di alam dengan penggunaan sehari-hari. Hal tersebut karena sumber daya energi kita saat ini yang dimanfaatkan sebagian besar berasal dari sumber daya energi yang tak terbarukan, antara lain minyak bumi dan batu bara. Untuk itu perlu sosialisasi sumber energi yang terbarukan.

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini bertujuan untuk memberikan sosialisasi mengenai berbagai sumber daya energi yang tersedia di alam baik yang terbarukan maupun yang tidak terbarukan pada siswa SDN Purwomartani. Pengetahuan tentang sumber daya energi pada siswa sekolah dasar merupakan dasar pembiasaan hemat energy sejak dini. Dengan mengetahui berbagai sumber daya energi diharapkan mereka lebih bijak dalam penggunaan energi dilingkungan mereka.

PENDAHULUAN

Sumber energi merupakan suatu benda atau material yang dapat menghasilkan energi. Benda atau material dari alam ini dapat diubah menjadi energi yang dapat digunakan oleh manusia dalam bentuk seperti listrik, panas, cahaya, dan gerak.

Macam-macam sumber energy berdasarkan jumlah yang tersedia di alam dapat dikelompokkan menjadi 2 yaitu :

1. Sumber Energi Terbarukan.

Sumber energy terbarukan merupakan sumber energy dari alam yang dapat digunakan secara langsung dan bebas, dan dapat terbarukan secara berkelanjutan secara alami dan tidak terbatas. Contoh dari sumber energy terbarukan antara lain:

- Sinar Matahari, energi yang bersumber dari sinar matahari dapat langsung digunakan misalnya : energi sinar matahari dapat diubah menjadi tenaga listrik yang dapat digunakan manusia untuk kebutuhan sehari-hari dan sinar matahari merupakan salah satu hal yang penting dalam proses fotosintesa pada tumbuhan.
- Angin, energy dari angin sering kali diterapkan pada teknologi kincir angina dimana kekuatan angin tersebut dapat mendorong turbin yang kemudian akan menghasilkan arus listrik.

- Panas Bumi, energy dari panas bumi menghasilkan uap panas yang dapat digunakan untuk membantu pertanian dan yang dapat digunakan langsung adalah sebagai tempat wisata.
2. Sumber Energi Tak Terbarukan
Sumber energy tak terbarukan merupakan sumber energy yang ketersediannya sangat terbatas, sehingga apabila sudah habis maka energy ini tak akan dapat diperbarui. Misalnya adalah mineral, Minyak bumi, gas alam, batubara, dll.

Tujuan dilakukannya sosialisasi penghematan energy pada usia dini (dalam PkM ini murid SD) adalah untuk agar siswa-siswi mengetahui pentingnya menghemat sumber energy yang berasal dari alam dan adanya isu krisis energy yang mulai berkembang. Dengan memberi contoh bahwa kegiatan hemat energy ini sangat mudah dilakukan salah satunya adalah penghematan energy di sekitar rumah dengan mematikan lampu-lampu dirumah disiang hari, penggunaan pendingin ruangan dengan temperature yang tidak terlalu kecil, penghematan bahan bakar kendaraan bermotor, dll. Isu krisis energy yang sering didengar siswa siswi SD seperti Global warming (pemanasan global) dimana berdampak pada perubahan iklim dan cuaca yang signifikan seperti yang akhir-akhir ini kita rasakan, contohnya adanya banjir, angin puting beliung, badai, dll yang terjadi karena adanya perubahan iklim.

METODOLOGI

Pada pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) di SD Purwomartani ini dilakukan dengan beberapa kegiatan, yaitu :

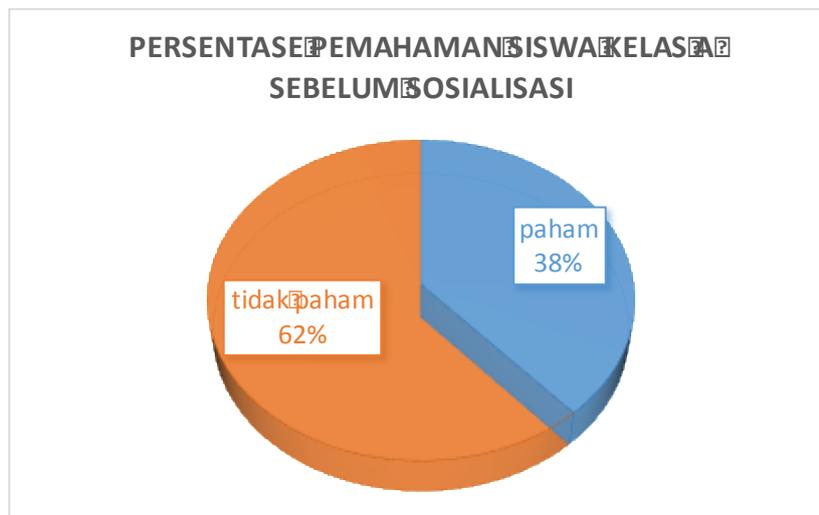
1. Kuisisioner.
Pada kegiatan kuisisioner ini dilakukan sebanyak dua (2) kali yaitu pertama kuisisioner dilakukan diawal kegiatan dimana siswa siswi belum diberikan materi tentang hemat energy dan kedua kuisisioner dilakukan setelah siswa siswi mendapatkan materi tentang hemat energy. Dilakukannya kuisisioner ini untuk mengetahui pemahaman dari siswa siswi terhadap hemat energy.
2. Sosialisasi
Pada sosialisasi ini tim pelaksana dari UPN “Veteran” Yogyakarta mempresentasikan materi tentang sumber daya energy yang ada di alam hingga cara-cara mudah kegiatan hemat energy yang dilakukan di depan siswa siswi SD Purwomartani.
3. Maket sumber daya energy
Pada maket ini akan menggambarkan secara simulasi asal darimana sumber daya energy yang terdapat di alam ini berasal.
4. Poster
Poster ini akan menggambarkan cara-cara mudah bagi siswa siswi dalam melakukan penghematan energy dalam kehidupan sehari-hari.
5. Buku
Buku ini berisi tentang asal sumber daya energy yang ada di alam hingga cara-cara mudah kegiatan hemat energy yang bisa dibaca oleh siswa siswi SD.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kuisisioner dilakukan sebelum dan sesudah sosialisasi dengan tujuan agar mengetahui persentase pemahaman siswa terhadap sumber daya mineral yang berada di alam. Kuisisioner ini

dilakukan pada 2 kelas yang berbeda, yaitu kelas A dan kelas B. Hasil kuisisioner yang telah dilakukan pada 2 kelas tersebut mendapatkan hasil pemahaman siswa.

Pada Kelas A dan B didapatkan hasil yang dapat dilihat pada pie chart dibawah ini, dimana pada kelas A dengan jumlah siswa 26 orang mendapatkan persentase siswa Paham sebanyak 38% dan siswa Tidak Paham sebanyak 62%, sedangkan untuk kelas B dengan jumlah siswa 29 orang mendapatkan persentase siswa Paham sebanyak 34% dan siswa Tidak Paham sebanyak 66%.



Gambar 1.
Grafik Persentase Kelas A Sebelum Sosialisasi

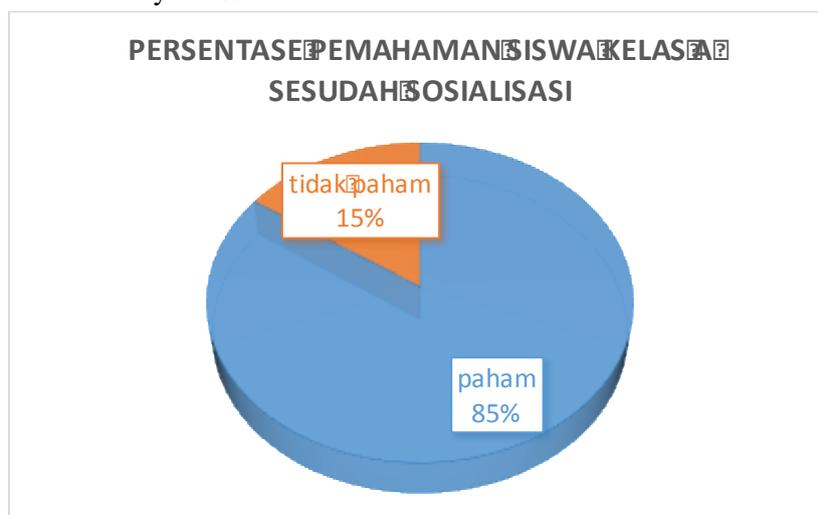


Gambar 2.
Grafik Persentase Kelas B Sebelum Sosialisasi

Setelah dilakukannya sosialisasi hemat energy pada siswa siswi SD Purmomartani

dengan cara presentasi dan pemutaran video-video tentang asal-usul dan pemanfaatan sumber daya mineral dengan efisien maka dilakukan kembali kuisisoner dengan pertanyaan-pertanyaan tentang sumber daya mineral.

Hasil dari kuisisoner sesudah adanya sosialisasi dapat ditunjukkan pada pie chart dibawah ini. Setelah dilakukan sosialisasi didapatkan persentase Paham dan Tidak Paham pada siswa Kelas A dan B sebagai berikut, pada kelas A dengan jumlah siswa 26 orang mendapatkan persentase siswa Paham sebanyak 85% dan siswa Tidak Paham sebanyak 15%, sedangkan untuk kelas B dengan jumlah siswa 29 orang mendapatkan persentase siswa Paham sebanyak 90% dan siswa Tidak Paham sebanyak 10%.



Gambar 3.
Grafik Persentase Kelas A Sesudah Sosialisasi



Gambar 4.
Grafik Persentase Kelas B Sesudah Sosialisasi

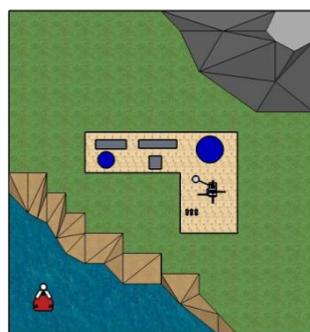


Gambar 5.
Pemutaran Video Sumber Daya Energi

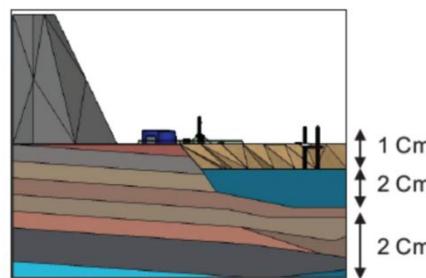
Dari hasil sosialisasi tentang sumber daya energy dimana mencakup pembahasan tentang asal-usul sumber daya energi, jenis-jenis sumber daya energi, dan pemanfaatan sumber daya energi secara efisien dalam kehidupan sehari-hari diharapkan siswa-siswa dapat mengaplikasikan pada kehidupan sehari-hari dan dapat menyebarkan informasi-informasi tentang pemanfaatan dan penghematan sumber daya energy pada lingkungan keluarga dan tempat tinggalnya.

Visualisasi dengan menggunakan maket yang akan menggambarkan asal usul Sumber daya energi dan pemanfaatannya untuk kebutuha sehari-hari. Gambar maket dapat diperlihatkan pada **Gambar 6** dan **Gambar 7**.

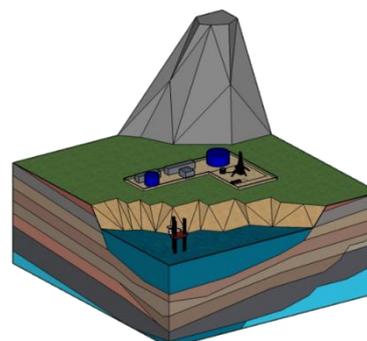
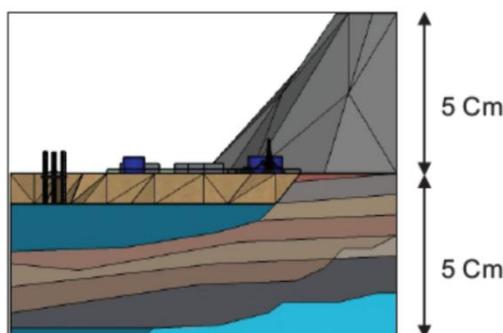
DESAIN 3D MODEL MAKET

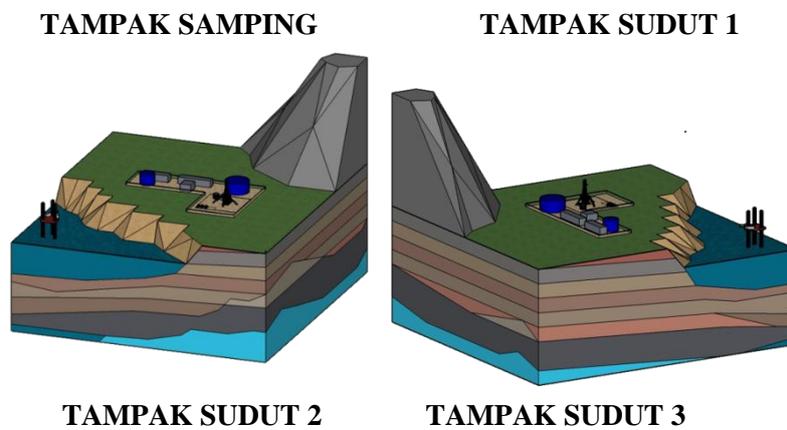


TAMPAK ATAS



TAMPAK SAMPING





Gambar 6.
Design Maket Asal Usul Tenaga Listrik



Gambar 7.
Maket Pemanfaatan Energi Listrik

Poster juga diharapkan menambah pemahaman yang mendalam bagi siswa-siswa disekolah dan juga dapat dimanfaatkan oleh staff pengajar sekolah untuk mensosialisasikan kepada siswa-siswa kelas lain. Gambar Poster dapat diperlihatkan pada **Gambar 8**.



Gambar 8.
Poster Pemanfaatan Sumber daya Energi

Pembuatan Buku juga dilakukan untuk menunjang pemahaman terhadap asal usul sumberdaya energi dan pemakaiannya dalam kehidupan sehari-hari secara efisien. Gambar ilustrasi buku dapat di perlihatkan pada **Gambar 9**.



Gambar 9.
Ilustrasi Buku

Dengan dilakukannya sosialisasi dan pembuatan alat peraga seperti maket, Buku, dan poster kepada siswa-siswi SD Purwomartani diharapkan menjadi langkah awal pembelajaran pemanfaatan sumber daya energi dengan optimal, yang kemudian tindak lanjutnya siswa-siswi tersebut dapat melakukan penghematan energi untuk diaplikasikan pada kehidupan sehari-hari.

REFERENSI

- Hamidi, M Rahmat, 24 Maret 2017, Artikel
<http://sipuu.setkab.go.id/>, 2017, Peraturan Presiden Republik Indonesia No 22 Tahun 2017
Tentang Rencana Umum Energi Nasional
<http://prokum.esdm.go.id>, 2007, Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2007 Tentang Energi.
<http://www.iea.org>, 2017, Energy Efficiency 2017
Lilik Noor Yuliati, irmayani nuirasrina, “Pesan, Pesadaran, dan Perilaku Hemat Listrik Rumah
Tangga”, Jurnal Ilmu Keluarga dan Konsumen. Januari 2012, vol 5.No.1

PENERAPAN SISTEM PEMASARAN ONLINE PADA PENGRAJIN KAIN PERCA DI DESA JOMBORAN KABUPATEN KLATEN

Dewi Asmorowati, Indah Widiyaningsih, Allen Haryanto Lukmana

Teknik Perminyakan, FTM, UPN “Veteran” Yogyakarta

dewi.asmorowati@upnvvy.ac.id, indahwidiyaningsih@upnyk.ac.id, allenharyanto@upnyk.ac.id

ABSTRACT

Batik patchwork in Jomboran village, Klaten regency has good quality, but is not supported by good marketing techniques, craftsmen only rely on old customers. Craftsmen do not know well about online management techniques and marketing or also called online marketing. The background of the problem that underlies PbM activities to implement an online marketing system for patchworkers in Jomboran village, Klaten Regency.

PbM activities are carried out in stages, including: survey of problems and needs of craftsmen, training in SME management, training in online marketing systems, and procurement of electrical sewing tools to support the productivity of craftsmen.

The implementation of this online marketing system is expected to be able to open up opportunities for craftsmen in providing various types of patchwork crafts, facilitating communication between craftsmen and prospective consumers, especially consumers who are located far enough away. Online system marketing also aims to expand the market and get new customers, consumers are also facilitated in choosing the type of craft offered.

Keywords: *online marketing, batik, patchwork.*

PENDAHULUAN

Perca menurut kamus besar bahasa indonesia adalah sobekan (potongan) kecil kain sisa dari jahitan dan sebagainya, reja kain, carik kain. Kain perca berasal dari sisa-sisa guntingan kain yang ada setelah membuat pakaian atau karya kerajinan tekstil lainnya. Jadi, kain perca sering pula disebut kain sisa dari pembuatan pakaian-pakaian. Kain perca ini sering diidentikan dengan sampah atau barang tidak berguna. Namun ditangan tangantangan terampil, kain perca ini dapat dibuat menjadi hasil karya seni yang berguna untuk kehidupan sehari-hari. Contoh hasil kreasi dari kain perca antara lain: taplak meja, selimut, spre, sarung bantal, sajadah, dompet, tas, dan lain sebagainya.

Pengrajin di desa Jomboran Kabupaten Klaten merupakan salah satu pengrajin yang memanfaatkan kain perca. Pada proses produksinya, para pengrajin menggunakan mesin jahit manual sehingga produk yang dihasilkan belum banyak. Pengrajin disana juga masih terpatok dengan satu jenis hasil kerajinan saja yaitu dompet. Selain itu, pengrajin disana masih menjual produk mereka secara konvensional, dengan mengandalkan pelanggan lama.

Pada kegiatan PkM ini akan membantu memberikan pemecahan masalah pengrajin kain perca di Desa Jomboran dengan cara memberikan tambahan sarana prasarana berupa mesin jahit listrik dan memberikan pelatihan pembuatan produk dan pelatihan metode pemasaran online.

METODOLOGI

Dalam pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini, dilakukan secara simultan baik penyediaan alat atau sarana dan prasarana serta adanya kegiatan peningkatan skill, baik kratifitas pembuatan produk, manajemen pengelolaan sampai dengan pemasaran produk. Untuk sarana prasarana, diberikan bantuan berupa mesin jahit listrik merk Singer type 4411 dan beberapa alat bahan keperluan pembuatan produk. Gambar 1 merupak foto mesin jahit type 4411 yang telah di berikan kepada pengrajin.



Gambar 1. Mesin ahit Singer Type 4411

Kegiatan pelatihan, dibagi menjadi 3 segmen, antara lain:

- a. Segmen pertama adalah pelatihan kreativitas varian produk. Pada kegiatan ini pengrajin diberikan pelatihan untuk membuat produk kerajinan kain perca menjadi beberapa produk lain yang berkualitas lebih baik, inovative dan bervariasi.
- b. Segmen kedua adalah pembuatan situs pemasaran online melalui media sosial dan pasar elektronik. Brand dari produk ini diberi nama “Sophia Batik”. Brand ini sudah dibuatkan page di facebook dengan nama “Sophia Batik”, account instgram dengan id “sophia.batik”, dan didaftarkan untuk pemasaran online di bukalapak.com dan tokopedia.com.
- c. Segmen ketiga adalah pelatihan managerial pengelolaan usaha. Pelatihan dilakukan dengan ceramah tentang manajemen ukm dan workshop pembukuan keuangan untuk ukm.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah dilaksanakannya kegiatan pengabdian bagi masyarakat di kelompok usaha jahitan dan pengelolaan kain perca maka tumbuh semangat para anggota dalam mengikuti pelatihan-pelatihan yang diberikan oleh tim pelaksana dari UPN “Veteran” Yogyakarta.

Segmen pertama

Pada segmen ini tim pelaksana PbM memberikan ide, dan pelatihan pembuatan produk yang lebih inovative, berkualitas dan bervariasi. Hasil dari pelatihan ini pengrajin mampu membuat hasil kerajinan lain yaitu: taplak, tas, bross, sarung bantal, sajadah (Gambar 2). Pada produk yang dihasilkan juga dibuatkan label merk dengan nama “Sophia Batik”, nama ini didapatkan dari hasil musyawarah seluruh anggota pengrajin. (Gambar 3).



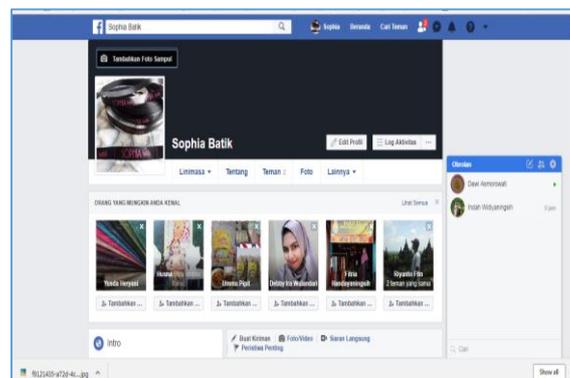
Gambar 2. Contoh foto Produk yang telah dihasilkan oleh pengrajin



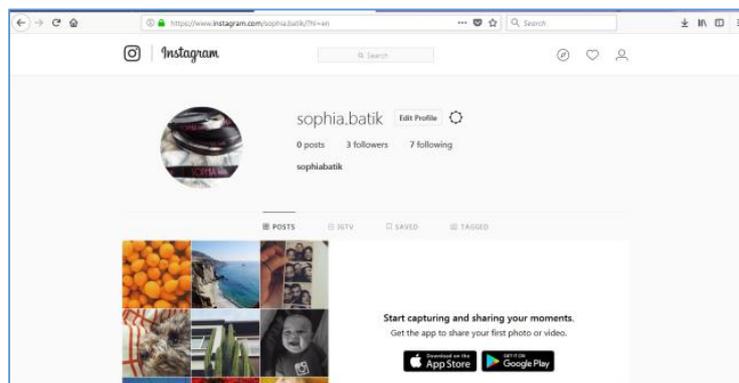
Gambar 3. Label Merk Sohia Batik

Segmen Kedua

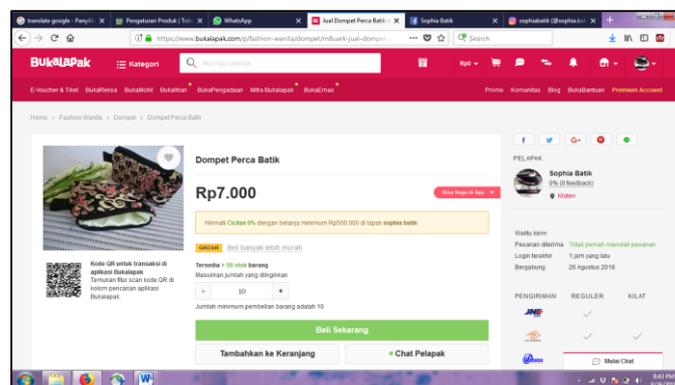
Segmen kedua adalah pembuatan situs pemasaran online melalui media sosial dan pasar elektronik. Brand dari produk ini diberi nama “Sophia Batik”. Brand ini sudah dibuatkan page di facebook dengan nama “Sophia Batik”, account instragram dengan id “sophia.batik”, dan didaftarkan untuk pemasaran online di bukalapak.com dan tokopedia.



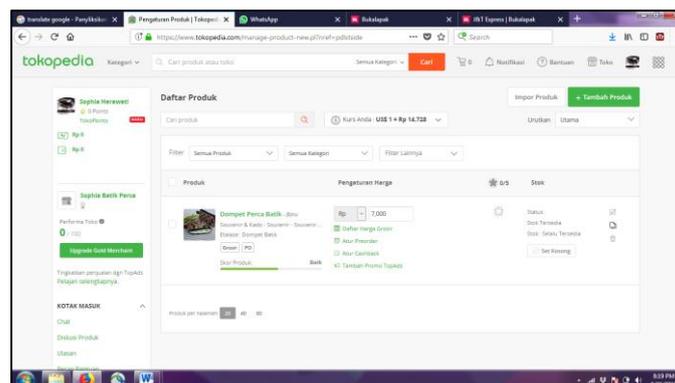
Gambar 4. Facebook page Sophia Batik



Gambar 5. Instagram Sophia.batik



Gambar 6. Bukalapak.com



Gambar 7. Tokopedia

Selain pembuatan account sosial media dan pemasaran online melalui bukalapak.com dan tokopedia.com, pengrajin juga diajarkan cara menghasilkan foto produk yang baik dan menarik dengan menggunakan alat dan bahan yang tersedia. Alat untuk memotret kita gunakan handphone, dan untuk background foto digunakan alat dan bahan yang tersedia. Pelatihan ini bertujuan agar produk lebih menarik untuk dipasarkan secara online. Berikut foto-foto kegiatan yang telah dilakukan.



Gambar 8. Penyerahan Mesin jahit listrik kepada perwakilan pengrajin kain perca



Gambar 9. Pelatihan penggunaan mesin jahit listrik



Gambar 10. Hasil Pelatihan fotografi

Segmen Ketiga

Pada tahap ketiga dilakukan pelatihan lanjutan pemasaran online dan pembukuan sederhana.

Pada pelatihan ini salah satu pengrajin berlaku sebagai admin dilatih untuk upload foto produk dan mengisi deskripsi produk. Pada pelatihan pembukuan admin dilatih untuk melakukan pembukuan di komputer dengan menggunakan program excel sederhana, sedangkan untuk para pengrajin yang lain menggunakan buku log, yaitu buku log arus barang dan dua buku log arus keuangan.



Gambar 11. Pelatihan pemasaran online dan pembukuan menggunakan excel

Buku log arus barang mencatat semua kegiatan yang berkaitan dengan produk yang akan dibuat, buku ini sebagai kontrol proses produksi suatu barang dan untuk melacak keberadaan suatu barang pada waktu tertentu. Buku log arus uang dibagi menjadi dua, yaitu buku log keuangan pengrajin dan buku log keuangan konsumen. Pada buku log keuangan pengrajin akan dicatat kegiatan pengrajin serta upah yang akan dan telah diterima, sedangkan pada buku log keuangan konsumen menrekap order dari konsumen, dari jenis barang yang dipesan, jumlahnya, harganya, kapan barang dipakai oleh konsumen, kapan barang dikirim oleh produsen, berapa dan kapan uang DP diberikan, serta kapan pelunasan.



Gambar 12. Buku log arus barang dan arus keuangan

KESIMPULAN

Dari kegiatan pengabdian bagi masyarakat ini dapat disimpulkan:

1. Mitra dapat lebih menonjolkan kekreatifitasannya dengan menambah jenis-jenis produk setelah dilakukan pelatihan mengenai pengenalan berbagai produk kain perca.
2. Pada pelatihan fotografi produk pengrajin belajar bagaimana menghasilkan foto produk yang baik dan menarik untuk ditampilkan di laman sosial media maupun pasar *online*.

3. Melalui pengenalan metode *online marketing* pada akun Facebook, Instagram, Tokopedia dan Bukalapak, mitra dapat mengembangkan jangkauan pemasaran yang sebelumnya masih sangat terbatas.
4. Pembukuan sederhana dengan buku log dapat diterapkan kepada mitra dalam mengembangkan dan mendisiplinkan usahanya.

SARAN

Saran dalam kegiatan ini agar dapat diterapkan sistem manajemen yang lebih baik. Perlu dilakukan adanya pelatihan bisnis UKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Fithri, D.L., Utomo, A.P., Nugraha, F., 2017, "*Pemanfaatan E-Commerce Populer untuk Optimalisasi Pemasaran Produk pada KUB Bordir Kurnia Kudus*", Jurnal SIMETRIS Vol.8 No.2 November 2017.
- Hakim, F.N., Solechan, A., 2017, "*Perancangan Sistem Informasi Penjualan Online pada UKM Industri Model Desa Kriyan Jepara*", Jurnal Informatika UPGRIS Vo.3 No.1 2017.
- Nurkamid, M.m, Solekan, 2014, "*E-Commerce Untuk Usaha Mikro Kecil Mengengah Bordir Di Desa Pegunungan Kabupaten Kudus*", Dianmas Vol.3 No.1 April 2014.

**PbM KELOMPOK TERNAK “LESTARI FLORY” :
TEKNOLOGI PEMBUATAN KOMPOS BERKUALITAS
DARI KOTORAN SAPI DI DUSUN JUGANG PANGUKAN
DESA TRIDADI SLEMAN**

Dyah Arbiwati, Heti Herastuti, Abdul Rizal AZ
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta

ABSTRAK

Kelompok ternak “Lestari Flory” yang terletak di Dusun Jugang Pangukan Desa Tridadi Sleman mempunyai jumlah ternak sapi 27 ekor yang dikelola secara komunal, merupakan mitra yang dipilih pada kegiatan Pengabdian bagi Masyarakat. Kelompok ternak “Lestari Flory” berada di lingkungan desa wisata Kampung Flory. Kotoran sapi belum dimanfaatkan sebagai kompos berkualitas dan kandang belum dikelola dengan baik dan sehat, sehingga mencemari lingkungan desa wisata. Tujuan dari kegiatan ini adalah menerapkan teknologi pembuatan kompos berkualitas dari kotoran sapi, sehingga lingkungan menjadi sehat dan dapat mendukung desa wisata Kampung Flory. Apabila diasumsikan satu ekor sapi menghasilkan kotoran 10-20 kg/hari dan menghasilkan kompos 50% dari jumlah kotoran maka jumlah kompos yang dihasilkan rata-rata 4 ton per bulan dan harga kompos seribu rupiah per kg, maka pendapatan kotor 4 juta rupiah per bulan. Diharapkan dengan kegiatan yang akan dilaksanakan di kelompok ternak “Lestari Flory” tentang pengelolaan kandang secara sehat, diterapkan teknologi pembuatan kompos berkualitas dari kotoran sapi, pembuatan bioaktivator rumen sapi, serta pengemasan produk kompos yang menarik, maka lingkungan menjadi sehat. Kompos yang dihasilkan dapat dimanfaatkan oleh desa wisata Kampung Flory untuk media tanam tanaman hias, sayuran dan buah, sehingga lingkungan desa wisata menjadi lebih asri. Selain itu kompos dapat dijual sehingga pendapatan meningkat dan masyarakat sejahtera.

Metode pelaksanaan yang digunakan adalah ceramah, diskusi, praktek dan pendampingan. Kegiatan yang akan dilaksanakan meliputi: ceramah tentang teknologi pembuatan kompos dan cara pembuatan bioaktivator serta cara pengemasan produk kepada kelompok ternak; praktek teknologi pembuatan kompos berkualitas dan cara pembuatan bioaktivator serta cara pengemasan produk kepada kelompok ternak, praktek dimaksudkan agar kelompok ternak dapat memanfaatkan hasil teknologi sehingga menumbuhkan usaha baru berbasis pemberdayaan masyarakat; monitoring dan evaluasi secara berkala agar terjadi keberlanjutan kegiatan yang sudah dipraktikkan oleh kelompok ternak.

Jenis luaran yang akan dihasilkan adalah produk kompos yang berkualitas sifat fisik (warna coklat tua, remah, tidak berbau) maupun sifat kimia (C-organik 20,68%, N-total 1,53%, P₂O₅ 1,08%, K₂O 1,67%, C/N 17,41) yang memenuhi standar teknis minimal pupuk organik, publikasi prosiding seminar dan Haki Merek dagang.

Kata kunci: kompos, kotoran sapi, bioaktivator

PENDAHULUAN

Sapi merupakan jenis ternak ruminansia yang relatif lebih digemari oleh masyarakat umum, karena nilai jualnya tinggi. Di Dusun Jugang Pangukan Desa Tridadi Sleman, terdapat kelompok ternak “Lestari Flory” yang melakukan pemeliharaan sapi secara kelompok dalam suatu kandang kolektif mempunyai sapi 27 ekor. Kelompok peternak “Lestari Flory” merupakan mitra yang dipilih pada kegiatan Pengabdian Bagi Masyarakat, karena berada di lingkungan desa wisata Kampung Flory dan kotoran sapi belum dikelola dengan baik, teronggok disekitar kandang sehingga akan menimbulkan permasalahan terutama bau yang tidak sedap, pencemaran lingkungan terganggu, kesehatan masyarakat maupun ternak terganggu.

Berdasarkan beberapa penelitian yang telah dilakukan tercatat bahwa satu ekor sapi rata-rata menghasilkan kotoran rata-rata 10-20 kg/hari. Satu kandang kolektif dari kelompok ternak “Lestari Flory” memelihara sebanyak 27 ekor maka kotoran yang dapat dikumpulkan rata-rata 270 kg/hari, apabila diasumsikan kotoran yang dihasilkan rata-rata 10 kg/hari dan merupakan limbah yang mencemari lingkungan.

Salah satu alternatif yang dapat diterapkan kepada masyarakat kelompok ternak adalah memanfaatkan kotoran sapi menjadi kompos. Kotoran sapi dapat lebih bermanfaat setelah melalui proses pengolahan menjadi kompos. Keengganan peternak untuk memproses kotoran ternak menjadi kompos disebabkan oleh lama waktu yang dibutuhkan selama proses pengomposan lebih kurang 2 bulan. Namun dengan adanya berbagai teknologi, kotoran ternak dapat didekomposisi menjadi kompos dalam waktu yang lebih singkat. Apabila kelompok ternak memanfaatkan limbah ternak menjadi kompos, maka dalam satu hari akan menghasilkan sekitar 135 kg kompos per hari (dengan asumsi mengalami penyusutan 50% menjadi kompos), atau 4 ton kompos per bulan.

Kompos merupakan pupuk organik yang berperan meningkatkan kesuburan tanah, baik fisik, kimia maupun biologi tanah dan apabila diaplikasikan pada lahan pertanian, maka akan menghemat penggunaan pupuk kimia yang semakin mahal dan langka di masyarakat, serta meningkatkan produktivitas tanah dan produksi tanaman. Kualitas kompos yang semakin baik, sesuai baku mutu pupuk organik yang telah ditentukan, maka peranannya akan semakin berpengaruh baik bagi tanaman. Salah satu cara untuk meningkatkan kualitas kompos adalah dengan penambahan guano Fosfat. Guano Fosfat adalah bahan yang berasal dari timbunan kotoran burung laut atau kotoran kelelawar. Penyusun utama Guano Fosfat adalah unsur nitrogen (N) tidak lebih dari 6 %, fosfor (P) sekitar 25 %, dan kalsium (Ca) sekitar 20 %. Selain itu, guano juga mengandung kalium (K), magnesium, (Mg), dan belerang (S) (Suwarno dan K. Idris, 2007).

Kompos hasil proses fermentasi yang dihasilkan oleh kelompok ternak “Lestari Flory” ini berbeda dengan kompos lainnya, karena dengan penambahan Guano Fosfat kompos yang dihasilkan kaya unsur hara terutama unsur hara Fosfat. Diharapkan dengan kegiatan yang dilaksanakan di kelompok ternak “Lestari Flory” tentang teknologi pembuatan kompos berkualitas dari kotoran sapi serta pengemasan produk kompos yang menarik, maka kompos yang dihasilkan dapat dimanfaatkan oleh lingkungan di desa wisata Kampung Flory untuk media tanam tanaman hias, sayuran dan buah, sehingga desa wisata Kampung Flory menjadi lebih sehat, indah dan asri dan dapat menjadi daya tarik bagi pengunjung desa wisata tersebut. Selain itu, apabila produk kompos dikemas menarik dapat dijual ke masyarakat maupun pengunjung desa wisata

maka kompos yang dihasilkan lebih mempunyai nilai ekonomi sebagai peluang wirausaha baru, sehingga meningkatkan pendapatan kelompok ternak.

METODE PELAKSANAAN.

Metode pelaksanaan yang digunakan dalam kegiatan ini adalah **Ceramah, diskusi, praktek dan pendampingan**. **Ceramah dan diskusi** dilaksanakan untuk penyampaian materi tentang pengelolaan kandang yang baik dan sehat; teknologi pembuatan kompos berkualitas meliputi karakteristik kotoran ternak, pengertian pengomposan, faktor-faktor yang mempengaruhi pengomposan, langkah-langkah pengomposan, kegiatan yang harus dilakukan selama pengomposan seperti pembalikan, penyiraman, pemanenan, penyaringan, pengemasan dan kualitas kompos baik secara fisik maupun kimia yang sesuai baku mutu minimal uuk organik. Selain itu, ceramah tentang pengertian bioaktivator, macam-macam bioaktivator dan fungsi bioaktivator serta pengenalan alat-alat pengomposan. Dilanjutkan dengan diskusi tentang permasalahan yang dihadapi kelompok ternak dan memberi solusi terhadap permasalahan tersebut.

Praktek dilakukan di kandang kelompok ternak untuk meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan tentang pembuatan kompos berkualitas dari kotoran sapi, pembuatan bioaktivator berbahan baku rumen sapi dan cara mengemas kompos berlogo yang menarik konsumen. **Pendampingan** juga dilakukan dari proses pembuatan kompos berkualitas sampai pengemasan produk kompos.

Dalam program ini metode yang digunakan untuk mendukung realisasi adalah transfer teknologi dengan merencanakan kegiatan penyuluhan, praktek dan pendampingan pengolahan kotoran sapi menjadi kompos, pembuatan bioaktivator kepada kelompok ternak, pembentukan gabungan kelompok usaha bersama pengolahan kompos, pengemasan produk kompos agar mempunyai nilai tambah hingga kemungkinan pengembangan jaringan usaha produk kompos

Untuk selanjutnya dapat dilakukan manajemen /pengelolaan kandang sapi, pengelolaan kotoran sapi menjadi kompos, pengelolaan kompos dan pembuatan bioaktivator, serta pengemasan produk. Pengelolaan kotoran sapi dengan maksud kotoran sapi tidak menimbulkan pencemaran terhadap lingkungan, tidak berbau dan mudah diolah menjadi kompos. Pengelolaan kompos dimaksudkan agar kualitas meningkat baik sifat fisik dan kandungan unsur hara kompos dengan penambahan bahan-bahan yang mempercepat proses pengomposan yaitu dengan menambah bioaktivator, molase, dolomit dan guano Phosfat, serta dapat memproduksi kompos secara berkelanjutan. Pengemasan produk kompos dimaksudkan untuk lebih menarik konsumen dan mempunyai nilai tambah, yaitu dengan dikemas dalam karung dan kantong plastik yang berlogo (tercantum kandungan unsur hara kompos).

Dari pelaksanaan kegiatan dapat diketahui bahwa anggota kelompok belum mengetahui cara pembuatan kompos berkualitas dari kotoran sapi secara cepat, mudah dan murah, padahal bahan baku dan bahan pengkaya banyak terdapat di sekitar lokasi. Peserta juga belum mengetahui bahwa rumen sapi dapat digunakan sebagai bioaktivator, cara pembuatannya dan manfaat bioaktivator.

HASIL PELAKSANAAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Pelaksanaan kegiatan

Kegiatan dilaksanakan di kandang kelompok ternak “Lestari Flory” Dusun Jugang Pangukan Desa Tridadi Kecamatan Sleman, Kabupaten Sleman yang diikuti oleh semua anggota kelompok ternak, 3 Pengabdian dan 4 mahasiswa serta 1 Penyuluh Lapangan dari Dinas Pertanian yang terlibat dalam kegiatan ini.

Hasil pelaksanaan kegiatan meliputi :

1. Anggota kelompok ternak yang hadir dalam penyuluhan kegiatan pengabdian sangat antusias dalam menyampaikan permasalahan yang dihadapi, disajikan pada gambar 1.



Gambar 1. Suasana diskusi dengan anggota kelompok ternak

2. Semua anggota kelompok ternak mengikuti praktek pembuatan kompos dari kotoran ternak, berperan aktif dalam setiap tahap pembuatan kompos mulai dari membuat rumah kompos, menyiapkan bahan baku, melakukan proses pengomposan, pembalikan sampai ke pemanenan kompos, penyaringan, sampai pengemasan kompos, dan sudah trampil membuat kompos dari kotoran ternak sapi secara berkelanjutan. Proses pembuatan kompos berkualitas dari kotoran sapi disajikan pada gambar 2.



Gambar 2. Proses pembuatan kompos berkualitas dari kotoran sapi

3. Semua anggota kelompok ternak berperan aktif dalam kegiatan pembuatan bioaktivator dari rumen sapi dan menjadi paham bahwa rumen sapi dapat dimanfaatkan sebagai bioaktivator untuk mempercepat proses pengomosan. Proses pembuatan bioaktivator disajikan pada gambar 3 .



Gambar 3. Proses pembuatan bioaktivator dari rumen sapi

4. Bahan baku (kotoran ternak, serbuk gergaji, dedaunan) dan bahan pengkaya serta rumen sapi mudah diperoleh dan banyak tersedia di lokasi pengabdian, disajikan pada gambar 4.



Gambar 4. Bahan baku kotoran ternak

5. Tahapan pembuatan kompos dilakukan oleh anggota kelompok dengan melakukan penyiraman dengan larutan campuran air, molase, bioaktivator apabila kondisi kompos sudah kering dan melakukan pembalikan seminggu sekali sebanyak empat kali pembalikan.
6. Melakukan pengemasan kompos berlogo dalam kantong plastik (5 kg) dan karung plastik (40 kg), kompos ini siap digunakan dan dipasarkan.
7. Kualitas kompos yang diproduksi menjadi lebih baik berdasarkan sifat fisik (warna coklat tua, remah, tidak berbau) maupun sifat kimia (C-organik 20,68%, N-total 1,53%, P_2O_5 1,08%, K_2O 1,67%, C/N 17,41) dan sudah dapat digunakan untuk budidaya tanaman oleh kelompok tani atau siap dijual apabila berlebih produksinya.
8. Semua anggota kelompok ternak memahami bahwa membuat kompos dari kotoran ternak dan bioaktivator dari rumen sapi relatif mudah, murah, dan cepat.
9. Anggota kelompok ternak menjadi trampil membuat kompos dan bioaktivator sendiri sehingga dapat mengurangi biaya pembelian kompos dan bioaktivator, sekaligus dapat mengurangi ketergantungan pada pupuk anorganik atau pupuk kimia yang mahal harganya dan terkadang terjadi kelangkaan.
10. Anggota kelompok ternak lebih paham dengan membuat kompos dari kotoran ternak dapat menambah pendapatan yaitu dengan menjual kompos dan mengurangi pengeluaran untuk membeli kompos dalam usaha taninya.

11. Dengan membuat kompos dari kotoran ternak dapat mengurangi permasalahan lingkungan.
12. Kompos dari kotoran ternak sapi memberikan prospek yang bagus sehingga semua anggota kelompok ternak sepakat untuk meneruskan kegiatan ini dan akan mengembangkan sebagai unit usaha yang produktif.

Pembahasan

Kegiatan pelatihan dan praktek pembuatan kompos berkualitas kotoran sapi dan pembuatan bioaktivator dari rumen sapi dilaksanakan di kandang kelompok ternak “Lestari Flory” di dusun Jugang Pangukan Desa Tridadi, Kecamatan Sleman sehingga dapat mudah diketahui warga lain, mudah untuk menularkan pengetahuan dan ketrampilan ini kepada kelompok ternak lainnya. Pelatihan ini diberikan pada wilayah yang tepat dalam arti tersedia bahan baku yang melimpah, membuatnya sederhana, dan masyarakat juga membutuhkan untuk mendukung lingkungan yang sehat karena kandang kelompok dekat dengan lokasi desa wisata.

Terlaksananya kegiatan ini tidak terlepas dari faktor pendukung dan penghambat yang ditemukan selama kegiatan ini berlangsung. Faktor pendukung meliputi:

1. Bahan baku untuk pembuatan kompos yang dibutuhkan yaitu kotoran ternak sapi, serta bahan pengkaya mudah diperoleh di sekitar lokasi.
2. Semangat dan motivasi peserta yang ingin tahu dan ingin mempraktekkan langsung cara pembuatan kompos dari kotoran ternak sapi agar dapat dijadikan unit usaha yang memberikan hasil, dan cara pembuatan bioaktivator dari rumen sapi untuk pemercepat pembuatan kompos. Hal ini tampak dari setiap kegiatan yang dilakukan mulai dari pembuatan rumah kompos, pengadaan bahan baku, bahan pengkaya, penumpukan bahan, pembalikan, pemanenan kompos, penyaringan dan pengemasan kompos.
3. Nara sumber yang sudah berpengalaman di bidangnya, yaitu tim pengabdian (Ir. Dyah Arbiwati, MP., Ir. Heti Herastuti, MP. dan Dr. Ir. Abdul Rizal AZ, MP) sudah berpengalaman dalam mendampingi kelompok masyarakat untuk pembuatan kompos dan cara pengemasan kompos.
4. Keinginan dan kepedulian tim pelaksana untuk menyebarluaskan ipteks tentang pembuatan kompos berkualitas, pembuatan bioaktivator dari rumen sapi, analisis kandungan unsur hara kompos dan cara pengemasan kompos, sehingga dapat menumbuhkan usaha baru berbasis partisipasi masyarakat, meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat serta menjadikan lingkungan sehat dan asri.

Adapun sebagai faktor penghambat adalah :

Kurangnya tenaga kerja untuk melakukan aktivitas pada setiap tahapan pembuatan kompos, karena melakukan kegiatan di lahan pertanian ataupun di tempat kerja yang lainnya.

Dari kegiatan yang dilaksanakan dapat diamati bahwa anggota kelompok ternak sebagai peserta antusias untuk mengikuti kegiatan baik pada penyampaian materi maupun praktek, hal ini tampak dari banyaknya pertanyaan peserta dalam diskusi yang berlangsung antara peserta dan nara sumber. Selama pelaksanaan kegiatan dapat diketahui bahwa peserta belum mengetahui cara pembuatan kompos berkualitas dari kotoran sapi dan pembuatan bioaktivator dari rumen sapi secara benar, meskipun sebenarnya mudah dan sederhana pembuatannya. Praktek pembuatan kompos berkualitas yang telah dilakukan mulai dari pembuatan rumah kompos penyediaan bahan baku, pemeliharaan dan pembongkaran, penyaringan dan pengemasan ke dalam karung dan kantong plastik, peserta dapat merasakan bahwa pembuatan kompos berkualitas merupakan usaha

yang dapat memberikan hasil tambahan.

Kendala yang dihadapi oleh kelompok ternak adalah tenaga untuk melakukan kegiatan pembuatan kompos terbatas, sehingga diperlukan tambahan tenaga khusus yang menangani dari tahap penyiapan bahan baku sampai pengemasan produk dan diperlukan manajemen yang baik agar kegiatan dapat berlanjut secara terus menerus. Pemasaran produk kompos perlu ditingkatkan dengan jalan memperluas jaringan, baik melalui pameran maupun melalui sosial media.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dari hasil kegiatan yang sudah dilaksanakan maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Anggota kelompok ternak “Lestari Flory” sudah trampil membuat kompos berkualitas dari kotoran sapi, dengan karakteristik sifat fisik yaitu warna coklat tua, remah, tidak berbau dan kandungan unsur hara yaitu: C-organik 20,68%, N-total 1,53%, P₂O₅ 1,08%, K₂O 1,67%, C/N 17,41.
2. Anggota kelompok ternak “Lestari Flory” sudah trampil membuat bioaktivator dari rumen sapi dan sudah mengetahui manfaatnya.
3. Anggota kelompok ternak “Lestari Flory” sudah trampil mengemas produk kompos dalam karung dan kantong berlogo.
4. Anggota kelompok ternak “Lestari Flory” menjadi paham bahwa pembuatan kompos berkualitas dari kotoran sapi merupakan peluang usaha, sehingga dapat menambah pendapatan kelompok ternak apabila dikelola dengan manajemen yang baik dan sehat.

Saran

Kelompok ternak “Lestari Flory” perlu membentuk unit pengolahan kompos dengan manajemen yang baik dan sehat, serta perlu pemasaran yang lebih luas dengan mengikuti pameran maupun melalui sosial media, agar produksi kompos dapat berjalan secara rutin dan berkelanjutan dan secara kuantitas produksi kompos meningkat, sehingga dapat mengembangkan ekonomi produktif Desa Tridadi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada LPPM UPN “Veteran” Yogyakarta yang telah membiayai kegiatan Pengabdian bagi Masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Dalzell, H.W. Biddlstone;K;R. Gray and K. Thurairajan.1987. Soil Management: Compost production and Use in Tropical and Subtropical Environments. FAO-UN,Rome
- Gaur, A.C., 1980, Manual of Composting. In : Hees,P.R.(ed), Compost Techenology Improving Soil Vertility Trough Organic RECYELING (FAO/UNDP Regional Project RAS/T5/004), Project Field Doucument No 13, Food and Agriculture Organization of the United Nation.
- Harada, Yasuo, 1990. Composting and Appllication of Animal wastes. ASPAC Food and fertilizer Technology center. Extension Bulletin No. 311:20-31
- Murbandono, LHS. 2005 (Edisi Revisi). Membuat Kompos. Penebar Swadaya. Jakarta.

- Peraturan Menteri Pertanian Nomor: 70/Permentan/SR. 140/10/2011, Tanggal 25 Oktober 2011.
Persyaratan teknis minimal pupuk organik padat. Jakarta
- Prihandini PW dan Purwanto T. 2007. Petunjuk Teknis Pembuatan Kompos Berbahan Kotoran Sapi. Pusat Penelitian dan Pengembangan Peternakan. Balai Penelitian dan Pengembangan Pertanian. Departemen Pertanian. Yogyakarta.
- Setyawan H. 2008. Teknologi Pembuatan Kompos kotoran Sapi. Lembaga Lingkungan Hidup PDM Kota Yogyakarta. Yogyakarta
- Sudarsono, 2012. Pembuatan Bioaktivator dari Cairan Rumen . PPL TPH Kab Sleman, Yogyakarta
- Suwarno dan K. Idris. 2007. Potensi dan kemungkinan penggunaan guano secara langsung sebagai pupuk di Indonesia. J. Tanah Lingk., 9 (1):37-43

SOSIALISASI PEMANFAATAN DAUN JERUK NIPIS (*Citrus aurantifolia*) UNTUK PEMBUATAN LARVASIDA SEBAGAI PENGGANTI ABATE DI DUSUN PENDUL, ARGOREJO, SEDAYU, BANTUL

Siswanti, Sumintarsih

Program Studi Teknik Kimia, FTI, UPN "Veteran" Yogyakarta

Email : sis_sedayu_a09@yahoo.com

ABSTRACT

Nyamuk merupakan salah satu jenis serangga penghisap darah yang sering menimbulkan masalah kesehatan. Geografis negara Indonesia merupakan wilayah yang sesuai dengan tempat hidup dan berkembang biaknya berbagai jenis nyamuk yang berperan sebagai vektor penyakit. Genus Aedes merupakan vektor biologis dari penyakit DBD (Demam Berdarah Dengue). Kekhawatiran akan wabah penyakit DBD sekarang ini, mengakibatkan banyak masyarakat menggunakan larvasida kimiawi untuk memberantas jentik nyamuk. Penggunaan larvasida kimiawi dalam waktu lama menimbulkan efek samping yang membahayakan bagi kesehatan. Salah satu upaya untuk mengatasi masalah tersebut adalah dengan menggunakan larvasida alami dari tumbuhan yang tidak mencemari lingkungan dan aman untuk kesehatan. Untuk menyadarkan masyarakat agar menggunakan larvasida alami, perlu dilakukan sosialisasi pemanfaatan larvasida alami misalnya dari daun jeruk nipis sebagai pengganti larvasida kimiawi untuk membasmi jentik nyamuk. Daun jeruk nipis mengandung senyawa aktif yang toksik terhadap serangga namun mudah terurai di alam sehingga tidak mencemari lingkungan dan aman untuk kesehatan.

Pemilihan lokasi kegiatan, dipilih di Dusun Pendul Argorejo Sedayu Bantul, dengan pertimbangan Angka Bebas Jentik (ABJ) di desa Argorejo adalah 74% (dengan target 95%), sehingga masih berpotensi terjangkitnya kasus demam berdarah. Dengan adanya kegiatan pengabdian masyarakat dalam bentuk sosialisasi ini, diharapkan dapat membantu meningkatkan informasi dan pengetahuan tentang larvasida alami dari daun jeruk nipis, sehingga masyarakat di Dusun Pendul termotivasi untuk membuat sendiri larvasida dengan bahan daun jeruk nipis yang mudah didapat dan menjadikannya sebagai kegiatan ekonomi yang menguntungkan untuk meningkatkan kesehatan dan kesejahteraan masyarakat.

Kegiatan sosialisasi dilaksanakan dalam bentuk penyuluhan tentang larvasida alami dari daun jeruk nipis. Semua peserta menyatakan bahwa kegiatan sangat bermanfaat, karena menambah informasi dan pengetahuan, untuk membasmi jentik nyamuk dengan cara aman untuk kesehatan dan lingkungan. Peserta menginginkan kegiatan ini dapat terealisasi dalam bentuk praktek pembuatan larvasida dari daun jeruk nipis, sehingga masyarakat Dusun Pendul memerlukan pelatihan dengan pendampingan dan bimbingan dari Tim PbM UPN 'Veteran' Yogyakarta.

Kata kunci: *Sosialisasi pemanfaatan larvasida alami, daun jeruk nipis, dan Angka Bebas Jentik*

PENDAHULUAN

Nyamuk merupakan salah satu jenis serangga penghisap darah dan sekaligus vektor penyakit. Sebagai daerah tropis, geografis negara Indonesia merupakan wilayah yang sesuai dengan tempat hidup berbagai jenis nyamuk. Curah hujan yang tinggi menimbulkan banyak genangan air dimana – mana sehingga nyamuk akan sangat mudah berkembang biak. Berbagai penyakit dapat disebarkan oleh nyamuk, antara lain filariasis (kaki gajah) dan *encephalitis* oleh nyamuk *Culex*, malaria oleh nyamuk *Anopheles*, dan demam berdarah oleh nyamuk *Aedes* (Magfirah NA, 2014).

Demam Berdarah Dengue (DBD) adalah salah satu jenis penyakit yang akut (mendadak) disebabkan oleh virus dengue. Nyamuk *Aedes sp.* merupakan vektor utama demam berdarah dengue dan cikungunya. Demam berdarah dengue dan cikungunya merupakan salah satu masalah kesehatan lingkungan yang saat ini semakin luas daerah penyebarannya dan penderitanya cenderung meningkat (Dewi Astuti dan Handoko Santoso, 2016). Vektor utama dari Demam Berdarah Dengue adalah *Aedes aegypti* dan *Aedes albopictus* yang menggigit manusia. Air ludah nyamuk yang sudah terkontaminasi virus dengue dapat ditularkan kepada manusia. Pada saat ini di Indonesia tepatnya muncul virus Zika yang ditularkan oleh nyamuk *Aedes aegypti* (Resmi Aini et al, 2016). Virus dengue penyebab DBD, dan Dengue Shock Syndrome (DSS), sudah menyebar di seluruh wilayah Indonesia dan saat ini endemik hampir di 300 kabupaten/kota (Monika Noshirma dan Ruben Wadu Willa, 2016).

Di Kabupaten Bantul Yogyakarta, kasus DBD mengalami peningkatan, yaitu pada tahun 2014 terdapat 622 kasus, 2015 ada 1441 kasus dan pada tahun 2016 menjadi 2442 kasus. Peta penyebaran kasus DBD terdapat di seluruh kecamatan di kabupaten Bantul termasuk Kecamatan Sedayu (Profil Kesehatan Kaupaten Bantul 2016 dan 2017).

Dalam rangka pemberantasan sarang nyamuk, kecamatan Sedayu telah melaksanakan kegiatan Gerakan Serentak Pemberantasan Sarang Nyamuk Mandiri (Gertak PSN Mandiri) di 4 desa wilayah Kecamatan Sedayu. Kegiatan ini dilakukan rutin setiap 2 minggu pada hari Jumat oleh Tim Gertak Sedayu.

Salah satu kegiatan Gertak PSN Mandiri adalah mengetahui setiap rumah apakah sudah bebas jentik atau belum. Indikator potensi terjangkitnya demam berdarah disuatu wilayah adalah dengan mengetahui Angka Bebas Jentik (ABJ). Semakin tinggi ABJ, semakin kecil kemungkinan wilayah tersebut terjangkit kasus DBD. Dari hasil kegiatan ini diketahui ABJ untuk desa Argorejo adalah 74%. Angka ABJ tersebut masih di bawah target yaitu 95% (<http://www.tribratanevsnbantul.com/2017/07/gerakan-pemberantasan-sarang-nyamuk>)

Obat dan vaksin untuk mencegah penyakit demam berdarah sampai saat ini belum ditemukan. Salah satu cara untuk mengendalikan penyakit DBD adalah dengan mengendalikan vektornya yaitu dengan memutuskan siklus kehidupan nyamuk menggunakan larvasida. Metode yang dianggap paling efektif untuk mengendalikan nyamuk vektor demam berdarah dengan cara membunuh jentik-jentiknya (Nurhasanah, 2001). Saat ini larvasida kimiawi yang paling banyak digunakan untuk mengendalikan larva *Aedes* adalah temephos 1% (Abate).

Abate adalah larvasida temephos yang diproduksi oleh BASF. Abate efektif mematikan nyamuk dan hama serangga pada tingkat larva yang hidup di dalam air sebelum mereka mencapai usia dewasa. Temephos dapat menyebabkan penghambatan aktivitas kolinesterase pada manusia sehingga dapat menstimulasi sistem saraf. Efek samping yang dapat ditimbulkan dapat mempengaruhi individu dalam cara yang berbeda. Efek samping tersebut antara lain:

- Efek terhadap saluran pencernaan dapat berupa mual, muntah, air liur berlebihan, kram perut dan diare.
- Efek terhadap sistem pernapasan dapat berupa hidung meler.
- Efek terhadap penglihatan dapat berupa penglihatan kabur atau keremangan, miosis dan kaku otot siliaris, hilangnya daya akomodasi dan nyeri mata.
- Efek terhadap persarafan dapat berupa sakit kepala, pusing, vertigo, kehilangan koordinasi otot, bicara tidak jelas, kedutan dan fasikulasi otot (terutama lidah dan kelopak mata), kelemahan tubuh, kebingungan mental, disorientasi dan mengantuk.
- Pada paparan yang sangat tinggi dapat menyebabkan kelumpuhan pernafasan hingga kematian.

(<http://mediskus.com/abate>).

Kepala Seksi Pengendalian penyakit Bersumber Binatang, Dinas Kesehatan Klaten, Herry Martanto mengatakan Abate mengandung bahan kimia yang dapat menyebabkan kanker dalam tubuh. Penggunaan Abate memang diperbolehkan untuk mencegah berkembangbiaknya jentik nyamuk di dalam sebuah tampungan air, tetapi jika hal itu dilakukan terus menerus akan menyebabkan karsinogenik dalam tubuh yang menyebabkan kanker, jika berlangsung dalam waktu lama (<http://health.liputan6.com/read/366275/awas-abate-bisa-sebabkan-k...>).

Cara alternatif yang aman untuk mengurangi penggunaan larvasida kimiawi adalah dengan menggunakan larvasida dari bahan-bahan alami atau tumbuhan. Hal ini dikarenakan bahan yang terbuat dari bahan alami mudah terurai (biodegradable) di alam sehingga tidak mencemari lingkungan serta aman bagi manusia dan ternak peliharaan (Rina Murdani, 2014).

Larvasida alternative yang ramah lingkungan adalah yang menggunakan bahan alami, misalnya ekstrak daun jeruk nipis (*Citrus aurantifolia*). Ferguson (2002) menyebutkan komponen yang terdapat di dalam daun jeruk nipis adalah acetaldehyde, α penen, sabinen, myrcene, octano, talhinen, limonoida, T trans-2 hex-1 ol, terpinen, trans ocimen, cymeno, terpinolene, cis-2 pent-1 ol. Senyawa organik yang terdapat di dalamnya antara lain vitamin, asam amino, protein, steroid, alkaloid, senyawa larut lemak, senyawa tak larut lemak. Senyawa yang khas adalah senyawa golongan terpenoid yaitu senyawa limonoida. Senyawa ini yang berfungsi sebagai larvasida. Hamid (2012) menyebutkan limonoida menyebabkan rasa pahit pada jeruk dan mempunyai efek larvasida. Kandungan senyawa limonoida paling tinggi pada tanaman jeruk didapatkan pada bagian biji yaitu 927 $\mu\text{g}/100\text{ mg}$, pada bagian daun tanaman adalah 36,6 $\mu\text{g}/100\text{mg}$, pada bagian kulit 2,5 $\mu\text{g}/100\text{ mg}$, dan yang paling sedikit pada buah yaitu hanya 0,7 $\mu\text{g}/100\text{mg}$ (Suciani, 2013).

Keuntungan dari pembuatan larvasida daun jeruk nipis antara lain:

- a. Daun jeruk mudah didapat, berharga murah dan terjangkau oleh masyarakat umum, bahkan tidak perlu mengeluarkan uang untuk memperolehnya, apabila bahan diperoleh dari tanaman sendiri.
- b. Peralatan yang digunakan sederhana dan tidak membutuhkan banyak peralatan
- c. Pembuatannya mudah dan tidak memerlukan waktu yang lama
- d. Produk dapat dimanfaatkan oleh masyarakat atau dijual sehingga menambah penghasilan.
- e. Dapat mengurangi potensi penyakit DBD atau penyakit lain yang diakibatkan oleh nyamuk

Dusun Pendul, Desa Argorejo, Kecamatan Sedayu Kabupaten Bantul Yogyakarta mempunyai luas daerah kurang lebih 7,5 Ha, sebagian besar wilayahnya adalah perbukitan. Dusun Pendul terbagi menjadi 4 Rukun Tetangga (RT), terdiri dari 225 Kepala Keluarga (KK). Semua penduduknya bertempat tinggal di perkampungan. Untuk menuju Dusun Pendul, harus melalui

jalan utama kampung dari aspal, sedangkan untuk menuju rumah penduduk melalui jalan tanah atau jalan yang sebagian sudah di semen.



(a)



(b)

Gambar 1. (a). Kondisi Jalan menuju keperumahan penduduk di Dusun Pendul. (b). Salah satu rumah penduduk Dusun Pendul

Tingkat pendidikan masyarakat Pendul, lebih dari 50% adalah SLTP, dengan pekerjaan sebagai buruh bangunan, buruh peternakan ayam, petani, pembantu rumah tangga dan sangat sedikit yang mempunyai penghasilan tetap.

Sebagai dusun yang berada di wilayah desa Argorejo dengan Angka Bebas Jentik (ABJ) kurang dari 95%, maka potensi potensi terjangkitnya DBD di Dusun Pendul masih tinggi, hal ini sesuai dengan beberapa kasus DBD yang pernah terjadi di Dusun Pendul.

Potensi positif yang dimiliki oleh Dusun Pendul adalah penduduknya sebagian besar dalam usia produktif, dari sisi kepribadian mereka adalah tipe pekerja keras dan mempunyai keinginan untuk menjadi lebih baik. Potensi lainnya adalah disekitar rumah mereka adalah lahan kebun yang banyak ditumbuhi aneka tanaman salah satunya adalah tanaman jeruk nipis.

Usaha yang dapat dilakukan untuk memberantas penyakit DBD dan meningkatkan penghasilan masyarakat Dusun Pendul, dapat dilakukan melalui pemberdayaan masyarakat terutama ibu-ibu rumah tangga di Dusun Pendul, dengan mengolah jeruk nipis yang banyak tumbuh disekitar mereka, dimanfaatkan daunnya untuk diolah menjadi larvasida alami sebagai membasmi jentik nyamuk dan dapat dijadikan usaha rumah tangga untuk menambah penghasilan.

Berdasarkan survey awal terhadap beberapa penduduk dan Kepala Dusun Pendul, maka dapat diidentifikasi permasalahan-permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat Pendul, antara lain yaitu: belum pernah menggunakan larvasida alami untuk membasmi jentik nyamuk, kurangnya pengetahuan masyarakat Pendul mengenai manfaat dari daun jeruk nipis dan larvasida dari daun jeruk nipis. Untuk itu akan dilakukan sosialisasi yang dilakukan dalam bentuk penyuluhan atau ceramah, tanya jawab dan diskusi tentang larvasida alami, manfaat daun jeruk nipis sebagai bahan baku larvasida alami, serta menjelaskan cara pembuatan larvasida dari daun jeruk nipis, yang akan menambah pengetahuan dan pemahaman masyarakat tentang larvasida alami, larvasida dari daun jeruk nipis, serta cara pembuatannya, sehingga memotivasi mereka untuk membuat atau memproduksi.

METODE PENELITIAN

Metode pelaksanaan yang digunakan dalam kegiatan ini adalah metode kegiatan ceramah atau penyuluhan, tanya jawab, dan diskusi, tentang pembuatan larvasida dari daun jeruk nipis, dengan rincian sebagai berikut:

- a. Melakukan survey lapangan dan identifikasi masalah yang akan diselesaikan.
- b. Melakukan koordinasi internal dalam tim
- c. Melakukan koordinasi eksternal dengan Kepala Dusun, tokoh masyarakat Dusun Pendul untuk menjelaskan maksud, tujuan dan bentuk kegiatan, serta menentukan jadwal dan lokasi kegiatan.
- d. Memberikan penyuluhan atau ceramah, tanya jawab dan diskusi tentang larvasida alami, manfaat daun jeruk nipis sebagai bahan baku larvasida alami, serta menjelaskan cara pembuatan larvasida dari daun jeruk nipis.
- e. Melakukan evaluasi kegiatan.
- f. Akan dilakukan perbaikan berdasarkan hasil evaluasi yang telah dilakukan.

Khalayak sasaran kegiatan ini adalah ibu-ibu rumah tangga Dusun Pendul Argorejo Sedayu Bantul. Pemilihan sasaran kegiatan ini adalah dengan pertimbangan analisis situasi dan permasalahan yang dihadapi, selain itu mereka bersedia menerima, membantu dan berpartisipasi aktif dalam kegiatan ini. Dan yang lebih penting adalah mereka mempunyai minat dan motivasi untuk melakukan perbaikan.

Mitra dalam kegiatan ini Kepala Dusun Pendul Argorejo, Kecamatan Sedayu, Kabupaten Bantul. Minat mitra untuk melaksanakan program sangat tinggi. Hal ini dapat diketahui pada saat survey lapangan dari kegiatan ini. Bentuk partisipasi yang akan diberikan antara lain:

- Kesediaan untuk menyediakan tempat untuk pelaksanaan kegiatan.
- Bersedia berpartisipasi aktif dalam kegiatan.
- Jika kegiatan berlanjut sampai tahap pembuatan larvasida alami, mitra bersedia: menyediakan bahan baku daun jeruk nipis, bersedia untuk dilatih dan didampingi dalam pembuatan larvasida, bersedia untuk memanfaatkan larvasida yang sudah dibuat untuk membasmi jentik nyamuk.
- Bersedia untuk menyebarkan ilmu pengetahuan, teknologi, dan ketrampilan yang diperoleh dari kegiatan yang sudah dilakukan kepada masyarakat lain disekitarnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan ini dimulai dengan melakukan koordinasi dengan Kepala Dusun Pendul pada Selasa, tanggal 29 Mei 2018, pukul 18.30 – 19.30, di kediaman Kepala Dusun Pendul, untuk memberitahukan akan dilaksanakannya kegiatan pengabdian masyarakat, menjelaskan maksud, tujuan dan bentuk kegiatan, serta menentukan jadwal dan lokasi kegiatan. Dari hasil pembicaraan ini, disepakati kegiatan akan dilaksanakan di Balai Dusun Pendul. Karena kegiatan ini, pesertanya adalah ibu-ibu rumah tangga Dusun Pendul, Kepala Dusun menyarankan untuk penentuan waktu pelaksanaannya, agar berkoordinasi dengan Ketua PKK Dusun Pendul.



(a)



(b)



(c)



(d)

Gambar 2. (a). Koordinasi dengan Kepala Dusun Pendul, (b). Koordinasi dengan Ketua PKK Dusun Pendul, (c). Penyuluhan atau ceramah dilakukan oleh Ketua Tim PbM, (d). Peserta kegiatan

Koordinasi dengan Ketua PKK Dusun Pendul, dilakukan pada hari Minggu, 22 Juli 2018, pukul 08.00 – 09.00, disepakati untuk waktu pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat adalah pada hari Minggu, 29 Juli 2018, mulai pukul 13.00.

Kegiatan pengabdian masyarakat, dilaksanakan di Balai Dusun Pendul, pada hari Minggu, 29 Juli 2018, pukul 13.00-16.00. Jumlah peserta yang hadir adalah 40 orang. Dari kegiatan ini terlihat bahwa, peserta sangat antusias, terlihat dari hampir seluruh peserta datang lebih awal dari waktu yang telah disepakati, sehingga pelaksanaan kegiatan berjalan tepat waktu. Selama pelaksanaan kegiatan peserta memperhatikan dengan seksama penjelasan dari ketua Tim PbM. Kegiatan berjalan sangat lancar. Disela-sela penjelasan Ketua Tim PbM, ada pertanyaan yang diajukan oleh peserta. Pada akhir kegiatan, dilakukan diskusi dan tanya jawab. Peserta sangat antusias, terlihat banyaknya pertanyaan yang diajukan oleh peserta, antara lain tentang bahaya larvasida kimiawi, keuntungan larvasida alami, proses penyiapan bahan, tempat pembelian bahan, penggunaan larvasida alami dan lain-lainnya.

Peserta menyatakan tertarik dengan kegiatan yang telah dilakukan dan menyatakan kegiatan sangat bermanfaat, karena menambah informasi dan pengetahuan, untuk membasmi jentik nyamuk, dalam upaya untuk memberantas penyakit yang disebabkan nyamuk, terutama penyakit demam berdarah, dengan cara yang aman untuk kesehatan dan lingkungan. Pada akhir kegiatan ini, peserta meminta agar kegiatan dilanjutkan dalam bentuk praktek pembuatan

larvasida alami dari daun jeruk nipis, dalam bentuk pelatihan dengan pendampingan dan bimbingan dari Tim PbM sampai produk terbentuk dan dapat dimanfaatkan. Disepakati praktek pembuatan larvasida alami, dilakukan pada hari Minggu 16 September 2018, bertempat di Balai Dusun Pendul, pada pukul 10.00 – 15.00. Masing-masing RT di Dusun Pendul yaitu yaitu RT 49, 50, 51, dan 52, akan mengirimkan 10 orang ibu rumah tangga sebagai perwakilan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan dari kegiatan ini adalah:

- a. Kegiatan Sosialisasi Pemanfaatan Daun Jeruk Nipis (*Citrus aurantifolia*) untuk Pembuatan Larvasida sebagai Pengganti Abate, sangat bermanfaat, karena menambah informasi dan pengetahuan, untuk membasmi jentik nyamuk.
- b. Semua peserta menginginkan kegiatan ini dapat terealisasi dalam bentuk praktek pembuatan larvasida dari daun jeruk nipis, sehingga masyarakat Dusun Pendul memerlukan pelatihan dengan bimbingan dan pendampingan dari Tim PbM UPN ‘Veteran’ Yogyakarta.

Saran dari kegiatan ini adalah:

Perlu adanya kegiatan lanjutan mengenai teknik pembuatan larvasida alami dalam bentuk praktek dengan pendampingan dan bimbingan, yang dapat memotivasi ibu rumah tangga Dusun Pendul untuk membuat secara mandiri larvasida dari daun jeruk nipis yang dapat digunakan sendiri untuk memberantas jentik nyamuk sehingga dapat membebaskan warga Dusun Pendul dari penyakit yang disebabkan oleh nyamuk dan dapat dijadikan usaha rumah tangga.

REFERENSI

- Ameliana Pratiwi, 2013, Studi Deskriptif Penerimaan Masyarakat Terhadap Larvasida Alami, <http://lib.unnes.ac.id/20019/1/6450408054.pdf>, diunduh 26 Maret 2018
- Dewi Astuti, Handoko Santoso, Pengaruh Variasi Dosis Larutan Daun Serai (*Andropogon Nardus* L.) terhadap Mortalitas Larva Nyamuk *Aedes* Sp Sebagai Sumber Belajar Biologi, Pendidikan Biologi FKIP Universitas Muhammadiyah Metro
- Lintje Boekoesoe, Herlina Jusuf, 2015, Pembuatan Larvasida dari Daun Jeruk Nipis (*Citrus aurantifolia*) sebagai Pengganti Bubuk Abate, Jurusan Kesehatan Masyarakat, Fakultas Ilmu-ilmu Kesehatan dan Keolahragaan, Universitas Negeri Gorontalo
- Maqfirah Nur Arifin, 2014, Pengaruh Ekstrak n-Heksan Serai Wangi *Cymbopogon Nardus* (L.) Randle pada Berbagai Konsentrasi terhadap Periode Menghisap Darah dari Nyamuk *Aedes aegypti*, Jurusan Biologi, FMIPA, Universitas Hasanuddin Makassar
- Monika Noshirma, Ruben Wadu Willa, 2016, Larvasida Hayati yang Digunakan dalam Upaya Pengendalian Vektor Penyakit Demam Berdarah Di Indonesia, SEL Vol. 3 No. 1 Juli 2016: 31-40, ejournal.litbang.depkes.go.id/index.php/sel/article/download/6380/4814, diunduh 26 Maret 2018
- Resmi Aini, Rina Widiastuti, Nuha Afra Nadhifa, 2016, Uji Efektifitas Formula Spray dari Minyak Atsiri Herba Kemangi (*Ocimum Sanctum* L.) Sebagai Repellent Nyamuk *Aedes Aegypti*, Jurnal Ilmiah Manuntung, 2(2), 189-197, Akademi Farmasi Samarinda
- Rina Murdani, 2014, Keefektifan Daya Bunuh Ekstrak Daun Jeruk Nipis (*Citrus*

aurantifolia) terhadap Kematian Larva Nyamuk *Aedes Aegypti* Instar III, Program Studi Kesehatan Masyarakat Fakultas Ilmu Kesehatan Universitas Muhammadiyah Surakarta, <http://eprints.ums.ac.id/29078/10/02>. NASKAH PUBLIKASI.pdf, diunduh 26 Maret 2018

- Suciani, 2013, Pengaruh Ekstrak Daun Jeruk Nipis *Citrus aurantifolia* (Christm.) Swingle Terhadap Perkembangan Larva Nyamuk *Aedes aegypti* L., <http://repositori.uin-alauddin.ac.id/7561/1/suciani.pdf>, diunduh 26 Maret 2018
- <http://dinkes.bantulkab.go.id/filestorage/dokumen/2016/10/narasi%20profil%202016.pdf>, Profil Kesehatan Kab.Bantul 2016, diunduh 16 Maret 2018
- <http://dinkes.bantulkab.go.id/filestorage/dokumen/2017/10/narasi%20profil%202017.pdf>, Profil Kesehatan Kab.Bantul 2017, diunduh 24 Maret 2018
- <http://www.tribratanevsnbantul.com/2017/07/gerakan-pemberantasan-sarang-nyamuk>, Gerakan Pemberantasan Sarang Nyamuk Di Sedayu, Tribrata News Bantul, diunduh 16 Maret 2018
- <http://mediskus.com/abate>, Abate: Kegunaan, Dosis, Efek samping, diunduh 26 Maret 2018
- <http://health.liputan6.com/read/366275/awas-abate-bisa-sebabkan-k...>, Awas Abate Bisa Sebabkan Kanker, diunduh 26 Maret 2018.

**PENDAMPINGAN PEMANFAATAN TEKNOLOGI INFORMASI
DALAM PEMASARAN HEWAN QURBAN DAN MASAKAN
KEDAI KAMBING BAGI SEKOLAH KAUM MISKIN KOTA –
GAJAHWONG KAMPUNG LEDOK TIMOHO YOGYAKARTA.**

Herlina Jayadianti, Juwairiah, Yuli Fauziah

Prodi Sistem Informasi, Jurusan Teknik Informatika, Fakultas Teknik Industri
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta
e-mail: herlinajayadianti@gmail.com

ABSTRAK

Sekolah Gajahwong didirikan di bantaran sungai gajahwong di sisi selatan Yogyakarta. Sekolah ini didirikan oleh yayasan taabah untuk mengakomodasi anak-anak di bantaran sungai yang minim perhatian pemerintah dari sisi pendidikan. Sekolah ini bertahan dengan perjuangan secara mandiri, dari berjualan kambing Qurban setahun sekali serta mendirikan kedai kambing dengan nama "Kedai Kambing Balai Kota". Promosi dan pemasaran menjadi masalah utama dalam pengembangan usaha yang dijalankan oleh sekolah gajahwong. Tujuan utama dari Pengabdian bagi Masyarakat (PbM) ini adalah memberikan pendampingan teknologi informasi untuk membantu pemasaran dan promosi penjualan kambing Qurban dan masakan kedai kambing balaikota. Hasil luaran dari PbM ini adalah Web, Foto foto produk dan karya tulis.

Kata kunci: Gajahwong, Kedai kambing balaikota, Hewan Qurban

PENDAHULUAN

Tim Advokasi Arus Bawah atau disingkat TAABAH memelopori penyelenggaraan sekolah pendidikan anak usia dini atau paud yang diberi nama Sekolah GajahWong. Sekolah ini ditujukan bagi warga pinggir sungai GajahWong yang notabene warga pengemis, pemulung dan pengamen. Kegiatan serta advokasi yang dilakukan oleh TAABAH membawa komunitas ini bisa terpenuhi hak-hak dasarnya sebagai warga negara Indonesia. Dari berbagai kegiatan pemberdayaannya yang belum banyak tersentuh adalah keberadaan anak-anak khususnya pada anak usia dini yang setiap tahun semakin bertambah jumlahnya. Anak-anak di tempat ini masih dilibatkan dalam urusan kebutuhan ekonomi seperti mengamen, mengemis, memulung dan lain sebagainya. Mereka menamai komunitasnya sebagai Komunitas Ledhok Timoho yang mendiami Kawasan Timoho timur Yogyakarta, tepat dipinggir sungai gajah wong. Satu satunya akses keluar masuk warga adalah jalan selebar 1.5 meter. Warga komunitas tinggal di sekitar jembatan peninggalan pemerintah orde baru yang selesai dibangun pada tahun 1998. Perjuangan Komunitas Ledhok Timoho mendirikan sekolah gajahwong mendapat titik terang. Beberapa waktu lalu sekolah ini diresmikan. Warga Komunitas Ledhok Timoho bergotong royong mengadakan acara peresmian Sekolah GajahWong. Turut hadir pula putri sulung Sri Sultan Hamengkubuwono X, GKR Pembayun yang dalam kesempatan itu menandatangani batu peresmian gedung **Sekolah Gajahwong**. Komunitas Ledhok Timoho saat ini telah beranggotakan 179 jiwa yang terdiri dari

55 Kepala Keluarga. Komunitas ini berharap segera mendapat pengakuan dari pemerintah secara administratif. Mereka berharap keberadaan komunitas ini bisa diakui melalui pemekaran wilayah RT baru di Kelurahan Muja Muju atau menjadi bagian wilayah administratif RT yang sudah ada.

Keberadaan Sekolah GajahWong diharapkan bisa merubah nasib garis keturunan warga Komunitas Ledhok Timoho. Mereka kini berkeinginan kuat agar anak-anaknya kelak memiliki nasib yang lebih baik dengan bekal ilmu yang didapat dari bangku sekolah. Sekolah ini didirikan gratis dengan kesukarelaan para pendidiknya. Sebagai upaya keberlanjutan, untuk mendukung biaya operasional sekolah GajahWong dan menggaji guru-gurunya, segala kegiatan dilakukan untuk menjaga keberlangsungan sekolah ini salah satunya dengan mengumpulkan sampah (memulung), memelihara kambing, menjual hewan Qurban hingga membuat kedai sate kambing kecil kecilan.

Ada juga beberapa donatur yang memberikan sumbangan sukarela untuk sekolah Gajah Wong. Dari sisi Penjualan hewan Qurban dan dihubungkan dengan kecepatan teknologi informasi dapat dikatakan bahwa Yayasan Taabah kalah bersaing dengan para penjual hewan Qurban yang telah menggunakan dan memanfaatkan teknologi informasi dalam bisnisnya. Selama ini untuk pemasaran dan promosi penjualan kambing masih melalui facebook, sehingga hanya terbatas untuk teman-teman yang menjadi relasi dan teman dalam media sosial tersebut.

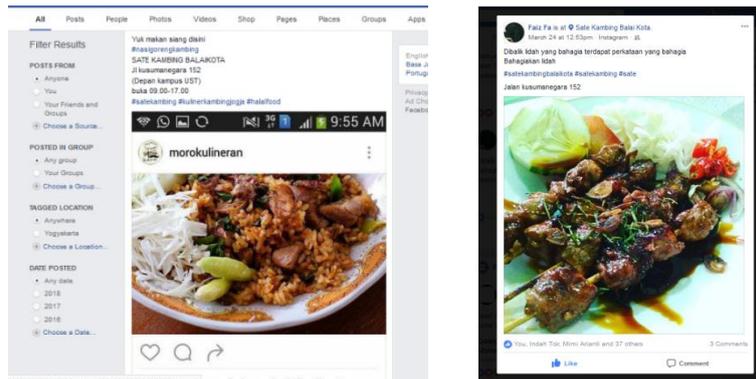


Gambar 1. Peternakan Gajahwong (gajah wong farm)



Gambar 2. Sekolah Gajah Wong

Masalah kedua adalah **Kedai Kambing Balaikota**, untuk pemasaran masakan yang terbuat dari daging kambing. Karena untuk penjualan kambing kurban hanya terbatas di bulan yang mendekati hari raya Idul Adha, sedangkan di bulan-bulan lain, penjualan hanya sedikit. Sehingga pemilik sekolah Gajah Wong (Faiz Fakhruddin) membuka Kedai Sate Kambing dekat Balaikota yang menjual berbagai macam masakan dari daging kambing.



Gambar 3. Pemasaran menu kedai kambing balaikota melalui Facebook

Selama ini pemasaran juga masih menggunakan facebook sehingga masih terbatas untuk kalangan teman-teman yang sudah dikenal.



Gambar 4. Kedai kambing balai kota membutuhkan pemasaran yang lebih luas melalui teknologi Informasi

PERMASALAHAN MITRA

Berdasarkan uraian di atas dan hasil diskusi dengan pemilik sekolah Gajah Wong diidentifikasi permasalahan-permasalahan yang dihadapi oleh mitra yakni :

1. Penjualan menu kedai kambing Balaikota yang belum memanfaatkan teknologi Informasi seperti Gofood.
2. Penjualan kambing Qurban Gajahwong farm belum memanfaatkan Teknologi Informasi.
3. Aspek E-Marketing menjadi masalah utama baik dipenjualan menu makanan kambing balai kota dan serta Penjualan hewan Qurban.

E-MARKETING MENU KEDAI KAMBING BALAI KOTA

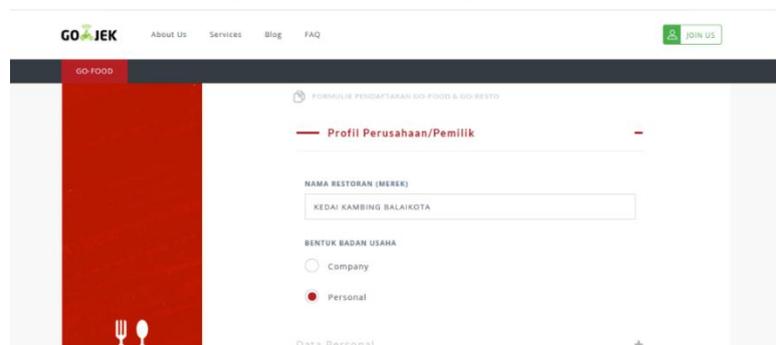
Untuk membantu meningkatkan pemasaran menu kedai kambing balaikota maka menu yang ada pada kedai kambing balai kota akan didaftarkan pada fitur aplikasi Go-jek yakni Go-Food. Fitur ini memungkinkan pengguna untuk memesan makanan dari berbagai pilihan restoran yang disesuaikan dengan lokasi. Tahap yang dilakukan untuk mendukung menu kedai kambing balaikota terdaftar di Go Food adalah :

1. Mengisi Formulir melalui laman website Go-jek <https://www.go-jek.com/go-food/bisnis/>



Gambar 5. Laman Go-Jek → fitur Go Food Online untuk pendaftaran kedai atau restaurant

Selanjutnya mengisi formulir pendaftaran seperti pada Gambar 6.



Gambar 6. Laman Go-Jek → fitur Go Food Online untuk pendaftaran kedai atau restaurant

2. Selanjutnya adalah pengecekan email

Proses verifikasi via *email perlu dilakukan*. Setelah itu, akan ada pengisian formulir lanjutan yang harus diikuti dengan benar. Satu hal penting adalah pastikan saat membalas *email (reply)* pemilik kedai kambing balaikota menggunakan format sesuai dengan yang diminta pihak Go Food.

3. Melengkapi berkas yang diminta oleh Go Food.

Data data meliputi : Nama , Identitas, Alamat, Informasi restoran dan Informasi penagihan. Dalam informasi penagihan, kedai diminta melengkapi data dan info seperti: Nama NPWP, Lampiran salinan sertifikat NPWP, Lampiran kartu identitas, Nomor registrasi NPWP, dan Alamat NPWP. Selain itu foto foto makanan, daftar menu, harga,

4. Menunggu konfirmasi pihak Go Food.

Untuk pendaftaran di GoFood tim pengabdian masyarakat tidak bisa mendampingi hingga tuntas dikarenakan kedai kambing balaikota belum memiliki NPWP serta sistem

penagihan yang belum baik. Maka untuk tahap pendaftaran Go Food tim pengabdian masyarakat membatasi masalah menjadi:

1. Pendampingan pengenalan laman Go Food.
2. Pendampingan dalam pengambilan foto makanan dengan baik. Untuk tahapan ini dibantu tim multimedia Teknik Informatika UPN “Veteran” Yogyakarta.

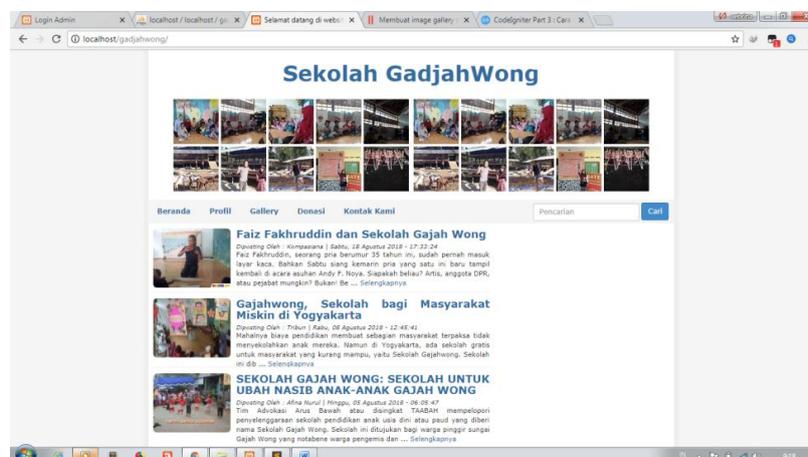
Web Untuk pemasaran Hewan Qurban dan Promosi makanan Kedai Kambing Balai Kota

Website merupakan halaman situs sistem informasi yang dapat diakses secara cepat. *Website* ini didasari dari adanya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Melalui perkembangan teknologi informasi, tercipta suatu jaringan antar komputer yang saling berkaitan. Jaringan yang dikenal dengan istilah internet secara terus-menerus menjadi pesan-pesan elektronik, termasuk *e-mail*, transmisi *file*, dan komunikasi dua arah antar individu atau komputer.

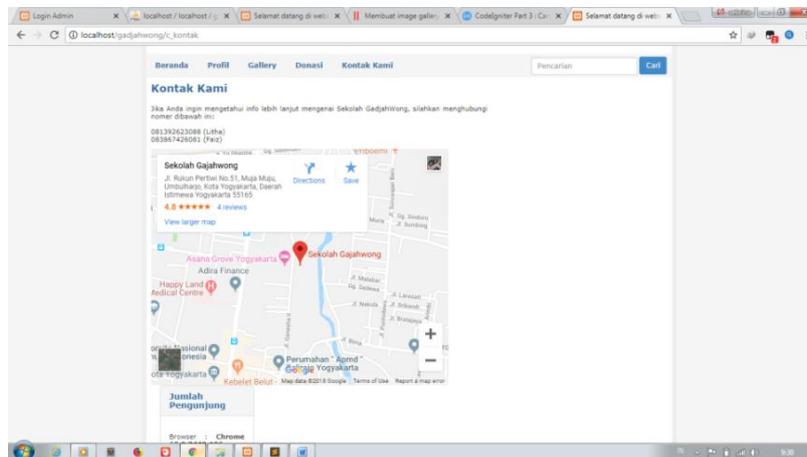
Fungsi Web Penjualan Kambing Qurban Sekolah gajah Wong

Secara umum situs web mempunyai fungsi sebagai berikut:

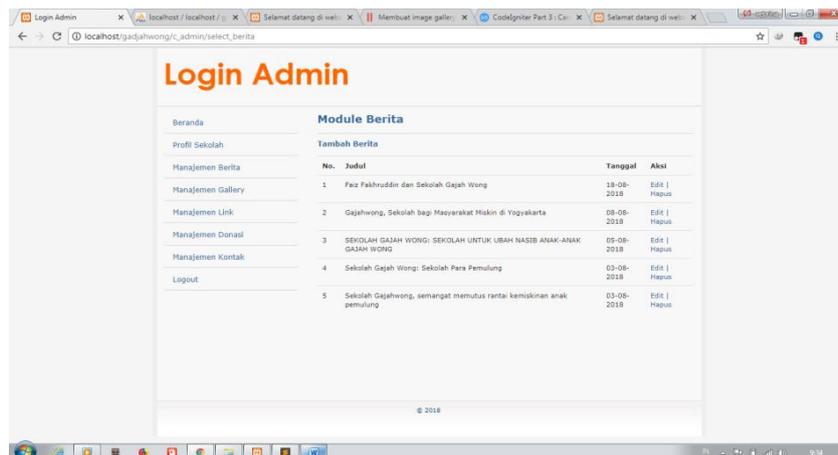
1. Fungsi komunikasi : Situs web yang mempunyai fungsi komunikasi pada umumnya adalah situs web dinamis. Karena dibuat menggunakan pemrograman web (*server side*) maka dilengkapi fasilitas yang memberikan fungsi-fungsi komunikasi, seperti *web mail*, *form contact*, *chatting form*, dan yang lainnya.
2. Fungsi informasi : Situs web yang memiliki fungsi informasi pada umumnya lebih menekankan pada kualitas bagian kontennya, karena tujuan situs tersebut adalah menyampaikan isisnya. Situs ini sebaiknya berisi teks dan grafik yang dapat di download dengan cepat. Pembatasan penggunaan animasi gambar dan elemen bergerak seperti shockwave dan java diyakini sebagai langkah yang tepat, diganti dengan fasilitas yang memberikan fungsi informasi seperti *news*, *profile company*, *library*, *reference*, dll.
3. Fungsi transaksi . Situs web dapat dijadikan sarana transaksi bisnis, baik barang, jasa, atau lainnya. Situs web ini menghubungkan perusahaan, konsumen, dan komunitas tertentu melalui transaksi elektronik. Pembayaran bisa menggunakan kartu kredit, transfer, atau dengan membayar secara langsung.



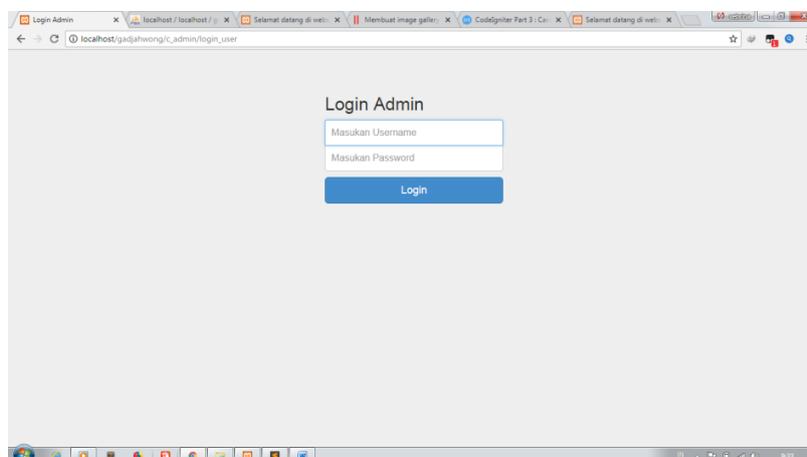
Gambar 7. Laman web memberikan informasi tentang Sekolah Gadjah Wong

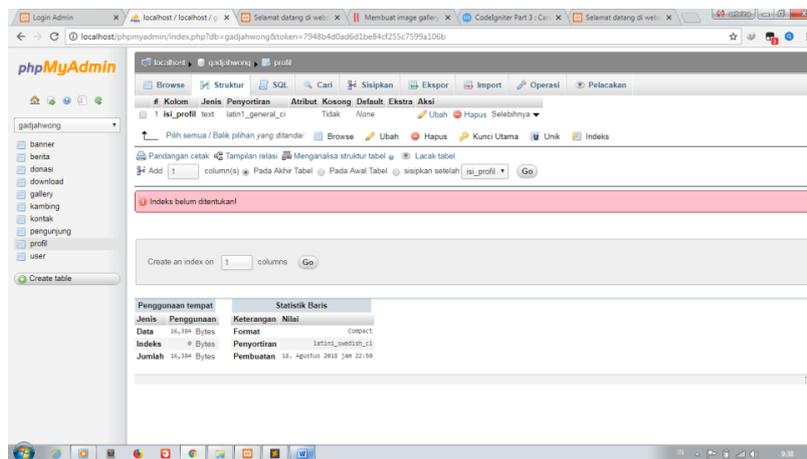
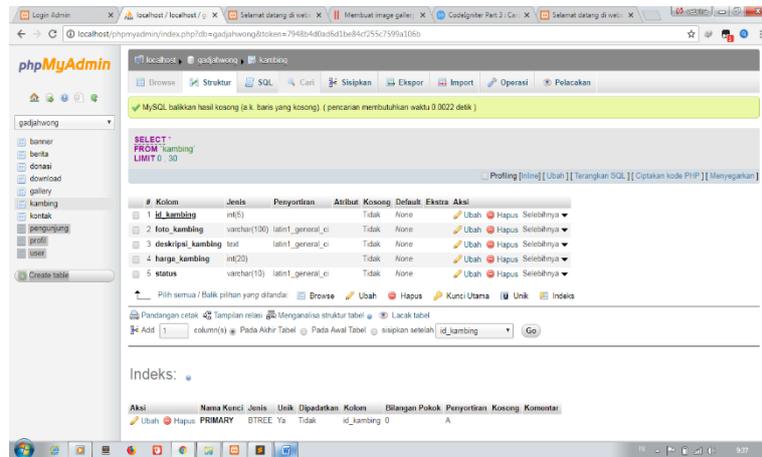


Gambar 8. Laman web memberikan informasi tentang Sekolah Gajah Wong



Gambar 9. Laman web memberikan informasi tentang Sekolah Gajah Wong





Gambar 10. Laman web php my admin

HASIL DAN PEMBAHASAN

Program yang dilaksanakan sesuai dengan tahapan sebagaimana diuraikan pada bagian Metodologi, telah menghasilkan luaran sebagai berikut:

1. Metode komunikasi produk Hewan Qurban dan Menu makanan Kedai Kambing Balaikota.
2. Naskah Publikasi dengan judul “Pendampingan Pemanfaatan Teknologi Informasi dalam pemasaran Hewan Qurban dan Masakan Kedai Kambing bagi Sekolah Kaum Miskin Kota – Gajahwong Kampung Ledok Timoho Yogyakarta.”
3. Foto foto menu makanan kedai kambing yang telah diambil dengan menggunakan teknik fotografi yang baik.

Selain dari ketercapaian target dan luaran, keberhasilan program juga dievaluasi berdasarkan kemanfaatannya, baik secara individu maupun kelompok. Secara umum program berjalan dengan sangat baik dan sangat bermanfaat bagi Yayasan Taabah dan Sekolah GadahWong. Secara rinci, hasil evaluasi kemanfaatan yang timbul sebagai akibat dari kegiatan-kegiatan ini adalah:

1. Pengurus tersadar akan permasalahan lemahnya konten visual dan komunikasi untuk memasarkan hewan Qurban dan menu makanan kedai kambing Balaikota.
2. Pengurus yayasan taabah termotivasi memproduksi konten visual dan komunikasi *multimedia* sebagai sarana penguatan *E-Marketing sekolah gajahwong*.
3. Peningkatan cara berpikir pengurus yayasan Taabah terkait pemanfaatan teknologi multimedia dengan memberi contoh hasil foto produk yang telah dilakukan tim PbM.

KESIMPULAN DAN SARAN

UCAPAN TERIMA KASIH

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta atas dukungan financial dan moral serta kepada pengurus/anggota yayasan taabah dan sekolah gajahwong atas kerja sama yang telah diberikan.

**PENDAMPINGAN TEKNIK PRODUKSI KONTEN VISUAL
DAN KOMUNIKASI PEMASARAN BERBASIS MULTIMEDIA
SEBAGAI SARANA PENGEMBANGAN E-MARKETING
KELOMPOK PENGRAJIN ANYAMAN BAMBU SARJIMAN**

Oliver Samuel Simanjuntak, Heriyanto

Teknik Informatika, Fakultas Teknik Industri UPN "Veteran" Yogyakarta

email: oliver.simanjuntak@upnyk.ac.id , mr_heriyanto_skom@yahoo.com

ABSTRACT

Mentoring visual content production techniques and multimedia-based marketing communication for KPAB "SARJIMAN" aims to build independence and increase the confidence of KPAB "SARJIMAN" members and administrators in the development and management of visual content and multimedia-based marketing communication as a means of e-marketing development. With the use of e-marketing, KPAB craftsmen "SARJIMAN" can easily communicate the marketing of their products. Learning to make photos, videos, animations as good visual content products makes people as potential consumers more interested and easy in identifying bamboo woven crafts without having to come to the exhibition / workshop. Visual content production techniques and multimedia-based marketing communications can provide several benefits, as follows: a) Increasing interest in prospective buyers. By utilizing multimedia technology in visual content based on internet applications, the delivery of information and marketing communication to the public can be carried out. Multimedia-based visual content publishes every KPAB "SARJIMAN" business pottery product more appealing. So that the image of the "SARJIMAN" KPAB pottery product can be known and known to the public, and ultimately increase the sales of KPAB "SARJIMAN" pottery products. b) Wide market for KPAB bamboo products "SARJIMAN". By utilizing e-marketing, marketing communication can be widely conveyed to people everywhere. Marketing communication is also not limited to space and time, 24 hours a day, 7 days a week, 365 days a year, marketing communication will continue to be carried out.

Keywords: *visual content, marketing communication, multimedia, e-marketing*

PENDAHULUAN

Di Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta, desa sentra industri kerajinan anyaman bambu berkembang merata di hampir tiap kabupaten. Salah satu desa sentra industri anyaman bambu yang berada di Kabupaten Sleman yaitu Desa Sumberagung. Pada Gambar. 1, Dusun Malangan, Desa Sumberagung sebagai Desa Wisata memiliki beberapa kelompok pengrajin anyaman bambu. Salah satu kelompok pengrajin anyaman bambu mikro di Desa Sumberagung yang

berkembang dan produktif adalah Kelopok Pengrajin Anyaman Bambu (KPAB) SARJIMAN, Gambar 2. KPAB SARJIMAN yang berdiri sejak tahun 2006 telah banyak memproduksi produk anyaman bambu, diantaranya adalah: *beseq, tampah, tenggok, kreneng*, kap lampu, tempat tisu, tempat buah, tempat koran. KPAB SARJIMAN yang beralamat lengkap di Desa Sumberagung, Kecamatan Moyudan, Kabupaten Sleman, Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. KPAB SARJIMAN memiliki 8 (delapan) anggota pengrajin mikro yang berkembang, aktif dan produktif, seperti yang terlihat pada Gambar.2. Pada periode kepengurusan tahun 2017-2019, KPAB SARJIMAN diketuai oleh Ibu Ani Yastuti. KPAB SARJIMAN dibentuk sebagai wadah para pengrajin untuk berdiskusi dan berkembang secara bersama dalam beberapa aspek sebagai berikut:

- a. Peningkatan kualitas produk kerajinan,
- b. Pemanfaatan fasilitas pinjaman modal
- c. Pengembangan kemitraan usaha
- d. Peningkatan pemasaran produk dan
- e. Perluasan jaringan distribusi pemasaran.

KPAB SARJIMAN memiliki permasalahan penting pada aspek peningkatan pemasaran dan perluasan jaringan distribusi pemasaran. Seperti pelaku usaha yang lain, pemasaran produk dan perluasan jaringan distribusi pemasaran memegang peran penting dalam pengembangan usaha. KPAB SARJIMAN mengetahui secara pasti bahwa aspek peningkatan pemasaran dan perluasan jaringan distribusi merupakan “ujung tombak” dari usaha anyaman bambu yang dilakukannya. Pemasaran dan perluasan jaringan distribusi menjadi barometer atau standar keberhasilan suatu pelaku usaha dalam peraihian pangsa pasar yang seluas-luasnya. Namun demikian, pasar dan jaringan distribusi KPAB SARJIMAN masih terbatas pada jaringan distribusi lokal dan dengan cara pemasaran tradisional. Dalam jaringan distribusi lokal, KPAB SARJIMAN memasarkan produk anyaman bambu kepada beberapa toko kerajinan di kawasan wisata Malioboro, Candi Borobudur dan Kraton Yogyakarta. Dalam pemasaran tradisional, pemasaran KPAB SARJIMAN dilakukan dengan menyebarkan brosur dan kartu nama pada tiap event khusus berupa pameran kerajinan yang diselenggarakan oleh Pemerintah Daerah (Pemda) dan instansi yang lain. Beberapa permasalahan yang ada pada keterbatasan jaringan distribusi lokal dan penggunaan cara pemasaran tradisional, diantaranya adalah:

- a. Tingkat penjualan tergantung pada wisatawan dan penduduk lokal.
- b. Kunjungan wisatawan yang tidak menentu (pada musim tidak liburan, tempat wisata akan sepi) berpengaruh pada penjualan produk
- c. Wisatawan tidak ingin membeli produk anyaman bambu yang memiliki berat dan ukuran yang dirasa cukup memberatkan, merepotkan dan membebani perjalanannya
- d. Media promosi tidak menarik, masyarakat tidak tertarik membeli
- e. Masyarakat ragu akan manfaat dan kegunaan produk anyaman bambu.



Gambar 1. Wisata Kerajinan di Dusun Malangan, Desa Moyudan, Kec. Moyudan



Gambar 2. Pengrajin Anyaman Bambu

Berdasar permasalahan pasar dan jaringan distribusi KPAB SARJIMAN, KPAB SARJIMAN memerlukan beberapa hal sebagai berikut:

- Perlunya memperluas jaringan distribusi pemasaran untuk dapat memanfaatkan peluang pasar.
- Peningkatan promosi produk, baik di dalam maupun luar negeri.

Strategi yang sedang berkembang saat ini adalah melalui media internet dan teknologi multimedia, yaitu bauran produksi konten visual multimedia dan komunikasi pemasaran. Menurut Wulandari, dkk (2015), komunikasi pemasaran produk dilakukan dengan cara yang lebih mudah dan luas yaitu dengan penggunaan media elektronik (*e-marketing*). Dengan adanya *e-marketing*, pengguna dapat mencari informasi yang diinginkan dengan mudah, cepat, dan luas. Meningkatnya pengguna internet juga dirasakan oleh pelaku bisnis yang memanfaatkan teknologi informasi untuk mempermudah kegiatan bisnis. *E-marketing* merupakan proses pengembangan pemasaran dari pemasaran tradisional, dimana *e-marketing* memberikan konten visual multimedia secara langsung ke konsumen yang ditargetkan. Dengan adanya konten visual multimedia, peranan teknologi multimedia saat ini menjadi semakin menonjol dalam persaingannya di dunia industri anyaman bambu. Teknologi multimedia adalah kombinasi berbagai sarana baik berupa teks, gambar, suara, animasi maupun video untuk menampilkan atau sebagai medium untuk mendistribusikan informasi dalam berbagai bentuk melalui peralatan digital (Arifin, Y dkk, 2015). Multimedia mampu memberikan nuansa lain dalam menginformasikan suatu hal kepada khalayak. Menurut Yahya (2018), tidak hanya sekedar teks atau gambar saja yang ditampilkan dalam penyajian informasinya, namun suara, video, serta animasinya menjadi satu kesatuan sehingga menghasilkan visualisasi yang menarik dan mampu membawa masyarakat untuk tertarik melihat anyaman bambu. Bentuk konten visualisasi multimedia memiliki keunggulan, yaitu: sangat mudah mengingat / menginternalisasi informasi

berinteraksi dengan cara mendengar, melihat, dan melakukan. Peranan teknologi multimedia saat ini menjadi semakin menonjol dalam persaingannya di dunia industri kerajinan anyaman bambu karena multimedia mampu memberikan nuansa lain dalam menginformasikan suatu hal kepada khalayak. Menurut Tahalea (2016), teknologi multimedia membuat foto, video, animasi sebagai konten visual produk yang baik akan dapat membuat masyarakat sebagai calon konsumen lebih tertarik dan mudah untuk mengidentifikasi produk kerajinan mereka tanpa harus datang langsung ke *workshop/event* pameran. Konten visual menjadi satu kesatuan sehingga menghasilkan visualisasi yang menarik dan mampu membawa masyarakat untuk tertarik melihat kerajinan anyaman bambu. Menurut Sasongko (2012), konten visual multimedia menyediakan sarana yang sangat baik dalam berinteraksi secara interaktif antara masyarakat dengan produk.

Sesuai perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, teknik produksi konten visual dan komunikasi pemasaran berbasis multimedia menjadi sarana pengembangan *e-marketing* yang handal bagi KPAB “SARJIMAN”. Teknologi multimedia dalam produksi konten visual memungkinkan produk dapat tampil lebih menarik bagi konsumen. Teknologi internet dalam *e-marketing* sebagai suatu media komunikasi pemasaran memungkinkan terbukanya pasar anyaman bambu secara lebih luas. Teknik produksi konten visual dan komunikasi pemasaran berbasis multimedia dapat memberikan beberapa hal, sebagai berikut: a) Peningkatan minat calon pembeli. Dengan pemanfaatan teknologi multimedia dalam *konten visual* yang berbasis aplikasi internet, penyampaian informasi dan komunikasi kepada masyarakat dapat terlaksana untuk mempublikasikan setiap produk anyaman bambu usaha KPAB “SARJIMAN”, maka masyarakat sebagai konsumen dan calon konsumen dapat melihat dan mengetahui produk KPAB “SARJIMAN”. Sehingga citra produk anyaman bambu KPAB “SARJIMAN” dapat dikenal dan diketahui masyarakat, dan pada akhirnya menambah penjualan produk anyaman bambu KPAB “SARJIMAN”. b) Pasar produk anyaman bambu KPAB “SARJIMAN” yang semakin luas. Dengan pemanfaatan *e-marketing*, komunikasi pemasaran dapat tersampaikan kepada masyarakat yang terkoneksi internet dimanapun berada. Komunikasi pemasaran juga tidak terbatas akan waktu, 24 jam sehari, 7 hari seminggu, 365 hari setahun, komunikasi pemasaran akan terus dapat terlaksana.

Tim PbM telah memberikan pendampingan teknik produksi konten visual dan komunikasi pemasaran berbasis multimedia sebagai sarana pengembangan *e-marketing* kepada para anggota dan pengurus KPAB “SARJIMAN”. Pendampingan yang dilakukan Tim PbM dalam rangka pengembangan kemandirian dan peningkatan kepercayaan diri anggota dan pengurus KPAB “SARJIMAN” telah berhasil mengembangkan dan mengelola konten visual dan komunikasi pemasaran berbasis multimedia sebagai sarana pengembangan *e-marketing* produk anyaman bambu.

LUARAN

Dari kegiatan “Pendampingan Teknis Produksi Konten Visual dan Komunikasi *Multimedia* sebagai Sarana Penguatan *E-Marketing* Kelompok Pengrajin Anyaman Bambu SARJIMAN” yang telah dilaksanakan, memiliki luaran sebagai berikut:

- a. Perubahan media informasi dan komunikasi dalam pemasaran produk usaha KPAB “SARJIMAN” yang menjadi lebih baik, menarik, cepat, tepat dan luas, yaitu dengan penguasaan teknik pengambilan konten visual multimedia terkait produk anyaman bambu.

- b. Peningkatan penjualan produk usaha KPAB “SARJIMAN” melalui komunikasi produk dalam rangka pemasaran produk yang lebih menarik dan luas. Produk dikomunikasikan KPAB “SARJIMAN” secara luas dan menarik kepada masyarakat, dan selanjutnya diharapkan akan membangun ketertarikan masyarakat dalam pemesanan produk tersebut.

METODE PENYELESAIAN MASALAH

Dengan permasalahan mitra yang telah diuraikan, solusi alternatif kegiatan dapat dibedakan menjadi 2 (dua) aspek tinjau, yaitu:

- c. Aspek sumber daya manusia (SDM), dan
 d. Aspek e-marketing.

Kedua aspek tersebut dapat dijabarkan lebih lanjut dan dapat dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 1. Metode penyelesaian masalah

MASALAH	USULAN PENYELESAIAN MASALAH
2. ASPEK SUMBER DAYA MANUSIA (SDM)	
Keterbatasan SDM pengurus dan anggota KPAB SARJIMAN memanfaatkan teknik produksi konten visual	Pendampingan teknis pemanfaatan teknik produksi konten visual
Rasional: Dengan mengetahui teknik produksi konten visual, maka pengurus dan anggota KPAB SARJIMAN dapat mengenalkan produk anyaman bambunya kepada masyarakat dengan lebih menarik.	
Rendahnya pengetahuan dalam pemanfaatan komunikasi pemasaran dengan berbasis internet), SDM pengurus KPAB SARJIMAN tidak mampu mendapat manfaat dari teknologi informasi dan komunikasi (TIK), pada khususnya pemanfaatan internet untuk pemasaran hasil produk yang dilakukan secara terbatas pada lingkungan lokal.	Pendampingan pemanfaatan teknik komunikasi pemasaran berbasis aplikasi internet
Rasional: Melalui pendampingan pemanfaatan komunikasi pemasaran berbasis aplikasi internet, pelaksana pengabdian bagi masyarakat meningkatkan cara berpikir pengurus KPAB SARJIMAN terkait pemasaran dengan keterjangkauan lebih luas. Fasilitas internet dapat digunakan untuk memudahkan pemasaran dengan jangkauan yang lebih luas	
3. ASPEK E-MARKETING	
Terbatasnya cakupan area pemasaran. KPAB SARJIMAN menggunakan cara pemasaran konvensional dengan cakupan pasar lokal	Pendampingan pengelolaan konten visual multimedia produk KPAB “SARJIMAN” melalui teknologi multimedia berbasis aplikasi internet
Rasional: Dengan mempublikasikan setiap produk usaha KPAB “SARJIMAN”, maka masyarakat dapat melihat dan mengetahui produk usaha KPAB “SARJIMAN”. Sehingga citra produk usaha	

MASALAH	USULAN PENYELESAIAN MASALAH
KPAB “SARJIMAN” dapat dikenal dan diketahui masyarakat, dan pada akhirnya menambah penjualan produk usaha KPAB “SARJIMAN”.	
Kurang daya tarik masyarakat terhadap produk anyaman bambu.	Pendampingan pengelolaan komunikasi pemasaran berbasis aplikasi internet
<p>Rasional: Dengan mengkomunikasikan pemasaran yang lengkap, seperti: harga, warna, mekanisme pengiriman, alamat, pembayaran. Informasi dari komunikasi pemasaran yang lengkap dapat menumbuhkan kepercayaan dan minat masyarakat terhadap produk usaha KPAB “SARJIMAN”.</p>	

Proses pencarian solusi terhadap permasalahan yang ada, dilakukan melalui pendekatan dan diskusi bersama dari pelaksana PbM dan pengurus KPAB “SARJIMAN”. Diskusi yang dilaksanakan dapat mensinergikan kegiatan-kegiatan inovasi desain produk yang selama ini telah dilaksanakan untuk dapat dituangkan ke dalam sebuah produksi konten visual dan komunikasi pemasaran multimedia agar dapat di informasikan kepada masyarakat lebih luas dalam rangka penguatan e-marketing produk anyaman bambu. Metode pendekatan dan diskusi terhadap kebutuhan teknologi multimedia kepada pengurus KPAB “SARJIMAN”, dilakukan dengan memberikan pendampingan dalam rangka peningkatan kemampuan kepada pengurus (pada khususnya) dan anggota (pada umumnya). Dari jenis solusi yang ditawarkan oleh pelaksana pengabdian masyarakat, maka pelaksana mendapat partisipasi mitra (KPAB “SARJIMAN”) dalam produksi konten visual dan komunikasi multimedia sebagai sarana penguatan *e-marketing*. Dengan partisipasi mitra, tim dan mitra secara bersama berperan serta aktif dalam dukungan informasi/konten produk usaha dan kesanggupan dalam melaksanakan kegiatan dapat dilaksanakan secara bersama-sama. Hal ini karena mitra yang mengetahui pasti permasalahan yang dihadapi, apa yang diinginkan, dan bagaimana mereka menjalankan teknologi yang akan dibangun.

Secara keseluruhan, pelaksanaan kegiatan dapat dijabarkan beagai berikut:

- a. Koordinasi dengan mitra,
- b. Pengumpulan data/bahan.
- c. Pendampingan pengembangan konten visual teknologi multimedia,
- d. Evaluasi pengembangan konten visual teknologi multimedia.
- e. Pengelolaan komunikasi pemasaran produk anyaman bambu
- f. Evaluasi keberhasilan program dan keberlanjutan.

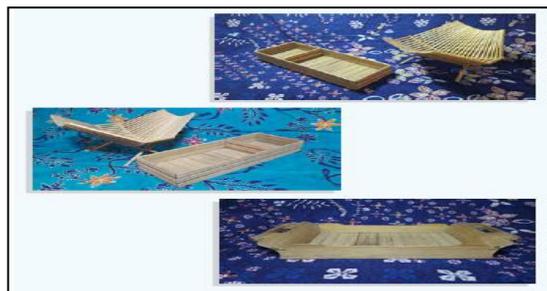


Gambar 3. Pelaksanaan pengabdian

HASIL DAN PEMBAHASAN

Program yang telah dilaksanakan sesuai dengan tahapan sebagaimana diuraikan pada bagian metodologi, telah menghasilkan beberapa hasil sebagai berikut:

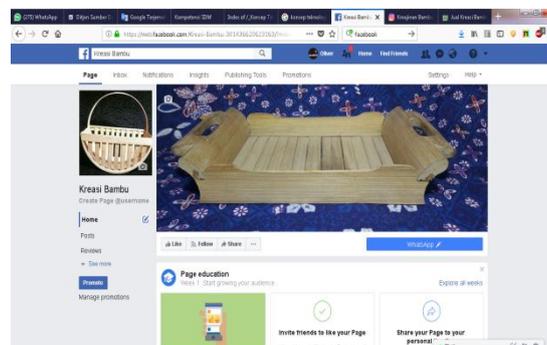
- a. Produk berupa konten visual multimedia yang dapat dipasarkan melalui media komunikasi pemasaran secara elektronik (e-marketing)



Gambar 4. Produk konten visual multimedia

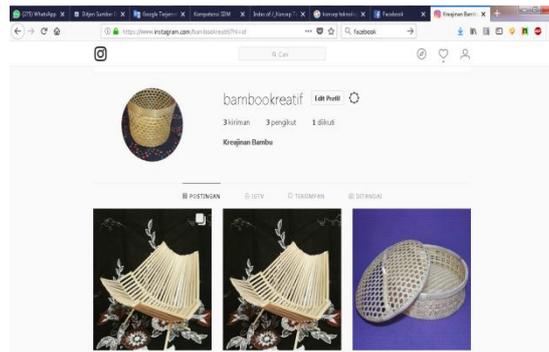
- b. Metode komunikasi produk. Metode komunikasi produk yang telah berhasil dikembangkan adalah sebagai berikut:

- Komunikasi via facebook. Pengembangan komunikasi via facebook menjadi media promosi yang sangat efektif. Facebook KPAB SARJIMAN dapat dilihat melalui alamat sebagai berikut: <https://web.facebook.com/pg/Kreasi-Bambu01436620623163/photos/>



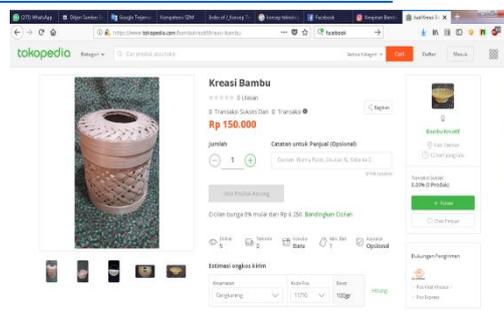
Gambar 5. Facebook KPAB SARJIMAN

- Komunikasi via instagram. Instagram merupakan salah satu jejaring sosial media yang memiliki angka pengguna tertinggi di dunia. Dengan fakta ini, promosi produk melalui instagram merupakan salah satu cara dan langkah yang cerdas. Instagram KPAB SARJIMAN dapat dilihat melalui alamat sebagai berikut:
<https://www.instagram.com/bambookreatif>



Gambar 6. Instagram KPAB SARJIMAN

- Komunikasi via tokopedia. Tokopedia merupakan salah satu daring perbelanjaan di Indonesia yang mengusung model bisnis *marketplace*. Tokopedia memungkinkan KPAB Sarjiman untuk membuka dan mengelola toko secara daring. Toko online KPAB SARJIMAN dapat dilihat melalui alamat sebagai berikut
<https://www.tokopedia.com/bambukreatif/kreasi-bambu>



Gambar 7. Tokopedia KPAB SARJIMAN

- c. *Manual Book*. Dalam manual book, tim PbM membantu proses belajar pengurus dan anggota KPAB SARJIMAN untuk membangun foto, video, animasi sebagai konten visual produk yang baik dalam kemandirian. Manual book ini berisi tentang:
 - UMKM dan pemasaran
 - E-marketing.
 - Konten visual multimedia.
 - Komunikasi pemasaran.
 - Teknik produksi konten.
 - Teknik komunikasi pemasaran.



Gambar 8. *Manual Book*

- d. Penfataran merek dagang. Merek dagang adalah merek yang digunakan pada anyaman bambu yang diperdagangkan oleh KPAB SARJIMAN untuk membedakan dengan barang-barang sejenis lainnya. Merek dagang KPAB SARJIMAN bernama bamboonest (sarang bambu)



Gambar 9. Merek dagang KPAB SARJIMAN

- e. Naskah Publikasi dengan judul “Pendampingan teknik produksi konten visual dan komunikasi pemasaran berbasis multimedia sebagai sarana pengembangan e-marketing kelompok pengrajin anyaman bambu sarjiman”

Selain dari ketercapaian target dan luaran, keberhasilan program juga dievaluasi berdasarkan kemanfaatannya, baik secara individu maupun kelompok. Secara umum program berjalan dengan sangat baik dan sangat bermanfaat bagi KPAB Sarjiman. Secara rinci, hasil evaluasi kemanfaatan yang timbul sebagai akibat dari kegiatan-kegiatan ini adalah:

- Pengurus tersadar akan permasalahan lemahnya konten visual dan komunikasi produk KPAB SARJIMAN.
- Pengurus KPAB termotivasi memproduksi konten visual dan komunikasi *multimedia* sebagai sarana penguatan *E-Marketing*.
- Peningkatan cara berpikir pengurus KPAB terkait pemanfaatan teknologi multimedia dengan memberi contoh hasil foto produk yang telah dilakukan tim PBM.

KESIMPULAN DAN SARAN

Dari pelaksanaan program Pengabdian bagi Masyarakat (PbM) dengan judul "Pendampingan Teknik Produksi Konten Visual dan Komunikasi Pemasaran berbasis Multimedia sebagai Sarana Pengembangan E-Marketing Kelompok Pengrajin Anyaman Bambu (KPAB) SARJIMAN" dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Peningkatan kemandirian dan kepercayaan diri anggota dan pengurus KPAB "SARJIMAN" dalam pengembangan dan pengelolaan konten visual dan komunikasi pemasaran berbasis multimedia sebagai sarana pengembangan *e-marketing* sangat diperlukan.
2. Kegiatan yang telah dilakukan meliputi:
 - Pengumpulan data/bahan,
 - Pengembangan Konten (Pengambilan Konten).
 - Evaluasi Pengembangan, dan
 - Produksi Awal Konten Multimedia,
 - Pendampingan teknik produksi konten visual-multimedia
 - Pendampingan komunikasi pemasaran produk.
 - Pendaftaran hki buku pendampingan,
 - Pendaftaran HKI buku pendampingan, serta
 - Penyiapan seminar hasil pengabdian
3. Dampak yang timbul sebagai akibat dari kegiatan-kegiatan ini adalah:
 - Pengurus tersadar akan permasalahan lemahnya konten visual dan komunikasi produk KPAB SARJIMAN
 - Pengurus KPAB termotivasi memproduksi konten visual dan komunikasi *multimedia* sebagai sarana penguatan *E-Marketing* dan
 - Peningkatan cara berpikir pengurus KPAB terkait pemanfaatan teknologi multimedia dengan memberi contoh hasil foto produk yang telah dilakukan tim PbM.
4. Kegiatan yang belum tuntas pada akhir program adalah terbit HKI buku pendampingan karena proses dari pendaftar hingga terbit akan memakan waktu yang panjang.

Sebagai saran, KPAB SARJIMAN merupakan kelompok dengan usaha yang cukup potensial untuk dikembangkan dengan bantuan teknologi multimedia serta pemasaran online. Namun demikian mayoritas anggota KPAB SARJIMAN adalah orang yang berusia cukup tua (>40 tahun). Dengan mayoritas anggota yang sudah tua, penerimaan dan kemampuan pendayagunaan teknologi multimedia dan internet pada anggota KPAB SARJIMAN tidaklah mudah. Tim PbM memberi saran akan pendampingan kepada generasi yang lebih muda, sehingga penerimaan dan kemampuan pendayagunaan teknologi multimedia dan internet akan lebih cepat dan mudah.

UCAPAN TERIMA KASIH

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta atas dukungan financial dan moral serta kepada pengurus/anggota KPAB Sarjiman atas kerja sama yang telah diberikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Y & Ricky, MY & Yesmaya, V, 2015, *Digital Multimedia*, Bina Nusantara Media & Publishing
- Sasongko, AK., 2012, diunduh dari *e-journal.uajy.ac.id* pada 23 Maret 2018, pukul 09.33 WIB
- Tahalea, Silviana, 2016, *Fotografi Produk Sebagai Sarana Promosi Produk Lampu untuk Perajin Lampu di Nitiprayan Yogyakarta*. Seminar Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat-Fakultas Seni Rupa dan Desain Universitas Trisakti.
- Yahya, Kurnia, 2018, *Alir Proses Produksi Produk Multimedia*, diunduh dari <http://kurnia.nireblog.com> pada 23 Maret 2018, pukul 09.33 WIB
- Wulandari, NT & Darwanto, DH & Irham, 2015, *Analysis of Added Value and Contribution of Bamboo Craft Industry to Society's Income Distributionin Sleman District*, Agro Ekonomi Vol. 26/No. 2

LITERASI KOMUNIKASI PEMASARAN BERBASIS ANDROID DESA WISATA WONOLELO, KABUPATEN BANTUL, YOGYAKARTA

Yenni Sri Utami, Dyah Sugandini, Nur Heri Cahyana, Agus Sasmito Aribowo
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta

ABSTRAK

Desan Wonolelo di Kabupaten Bantul memiliki potensi Wisata dan potensi sebagai industri kreatif. Ada beberapa spot wisata seperti Air Terjun Surupethek dan industri kreatif kain perca dan lincak yang dapat dikembangkan tetapi kurang terpublikasikan. Akibatnya produk-produk tersebut dipasarkan melalui pihak lain (tengkulak) dengan harga murah. Pengkajian untuk melihat kondisi Desa Wisata Wonolelo akhirnya dilakukan dengan pendekatan analisis SWOT. Tujuan utamanya adalah bagaimana memasarkan Desa Wisata Wonolelo berikut obyek wisata, produk seni dan kerajinan kreatif di dalamnya. Beberapa kegiatan juga dilakukan antara lain sosialisasi pemasaran berbasis android, pengembangan web dan aplikasi android. Hasilnya warga Desa Wonolelo menjadi bertambah wawasan untuk pemasaran online. Desa Wonolelo sudah memiliki aplikasi literasi untuk pemasaran berbasis web dan Android. Warga sudah paham dan memulai memasarkan sendiri produk-produknya melalui toko online di Internet.

Keywords : desa wisata, industri kreatif, literasi komunikasi, pemasaran, android

1. PENDAHULUAN

1.1. Analisis Situasi

Desa Wonolelo adalah sebuah desa yang terletak di Kecamatan Pleret, Kabupaten Bantul, Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Desa dengan luas wilayah 453,4705 Ha berpenduduk 5853 Jiwa, dengan 1906 KK, dengan jenis kelamin laki- laki 2872 Jiwa dan Perempuan 2981 Jiwa. Mata pencaharian yang dilakukan oleh masyarakat desa wonolelo sebagian besar adalah peternak 660 Orang, petani 483 orang, buruh tani 266 orang, serta tukang dan pengrajin 289 orang.

1.2. Potensi Industri Kreatif

Terdapat berbagai potensi desa yang ada di daerah Wonolelo yang dapat dikembangkan. Mata pencaharian unik masyarakat Wonolelo yang telah ditelusuri adalah kerajinan kain perca serta produksi meubeler bambu. Kain perca batik yang sebenarnya adalah suatu limbah industri ternyata menaruh potensi untuk dikembangkan menjadi suatu produk yang bernilai jual. Para ibu pengrajin kain perca tergabung dalam kelompok yang menamakan dirinya sebagai Buruh Rumahan Kreatif Bunda. Kelompok ini membuat kerajinan kain perca yang bahan bakunya diambil dari seorang pengusaha dan disetor kembali ke pengusaha tersebut. Hasil usaha kerajinan kain perca tersebut berupa tas dan dompet dengan berbagai variasi model, dengan harga yang relatif murah, antara Rp. 15.000,- hingga Rp. 30.000,-. Adapun biaya produksi untuk satu tas hanya dihargai Rp. 2.000,- sehingga apabila sehari bisa menghasilkan 10 buah tas kain perca

pengrajin hanya memperoleh upah sebesar 20.000 Rupiah. Sementara harga jual dari pengepul ke pedagang pengecer bisa mencapai dua kali lipat.

Kerajinan lainnya yang diproduksi oleh warga desa Wonolelo adalah lincak (kursi bambu) dengan tiga sandaran. Di antara beberapa produk meubeler bambu yang bisa diproduksi oleh perajin di wilayah ini, lincak tiga sandaran menjadi maskot produk kerajinan mereka, karena paling banyak diproduksi sekaligus laku terjual. Produk lain yang banyak juga diproduksi adalah kursi malas dan meja. Walau sumber daya dari Bojong sendiri tidak mendukung, namun produk meubeler dari bambu telah menjadi salah satu sumber penghasilan keluarga para perajin. Jenis bambu yang digunakan adalah bambu wulung yang didatangkan dari Pengasih Kulon Progo dan Gunung Kidul. Ada yang unik dari usaha ini, karena keuntungan yang diperoleh sangat kecil. Dari setiap lincak bambu yang dijual perajin kepada pengedar dengan harga Rp. 35.000, hanya diperoleh keuntungan 3 sampai 4 ribu rupiah. Penghasilan mereka didapat dari perhitungan upah borongan per lincak Rp. 10.000 dan sehari bisa diselesaikan 3 lincak oleh satu orang. Selain produk yang telah disebutkan mereka juga dapat memproduksi kursi, tempat tidur, rak, almari, selintru/penyekat dan kerei. Pasar produk mencakup wilayah DIY dan Jawa Tengah dan semua yang diproduksi selalu habis terjual.



Gambar 1. Pembuatan Kerajinan Lincak



Gambar 2. Kerajinan Lincak

1.3. Analisis Potensi Wisata

Dari sisi potensi wisata, ada beberapa objek yang sebenarnya bisa dijadikan tempat wisata dengan pemandangan yang indah, namun belum tergarap secara maksimal. Sebagai contoh adalah Air Terjun Surupethek, Bojong, Wonolelo. Lokasi air terjun yang berada di perbukitan dengan akses jalan sulit, menyebabkan air terjun ini kurang mendapat perhatian. Selain itu, ada berbagai spot dengan pemandangan yang bagus untuk dapat dikembangkan oleh Karang Taruna Desa Wonolelo.



Gambar 3. Air Terjun Surupethek

Dari sisi budaya, secara rutin Desa Wonolelo menyelenggarakan aktivitas budaya, misalnya gelar potensi budaya. Pada tahun 2016, acara tersebut diselenggarakan pada hari Sabtu-Minggu, 16-17 April 2016 di Pendopo Balai desa Wonolelo. Kelompok kesenian tersebut meliputi Jatilan, Emprak (Sholawatan), Hadroh, Tari dan Ketoprak. Tujuan diadakannya acara tersebut adalah sebagai upaya memperkenalkan kesenian tradisional kepada kaum muda dan juga untuk melestarikan budaya tersebut. Selain itu, hal ini merupakan salah satu upaya pemerintah desa untuk mengapresiasi dan memfasilitasi seluruh kelompok kesenian agar bisa tampil di hadapan masyarakat Desa Wonolelo.

Dari sisi aktivitas karang taruna, pemuda Wonolelo aktif mengadakan berbagai acara/kegiatan. Salah satu diantaranya yang telah berlangsung adalah mengadakan Festival Hadroh Tingkat DIY-Jateng yang dilaksanakan oleh Karang Taruna Unit Gemilang. Kegiatan ini akan dilaksanakan di halaman Masjid Nurul Islam Melikan. Kegiatan ini dalam rangka menghadapi bulan Romadhan. Festival Hadroh kali ini merupakan yang ke-3 setelah sebelumnya berhasil mengadakan Festival yang sama untuk tingkat DIY.

1.4. Pengembangan Desa Wonolela

Gambaran kondisi desa Wonolela diatas sangat potensial untuk dikembangkan sebagai salah satu destinasi wisata baru di Kabupaten Bantul. Trend *back to nature* belakangan ini sedang merajai dunia pariwisata dimana para wisatawan lebih memilih untuk berlibur ke kawasan alam yang memiliki keunikan dan dapat menambah keilmuan tentang alam serta kebudayaan yang ada di dalamnya. Kegiatan tersebut dikenal dengan istilah ekowisata yang menjadi bagian dari wisata minat khusus. Ceballos-Lascurain dalam Weaver (2012) pada *The Encyclopedia of Ecotourism* mendeskripsikan ekowisata adalah kunjungan ke daerah-daerah yang masih bersifat alami yang relatif masih belum terganggu dan terpolusi dengan tujuan spesifik untuk belajar, mengagumi dan menikmati pemandangan alam dengan tumbuhan satwa liarnya serta budaya (baik masa lalu maupun masa sekarang) yang ada ditempat tersebut. Ekowisata menawarkan kegiatan wisata yang lebih bermakna dan berkualitas dari sekedar perjalanan wisata biasa, menambah pengalaman

hidup, dan pengetahuan baru bagi pelaku wisata atau wisatawan. Tren *back to nature* menjadikan ekowisata sebagai salah satu bentuk wisata yang sangat potensial dimana tren tersebut menciptakan pergeseran paradigma kepariwisataan dari bentuk pariwisata massal menjadi pariwisata minat khusus (*mass tourism to alternative tourism*).

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Pengkajian Sejenis Terkait Pengembangan Desa Wisata

Pengkajian dan pengembangan desa wisata pernah dilakukan oleh akademisi antar lain pengembangan Desa Slopeng sebagai destinasi pariwisata. Teknik pengkajiannya dengan analisa deskriptif untuk menentukan karakteristiknya sebagai desa wisata. Analisa Delphi dipakai untuk mengetahui faktor pengembangan sebagai desa wisata. Hasil pengkajian berupa kriteria pengembangan desa wisata (Hawaniar & Suprihardjo, 2013). Pengkajian yang lain dilakukan untuk pengembangan Desa Wisata Bandungan di Kecamatan Pakong, Kabupaten Pamekasan. Pengkajian menggunakan pendekatan rasionalistik, teknik statistik deskriptif, analisa skoring, dilanjutkan analisa delphi. Hasil pengkajian berupa konsep pengembangan secara spasial maupun non spasial (Zakaria & Suprihardjo, 2014). Pengkajian lain tentang pengembangan desa wisata dilakukan untuk kawasan wisata Pantai Jatimalang dan memberdayakan masyarakat berbasis ekonomi kreatif. Kegiatan ini menggunakan metode Education for Sustainable Development (EfSD) yang berorientasi pada penyelesaian masalah dengan focus pada 3 pilar, yaitu ekonomi, ekologi, dan sosial (Setiawan & Zulfanita, 2015). Pengkajian tentang pengembangan desa wisata juga dilakukan dengan metode penelitian kualitatif dan pendekatan studi kasus yaitu pada pengkajian tentang pengembangan obyek dan wisata alam Air Terjun Jumog di Kabupaten Karanganyar (Devy & Soemanto, 2017).

2.2. Pengkajian Sejenis Terkait Teknologi Android untuk Desa Wisata

Pengkajian tentang pemanfaatan teknologi android untuk mendukung pengembangan desa wisata dilakukan antara lain membuat sebuah aplikasi untuk informasi lokasi desa wisata memanfaatkan Augmented Reality. Aplikasi ini berjalan pada smartphone dengan platform android, memanfaatkan teknologi augmented reality, dan menggunakan layanan berbasis lokasi (Sanjaya, 2016). Pengkajian sejenis dilakukan untuk mengembangkan sistem informasi geografis wisata Kabupaten Banyumas berbasis Android. Metode pengembangan menggunakan model waterfall dan sistem ini dibangun untuk memaksimalkan penyebaran informasi lokasi wisata (Hermawan & Harjono, 2016). Pengkajian sejenis bertujuan membangun suatu sistem informasi desa wisata di Kabupaten Bantul berbasis android (Nugraha, Tentua, & Fairuzabadi, 2017).

Berdasarkan artikel-artikel penelitian dan pengabdian masyarakat di atas dapat disimpulkan bahwa pengembangan aplikasi android untuk mengembangkan pariwisata sudah pernah dilakukan. Keunikan pada pengkajian ini adalah adanya literasi komunikasi pemasaran menggunakan media android dan website untuk memasarkan Desa Wisata Wonolelo berikut produk-produk kreatifnya.

3. METODOLOGI

3.1. Analisis Permasalahan

Permasalahan mitra perlu diringi menggunakan metode yang tepat. Metode yang dipilih untuk analisa permasalahan mitra adalah analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunity,

Threat). Secara teori fungsi dari analisis SWOT menurut Ferrel dan Harline (20013) adalah untuk mendapatkan informasi dari analisis situasi dan memisahkannya dalam pokok persoalan internal (kekuatan dan kelemahan) dan pokok persoalan eksternal (peluang dan ancaman) untuk desa Wonolelo. Hasil analisis swot terhadap kondisi Desa Wonolelo adalah sebagai berikut :

1. Strength

- a. Memiliki berbagai potensi wisata yang bagus
- b. Memiliki industri kreatif kerajinan yang sudah berjalan
- c. Memiliki potensi SDM Karangtaruna

2. Weakness

- a. Potensi wisata masih belum tergarap
- b. Kemasan produk kerajinan masih kurang menjual
- c. Belum adanya keseragaman dan kemampuan sumber daya manusia yang tergabung paguyuban buruh rumahan desa wonolelo
- d. Kurangnya kualitas produk, serta tidak adanya pengemasan produk yang baik
- e. Promosi yang masih bersifat tradisional
- f. Adanya ketergantungan terhadap pemilik modal

3. Opportunity

- a. Adanya keinginan dari karang taruna, buruh rumahan dan perangkat desa untuk maju
- b. Adanya peningkatan jumlah wisatawan di indonesia
- c. Adanya kemungkinan kerjasama wisata dengan desa desa sekitarnya

4. Thread

- a. Kurangnya kemampuan dari karang taruna untuk mengelola desa wisata
- b. Adanya persaingan antara desa wisata untuk menarik wisatawan.

3.2. Analisis Penyelesaian Masalah

Berdasarkan analisa SWOT tersebut, maka dilakukan pengkajian untuk menyelesaikan permasalahan yang ada di Desa Wonolelo. Hasil pengkajian menyimpulkan bahwa permasalahan-permasalahan tersebut akan diselesaikan dengan strategi sebagai berikut :

- a. Melakukan pemberdayaan dan kemampuan sumber daya manusia yang dimiliki kelompok perajin yang tergabung dalam Paguyuban Buruh Rumahan Desa Wonolelo,
- b. Melakukan peningkatan kualitas produk, pengemasan serta promosi sedemikian sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan para perajin
- c. Memanfaatkan potensi wisata yang berada di daerah wonolelo, yang berupa spot area yang indah, maupun kegiatan kerajinan yang telah berlangsung selama ini untuk dijadikan tujuan wisata domestik, dengan memberdayakan kelompok karang taruna di Desa Wonolelo.
- d. Membuat masterplan desa wisata wonolelo untuk dapat dijadikan sebagai acuan dalam pengembangan dan pengelolaan desa wisata.

4. PROGRAM PENGABDIAN

Dari kedua permasalahan mitra, maka tim pengabdian telah dalam proses melaksanakan pengabdian dengan kegiatan sebagai berikut

- a. Rapat persiapan pengabdian yang dilaksanakan pada hari Sabtu, 9 Juni 2018, yang membahas mengenai agenda pertemuan awal, serta mekanisme pengabdian masyarakat.

- b. Pertemuan awal dengan Kepala Dukuh dan Karangtaruna yang dilaksanakan tim pengabdian bersama dengan Kepala Dukuh dan Karangtaruna.
- c. Pada hari Sabtu, 18 Juni 2018 dilaksanakan pelatihan tenaga manajerial pengelolaan desa wisata.

5. PROGRAM DAN HASIL PELAKSANAAN

5.1. Program dan Hasil Kegiatan

Program kegiatan yang saat ini telah dilaksanakan adalah

- a. Program : Sosialisasi kepada warga desa Wonolelo tentang proses pemasaran online potensi desa dan UMKM Desa Wonolelo

Hasil :

Sosialisasi tersebut mendapat respon yang sangat baik. Terbukti dengan banyaknya warga yang hadir serta antusiasnya warga menyampaikan pertanyaan-pertanyaan terkait dengan proses pemasaran online tersebut. Pada acara tersebut, kepala desa Wonolelo, kepala dusun juga hadir untuk memberikan dukungan, masukan dan sumbang saran berkaitan sosialisasi web Desa Wonolelo dan pelatihan pemasaran online tersebut.

- b. Penetapan admin untuk mengembangkan web Desa Wisata Wonolelo sebagai sarana pemasaran online mengembangkan potensi desa beserta UMKM yang ada di desa Wonolelo

Hasil :

Admin web adalah kepala dusun Wonolelo dan para pembantunya.

- c. Literasi komunikasi pemasaran berbasis android Desa Wisata Wonolelo.

Hasil :

Penggunaan domain **wisatawonolelo.com** serta sosialisasi dan pelatihan penggunaan web tersebut sebagai sarana promosi pemasaran online potensi yang ada di Desa Wonolelo.

- d. Penyiapan konten informasi lain yang akan dipasang dalam web desa Wisata Wonolelo

Hasil :

Informasi awal yang telah disiapkan berupa informasi spot-spot wisata beserta produk-produk UMKM yang dimiliki desa Wonolelo.

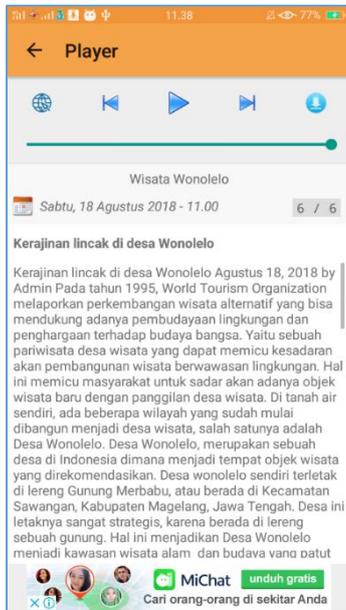
5.2. Aplikasi Android

Aplikasi android literasi komunikasi desa wisata Wonolelo merupakan produk hasil kegiatan pengkajian ini. Adapun tampilan aplikasi tersebut adalah sebagai berikut:



Gambar 4. Kerajinan Lincak

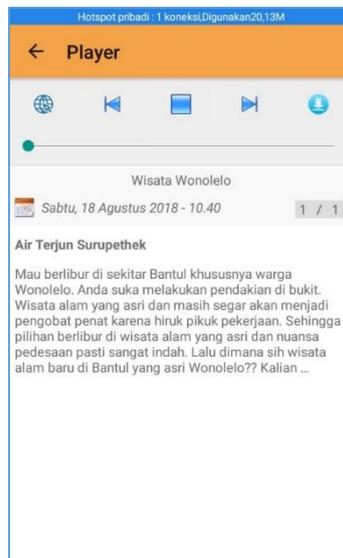
Gambar kerajinan lincak di atas akan disertai oleh literasi teks untuk mempermudah pemahaman karena teks tersebut diubah menjadi berbentuk voice (suara). Adapun literasinya adalah sebagai berikut :



Gambar 5. Literasi tentang Kerajinan Lincak



Gambar 6. Literasi Obyek Wisata



Gambar 7. Literatur Obyek Wisata

6. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

1. Berdasarkan proposal yang diajukan dan implementasi kegiatan maka dapat disimpulkan bahwa capaian kegiatan Pengabdian Masyarakat ini mencapai 100%.
2. Kegiatan lain masih terus dilaksanakan (dalam proses) sampai dengan pertengahan bulan November 2018. Sementara itu pendampingan terus dilakukan sampai dengan mitra mampu mandiri meneruskan program ini.

6.2. Saran

Berdasarkan manfaat yang dirasakan terutama bagi mitra maka diusulkan agar program semacam ini terus dilakukan terus sehingga hasil-hasil Ipteks dapat dirasakan sampai dengan masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Devy, H. A., & Soemanto, R. B. (2017). PENGEMBANGAN OBYEK DAN DAYA TARIK WISATA ALAM SEBAGAI DAERAH TUJUAN WISATA DI KABUPATEN KARANGANYAR. *Jurnal Sosiologi DILEMA*, 32(1), 34–44.
- Ferrel, O.C and D, Harline. 2005. Marketing Strategy. South Western: Thomson Corporation
- Hawaniar, M., & Suprihardjo, R. (2013). Kriteria Pengembangan Desa Slopeng sebagai Desa Wisata di Kabupaten Sumenep. *JURNAL TEKNIK POMITS*, 2(3).
- Hermawan, O. R., & Harjono. (2016). Sistem Informasi Geografis Tempat Wisata di Kabupaten Banyumas Berbasis Android. *JUITA ISSN: 2086-9398 Vol. IV Nomor 2, November 2016, IV(November)*, 117–121.
- Nugraha, M. A., Tentua, M. N., & Fairuzabadi, M. (2017). SISTEM INFORMASI DESA WISATA KABUPATEN BANTUL BERBASIS ANDROID. In *SEMINAR NASIONAL Dinamika Informatika 2017 Universitas PGRI Yogyakarta terhambat* (pp. 2201745–252).
- Sanjaya, S. A. (2016). *PENGEMBANGAN SISTEM INFORMASI DESA WISATA DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA BERBASIS LOKASI*. Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Setiawan, B., & Zulfanita. (2015). Pengembangan Desa Wisata Jatimalang Berbasis Industri Kreatif. *Agrokreatif Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(November), 101–109.
- Zakaria, F., & Suprihardjo, D. (2014). Konsep Pengembangan Kawasan Desa Wisata di Desa Bandungan Kecamatan Pakong Kabupaten Pamekasan. *JURNAL TEKNIK POMITS*, 3(2).

**PENDAMPINGAN DAN PENINGKATAN HASIL PRODUKSI
KELOMPOK USAHA MIKRO BAMBUN BRAJAN DENGAN
E-COMMERCE MENGGUNAKAN STRATEGI SHARING
ECONOMY**

Paryati, Yudyanta

Teknik Informatika UPN "Veteran" Yogyakarta

Email : yaya_upn_cute@yahoo.com

ABSTRAK

Program PBM ini dilaksanakan dengan latar belakang semakin banyaknya dan meningkatnya jumlah usaha mikro bambu brajan di DIY, yang tidak diikuti dengan tata kelola manajemen pemasaran berbasis sistem informasi *E_Commerce* dan tidak menggunakan strategi *sharing economy*, sehingga hal tersebut akan menimbulkan permasalahan dalam hal menangani jumlah anggota dan pembuatan laporan keuangan serta kesulitan dalam pemasaran produksi kerajinan bambu brajan. Padahal usaha mikro bambu brajan merupakan kelompok usaha yang menangani hal penting yaitu tata kelola usaha mikro bambu brajan dan pemasaran hasil produksi yang harus dibuatkan laporan kepada seluruh anggota melalui rapat setiap bulan dan tahun.

Metode yang digunakan dalam menangani permasalahan usaha mikro bambu brajan ini sekaligus menjadi luaran adalah dengan membuat perangkat lunak sistem informasi *web* tentang pendampingan dan peningkatan hasil produksi kelompok usaha mikro bambu brajan dengan *E_Commerce* menggunakan strategi *sharing economy* yang meliputi sejarah, proses dan cara pembuatan, produksi, galeri bambu brajan, anggota kelompok usaha mikro dan tata kelola manajemen keuangan yang menggunakan strategi *sharing economy* dan pemasaran hasil produksi berbasis *web*. Pelatihan dan pendampingan penggunaan program aplikasi *E_Commerce* untuk mitra dilaksanakan secara efektif dan efisien.

Tujuan PBM ini adalah menciptakan dan membangun sebuah sistem informasi *E_Commerce* yang dapat mengatasi permasalahan tata kelola manajemen produksi dan keuangan serta pemasaran hasil produksi seluruh anggota. Adapun pengelolaan keuangan seluruh anggota kelompok usaha mikro bambu brajan dan tata kelola manajemen produksi pemasaran dengan menggunakan strategi *sharing economy* dan aplikasi *E_Commerce*.

Kata kunci : *Sharing Economy, Web, E_Commerce.*

1. PENDAHULUAN.

Kelompok usaha mikro bambu brajan merupakan lembaga dimana orang-orang yang memiliki kepentingan relatif sama berhimpun untuk meningkatkan kesejahteraannya. Pada pelaksanaan kegiatannya, kelompok usaha bambu brajan tersebut dilandasi oleh nilai-nilai dan prinsip-prinsip yang mencirikan sebagai lembaga ekonomi yang memiliki syarat dengan nilai etika bisnis. Nilai-nilai yang terkandung dalam kelompok usaha mikro bambu brajan adalah

menolong diri sendiri (*self help*), percaya pada diri sendiri (*self reliance*), dan kebersamaan (*cooperation*) akan melahirkan efek sinergis. Prinsip ini akan menjadi suatu kekuatan yang sangat ampuh bagi kelompok usaha mikro bambu brajan untuk mampu bersaing dengan para pelaku bisnis ekonomi lainnya. Konsepsi demikian mendudukkan kelompok usaha mikro bambu brajan sebagai badan usaha yang cukup strategis bagi anggotanya dalam mencapai tujuan-tujuan ekonomis yang berdampak baik pada masyarakat secara luas. Itulah sebabnya kelompok usaha mikro bambu brajan dipercaya sebagai kelompok usaha yang sangat sesuai dengan budaya dan kehidupan masyarakat di Imogiri Bantul.

Kelompok usaha mikro bambu brajan menjadi suatu gerakan ekonomi nasional, dan mengakibatkan berkembang pesatnya kelompok usaha mikro bambu brajan di tanah air. Salah satu jenis kelompok usaha mikro bambu brajan adalah kelompok usaha bambu brajan lancar jaya yang berlokasi di dusun brajan desa wukirsari kecamatan imogiri kabupaten bantul. Kelompok usaha mikro bambu brajan bertujuan untuk memberi kesempatan kepada anggotanya untuk memperoleh kesempatan mengembangkan hasil produksi kerajinan bambu brajan tersebut dan memperbanyak macam dan jenis produksi bambu brajan tersebut. Kelompok usaha mikro bambu brajan berusaha untuk mencegah para anggotanya agar tidak terlibat dalam jeratan kaum lintah darat pada waktu mereka memerlukan sejumlah uang untuk menjalankan dan mengembangkan hasil produksinya bambu brajan dengan jalan menggiatkan tabungan dan mengatur pemberian pinjaman uang dengan bunga yang serendah-rendahnya. Kelompok usaha mikro bambu brajan juga menghimpun dana dari para anggotanya yang kemudian menyalurkan kembali dana tersebut kepada para anggotanya demi kesejahteraan anggotanya agar produksi bambu brajan dapat berjalan dan berkembang terus dengan baik.

Kelompok usaha mikro bambu brajan memiliki peran yang sangat besar dalam meningkatkan perekonomian Indonesia. Keterlibatan kelompok usaha mikro bambu brajan dalam membantu permodalan anggotanya yang kebanyakan adalah Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) menunjukkan peningkatan dari tahun ke tahun. Dari sisi kelompok usaha mikro bambu brajan menunjukkan peningkatan jumlah anggota, *asset*, laba dan karyawan yang terus bertambah, sementara di sisi UMKM menunjukkan peningkatan produktifitas dan kemampuan menyerap tenaga kerja serta menciptakan wirausahawan baru.

Banyaknya anggota dan calon anggota kelompok usaha mikro bambu brajan yang mencapai ratusan orang harus ditangani oleh suatu kelompok usaha bambu brajan setiap harinya. Hal ini disebabkan oleh produksi pembiayaan dan simpanan yang ditawarkan kelompok usaha mikro bambu brajan adalah produk pembayaran harian dan mingguan sehingga sangat merepotkan karyawan, kelompok usaha bambu brajan khususnya dalam hal tata kelola administrasi manajemen dan pencatatan pembiayaan produksi serta simpanan anggota juga pendataan calon anggotanya. Transaksi harian mencapai puluhan transaksi dengan sistem perhitungan yang cukup rumit, ditambah lagi pembukuan yang dilakukan masih secara manual dicatat pada buku-buku yang telah disiapkan kemudian dihitung satu per satu.

Demikian halnya pada pencatatan keuangan juga menggunakan buku dengan sistem pencatatan yang tidak memenuhi standar manajemen yang baik dan benar. Pada akhir bulan pengelola kelompok usaha bambu brajan harus melakukan rekapitulasi transaksi untuk dijadikan laporan bulanan yang memakan waktu hingga berminggu-minggu untuk membuat laporannya. Demikian halnya pada akhir tahun laporan yang harus dipertanggungjawabkan dalam rapat anggota kelompok usaha mikro bambu brajan.

Meskipun kenyataannya kelompok usaha mikro bambu brajan telah memiliki unit komputer namun penggunaannya tidak maksimal karena hanya digunakan untuk pencatatan seperti layaknya pencatatan pada buku dan hanya membantu dalam pembuatan surat dan administrasi lainnya.

Kejadian tersebut penulis dapatkan dari melihat langsung proses dan wawancara dengan pengurus dan pengelola pada kelompok usaha mikro bambu brajan yang ada di dusun Brajan Desa Wukirsari Kecamatan Imogiri Kabupaten Bantul. Mereka sangat berharap dapat dibantu dalam hal pembuatan sistem informasi *E-Commerce* tentang tata kelola keuangan dan pengelolaan administrasi manajemen serta pengembangan produksi kelompok usaha mikro bambu brajan tersebut. Kelompok Usaha Mikro bambu brajan Lancar Jaya telah bersedia menjadi mitra bagi penulis. Maka penulis akan membuat sebuah sistem informasi *E-Commerce* yang dapat digunakan Kelompok Usaha Mikro bambu brajan dalam hal pencatatan pembiayaan produksi dan pinjaman serta simpanan anggota atau calon anggotanya serta proses pencatatan keuangan yang akurat serta promosi pengembangan produksinya, disamping itu juga memberikan pelatihan, pendampingan dan penyuluhan tata kelola produksi, keuangan dan administrasi bagi mitra dan diharapkan dapat berlaku umum bagi seluruh Kelompok Usaha Mikro bambu brajan yang membutuhkan.

1.1. Permasalahan Mitra

Adapun mitra yang bersedia bekerjasama adalah Kelompok Usaha Mikro bambu brajan Lancar Jaya yang telah berjalan bertahun-tahun sejak tahun 2002. Kelompok Usaha bambu brajan Lancar Jaya tersebut diatas memiliki sistem manajemen pengelolaan yang sesuai dengan jenis dan macam-macam produk kerajinan bambu brajan yang ditawarkan yaitu mulai dari produksi bambu brajan, pembiayaan barang atau pinjaman dan produk simpanan dalam bentuk harian, mingguan dan terdapat juga bulanan. Namun untuk Kelompok Usaha Mikro bambu brajan Lancar Jaya juga memiliki produk yang disebut *insidentil* yaitu pinjaman sementara untuk anggotanya yang belum memiliki biaya untuk memproduksi bambu brajan tersebut. Demikian halnya pada perhitungan bunga pembiayaan Kelompok Usaha Mikro bambu brajan Lancar Jaya memiliki perhitungan bunga secara bulanan dan memiliki perhitungan bunga pembiayaan atau pinjaman berdasarkan jangka waktu pembiayaan atau pinjaman.

Kelompok Usaha Mikro bambu brajan Lancar Jaya tersebut juga telah memiliki unit komputer namun digunakan sama halnya dengan pencatatan pada buku dan kegiatan administrasi seperti pembuatan perjanjian kredit dan surat-menyurat lainnya. Sehingga penggunaan buku yang banyak belum bisa tergantikan oleh komputer tersebut, banyaknya buku yang digunakan terlihat pada produk pinjaman karena banyaknya anggota dengan sistem angsuran harian.

Buku yang disediakan adalah buku yang besar untuk setiap *marketing* karyawan penagih yang isinya adalah daftar nama anggota peminjam lengkap dengan angsuran dan data lainnya. Untuk mengetahui angsuran dan sisa pinjaman seorang anggotanya disesuaikan antara buku dengan sebuah kartu pinjaman yang dibuat dari kertas karton yang diberi jumlah kotak berdasarkan jumlah angsuran. Kotak ini kemudian akan dipotong ketika anggota melakukan pembayaran.

Untuk proses pembuatan laporan nantinya akan menghitung dari setiap buku tagihan tersebut, sehingga memerlukan waktu yang cukup lama tidak efektif dan tidak efisien serta sering terjadi kesalahan perhitungan. Apalagi jika membuat laporan bulanan dapat memakan waktu

hingga satu minggu lamanya untuk membuat laporan pinjaman, simpanan dan laporan keuangan. Apalagi untuk membuat laporan akhir tahun yang akan dilaporkan pada saat rapat tahunan memakan waktu hingga beberapa minggu.

1.2. Permasalahan Prioritas Mitra

Permasalahan prioritas mitra yang disepakati untuk diselesaikan adalah

- a. Tidak adanya sistem tata kelola yang sesuai dengan kondisi dan produk pada mitra tentang produksi pembiayaan bambu brajan Lancar Jaya dan pinjaman anggota baik itu secara harian, mingguan, bulanan dan insidental, produk simpanan hasil produksi bambu brajan Lancar Jaya: Simpanan tanpa bunga dan simpanan dengan bunga berjangka.
- b. Tidak adanya sistem informasi *E-Commerce* yang sesuai dengan tata kelola keuangan kelompok usaha mikro bambu brajan yang memuat laporan keuangan harian, bulanan dan tahunan yang sesuai dengan standar manajemen akuntansi serta untuk mempromosikan dan mengembangkan hasil produksinya.
- c. Kurangnya pemahaman tentang teknik tata kelola keuangan dan pencatatan keuangan sesuai standar manajemen akuntansi dan belum menerapkan metode *sharing economy*.
- d. Kurangnya pemahaman tentang teknik pengelolaan administrasi yang benar.

1.3. Permasalahan Umum Mitra

Secara umum mitra tersebut memiliki permasalahan yaitu pencatatan masih dilakukan secara manual dan laporan keuangan yang tidak memenuhi standar diantaranya :

- a. Proses penagihan dilakukan dengan membuat sebuah kartu angsuran yang dapat disobek sebagai tanda telah melakukan pembayaran, sehingga sangat rawan ketika kertas tersebut rusak atau terkena hujan ataupun hilang.
- b. Pencatatan administrasi pembiayaan pada buku anggota berdasarkan *marketingnya* yang kemudian dihitung satu persatu untuk mengetahui jumlah angsuran yang dibayar dan juga sisa pinjaman yang belum dibayarkan, hal ini dilakukan setiap hari dan sering terjadi kesalahan perhitungan.
- c. Karena pencatatan secara manual belum menggunakan sistem informasi *E-Commerce* tersebut maka pengurus dan pengelola tidak dapat mengetahui dengan segera total sisa pembiayaan apalagi pembiayaan yang tertunggak sama sekali tidak dapat diketahui secara pasti.
- d. Pencatatan keuangan yang hanya mencatat keluar masuknya kas dan tidak berdasarkan ketentuan standar manajemen akuntansi dan belum menggunakan metode *sharing economy*, sehingga untuk membuat laporan neraca dan laba rugi tidak dapat dilakukan dengan cepat dan akurat.
- e. Permasalahan simpanan anggota dan calon anggota juga masih dilakukan secara manual sehingga tidak mengetahui secara cepat jumlah simpanan.
- f. Manajemen dan proses administrasi lainnya berkenaan dengan pengelolaan secara manual sehingga membutuhkan waktu yang lama dalam membuat laporannya tidak efektif dan efisien.

2. TARGET DAN LUARAN

Berdasarkan permasalahan prioritas mitra maka secara umum pelaksanaan program PbM ini adalah pembuatan sistem informasi *E-Commerce* pembiayaan produksi bambu brajan dan pinjaman hasil produksi, tabungan dan administrasi manajemen akuntansi, serta cara mempromosikan juga mengembangkan hasil produksi bambu brajan tersebut. Disamping itu memberikan pelatihan dan pendampingan penggunaan *software* aplikasi sistem informasi *E-Commerce* yang telah dibuat, pelatihan akuntansi dan pengelolaan keuangan, pelatihan pengelolaan administrasi, pendampingan dan pemantauan hasil penggunaan *software* aplikasi.

3. METODE PELAKSANAAN

3.1. Tahapan Pelaksanaan

Metode dan tahapan kegiatan berdasarkan permasalahan dan keahlian pelaksana PbM. Sehingga nantinya akan bertindak berdasarkan keahlian masing-masing. Namun tetap dalam tahapan yang sama yaitu: **Persiapan**. Tahapan ini adalah persiapan alat tulis, perlengkapan administrasi dan peralatan lainnya serta persiapan tim bertemu dan berdiskusi dengan mitra. **Diskusi dengan pengelola** dan pengurus kelompok usaha mikro bambu brajan Lancar aya. Pada awal diskusi memberikan sosialisasi tentang program PbM kemudian dilanjutkan dengan pembahasan permasalahan pokok yang dihadapi kelompok usaha mikro bambu brajan Lancar Jaya dan teknis penyelesaiannya. Kemudian dilanjutkan dengan pembahasan sistem dan manajemen yang berjalan dan sistem dan manajemen yang akan dibuat. **Wawancara dengan pengelola** dan karyawan kelompok usaha mikro bambu brajan Lancar Jaya untuk mengetahui alur yang berjalan untuk menyesuaikan dengan *software* yang akan dibuat. **Pengambilan sampel data** dilakukan untuk mengetahui dan menyesuaikan data yang akan dimasukkan ke dalam sistem serta kesesuaian luaran yang diinginkan. **Perancangan Data Base** dengan memperhatikan hasil pertemuan dengan pengelola kelompok usaha mikro bambu brajan lancar jaya dan sampel data yang didapatkan. **Perancangan dan Coding software E-Commerce**. Program dibuat menggunakan aplikasi *Php MySql* dan dibuat dengan konsep jaringan *client-server*. **Uji coba software** untuk mengetahui dan menyesuaikan *input* dan *output*. **Perbaikan software** dilakukan jika terjadi kesalahan setelah dilakukan uji coba. **Presentasi hasil software** pada mitra dan pengelola kelompok usaha mikro bambu brajan lancar jaya. **Perbaikan software E-Commerce** berdasarkan hasil presentasi. Jika dalam presentasi hasil *software* terdapat hal yang kurang sesuai maka dilakukan perbaikan. **Pemasangan software E-Commerce** yang telah diperbaiki. **Pelatihan/pendampingan** penggunaan *software E-Commerce* dilakukan bagi karyawan pengguna *software E-Commerce* sekaligus uji coba dengan data yang sebenarnya yang telah ada pada kelompok usaha mikro bambu brajan setia jaya. **Kajian ketepatan software E-Commerce** dan aplikasi sistem informasi *E-Commerce*. Dilakukan pemantauan terhadap ketepatan *software* yang telah dibuat, baik dari segi luaran laporan maupun terhadap manajemen penggunaan dan pengelolaan sehubungan dengan keberadaan *software* sebagai pengganti buku. **Uji coba dan penyesuaian software E-Commerce** dan aplikasi sistem informasi *E-Commerce*. Jika pada pemantauan ketepatan *software* dengan manajemen kelompok usaha mikro bambu brajan lancar jaya dirasakan ada yang kurang tepat setelah dilakukan pelatihan dan kajian ketepatan *software* maka dilakukan penyesuaian terhadap *software* ataupun pengaturan terhadap manajemen pengelolaan tanpa merubah *software*. **Distribusi software** aplikasi *E-Commerce*. **Pembuatan**

laporan akhir dan seminar hasil.

3.2. Tempat Pelaksanaan

Pelaksanaan kegiatan PbM pada dua mitra di dusun Brajan Desa Wukirsari Kecamatan Imogiri Kabupaten Bantul. dan perancangan serta pembuatan program aplikasi perangkat lunak sistem informasi *web* tentang pendampingan dan peningkatan hasil produksi kelompok usaha mikro bambu brajan dengan *E_Commerce* menggunakan strategi *sharing economy* dilakukan di laboratorium multimedia UPN "Veteran" Yogyakarta.

3.3 Kontribusi Partisipasi Mitra

Pada kegiatan Pengabdian bagi Masyarakat ini, mitra diharapkan berperan aktif dalam kegiatan tersebut dan memberikan kontribusi antara lain : meluangkan waktu untuk berkonsultasi dengan pelaksana PbM, bersedia memberikan data berkenaan dengan sistem *E_Commerce* yang akan dibuat, menyediakan unit komputer sebagai tempat pemasangan software aplikasi, menyiapkan tempat untuk pelatihan *software* dan aplikasi *E_Commerce*, menyiapkan peserta untuk mengikuti pelatihan *software* dan aplikasi, bersedia menerapkan sistem dan aplikasi *E_Commerce* yang terbaru.

4. HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI

Target dan luaran dari PbM yang diharapkan adalah : *Software* aplikasi *E_Commerce* yang mengakomodir permasalahan yaitu sejarah bambu brajan, proses pembuatan produksi bambu brajan, hasil usaha dan macam-macam produksi. Aplikasi program sistem informasi bambu brajan yang terdaftar di HKI. Buku panduan pelatihan operasi *software* aplikasi *E_Commerce* terdaftar di HKI. Prosiding seminar nasional atau internasional sebagai penyaji makalah *call paper*.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengabdian masyarakat maka dapat disimpulkan : Penggunaan program perangkat lunak aplikasi sistem informasi *web* tentang pendampingan dan peningkatan hasil produksi kelompok usaha mikro bambu brajan dengan *E_Commerce* menggunakan strategi *sharing economy* pada mitra belum ada. Sehingga dibuatkan *software* aplikasi yang dapat membantu dan memberi kemudahan pada mitra untuk meningkatkan dan mengembangkan proses produksi bambu brajan pada mitra lancar jaya. Aplikasi sistem informasi ini dapat dibuat dengan menggunakan aplikasi *PhP My_SQL*. Aplikasi yang telah dibuat dapat dijalankan pada beberapa sistem operasi yang berbeda pada perangkat *Operation System* seperti : *windows*, *linux* dan *Operation System* lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Kurniawan, Budi, 2008, *Desain Web Praktis dengan CSS*, PT. Elex Media Komputindo, Jakarta.
Kadir, Abdul, 2001, *Dasar Pemrograman Web Dinamis Menggunakan PHP*, Andi, Yogyakarta.
Pressman R.S, 2002, *Rekayasa Perangkat Lunak*, Penerbit ANDI, Yogyakarta.
Rickyanto, Isak, 2002, *Belajar Sendiri JSP*, PT Elex Media Komputindo, Jakarta.
Sutarman, 2007, *Membangun Aplikasi Web dengan PHP & MySQL*, Edisi 2, Graha Ilmu, Yogyakarta.

Syahputra, Andry, 2003, *Apache Web Server*, ANDI Yogyakarta, Yogyakarta.
<http://blog.re.or.id/erd-entity-relationship-diagram.html>.

ANALISIS BAWAH PERMUKAAN MENGGUNAKAN Vs30 DI KECAMATAN DEPOK, SLEMAN, DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA

Wiji Raharjo, Ajimas Pascaning Setiahadwibowo, Arif Nor Aminah
Teknik Geofisika, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta
Email: wiji.raharjo@upnyk.ac.id

ABSTRAK

Telah dilakukan analisis bawah permukaan di Kecamatan Depok, Sleman Yogyakarta dengan menggunakan model Vs30. Kecamatan Depok dipilih karena merupakan daerah dengan kepadatan penduduk yang tinggi serta banyak bangunan vital yang sangat penting untuk warga. Analisa model Vs30 didapatkan dari pemetaan mikroseismik sejumlah 31 titik meliputi daerah di sekitar Kecamatan Depok. Model Vs30 adalah model kecepatan gelombang S pada kedalaman 30 meter. Model Vs30 dapat menjadi acuan dalam bidang geoteknik. Hasil yang didapat dari pengukuran ini adalah nilai Vs30 yang diperoleh yaitu 48,02 m/s hingga 78,57 m/s. Jenis tanah yang berada di Kecamatan Depok merupakan tanah lunak, jenis tanah ini beresiko terhadap adanya getaran terutama gempa bumi.

Kata Kunci : Vs30, mikroseismik, gempa bumi.

1. PENDAHULUAN

Daerah Yogyakarta merupakan bagian dari jalur gempa bumi pada zona subduksi lempeng Indo-Australia dengan lempeng Eurasia. Berdasarkan dengan kondisi seismisitas, zona selatan Pulau Jawa mempunyai tingkat gempa bumi yang cukup tinggi (Husein, dkk., 2008). Yogyakarta selain rawan gempa bumi akibat tumbukan kedua lempeng, daerah ini juga rawan gempa bumi akibat aktivitas sesar lokal di daratan (Daryono, 2009). Sesar tersebut terbentuk akibat desakan dari lempeng Indo-Australia pada bagian daratan Pulau Jawa.

Mikrotremor adalah getaran alami dari tanah dengan amplitudo rendah dan terus menerus yang bersumber dari berbagai macam getaran seperti lalu lintas, angin, aktivitas manusia dan lain-lain (Kanai, 1983). Kecepatan gelombang geser (V_s) merupakan salah satu gelombang badan (*body wave*) yang arah simpangannya tegak lurus terhadap arah rambatnya, nilai kecepatan gelombang geser merupakan salah satu parameter untuk mengetahui kondisi tanah serta memperkirakan bahaya gerakan tanah secara spesifik. Hal ini dilakukan karena kerusakan akibat gempa bumi tidak hanya disebabkan oleh jauh dekatnya lokasi dengan pusat gempa, tetapi disebabkan oleh beberapa faktor lain seperti kondisi lokal (formasi geologi, maupun kondisi litologi bawah permukaan atau struktur penyusun pada formasi geologi) daerah tersebut (Kanli, 2011). V_{s30} merupakan nilai kecepatan gelombang geser (*shear wave*) hingga kedalaman 30 meter. Nilai V_{s30} dapat dipergunakan untuk mendiskripsikan litologi permukaan (Nugroho, 2017). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan peta model V_{s30} daerah sekitar Kecamatan Depok.

1.1. Geologi Lokal

Menurut Bammelen (1949), secara umum Yogyakarta merupakan sebuah cekungan yang dibatasi oleh gunung Merapi di utara, pegunungan selatan di daerah timur dan selatan, serta Kulon Progo di sebelah barat. Berdasarkan stratigrafi batuan, Yogyakarta tersusun oleh dua stratigrafi, yaitu: stratigrafi Kulon Progo dan Pegunungan Selatan, masing-masing stratigrafi ini mempunyai formasi penyusun yang berbeda. Stratigrafi Kulon Progo tersusun oleh Formasi Sentolo sebagai batuan dasarnya, sedangkan pada Formasi Pegunungan Selatan tersusun oleh Formasi Wonosari dan Nglanggran, di atasnya diendapkan endapan Merapi dan Alluvium.

Secara umum, geologi lokal daerah Sleman didominasi oleh Endapan Merapi Muda. Gunung Merapi merupakan salah satu gunung teraktif yang dapat ditandai dengan besarnya frekuensi aktivitas berupa semburan material vulkanik. Gunung Merapi saat ini adalah bagian dari Merapi Muda yang mempunyai umur 2000 tahun lalu hingga sekarang. Aktivitas Merapi Muda terdiri dari aliran basalt dan abdesit, awan panas serta letusan magmatik. Letusan terkadang tidak begitu eksplosif, namun sering diikuti oleh aliran piroklastik pada letusannya (Ratdomopurbo dan Andreastuti, 2000).

1.2. Metode Mikroseismik

Mikrotremor merupakan getaran tanah dengan amplitudo pergeseran sekitar $0,1 \mu$ sampai $1 \mu\text{m}$ dan amplitudo kecepatan $0,001 \text{ cm/s}$ hingga $0,01 \text{ cm/s}$. Mikrotremor diklasifikasikan menjadi dua jenis berdasarkan rentang periodenya. Jenis pertama adalah mikrotremor periode pendek dengan periode kurang dari 1 detik dan keadaan ini terkait dengan struktur bawah permukaan yang dangkal dengan ketebalan beberapa puluh meter. Jenis kedua adalah mikrotremor periode panjang dengan periode lebih dari 1 detik. Keadaan ini terkait dengan struktur tanah yang lebih dalam dan menunjukkan dasar dari batuan keras (Mirzaoglu dan Dykmen, 2003).

Mikrotremor adalah getaran alami dari tanah dengan amplitudo rendah dan terus menerus yang bersumber dari berbagai macam getaran seperti lalu lintas, angin, aktivitas manusia dan lain-lain (Kanai, 1983). Karakteristik mikrotremor mencerminkan karakteristik batuan di suatu daerah. Penelitian mikrotremor juga banyak dilakukan pada studi struktur tanah (*soil investigation*) untuk mengetahui keadaan bawah permukaan tanah. Sinyal mikrotremor terdiri dari tiga komponen yaitu dua komponen horizontal (Barat-Timur, Utara-Selatan) dan satu komponen vertikal.

1.3. Vs30

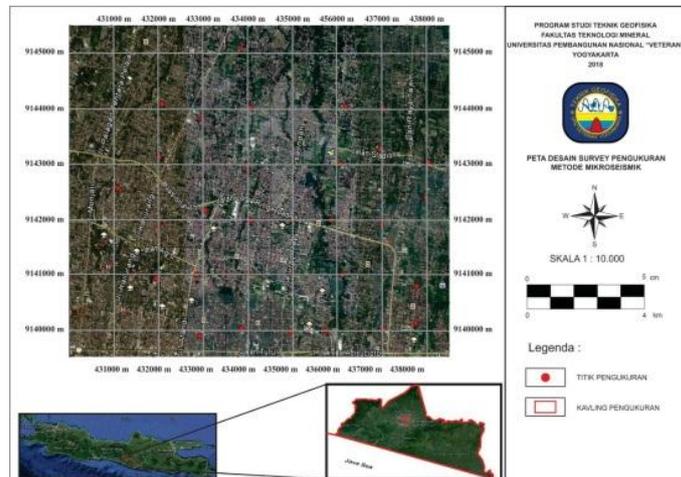
Respon batuan terhadap getaran gelombang seismik yang melewatinya akan berbeda-beda, tergantung pada jenis batuan. Karakter respon batuan tersebut dapat menunjukkan spesifik dari jenis suatu batuan. Berdasarkan fakta empiris, dapat diketahui bahwa antara satu tempat dengan tempat yang lain memiliki karakteristik dinamik tanah yang berbeda-beda. Vs30 adalah indikator yang baik untuk menggambarkan karakteristik kekakuan dan kekuatan tanah (Park, 1999). Vs30 dihitung berdasarkan nilai Vs pada model *ground profile* hingga kedalaman 30 meter. Nilai Vs30 yang tinggi merepresentasikan batuan keras begitu pula sebaliknya.

2. METODE

2.1. Lokasi Penelitian

Terdapat sejumlah 31 titik di kecamatan Depok Sleman. **Gambar 1** menunjukkan Masing-masing titik pengukuran berjarak kurang lebih 1 km. Pengukuran dilakukan selama 30

menit untuk masing-masing titik pengukuran. Selama pengukuran ini semua dicatat dalam buku catatan pengukuran. Hal ini dilakukan karena pada saat pengukuran apabila ada getaran yang bukan dari sumber alami bisa dikategorikan sebagai sebuah gangguan atau *noise*.



Gambar 1. Desain Survei Penelitian

2.2. Peralatan

Peralatan yang digunakan dalam survey mikroseismik ini dengan menggunakan alat mikroseismik Seismometer tipe TDV-23S (**gambar 2**).



Gambar 2. Peralatan dan Perlengkapan

Hasil dari pengukuran sinyal mikrotremor secara otomatis tersimpan dalam *datalogger* (*digitizer*) dalam 3 komponen, yaitu vertikal, horizontal *North-South*, dan horizontal *East-West*. Data tersebut langsung terdapat pada *software Monost*. Kemudian data *download* menggunakan *software NetRec*, *software* ini hanya digunakan untuk *download* data yang sudah tersimpan pada *software Monost*. Sedangkan untuk menyimpan data dalam format *mini-seed*, menggunakan *software DataPro*. Setelah disimpan dalam format *mini-seed*, data dapat langsung diolah menggunakan *software Geopsy*.

Pengolahan selanjutnya, menggunakan *software Dinver* untuk memperoleh nilai V_{s30} . Pengolahan menggunakan *software Dinver* memerlukan parameter-parameter gelombang S untuk mendapatkan nilai V_{s30} yang sesuai dengan litologi daerah penelitian. Parameter tersebut diantaranya yaitu nilai *poisson ratio*, V_p , V_s , dan densitas. Pengisian nilai parameter tersebut

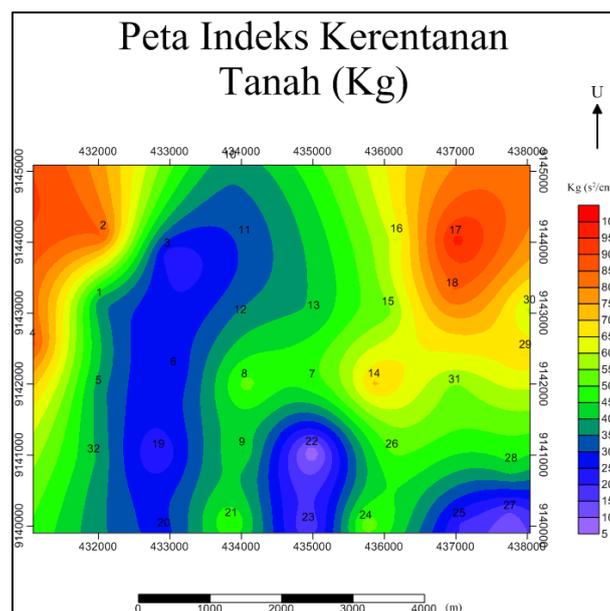
disesuaikan dengan litologi daerah penelitian agar diperoleh nilai *misfit* yang rendah. Nilai *misfit* merupakan kecocokan nilai kecepatan gelombang S terhadap litologi daerah penelitian. Hasil dari pengolahan ini merupakan *ground profiles*, yaitu kurva antara nilai kedalaman dengan V_p maupun V_s . Kurva ini akan menunjukkan lapisan-lapisan litologi, dimana setiap lapisan akan menunjukkan nilai V_s yang berbeda-beda. Setelah nilai V_{s30} diperoleh, kemudian kembali menggunakan *software Surfer* untuk membuat peta persebaran nilai V_{s30} di daerah penelitian.

Nilai amplifikasi ini menunjukkan adanya penguatan gelombang mikroseismik pada daerah penelitian. Nakamura (2008), menyatakan bahwa faktor amplifikasi berbanding terbalik dengan kecepatan gelombang geser, semakin kecil kecepatan gelombang maka faktor amplifikasi semakin besar (Nakamura, 2008). Dari nilai kecepatan gelombang, kita dapat mengetahui kepadatan tanah pada daerah penelitian, hal ini berkaitan dengan nilai densitas. Nilai tinggi memiliki jenis tanah yang lunak. Begitu pula sebaliknya, nilai rendah menunjukkan rendahnya penguatan gelombang, sehingga memiliki jenis tanah yang keras.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Peta Indeks Kerentanan Tanah

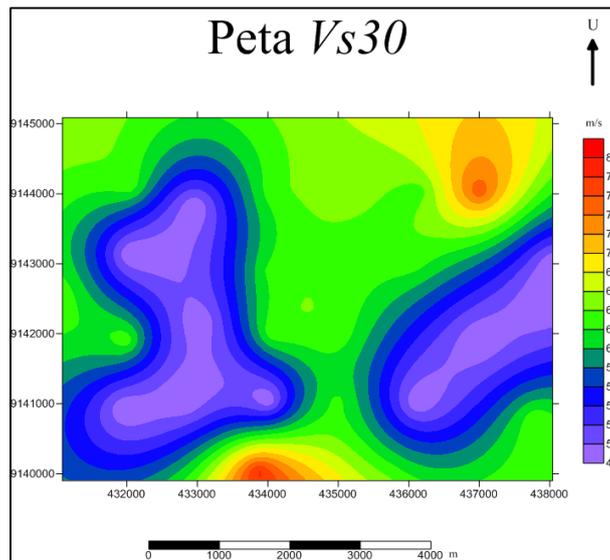
Indeks Kerentanan Tanah merupakan tingkat kerentanan lapisan permukaan tanah suatu wilayah terhadap deformasi tanah saat terjadi gempa bumi (Motamed et al, 2007). Pada **gambar 3** Nilai Indeks Kerentanan Tanah berkisar mulai nilai $5 \text{ s}^2/\text{cm}$ hingga $100 \text{ s}^2/\text{cm}$. Indeks Kerentanan tanah merupakan gambaran untuk mikrozonasi daerah yang rentan terkena getaran. Nilai tinggi menggambarkan bahwa daerah tersebut rawan terkena getaran seismik sehingga potensi kerusakannya lebih besar, sebaliknya nilai rendah menggambarkan bahwa daerah tersebut memiliki potensi yang lebih kecil untuk terkena kerusakan. Peta indeks kerentanan tanah ini dapat digunakan untuk meminimalisir terjadi bahaya kerusakan bangunan dengan memperhatikan daerah-daerah yang memiliki nilai tinggi, dapat juga dengan membangun bangunan dengan pondasi yang kuat dan kokoh sehingga dapat terhindar dari bahaya kerusakan tinggi.



Gambar 3 Peta Indeks Kerentanan Tanah

Peta Persebaran Nilai V_s30

Nilai V_s30 dapat digunakan untuk keperluan dalam perancangan bangunan tahan gempa. Hasil pengolahan V_s30 menunjukkan rentang nilai mulai dari 48,02 m/s hingga 78,57 m/s. Pola persebaran V_s30 ditunjukkan pada gambar 4 berikut ini.



Gambar 4. Peta persebaran nilai V_s30

Nilai V_s30 dapat digunakan untuk keperluan dalam perancangan bangunan tahan gempa. Hasil pengolahan V_s30 menunjukkan rentang nilai mulai dari 48,02 m/s hingga 78,57 m/s.

Tabel 1. Klasifikasi Tanah Permukaan (SNI 1726-2012)

V_s (m/s)	Litologi	Klasifikasi site
<175	Tanah	Tanah Lunak
175-350	Abu	Tanah Sedang
350-750	Tuff	Batuan Lunak
750-1500	Breksi dan Aglomerat	Batuan
>1500	Leleran Lava	Batuan Keras

Berdasarkan tabel 1, jenis tanah yang berada di Kecamatan Depok merupakan tanah lunak. Jenis tanah ini beresiko terhadap adanya getaran. Oleh karena itu, pembangunan infrastruktur harus sesuai dengan standar yang telah ditetapkan. Hal ini bertujuan untuk menghindari adanya kerusakan bangunan baik yang disebabkan oleh getaran ataupun massa beban yang menumpu tanah tersebut.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan nilai Kerentanan tanah dan peta model V_s30 , Kecamatan Depok memiliki jenis tanah lunak dimana tanah ini rentan terhadap adanya getaran. Oleh karena itu, diperlukan perhatian lebih dalam melakukan pembangunan infrastruktur atau sesuai dengan standar yang telah ditetapkan oleh pemerintah. Hal ini dilakukan untuk menghindari terjadinya kerusakan bangunan akibat getaran gelombang gempabumi.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan Terimakasih kami sampaikan kepada LPPM UPN “Veteran” Yogyakarta yang telah memberikan bantuan dana penelitian dalam Program Pengabdian bagi Masyarakat tahun 2018 ini. Ucapan terimakasih juga kami sampaikan kepada Badan Meteorologi, Klimatologi dan Geofisika Stasiun Yogyakarta yang telah membantu dalam pengambilan data lapangan. Terimakasih kepada Bapak Nugroho Budi Wibowo, M.Si dari BMKG. Terimakasih juga kami haturkan kepada jurusan Teknik Geofisika UPN Veteran Yogyakarta yang telah membantu dalam Pengabdian bagi Masyarakat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Standardisasi Nasional. "Tata cara perencanaan ketahanan gempa untuk struktur bangunan gedung dan non gedung." (2012): 1726-2012
- Bemmelen, van, R. W., 1949. *The geology of Indonesia*. Martinus Nyhoff, The Hague: Nederland
- Berthommier, P. 1990. *Etude volcanologique du Merapi (Centre-Java) Te'phrostratigraphic et Chronologie-produits eruptifs*. France: University of Blaise Pascal
- Daryono. 2009. "Pengkajian Local Site Effect di Graben Bantul Menggunakan Indeks Kerentanan Seismik Berdasarkan Pengukuran Mikrotremor". *Jurnal Kebencanaan Indonesia*. Vol 2. No 1. Yogyakarta: PSBA.
- Husein, S., Subagyo P., Myo T., Tun N., & Jaya M.. (2008). A Short Note on the Seismic History of Yogyakarta Prior to the May 27, 2006 Earthquake. *The Yogyakarta Earthquake of May 27, 2006*. Yogyakarta: Star Publishing Company Inc.
- Kanai, K. 1983. *Engineering Seismology*. Japan: University of Tokyo Press.
- Kanli, A. 2011. *Surface Wave Analysis for Site Effect Evaluation*. US: University of California Santa Barbara
- Mirzaoglu, M., and Dykmen, U., 2003, *Application of microtremors to seismic microzoning procedure*. *Balkan: Journal of the Balkan Geophysical*, Vol. 6, No. 3
- Motamed, R., Ghalandarzadeh, A., Tawhata, I. and Tabatabaei, S.H. 2007. Seismic Microzonation and Damage Assessment of Bam City. *Southern Iran: Journal of Earthquake Engineering*. 11:1, 110-132.
- Nakamura, Y., 2000. *Clear Identification of Fundamental Idea of Nakamura's Technique and Its Application*. Tokyo University. Japan.
- Nakamura, Y. 2008. On the H/V Spectrum. Beijing: The 14th World Conference on Earthquake Engineering.
- Nugroho, Budi., 2017. *Rasio Model Vs30 Berdasarkan Data Mikrotremor Dan Usgs Di Kecamatan Jetis Kabupaten Bantul*. *Jurnal. Sains Dasar* 2017. Vol.6 No.1 hal. 49 - 56
- Park, Choon B., Richard D. Miller, and Jianghai Xia. "Multichannel analysis of surface waves." *Geophysics* 64.3 (1999): 800-808.

INVESTIGASI METODE GEOFISIKA TERPADU DALAM PEMETAAN *UNSTABLE LAYER* DAERAH POTENSI TANAH LONGSOR KARANGSAMBUNG, KEBUMEN, JATENG

Wahyu Hidayat, Wrego Seno Giamboro

Jurusan Teknik Geofisika, Fakultas Teknologi Mineral, UPN “Veteran” Yogyakarta

Email: wahyu.hidayat@upnyk.ac.id, wrego_seno@upnyk.ac.id

ABSTRACT

Physiographic and geological conditions of the Karangsembung area in the form of hills and mountains that are composed of loose material due to weathering processes cause a high level of potential landslides. The geophysical method is used to identify potential landslides by utilizing the physical properties of rocks. Through the investigation of integrated geophysical methods using a combination of three geophysical methods specifically the geoelectric method, the seismic refraction method and the geomagnetic method are able to provide an overview of the existence of a subsurface unstable layer. The results obtained show that the unstable layer has a resistivity value <150 ohm.m, the value of the P wave velocity <1000 m/s and the susceptibility value <100 nT which all indicate the presence of an unstable rock mass.

keywords : *Unstable layer, lanslides, resistivity, P wave velocity, susceptibility.*

PENDAHULUAN

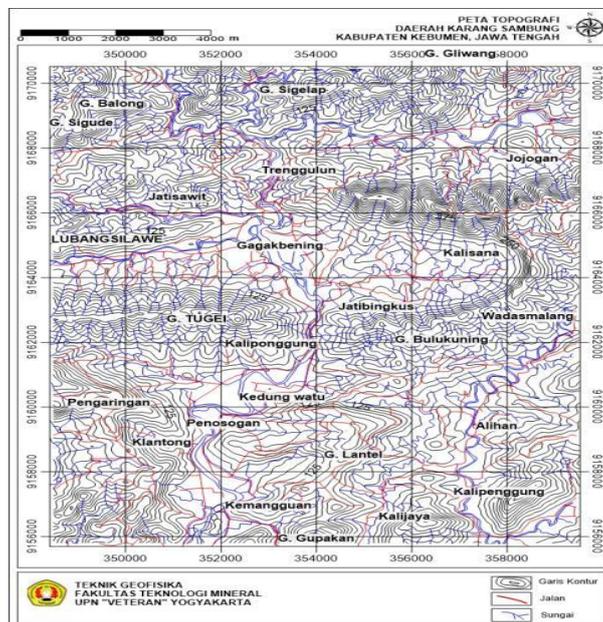
Tanah longsor adalah perpindahan material pembentuk lereng berupa batuan, bahan rombakan, tanah, atau material campuran tersebut yang disebut dengan unstable layer, bergerak ke bawah atau keluar lereng (Travalletti and Malet, 2012). Proses terjadinya tanah longsor dapat diterangkan sebagai berikut: air yang meresap ke dalam tanah akan menambah bobot tanah. Jika air tersebut menembus sampai tanah kedap air yang berperan sebagai bidang gelincir, maka tanah menjadi licin dan tanah pelapukan di atasnya akan bergerak mengikuti lereng dan keluar lereng (Hincke et al.,2006).

Tanah longsor sendiri merupakan gejala alam yang terjadi di sekitar kawasan pegunungan. Semakin curam kemiringan lereng satu kawasan, semakin besar kemungkinan terjadi longsor. Bebatuan kering akan tetap di tempatnya hingga kemiringan 30 derajat, akan tetapi tanah yang basah akan mulai meluncur jika sudut lereng lebih dari 1 atau 2 derajat saja. Longsor terjadi saat lapisan bumi paling atas dan bebatuan terlepas dari bagian utama gunung atau bukit. Hal ini biasanya terjadi karena curah hujan yang tinggi, gempa bumi, atau letusan gunung api (Crozier and Glade, 2005).

Fisiografi daerah Karangsembung yang berupa tinggian dan perbukitan merupakan potensi bencana yang serius bagi populasi maupun bangunan di sekitarnya, hal ini diperkuat dengan iklim di Indonesia yang tropis dapat mempercepat terjadinya proses pelapukan batuan. Kejadian tanah longsor terakhir di daerah Karangsembung terjadi pada tanggal 12 Februari 2018

di sekitar jalan raya Karangasambung-Kaligending yang mengakibatkan akses jalan dari Kota Kebumen ke Kecamatan Karangasambung terputus (Muzaki, 2018).

Metode geofisika telah digunakan secara umum dalam investigasi tanah longsor. Penentuan unstable layer dapat diidentifikasi menggunakan aplikasi metode geofisika terpadu yakni metode geolistrik resistivitas, metode geomagnetik dan metode seismik refraksi. Pada prinsipnya metode-metode geofisika ini digunakan untuk mendeteksi sifat fisika batuan di bawah permukaan yakni nilai tahanan jenis, suseptibilitas dan kecepatan gelombang P (V_p) yang mampu mendeteksi keberadaan unstable layer di bawah permukaan yang dapat mengakibatkan terjadinya bencana tanah longsor (Telford, et al., 1976).



Gambar 1. Peta topografi daerah karangsambung

METODE

A. Metode Geolistrik

Metode Geolistrik merupakan metode yang digunakan untuk mengukur variasi resistivitas batuan di bawah permukaan melalui pengukuran di permukaan. Nilai resistivitas batuan dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain; kandungan mineral dan fluida di dalam batuan, porositas dan tingkat saturasi air di dalam batuan (Loke, 2000). Metode geolistrik telah banyak digunakan dalam bidang pertambangan, hidrogeologi, geoteknik dan survei lingkungan.

Metode Geolistrik dilakukan dengan menginjeksikan arus listrik ke bawah permukaan melalui dua buah elektroda arus (C1 dan C2) dan hasil pengukuran terukur melalui beda potensial pada dua elektroda potensial (P1 dan P2). Dari nilai arus listrik (I) dan potensial listrik (V), dapat dihitung nilai resistivitas semu batuan (P_a).

$$P_a = k V/I$$

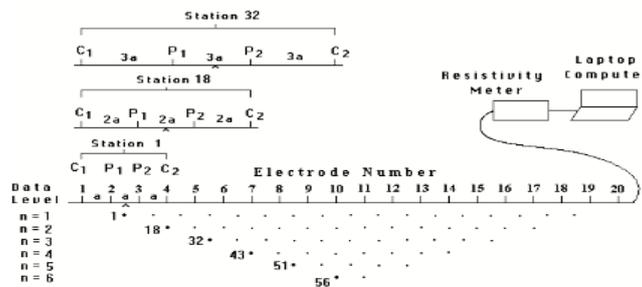
Dimana nilai k adalah faktor geometri yang tergantung dari susunan elektroda yang digunakan. Nilai resistivitas yang terukur bukan merupakan nilai resistivitas yang sebenarnya,

akan tetapi masih nilai resistivitas “semu” karena mengasumsikan bahwa bumi bersifat homogen. Oleh karena itu perlu dilakukan pemodelan inversi yang secara matematis mampu mengembalikan nilai resistivitas remu menjadi resistivitas yang sebenarnya (Telford, et al., 1976).

Pengukuran Metode Geolistrik penelitian ini menggunakan Konfigurasi Wenner-Schlumberger. Konfigurasi ini sangat sensitif terhadap perubahan nilai resistivitas secara vertikal dan horizontal. Artinya, konfigurasi ini baik digunakan untuk memetakan struktur - struktur horizontal seperti perlapisan dan sill serta struktur - struktur vertikal seperti intrusi dike, boulder dan rongga (Loke, 2000). Konfigurasi ini tersusun atas dua elektroda arus dan elektroda potensial yang tersusun sejajar (Gambar 2). Kedalaman investigasi pada konfigurasi ini sangat tergantung dari panjang lintasan pengukuran.

Faktor geometri pada Konfigurasi Schlumberger dapat dihitung dengan menggunakan rumus,

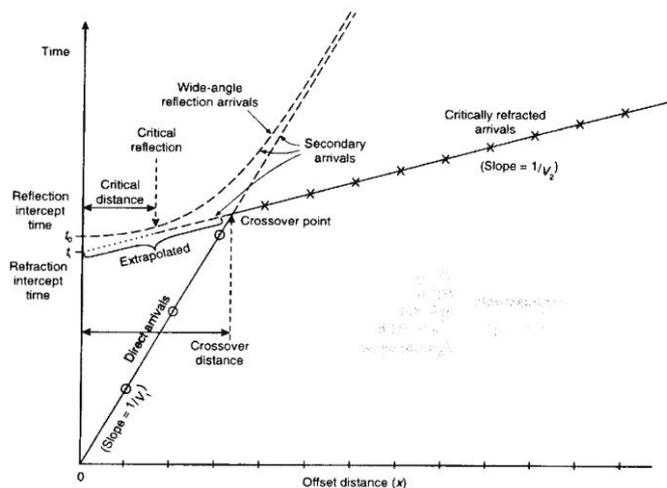
$$K = \pi n(n+1)a$$



Gambar 2. Susunan elektroda pada Konfigurasi Wenner-Schlumberger (Loke, 2000)

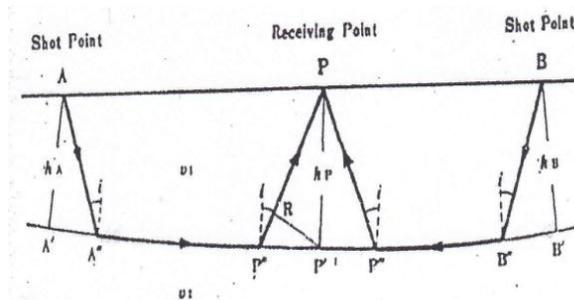
B. Metode Seismik Refraksi

Metode pengolahan data dilakukan dengan memplotkan kurva waktu tiba pertama (*first arrival time*) ke dalam kurva T – X (jarak – waktu. Kurva T - X menunjukkan posisi gelombang langsung dan gelombang refraksi pada saat pengukuran (gambar 3).



Gambar 3. Kurva Jarak - Waktu (Sheriff and Geldart, 1995)

Dari kurva T – X kemudian dilakukan perhitungan secara matematis nilai V1 (kecepatan gelombang pada lapisan pertama) dan V2 (kecepatan gelombang pada lapisan ke dua) dan selanjutnya melakukan pemodelan bawah permukaan dengan menggunakan Metode Hagiwara. Metode Hagiwara merupakan metode waktu tunda yang dikembangkan untuk struktur dua lapis (gambar 4).



Gambar 4. Lintasan seismik refraksi untuk struktur 2 lapis Metode Hagiwara (Sismanto, 1999)

Penentuan kedalaman refraktor bawah permukaan diperoleh melalui waktu rambat gelombang - P melalui hubungan sebagai berikut :

$$T_{AP} + T_{BP} = \frac{2h_p \cos i}{V_1} + T_{AB}$$

Maka,

$$h_p = \frac{V_1}{2 \cos i} (T_{AP} + T_{BP} - T_{AB})$$

Melalui informasi yang telah didapatkan di atas, langkah selanjutnya adalah pemodelan bidang gelincir tanah longsor menggunakan tomografi 2D menggunakan Matlab. Pemodelan tomografi didasarkan perhitungan raypath pada rumus berikut :

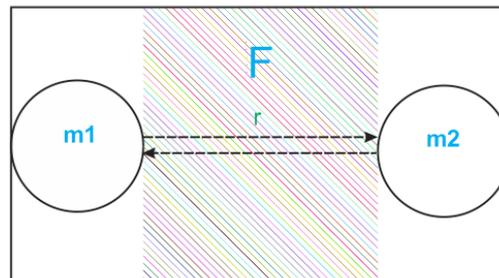
$$l_k = \frac{h_k}{\cos i_k} = \frac{h_k}{\sqrt{1-(PV_k)^2}}$$

$$i_k = \frac{l_k}{V_k} = \frac{h_k}{V_k \sqrt{1-(PV_k)^2}}$$

Pemodelan tomografi dan kedalaman bidang gelincir tanah longsor pada tiga lintasan pengukuran kemudian dikorelasikan untuk mendapatkan profil secara 3 D.

C. Metode Geomagnetik

Dalam kemagnetan dikenal dua jenis muatan, yaitu muatan positif dan muatan negatif. Kedua muatan ini memenuhi hukum Coloumb. Muatan atau kutub yang berlawanan jenis akan tarik menarik sedangkan muatan yang sejenis akan tolak menolak dengan gaya F. Dasar dari metode magnetik adalah gaya Coloumb antara dua kutub magnetik m1 dan m2 yang terpisah sejauh r.



Gambar 5. Gaya magnetik antara 2 partikel bermassa m_1 dan m_2 (Telford et al, 1976)

Kuat medan magnet adalah besarnya medan magnet pada suatu titik dalam ruang yang timbul sebagai akibat dari sebuah kutub m yang berada sejauh r dari titik tersebut. Kuat medan H didefinisikan gaya persatuan kutub magnet, dapat ditulis sebagai;

$$H = \frac{F}{m_2} = \frac{m_1}{\mu r^2} \hat{r}$$

Untuk mendapatkan anomali medan magnetik yang menjadi target survei, maka data magnetik yang telah diperoleh harus dibersihkan atau dikoreksi dari pengaruh beberapa medan magnet yang lain. Secara umum beberapa koreksi yang dilakukan dalam survei magnetik meliputi:

a. Koreksi harian

Koreksi harian adalah koreksi yang dilakukan terhadap data magnetik terukur untuk menghilangkan pengaruh medan magnet luar atau variasi harian.

b. Koreksi IGRF

Koreksi IGRF adalah koreksi yang dilakukan terhadap data medan magnet terukur untuk menghilangkan pengaruh medan utama magnet bumi.

Dengan demikian nilai anomali magnetik dalam intensitas medan magnet suatu batuan dapat dituliskan

$$H = H_0 + \Delta H + H_{var}$$

Dimana H merupakan medan magnetik bumi, H_0 merupakan medan magnetik utama bumi dan ΔH merupakan medan anomali magnetik, atau dalam menentukan anomali magnetiknya dapat dituliskan

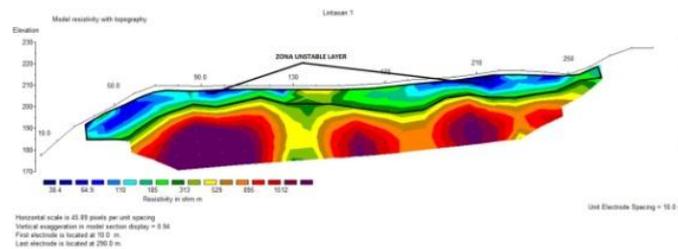
$$\Delta H = H - H_0 - H_{var} \quad (2.15)$$

Dengan H merupakan medan magnetik bumi atau medan magnet total yang terukur, H_0 merupakan medan magnetik utama bumi berdasarkan IGRF dan H_{var} merupakan koreksi medan magnet variasi harian

HASIL

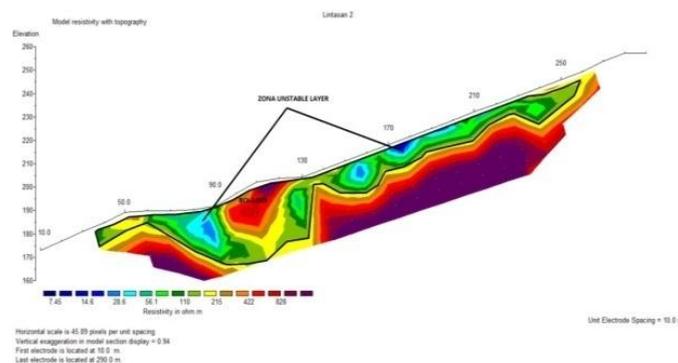
A. Hasil Pengukuran Geolistrik

Pengukuran geolistrik resistivitas dilakukan secara mapping dengan menggunakan konfigurasi Wenner - Schlumberger dengan panjang bentangan mencapai 200 meter, spasi 10 meter kedalaman maksimum ± 25 meter. Pengukuran dilakukan sebanyak 6 lintasan.



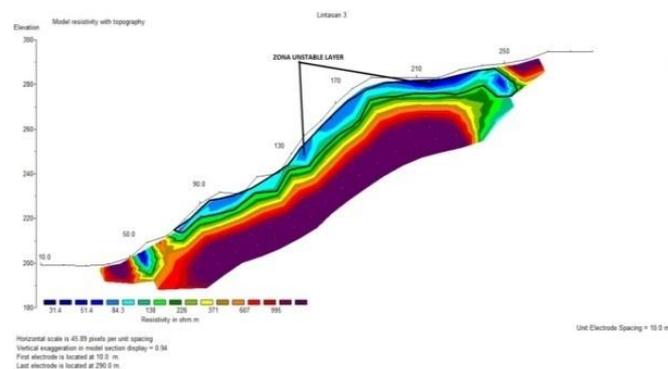
Gambar 6. Peta isoresistivitas lintasan 1

Berdasarkan peta isoresistivitas lintasan 1 (Gambar 6), dapat diketahui bahwa terdapat zona *unstable layer* di dekat permukaan dengan nilai resistivitas <150 ohm.m yang menunjukkan batuan yang tidak kompak. Kedalaman *unstable layer* mencapai 10 meter di bawah permukaan yang menunjukkan tingkat pelapukan yang cukup masif di daerah penelitian.



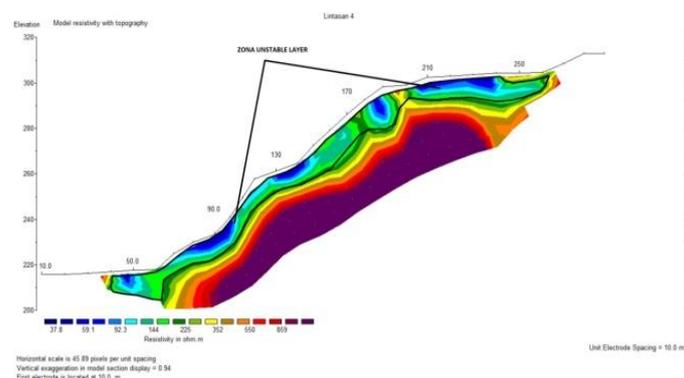
Gambar 7. Peta isoresistivitas lintasan 2

Berdasarkan peta isoresistivitas lintasan 2 (gambar 7), dapat diketahui bahwa terdapat zona *unstable layer* di dekat permukaan dengan nilai resistivitas <100 ohm.m yang menunjukkan batuan yang tidak kompak. Kedalaman *unstable layer* mencapai 15 meter di bawah permukaan yang menunjukkan tingkat pelapukan yang cukup masif di daerah penelitian. Potensi tanah longsor berdasarkan geometri *unstable layer* kemungkinan mengarah ke arah timur daerah penelitian.



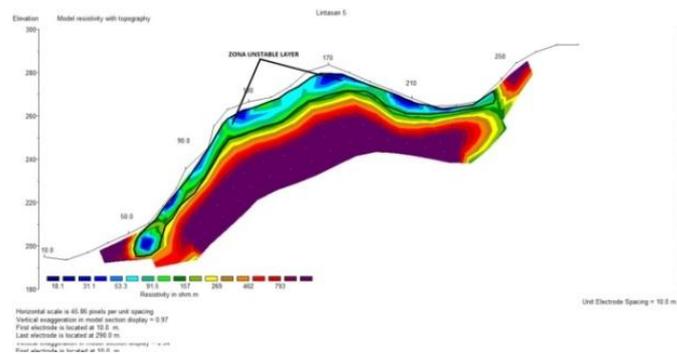
Gambar 8. Peta isoresistivitas lintasan 3

Berdasarkan peta isoresistivitas lintasan 3 (gambar 8), dapat diketahui bahwa terdapat zona unstable layer di dekat permukaan dengan nilai resistivitas <150 ohm.m yang menunjukkan batuan yang tidak kompak. Kedalaman unstable layer mencapai 5 meter di bawah permukaan yang menunjukkan tingkat pelapukan yang cukup masif di daerah penelitian. Potensi tanah longsor berdasarkan geometri *unstable layer* dan kemiringan lereng kemungkinan mengarah ke arah timur daerah penelitian.



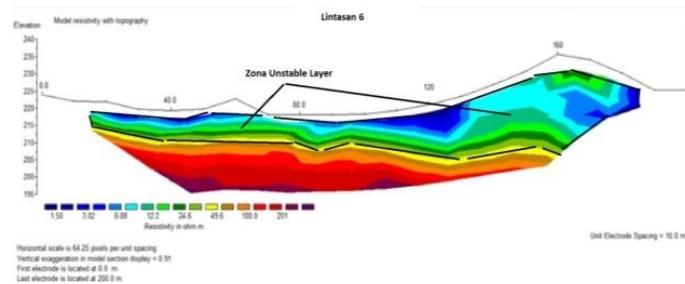
Gambar 9. Peta isoresistivitas lintasan 4

Berdasarkan peta isoresistivitas lintasan 4 (gambar 9), dapat diketahui bahwa terdapat zona unstable layer di dekat permukaan dengan nilai resistivitas <150 ohm.m yang menunjukkan batuan yang tidak kompak. Kedalaman unstable layer mencapai 10 meter di bawah permukaan yang menunjukkan tingkat pelapukan yang cukup masif di daerah penelitian. Potensi tanah longsor berdasarkan geometri *unstable layer* dan kemiringan lereng kemungkinan mengarah ke arah timur daerah penelitian.



Gambar 10. Peta isoresistivitas lintasan 5

Berdasarkan peta isoresistivitas lintasan 5 (gambar 10), dapat diketahui bahwa terdapat zona unstable layer di dekat permukaan dengan nilai resistivitas <100 ohm.m yang menunjukkan batuan yang tidak kompak. Kedalaman unstable layer mencapai 10 meter di bawah permukaan yang menunjukkan tingkat pelapukan yang cukup masif di daerah penelitian. Pontensi tanah longsor berdasarkan geometri unstable layer dan kemiringan lereng kemungkinan mengarah ke arah timur daerah penelitian.

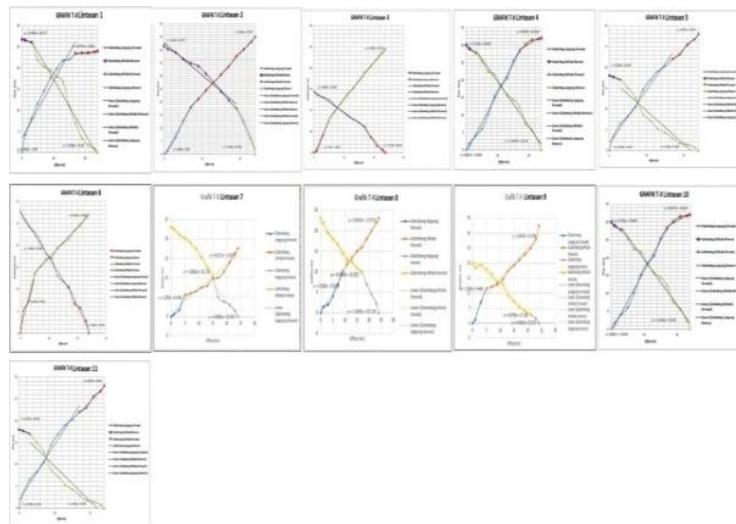


Gambar 11. Peta isoresistivitas lintasan 6

Berdasarkan peta isoresistivitas lintasan 6 (gambar 11), dapat diketahui bahwa terdapat zona unstable layer di dekat permukaan dengan nilai resistivitas <80 ohm.m yang menunjukkan batuan yang tidak kompak. Kedalaman unstable layer mencapai 10 meter di bawah permukaan yang menunjukkan tingkat pelapukan yang cukup masif di daerah penelitian. Pontensi tanah longsor berdasarkan geometri unstable layer dan kemiringan lereng kemungkinan mengarah ke arah timur daerah penelitian.

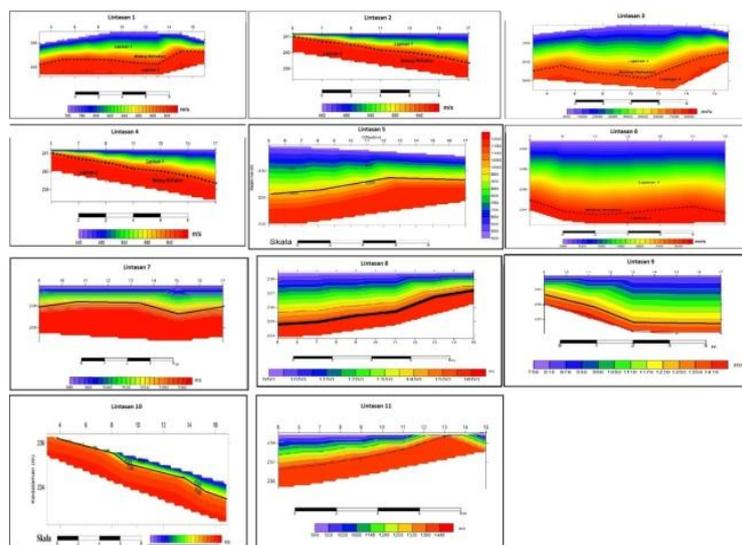
B. Hasil Pengukuran Seismik Refraksi

Pengukuran sesimik refraksi menggunakan seismometer merk OYO McSeis 3 chanel, dengan panjang bentangan mencapai 30 meter, sebanyak 11 lintasan.



Gambar 12. Hasil Kurva T-X metode Seismik Refraksi

Berdasarkan kurva T-X (gambar 12), dapat diketahui bahwa slope kemiringan gelombang langsung dan gelombang refraksi terlihat bervariasi. Secara umum gelombang langsung memiliki slope yang lebih besar dibandingkan gelombang refraksi. Slope kurva T-X sendiri berbanding terbalik dengan kecepatan, dimana slope yang lebih besar menunjukkan kecepatan yang lebih kecil. Sehingga dapat diartikan bahwa gelombang langsung memiliki kecepatan yang relatif lebih rendah dibandingkan gelombang refraksi. Hal tersebut menunjukkan bahwa ada lapisan batuan yang lebih dangkal yang memiliki kecepatan rendah yang diindikasikan sebagai unstable layer dan ada lapisan batuan yang lebih dalam sebagai bedrock dengan kecepatan yang lebih besar.

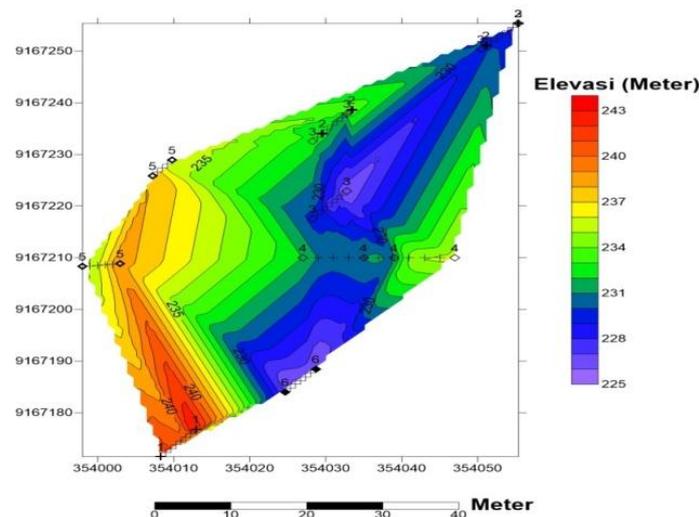


Gambar 13. Penampang refraksi daerah pengukuran

Berdasarkan penampang refraksi pada gambar 13 dapat diketahui bahwa secara umum daerah pengukuran memiliki nilai kecepatan gelombang P yang bervariasi. Kecepatan gelombang

P yang bernilai <1000 m/s diindikasikan sebagai unstable layer karena tergolong memiliki kecepatan yang rendah. Kecepatan yang rendah mengindikasikan keberadaan batuan yang tidak kompak dengan nilai densitas yang rendah, dimana densitas batuan berbanding lurus dengan nilai kecepatan gelombang P. Kecepatan gelombang yang tinggi >1000 m/s mengindikasikan batuan yang relatif lebih kompak yang mengakibatkan meningkatnya nilai kecepatan gelombang P.

Peta kedalaman refraktor merupakan hasil korelasi dari penampang refraktor pada bidang batas kedalaman unstable layer pada setiap lintasan. Peta kedalaman refraktor menunjukkan geometri refraktor di bawah permukaan (gambar 14).



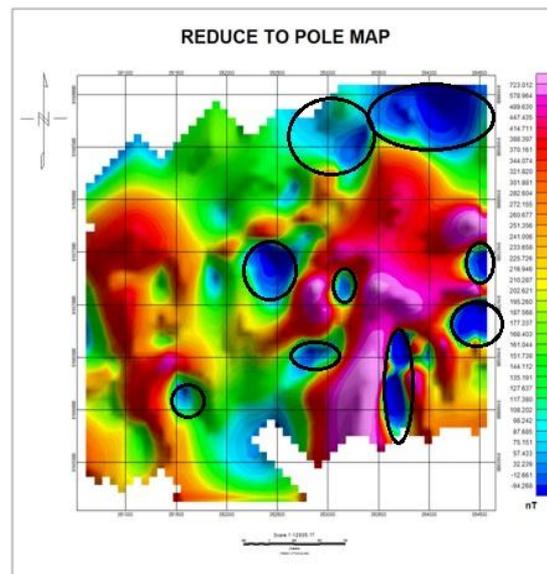
Gambar 14. Peta Kedalaman Refraktor

Peta kedalaman refraktor menunjukkan bahwa geometri refraktor di bawah permukaan tidak rata, dimana ada daerah tinggian yang berwarna merah sampai hijau dan ada daerah rendahan yang berwarna biru sampai ungu. Berdasarkan geometri refraktor potensi terjadinya tanah longsor adalah dari arah timur ke barat atau dari arah tinggian ke arah rendahan.

C. Hasil Pengukuran Metode Geomagnetik

Pengukuran geomagnetik menggunakan instrumentasi Proton Precision Magnetometer (PPM) Geomatrix. Jumlah titik pengukuran sebanyak 150 titik dengan lama pengukuran di setiap titiknya berkisar 10-15 menit. Berdasarkan hasil pengolahan data metode Geomagnetik dihasilkan peta TMI (Total Magnetik Intensity) yang kemudian dilakukan filter reduce to pole yang menghasilkan peta *reduce to pole* Gambar 15). Filter reduce to pole dilakukan untuk mereduksi efek dipole yang dihasilkan oleh medan magnet bumi pada data observasi.

Berdasarkan peta *reduce to pole* dapat diketahui bahwa daerah-daerah yang memiliki nilai suseptibilitas <100 nT berwarna biru merupakan area yang diindikasikan sebagai unstable layer. Suseptibilitas rendah menunjukkan tingkat kemagnetan batuan yang rendah yang berasosiasi dengan batuan sedimen atau area-area dengan tingkat pelapukan batuan yang masif, sedangkan nilai suseptibilitas yang tinggi berasosiasi dengan batuan beku dan metamorf yang bersifat kompak. Area-area unstable layer tersebar di beberapa titik pengukuran di sekitar Kecamatan Karangsembung yang sebagian besar berada di sekitar Sungai Lok Ulo yakni di area tengah sampai ke utara pada peta *reduce to pole*.



Gambar 15. Peta *Reduce to Pole* Metode Geomagnetik

DISKUSI

Proses investigasi geofisika terpadu yang dilakukan memberikan gambaran mengenai potensi tanah longsor di sekitar Kecamatan Karangsembung Kebumen, sehingga diperlukan sosialisasi kepada masyarakat sekitar mengenai potensi tanah longsor dan dampak yang mungkin terjadi. Sosialisasi dapat berupa sosialisasi langsung dengan warga sekitar maupun dengan pemasangan rambu/plang di sekitar area rawan longsor.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan analisa penelitian yang telah Berdasarkan observasi lapangan dan hasil pengolahan data geofisika terpadu di sekitar situs geologi Karangsembung dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut;

1. Melalui observasi lapangan terdapat potensi longsor di sekitar situs geologi karangsambung yang diindikasikan dengan adanya pergerakan massa batuan.
2. Melalui pengamatan dan pengukuran geofisika terpadu pada beberapa titik rawan longsor dapat disimpulkan adanya potensi tanah longsor di sekitar situs geologi Karangsembung.
3. Berdasarkan hasil pengukuran geofisika terpadu didapatkan nilai *unstable layer* <150 ohm.m untuk metode geolistrik, <1000 m/s pada metode sesmik refraksi dan <100 nT pada metode geomagnetik, yang kesemuanya mengindikasikan adanya massa batuan yang tidak stabil di bawah permukaan.

DAFTAR PUSTAKA

Crozier, M.J., Glade, T., (2005). *Landslide hazard and risk: Issues, concepts and approaches*. In: Glade, T., Anderson, M., Crozier, M.J. (Eds.), *Landslide hazard and risk*. John Wiley & Sons, London, pp. 1–40.

- Heincke, B., Maurer, H., Green, A.G., Willenberg, H., Spillmann, T., Burlini, L., (2006). *Characterizing an unstable mountain slope using shallow 2D and 3D seismic tomography*. *Geophysics* 71 (6), B241–B256.
- Loke M.H., (2000), *Electrical Imaging Surveys for Enviromental and Engineering Studies*
- Muzaki, K. (2018, Februari 24). <http://jateng.tribunnews.com/2018/02/24/iki-kata-ahli-geologi-soal-longsor-batuan-purba-di-karangsambung>. Dipetik Juli 26, 2018, dari <http://jateng.tribunnews.com>: <http://jateng.tribunnews.com/2018/02/24/iki-kata-ahli-geologi-soal-longsor-batuan-purba-di-karangsambung>
- Sheriff, R.E., Geldart L.P., (1995). *Exploration Seismology*. Cambridge University Press.
- Sismanto, (1999). *Seismologi Eksplorasi*. Universitas Gadjah Mada. Yogyakarta.
- Telford V.M., Geldart L.P., Sheriff R.E., and Keys D.A., (1976), *Applied Geophysics*, Cambridge University Press.
- Travelletti, J., and Mallet, J.P. 2012. *Characterization of the 3D Geometry of Flow-Like Landslides: a Methodology Based on the Integration of Multi-source Data*. *Engineering Geology*.

**PENINGKATAN PRODUKTIVITAS OLAHAN CAMILAN
CERIPING MENGGUNAKAN MESIN PERAJANG *DOUBLE
CUTTING***

**(STUDI KASUS DI KELOMPOK PKK DUSUN DEMANGAN DESA SERUT
KECAMATAN GEDANGSARI KAB GUNUNG KIDUL)**

Gunawan Madyono Putro, Wahyu Wibowo Eko Yulianto
Fakultas Teknik Industri Jurusan Teknik Industri UPN "Veteran" Yogyakarta

ABSTRAK

Pembuatan ceriping di kelompok PKK dusun Demangan Serut Gedangsari Gunung Kidul sekarang ini masih dilakukan secara sederhana yaitu hanya di iris menggunakan pisau langsung ataupun hanya menggunakan pasah atau serut sehingga kapasitas produksinya masih rendah yaitu ± 10 kg-15 kg/ perhari. Metode pembuatan yang seperti ini banyak dikeluhkan oleh warga yang diataranya adalah: kapasitas produksinya rendah, kualitas kurang bagus, pemasaran sulit, dan motivasi untuk pembuatan ceriping oleh masyarakat rendah.

Untuk membantu menyelesaikan permasalahan di kelompok PKK tersebut melalui pengabdian Masyarakat ini telah dibuat mesin perajang ceriping double cutting. Prinsip kerja mesin double cutting ini adalah menghubungkan piringan mata pisau ke motor penggerak yang ditempatkan dalam sebuah meja. Mata pisau di pasang dalam suatu piringan dari kayu yang dipasang mendatar di bagian kanan dan bagian kiri mesin. Sedangkan masing-masing piringan ini dipasang 4 mata pisau yang di hubungngkan dengan 1 motor penggerak yang sama.

Mesin perajang ceriping duple cutting ini mempunyai beberapa keunggulan yang diantaranya adalah: 1). Biaya untuk pembuatan mesin perajang ceriping double cutting ini cukup terjangkau yaitu ± Rp 3.500.000 dan dapat digunakan untuk produksi ceriping 10 kg - 15 kg / jam. 2). Proses pengerjaan lebih nyaman karena bisa dilakukan sambil duduk dengan kursi maupun sambil berdiri.3) Cara kerja mesin cukup sederhana, mudah dan aman untuk dioperasikan serta biaya listrik juga murah yaitu Rp.75/ kg ceriping. 4). warga mearasa terbantu untuk meningkatkan produksi dan kualitasnya.

Kata Kunci : *PKK, Ceriping, perajang, produksi*

LATAR BELAKANG

Hasil bumi seperti ketela, jagung, pisang, umbi-umbian ,talas, kimpul, lembong, Garut, uwi dan gadhung pada musim kemarau sangat mudah ditemukan di daerah pegunungan. Hasil bumi tersebut banyak ditemukan di pasar-pasar tradional di wilayah Gunung Kidul yang di jual dengan harga yang relative murah. Menurut kepala desa serut kecamatan Gedangsari Gunung Kidul setiap musim kemarau desa ini menghasilkan hasil bumi berupa ketela, jagung, garut, pisang, uwi dan gadhung itu diatas 2000 ton.

Desa Serut kecamatan Gedangsari adalah terletak di kabupaten Gunung Kidul bagian utara yaitu berbatasan dengan kecamatan Gantiwarno kabupaten Klaten. Jarak desa ini dengan

kantor Bupati Gunung kidul ± 30 km dan jarak dengan kota Jogjakarta ± 45 km. Desa serut ini 90% wilayahnya merupakan daerah pegunungan yang struktur tanahnya tidak subur dan tandus karena terdiri dari tanah lempung dan padas. Menurut kepala desa dengan kurangnya sumberdaya desa yang dimiliki mengakibatkan pemuda maupun pemudi setelah tamat SMP atau SLTA hampir 75% merantau ke kota meninggalkan kampung halaman, sehingga kebanyakan penduduk yang tinggal saat ini hanya yang sudah berusia lanjut dan anak-anak. Mata pencaharian penduduk desa serut ini 80% adalah petani ladang atau tegalan. Adapun hasil utama dari mereka bercocok tanam ini adalah ketela, jagung, pisang, umbi-umbian seperti: talas, kimpul, lembong, Garut, uwi dan gadhung. Hasil dari tanaman tegalan tersebut sebagian di jual langsung kepasar dan sebagian ada yang di olah sebagai makanan camilan.

Saat ini di dusun Demangan desa Serut kecamatan Gedangsari Kabupaten Gunung Kidul sudah ada usaha untuk mengolah hasil panen yang berupa pisang, ketela dan umbi-umbian untuk dijadikan makanan camilan yang berbentuk criping. Usaha pengolahan criping ini dilakukan oleh ibu-ibu PKK dusun Demangan dengan jumlah anggota 11 (sebelas) orang. Usaha olahan criping ini telah dilakukan sejak januari 2016. Menurut ketua kelompok PKK dusun demangan kapasitas produksi yang dihasilkan rata-rata adalah 10 kg – 15 kg perhari dengan berbagai jenis criping. Adapun pemasaran masih disekitar lokasi desa serut dengan sistem titip jual dengan harga yang bervariasi menurut jenis cripingnya. Produk yang dijual ini banyak diminati oleh masyarakat karena rasanya enak dan harganya murah terbukti criping yang dititipkan selalu habis terjual. Tempat produksi pembuatan criping yang dilakukan saat ini adalah dilakukan dirumah masing-masing anggota, setelah produknya lumayan banyak ± 10 kg dalam kondisi mentah, baru di setorkan dirumah ketua PKK untuk di goreng dan dipasarkan menggunakan tenaga tersendiri. Di dalam proses produksinya mereka masih menggunakan cara manual yaitu menggunakan alat iris yang berupa pasah/serut.



Gambar 1. kegiatan proses produksi criping di lokasi mitra

METODE YANG DIGUNAKAN

Untuk menyelesaikan permasalahan peralatan yang masih manual melalui program pengabdian masyarakat telah dibuat mesin perajang atau pengiris criping. Alat perajang ini

mempunyai kapasitas produksi 10 kg.- 15 kg/ jam Alat perajang ceriping ini dibuat menggunakan sistem double cutting yang ditempatkan pada piringan kayu yang berdiameter 30 cm. kecepatan putar pisau adalah 250 Rpm dan daya motor 1,0 HP. Mesin perajang ini di desain untuk berbagai jenis dan ukuran bahan baku. Tempat bahan baku yang akan di rajang bisa disesuaikan dengan ukurannya. Dengan melakukan kerja bersama dan menggunakan mesin yang sama diharapkan anggota bisa saling mengontrol akan hasil produksinya. Gambar mesin perajang ceriping dapat di lihat pada gambar 2 dibawah ini



Gambar 2. Mesin perajang ceriping double cutting

Cara kerja pembuatan ceriping menggunakan mesin ceriping *double cutting* :

1. Siapkan bahan baku hasil bumi seperti ketela, pisang, garut dan lembong yang telah dikupas
2. Pilih ukuran yang seragam
3. Hidupkan mesin ceriping
4. Stel lubang tempat bahan baku sesuai dengan jenis dan ukurannya
5. Stel mata pisau untuk mengatur tebal tipisnya ceriping.
6. Masukkan bahan baku ke masing masing lubang pengirisan sesuai dengan jenis dan ukurannya .
7. Tekan bahan baku menggunakan balok kayu yang telah tersedia
8. Apabila pengirisan bahan yang pertama selesai kemudian masukkan lagi bahan selanjutnya ke lubang pengirisan demikian seterusnya.
9. Ceriping yang masih basah siap untuk di keringkan

ANALISIS HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembuatan ceriping di kelompok PKK dusun Demangan Serut Gedangsari Gunung Kidul sekarang ini masih dilakukan secara sederhana yaitu hanya di iris menggunakan pisau langsung ataupun hanya menggunakan pasah atau serut. Metode pembuatan yang seperti ini

banyak dikeluhkan oleh warga yang diataranya adalah kapasitas produksinya rendah, kualitas kurang bagus, pemasaran sulit, dan motivasi untuk pembuatan ceriping oleh masyarakat rendah. Berdasarkan pengamatan yang kami lakukan diketahui bahwa produksi rendah yaitu 5kg-10 kg / hari dengan tenaga kerja ± 10 orang dikarenakan dengan langsung mengiris menggunakan pisau menyebabkan tenaga kerja merasa tidak nyaman dan cepat lelah, hasil rajangan tebal tipisnya juga tidak sama sehingga menyebabkan kekerasan ceriping tidak sama yaitu ada yang lunak dan ada yang keras. Kualitas yang kurang bagus ini tentunya menyebabkan kesulitan dalam pemasaran. Dengan permasalahan yang dihadapi oleh kelompok mitra tersebut menyebabkan sebagian anggota kurang termotivasi untuk mengembangkan usaha olahan ceriping.

Berdasarkan permasalahan yang ada dikelompok mitra tersebut maka melalui pengabdian masyarakat ini dilakukan pembuatan mesin perajang ceriping double cutting. Mesin perajang ceriping double cutting ini mempunyai beberapa keunggulan yang diantaranya adalah:

1. Biaya untuk pembuatan mesin perajang ceriping double cutting ini cukup terjangkau yaitu \pm Rp 3.500.000 dapat digunakan untuk produksi ceriping 10 kg - 15 kg / jam.
2. Mesin ceriping ini lebih efektif dan efisien karena 1 motor penggerak dapat digunakan untuk menggerakkan pisau yang dapat digunakan untuk membuat 4 jenis produk ceriping secara bersamaan.
3. Berdasarkan wawancara dengan warga kelompok mitra, mereka mengatakan bahwa dengan mesin perajang ceriping double cutting ini proses pengerjaan ceriping menjadi lebih nyaman karena pengerjaan bisa dilakukan sambil duduk dengan kursi maupun sambil berdiri.
4. Cara kerja mesin cukup sederhana dan mudah dioperasikan dan biaya listrik juga murah yaitu Rp.75/ kg ceriping.

KESIMPULAN

Berdasarkan wawancara dengan warga kelompok mitra, dengan adanya mesin perajang ceriping double cutting ini mereka sangat terbantu sekali sehingga produksinya bisa meningkat $\pm 250\%$, kualitasnya juga lebih bagus yaitu ukuran ceripingnya lebih seragam dan masyarakat lebih termotivasi untuk mengembangkan usaha ceripingnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ellis Endang, Nurhayati dan tati Setiawati. 2012. Analisis Perilaku Gizi Remaja di Daerah Perkotaan dan Pedesaan. Laporan Penelitian LPPM Universitas Pendidikan Indonesia.
- Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian. 2011. *Manfaat Singkong*. Agro Inovasi Sinar Tani. Bogor.

PERANCANGAN DESAIN LOGO MEREK DAGANG PADA ASOSIASI USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) BOJONEGORO

Kartika Ayu Ardhanariswari¹, Ari Wijayani², Ninik Probosari³

¹Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, UPN “Veteran” Yogyakarta

²Fakultas Pertanian, UPN “Veteran” Yogyakarta

³Fakultas Ekonomi dan Bisnis, UPN “Veteran” Yogyakarta

email: ardhanariswari_ayu@yahoo.com , ariwijayani@yahoo.com,
ninikprobosari73@gmail.com

ABSTRAK

Selama ini merk dan juga identitas dagang menjadi salah satu yang dianggap sepele bagi sebagian pelaku home industry, salah satunya yang dialami oleh Asosiasi UMKM Bojonegoro. Hambatan dan permasalahan mendasar yang dihadapi UMKM adalah branding/merk dan juga identitas yang masih dikemas secara sederhana dan kurang menarik. Kenapa identitas atau brand identity atau desain logo penting bagi UMKM, salah satunya adalah membantu UMKM untuk membentuk identitas yang khas dan menjaga profesionalisme, sehingga akan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk dan jasa yang ditawarkan. Identitas brand melalui perancangan logo yang kuat sangatlah penting karena pada karakter masyarakat Indonesia lebih mudah mengingat gambar dari pada tulisan. Ibarat sebuah pertunjukan, maka branding/merk dan juga identitas adalah bagian utama yang menarik seseorang untuk menghadiri pertunjukan tersebut. Selain itu, branding/merk dan logo adalah upaya komunikasi, sebab setiap produk diperlukan suatu ciri khas pada produk sebagai sebuah identitas. Maka dengan sederhana kita membutuhkan suatu rancangan atas logo produk atau membutuhkan desain logo pada produk tersebut. Melalui kegiatan pengabdian yang dilakukan oleh Universitas Pembangunan Nasional ‘Veteran’ Yogyakarta ini, salah satu upaya yang telah dilakukan adalah memberikan sosialisasi kesadaran akan pentingnya branding/merk bagi UMKM dan juga pendampingan pembuatan logo sebagai identitas UMKM-nya. Kegiatan ini dilakukan dengan bermitra bersama Asosiasi UMKM Bojonegoro.

Kata Kunci: *UMKM, Perancangan Logo, Merk Dagang*

PENDAHULUAN

1. Latar belakang

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memegang peranan penting dan strategis dalam membangun perekonomian Nasional. Selain membantu pertumbuhan ekonomi keberadaan UMKM juga membantu dalam menyerap tenaga kerja. Saat ini populasi penduduk dengan usia produktif lebih banyak daripada jumlah lapangan kerja yang tersedia. Hal ini memicu khususnya para pemuda untuk menciptakan peluangnya sendiri dengan membuka bisnis dan sebagian besar tergolong sebagai pelaku usaha sektor industri Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM).

Dengan luas wilayah sekitar 230.706 Ha, Kabupaten Bojonegoro memiliki jumlah penduduk kurang lebih 1.176.386 jiwa yang setiap tahunnya diperkirakan mengalami peningkatan cukup signifikan. Berbatasan langsung dengan Kabupaten Tuban di sebelah utara, Kabupaten Lamongan di bagian timur, Kabupaten Madiun, Nganjuk dan Jombang di sebelah selatan, serta di bagian barat berbatasan langsung dengan Kabupaten Ngawi dan Blora, menjadikan wilayah Bojonegoro terbagi menjadi dua bagian, yakni dataran rendah di sepanjang aliran sungai Bengawan Solo dan dataran tinggi di sepanjang kawasan Gunung Pandan, Kramat, dan Gajah.

Perkembangan UKM di Bojonegoro tumbuh pesat, hal ini tidak terlepas dari dukungan Pemerintah Daerah dan perbankan. Selain itu BUMN, BUMD, swasta, dan komunitas juga turut membantu untuk peningkatan skill dan kualitas sumber daya manusia. Saat ini sedikitnya terdapat 112.140 pelaku UMKM yang tersebar di 27 kecamatan yang ada di wilayah kabupaten Bojonegoro. Beberapa diantaranya bahkan tidak hanya sukses memenuhi kebutuhan pasar nasional, namun juga berhasil menembus pesatnya persaingan pasar internasional. Besarnya potensi usaha di Kabupaten Bojonegoro, memberikan peluang baru bagi masyarakat untuk meningkatkan kondisi perekonomian di daerah setempat. Semoga informasi ini bisa bermanfaat bagi para pembaca dan memotivasi masyarakat di berbagai daerah untuk segera memulai usaha.

Melihat kondisi yang cukup baik di atas, ternyata keberadaan UMKM yang di Bojonegoro menyimpan masalah yang tidak pernah diduga sebelumnya, yakni pada *branding*/merk dan juga identitas UMKM. Karena itu sangatlah penting bagi setiap UMKM untuk memiliki strategi dan pendekatan yang jelas serta unik bagi sebuah identitasnya untuk dituangkan dalam sebuah logo yang dapat diidentifikasi. Kenapa identitas atau *brand identity* atau desain logo banyak menolong industri UMKM. Salah satunya adalah membantu UMKM untuk membentuk dan terlihat profesional. Ini akan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk dan jasa yang ditawarkan. Identitas brand yang kuat sangatlah penting karena pada karakter masyarakat Indonesia lebih mudah mengingat gambar dari pada tulisan. Ada pepatah yang mengatakan “gambar berbicara setara dengan ribuan kata-kata”. Logo biasanya berbentuk simbol atau lambang sehingga mudah diidentifikasi secara nyaman daripada setumpuk halaman kata-kata yang terdapat dalam *company profile*.

Selain itu, sisi desain grafis dari logo dapat meningkatkan *awareness* dari produk atau jasa yang ditawarkan terutama apabila nama perusahaan tersebut tidak semata-merta menjelaskan sesuatu. Nilai dari merek atau *brand* dapat menjadi nilai tambah yang menguntungkan apabila sewaktu-waktu UMKM atau unit usaha tersebut memutuskan untuk dialih usahakan kepada pewaris atau kepada yang lain.

Melalui rencana kegiatan pengabdian yang dilakukan oleh Universitas Pembangunan Nasional ‘Veteran’ Yogyakarta ini, salah satu upaya yang akan dilakukan adalah memberikan sosialisasi kesadaran akan pentingnya *branding*/merk bagi UMKM dan juga pendampingan pembuatan logo sebagai identitas UMKM-nya. Untuk itu kegiatan ini akan dilakukan dengan bermitra bersama Asosiasi UMKM Bojonegoro. Permasalahan khusus yang dihadapi oleh mitra pengabdian yakni Asosiasi UMKM Bojonegoro adalah memberikan kesadaran akan pentingnya *branding*/merk bagi UMKM dan juga pendampingan pembuatan logo sebagai identitas terhadap UMKM yang ada dalam asosiasinya.

Visi dari Asosiasi UMKM Bojonegoro tidak lain adalah mengupayakan untuk terdepan

dalam pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang mandiri dan berdaya saing di Jawa Timur. Maka, beberapa strategi yang akan diupayakan antara lain memberdayakan wirausaha mikro dan kecil melalui berbagai kegiatan pembangunan karakter dan peningkatan kapasitas kewirausahaan. Mendorong semangat kewirausahaan pada generasi muda secara berkelanjutan. Kemudian juga melakukan kajian serta advokasi kebijakan dan implementasinya, dalam rangka memajukan usaha mikro dan kecil. Menjaga keberlanjutan pemberdayaan usaha mikro dan kecil di Indonesia melalui pemberian penghargaan untuk wirausaha berprestasi, serta turut aktif dalam upaya penanggulangan kemiskinan di Indonesia.

Selain profil dan peran dari Asosiasi UMKM Bojonegoro yang sudah diulas di atas, asosiasi ini baru didirikan pada tahun 2017 antusiasme para pelaku UMKM Bojonegoro sangatlah tinggi. Produk yang tergabung dalam asosiasi ini mulai dari olahan makanan dan minuman hingga pernak-pernik pakaian, tas, baju diharapkan produk yang belum memiliki logo dan yang sudah memiliki tapi tidak menarik bisa mengikuti pembinaan ini.



Gambar 1. Dokumentasi Kegiatan Asosiasi UMKM Bojonegoro dalam Ajang Pameran/Promosi UMKM



Gambar 2. Dokumentasi Kegiatan Tim Pengabdian UPN “Veteran” Yogyakarta bersama Asosiasi UMKM Bojonegoro

2. Permasalahan Mitra

Mengacu kepada butir pendahuluan di atas, permasalahan Asosiasi UMKM Bojonegoro sebagai mitra pengabdian Universitas Pembangunan Nasional ‘Veteran’ Yogyakarta mencakup hal-hal berikut ini:

1. Untuk memperkuat Asosiasi UMKM Bojonegoro salah satu strategi yang penting dilaksanakan adalah memberikan sosialisasi kesadaran akan pentingnya *branding*/merk bagi UMKM dan juga pendampingan pembuatan logo sebagai identitas UMKM. Selain itu juga membantu membuat desain kemasan dan promosi yang menarik dan bernilai jual. Strategi *branding* perlu dilakukan agar dapat membangun *image* dan identitas produk yang dihasilkan UMKM mampu mempengaruhi konsumen agar memiliki persepsi yang positif terhadap produk, karakter, kemampuan, penampilan, maupun penawaran yang di promosikan. Apalagi dalam rangka memasuki era perdagangan bebas baik skala nasional, regional, maupun global yang tidak lepas dari dukungan dan pengaruh *branding* yang dilakukan.
2. Selama ini kemasan produk menjadi salah satu yang dianggap sepele bagi sebagian masyarakat pelaku usaha, tidak lain oleh UMKM. Padahal pelaku UMKM harus mempunyai kesadaran bahwa kemasan atau identitas/logo yang dibuat dan digunakan harus bisa terlibat unik dan menarik penampilannya sehingga menjadi media promosi yang handal. Sebab kemasan atau identitas/logo UMKM yang menarik menjadi daya tarik tersendiri bagi produk yang dijual. Umumnya konsumen di pasaran ingin membeli sebuah barang setelah melihat kemasan produk yang unik dan menarik. Maka desain kemasan merupakan hal yang sangat penting bagi UMKM.
3. Masalah lain yang ada adalah belum banyak pengetahuan akan pentingnya memiliki strategi dan pendekatan yang jelas serta unik bagi sebuah identitasnya untuk dituangkan bagi UMKM melalui media sosial. Salah satu yang harus dilakukan adalah dengan pendekatan media sosial. Ada dua fakta yang harus diingat ketika berbicara tentang media sosial dan UKM. Pertama, UKM akan selalu ingin menambah koneksi di media sosial. Kedua, pemilik UKM memiliki waktu dan uang terbatas untuk media sosial. Untungnya, ber-media sosial dengan baik tidak berarti UKM harus tampil di semua platform media sosial. UKM bisa memilih satu atau dua media sosial yang paling relevan dan efektif untuk menggapai dan fokus pada konsumen. Perlu diingat bahwa mengabaikan keberadaan media sosial akan berdampak kurang baik bagi perkembangan UMKM. Permasalahan seperti ini belum banyak diungkapkan oleh Asosiasi UMKM Bojonegoro.

PEMBAHASAN

1. Arti Penting *branding*/merk dan Logo bagi UMKM

Logo adalah representasi visual/identitas sebuah perusahaan/produk/ organisasi berupa nama, symbol, emblem, trademark, dan sebagainya. Yang terpenting logo harus mempunyai kekuatan sebagai simbol yang mudah diingat oleh target audies. Logo sebagai identitas yang membedakan produk satu dengan lainnya yang diharapkan adanya peningkatan nilai tambah / value pada produk tersebut. Logo mewakili wajah perusahaan. Simbol sederhana yang mampu menunjukkan profil usaha secara berkesan. Adakalanya setiap pengusaha berharap Logo usahanya terlihat bagus, menampilkan visi dan misi, serta mudah diingat oleh konsumen.

Asal kata logo berasal dari bahasa Yunani yaitu logos, yang berarti kata, pikiran, pembicaraan, akal budi. Pada awalnya logo dikenal dengan lebih populer dengan istilah logotype, bukan logo. Pertama kali istilah logotype muncul tahun 1810-1840, yang diartikan sebagai tulisan nama entitas (objek fisik yang dimaksud, perusahaan, negara, barang atau jasa) yang didesain secara khusus dengan menggunakan teknik lettering atau memakai jenis huruf tertentu. Kemudian

pada tahun 1937 logotype disingkat menjadi logo dan menjadi lebih populer (Rustan, 2009:13).

Sering terjadi salah persepsi antara pengertian logo, simbol, atau lambang disebabkan, masyarakat masih belum mengerti benar mengenai unsur - unsur desain tersebut. Dalam buku Estetika Layout, pengertian logo adalah tanda pengenal (simbol) dari suatu instansi atau perusahaan, juga merupakan inisial. Kadang-kadang logo juga merupakan singkatan dari kepanjangan nama suatu perusahaan yang dibuat sedemikian rupa, sehingga merupakan ciri khas dari perusahaan tersebut. Logo merupakan suatu identitas merek yang mengkomunikasikan Secara luas tentang produk pelayanan, dan organisasi dengan cepat (Sanyoto, 2006: 87).

Logo merupakan sebuah simbol yang dirancang untuk mewakili karakter dan menjadi identitas dari sebuah perusahaan. Logo merupakan bentuk ekspresi dan bentuk visual dari konsepsi perusahaan, produk, organisasi, maupun institusi serta merupakan simbol visual yang memiliki bentuk yang berasal dari nilai strategis perusahaan yang bersangkutan. Logo merupakan sebuah simbol yang digunakan oleh manusia untuk berkomunikasi. Di samping itu logo, simbol/lambang, tanda-tanda seperti rambu-rambu lalu lintas, gambar, petunjuk, gerak-gerik anggota badan dapat juga digunakan sebagai alat komunikasi. Di antara alat-alat komunikasi tersebut, logo merupakan salah satu bentuk komunikasi dalam masyarakat yang menarik untuk dikaji (Chaer dan Leonie 1995:23).

Logo merupakan salah satu poin yang sangat penting bagi UMKM. Namun tidak sedikit UMKM yang tidak memilikinya, padahal sebenarnya logo adalah identitas dari UMKM itu sendiri dan akan melekat di ingatan konsumennya. Lalu apa manfaat dan pentingnya logo bagi UMKM?. Masih ingat ketika orang-orang jaman dahulu dimana pemilik sapi atau kuda ketika akan menjualnya kadang si pemilik terlebih dahulu menandai atau mencap sapi atau kuda tersebut. Pemilik sapi atau kuda tersebut melakukan tindakan tersebut bukan tanpa alasan, tujuannya adalah untuk menandai kepemilikan. Sama halnya dengan sebuah UMKM, pemilik usaha dapat membuat logo dan mencetaknya pada produk, kartu nama dan wadah promosi yang lain. Logo menandakan kepemilikan dan identitas sebuah UMKM. Hal tersebut dapat memberi tahu calon mitra, jenis produk atau layanan apa yang akan dijual, atau manfaat apa yang ditawarkan kepada konsumen. Mungkin orang akan langsung mengenal suatu produk hanya dengan melihat merknya dari sebuah logo yang menempel di kemasan atau pada produk itu sendiri. Misalnya pada brand-brand yang sudah cukup terkenal. Ini kenapa logo dianggap sebagai ungkapan identitas perusahaan. Selain itu, dalam logo ada simbol tertentu yang mewakili industri atau produk tertentu.

Para pakar bisnis dan pemasaran menekankan kepada para pelaku UMKM untuk membranding usahanya dengan memiliki sebuah logo dan tampilan perangkat identitas (kartu nama, stempel, kop surat, papan nama, dsb) yang professional dan konsisten, yang biasa disebut "*Brand Identity System*". Logo dan tampilan identitas yang dimiliki sebuah perusahaan secara langsung ataupun tidak langsung dapat mempengaruhi pendapatan perusahaan tersebut. Karena logo dan tampilan identitas perusahaan yang professional dan konsisten memiliki manfaat sebagai berikut (Mastio, 2012):

- a. Menunjukkan bahwa usaha UMKM tersebut sudah mapan
Dengan memiliki desain logo dan perangkat identitas yang terlihat professional dan diterapkan secara konsisten akan menunjukkan bahwa UMKM tersebut sungguh-sungguh berkomitmen terhadap bisnis sekaligus klien/konsumen. Selain itu juga menunjukkan bahwa UMKM tersebut tidak main-main dalam menjalankan usaha, terutama dalam melayani para

klien/konsumen. UMKM juga akan terlihat sebagai unit usaha yang telah berpengalaman dalam bisnis/usaha yang sedang dijalani.

- b. Menarik dan meningkatkan kepercayaan klien
 Beberapa tipe calon klien/konsumen akan mencari UMKM yang terlihat profesional. Untuk tipe klien/konsumen seperti ini apa yang dilihat dan dirasakan akan menjadi bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan. Ada juga tipe calon klien yang apabila sudah terpesona dengan penampilan identitas sebuah perusahaan maka itu akan menjadi alasan bagi klien untuk berinteraksi dan bertransaksi dengan UMKM tersebut. Desain logo yang baik dapat membuat UMKM terlihat profesional, berpengalaman, dan dapat dipercaya. Sehingga ketika pertama kali melihat usaha dalam UMKM tersebut tidak akan merasa ragu untuk berinteraksi dan bermitra usaha.
- c. Lebih mudah dan lebih lama diingat
 Empat puluh persen manusia mengingat lebih baik apa yang mereka lihat daripada apa yang didengar atau dibaca. Maka memiliki desain logo dan tampilan identitas perusahaan yang diaplikasikan secara konsisten pada material-material promosi unit usaha/UMKM (kartu nama, flyer, brosur, dsb) akan membuat UMKM memiliki nilai lebih bagi klien/konsumen. Klien/konsumen akan merasa terkesan dengan unit usaha, dan pada umumnya apabila seseorang telah terkesan dengan sesuatu maka sesuatu itu akan menempel di benak mereka untuk waktu yang lama.
- d. Sebagai "Wajah" Perusahaan
 UMKM memerlukan *brand identity system* (logo dan tampilan visual identitas perusahaan) sebagai alat untuk membangun merek usaha dan sekaligus untuk membentuk "wajah". Calon klien/konsumen akan dapat membaca seperti apa UMKM melalui apa yang dilihat dari desain logo dan tampilan visual identitasnya. Maka berhati-hatilah dalam merancang "wajah" UMKM tersebut. Jika ingin menanamkan kesan yang baik di hati calon klien/konsumen, maka buatlah desain logo dan tampilan visual identitas UMKM dengan sebaik mungkin.

2. Hasil Perancangan Logo di Asosiasi UMKM Bojonegoro

Pada PbM telah dilaksanakan kegiatan membuat desain logo pada produk UMKM di Bojonegoro yang berjumlah 47 logo untuk UMKM. Diharapkan bahwa dengan logo yang menarik akan meningkatkan omset atau produksi pada produk dilakukan oleh Asosiasi UMKM Bojonegoro. Adapun hasil perancangan logo tersebut sebagai berikut:

Tabel 1.1. Hasil Perancangan Logo

N O	NAMA USAHA	REDESIGN	N O	NAMA USAHA	REDESIGN
1.	BENLARIS		2.	KERBAU PERAK	
3.	ARISMI		4.	RISKIKA	

5.	GIPALI		6.	PRISTO	
7.	SALWIDI		8.	MEGA KREASI	
9.	F&M		10.	TONGKAT PERI	
11.	THEBOG		12.	BOMS	
13.	WABIZ		14.	KEYLA	
15.	DABUTI		16.	ROSALINI	
17.	EVITRI		18.	KAMATA RAS	
19.	AZZALENA HALENA		20.	PUIN BOAN	

21.	PUTRI KEMBAR		22.	AIRA	
23.	VIVIOTI		24.	ALMIRA	
25.	GRITHY		26.	BUNDA AINI	
27.	PUPUT		28.	DENDE GEMBAR	
29.	AN-NISA		30.	NICE ICE CREAM	
31.	TOPOSO		32.	PACRI	
33.	ARINA		34.	PEDIS	

35.	BUDI SETIA		36.	POTONG SENP	
37.	MAMALI		38.	UNTER MAS	
39.	KAMATARA SA		40.	AI ANING	
41.	LOTOMOTO NG		42.	DWI WEK	
43.	MUMTAAZZ		44.	SA	
45.	SASOPO ATE		46.	SYADWIN A	

KESIMPULAN

Minimalnya pemahaman tentang branding atau merek yang dimiliki oleh para pelaku UMKM, apabila dibiarkan akan berdampak buruk bagi usaha yang akan dijalankannya. Meskipun semuanya sudah memiliki merek, tapi masih memandangnya sekadar label belaka, bukan sebagai bagian dari strategi pemasaran. Kegiatan branding memang dikenal sebagai sumber biaya (*cost center*) bukan sumber laba (*profit center*) sehingga keberadaannya kurang diperdulikan oleh pengusaha UMKM. Dengan kondisi UMKM yang masih terbatas secara modal, jumlah produksi dan SDM, maka perlu ada kompromi dalam melakukan aktivitas penjualan dan membangun merek. Kedua aktivitas ini idealnya dilaksanakan secara beriringan, bukan untuk saling mengalahkan.

Usaha pendampingan perancangan desain logo merek dagang pada Asosiasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Bojonegoro perlu terus dioptimalkan. Dengan memiliki desain logo dan perangkat identitas yang terlihat profesional dan diterapkan secara konsisten akan menunjukkan bahwa UMKM adalah unit usaha yang sungguh-sungguh berkomitmen terhadap

bisnis sekaligus klien/konsumen. Logo bagi UMKM adalah ibarat sebuah "Wajah", memerlukan *brand identity system* (logo dan tampilan visual identitas perusahaan) sebagai alat untuk membangun merek usaha dan sekaligus untuk membentuk "wajah" bagi UMKM. Jika pengusaha UMKM memandang secara jangka pendek, tentu saja logo dan strategi branding bukan pilihan yang populer. Tetapi, kalau saja bisa memikirkan jangka panjang, pengusaha UMKM akan mendapatkan banyak keuntungan dari aktivitas branding. Jadi, aktivitas berbasis penjualan dan kegiatan untuk branding, sebaiknya bisa berjalan beriringan dan saling menguatkan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan penghargaan dan ucapan terimakasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) UPN Veteran Yogyakarta yang telah membiayai kegiatan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang menjadi dasar penulisan artikel ini. Penulis mengucapkan terimakasih kepada mitra kegiatan pengabdian kepada Asosiasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Bojonegoro - Jawa Timur, yang telah membantu kegiatan pengabdian kepada masyarakat.

REFERENSI

- Chaer, Abdul dan Leoni Agustina. 1995. *Sosiolinguistik : Suatu Pengantar*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Mastio. 2012. *Manfaat Logo Bagi UKM*. Diakses melalui <http://nolsatumedial.com/2012/10/manfaat-logo-bagi-ukm.html>
- Rustan, Suriyanto. 2009. *Mendesain Logo*. Jakarta: PT Gramedia. Pustaka Utama
- Sanyoto, Ebdy Sadjiman. 2006. *Metode Perancangan Komunikasi Visual Periklanan*. Yogyakarta: Dimensi Press.
- Udin, N. 2010. *Biarkan desain bekerja: Alasan-alasan sederhana mengapa UKM membutuhkan desain yang baik*. Dalam Kiat-kiat pemasaran UKM. Jakarta: Pusdiklat Departemen Perdagangan RI.

WEDANG UWUH SEBAGAI PELUANG BISNIS SEKALIGUS MELESTARIKAN WARISAN BUDAYA TAK BENDA INDONESIA

Anis Siti Hartati, Sri Suryaningsum

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta

Email : srisuryaningsum@upnyk.ac.id

ABSTRACT

Wedang uwuh is a traditional Yogyakarta drink that is very beneficial for the body. The many benefits of wedang uwuh make wedang uwuh products have high economic value. So it has a great opportunity to be used as a business, both at the household and industry levels. This research is important because wedang uwuh which is a typical drink from Kerten hamlet can be of economic value so that it can improve the economy of the people who are trying to wedang uwuh, the location of the research was conducted in Kerten Hamlet, Imogiri Village, Imogiri District, Bantul with a observation period of 8 (eight) months ie from January to August. Data collection used in this research is observation method, document and interview. The research objective is to serve the community and research to develop business opportunities from traditional wedang uwuh drinks so that they can indirectly preserve one of the intangible cultural heritage in Indonesia.

The results of this study indicate that wedang uwuh as a traditional herbal drink and is one of the intangible cultural heritages in Indonesia has many benefits for the body and has an economic value that has a great opportunity to be successfully made a business. Innovation is the most important thing in producing superior wedang uwuh products on the market. Attractive packaging, flavor modification, and instant brewing are one form.

Keywords: *Wedang Uwuh, Business Opportunities, Intangible Cultural Heritage, Imogiri, economic value*

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki potensi sumber daya alam yang sangat berlimpah. Sumber daya alam baik dibawah tanah atau produk tambang maupun diatas tanah atau nabati dan hewani. Selain produk tambang yaiutu emas, timah, dan lainnya, sumber daya alam Indonesia yang terkenal adalah produk nabatinya. Tanahnya yang subur dan iklim yang mendukung membuat produk nabati di Indonesia dapat tumbuh dengan baik, bahkan beberapa jenis tumbuhan yang ditanam memiliki kualitas terbaik didunia. Kualitas Nabati Indonesia sudah lama terkenal di penjuru dunia khususnya rempah-rempahnya. Setidaknya dalam catatan sejarah Indonesia, bebrapa negara asing sempat menjajah Indonesia untuk menguasai rempah-rempah di Indonesia.

Selain sumber daya alam, Indonesia merupakan negara yang kaya akan keberagaman suku dan budaya. Setidaknya menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2010 terdapat 1331 suku di Indonesia.dengan porsi suku jawa terbanyak nomor satu yang diikuti dengan suku sunda. Perbedaan suku dan budaya membuat perilaku masyarakatnya juga berbeda. Baik dalam hal ritual

adat, makanan khas, bahkan sampai kegiatan sehari-hari, termasuk dalam pengelolaan sumber daya alam yang ada di sekitar suku tersebut. Pengelolaan sumber daya alam yang dalam hal ini adalah rempah-rempah di setiap suku dan budaya berbeda-beda walaupun terkadang terdapat beberapa persamaan. Namun masih terdapat ciri khas masing-masing suku dan budaya. Perbedaan tersebut dapat diakibatkan oleh banyak faktor yang salah satunya adalah letak geografis.

Rempah-rempah sudah sangat lama digunakan oleh masyarakat Indonesia. Ini dibuktikan bahwa makanan khas dari tiap suku dan budaya di Indonesia menggunakan bermacam-macam bahan dan rempah-rempah. Tidak hanya untuk makanan, rempah-rempah juga banyak digunakan untuk ritual adat, pengobatan herbal, bahkan menjadi ramuan minuman yang berhasiat. Salah satu minuman berhasiat yang berasal dari rempah-rempah asli Indonesia adalah wedang uwuh. Menggunakan jenis-jenis rempah tertentu membuat wedang uwuh memiliki khasiat yang sangat bermanfaat bagi tubuh.

Wedang Uwuh atau dalam bahasa Indonesia memiliki arti minuman sampah, merupakan salah satu minuman khas Yogyakarta tepatnya daerah Imogiri Bantul. Minuman ini merupakan warisan budaya tak benda dan telah terdaftar pada tahun 2017.

Terdapat beberapa versi sejarah yang menceritakan awal mula terciptanya wedang uwuh ini, mulai dari sejarah Sultan Agung Raja Mataram, yang pada saat itu raja Mataram yang ingin bersemedi di Bukit Merak Imogiri meminta pengawalinya untuk membuat minuman untuk menghangatkan badannya selama proses semedi. Kemudian pengawalinya membuat wedang secang dan diletakkan di bawah pepohonan berdekatan dengan tempat semedi sang raja. Angin yang bertiup membuat dedaunan dan ranting jatuh pada wedang sang raja, kondisi malam yang gelap membuat raja tidak mengetahui bahan yang tercampur dalam minumannya. Raja yang terhipnotis akan cita rasa minuman tersebut meminta untuk dibuatkan kembali beberapa hari kemudian, yang kemudian pengawalinya heran karena ramuan minumannya tidak sama dengan yang dia awalnya buat, ia kemudian mempelajari dan meraciknya sehingga menjadi minuman yang favorit sang raja. Versi sejarah lainnya adalah hamper sama dengan diatas yang menceritakan prajurit Mataram yang meramu minuman untuk menghangatkan badan, dan cerita terakhir adalah tentang Ny Wajirah, yaitu seorang janda penjual minuman yang meramu wedang uwuh dan terkenal oleh para wartawan yang meminumnya.

Berbagai versi yang dianggap sebagai awal mula wedang uwuh merupakan bentuk beragamnya budaya di Indonesia. Dengan begitu kita semakin yakin bahwa Indonesia kaya akan warisan-warisan budayanya termasuk minuman wedang uwuh.

KAJIAN TEORI

Wedang Uwuh

Wedang uwuh menurut (Suryaningsum, 2018) merupakan minuman tradisional warisan leluhur yang sangat menyehatkan. Minuman ini merupakan minuman khas dari kecamatan Imogiri, Yogyakarta yang diramu dari bahan-bahan rempah daun yang bermanfaat bagi kesehatan dan mempunyai rasa yang nikmat.

Rempah-rempah yang menjadi bahan baku pembuatan wedang uwuh merupakan rempah-rempah pilihan, dimana setiap rempah memiliki manfaat bagi kesehatan tubuh. Perpaduan bahan rempah-rempah tersebut membuat minuman wedang uwuh menjadi minuman yang berkhasiat

bagi tubuh, terutama dapat menghangatkan badan saat di tempat yang dingin.

Rempah-rempah yang digunakan sebagai bahan baku pembuatan wedang uwuh secara umum adalah Jahe (*Zingiber officinate*), Kayu Secang (*Caesalpina sappan*), Cengkeh (*Syzygium aromaticum* atau *Eugenia aromaticum*), Kayu manis (*Cinnamomum zeylanicum*), Daun Pala (*Myristica fragrans*), Sereh (*Cymbopogon citratus*), dan Gula Batu.

Pengertian Pemasaran

Menurut (Kotler, 2000), "Pemasaran (marketing) merupakan hal yang sangat mendasar sehingga tidak dapat dilakukan sebagai fungsi yang terpisah". Pemasaran sebenarnya lebih dari sekedar mendistribusikan barang dari produsen ke konsumen. Proses pemasaran telah terjadi dan dimulai jauh sebelum barang-barang diproduksi.

Pengertian menurut (Boyd, dkk, 2000:4), "Pemasaran adalah suatu proses yang melibatkan kegiatan-kegiatan penting yang memungkinkan individu dan perusahaan mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui pertukaran dengan pihak lain".

Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Mawu, 2016) beberapa hal yang dapat berpengaruh terhadap kinerja pemasaran adalah orientasi kewirausahaan dan kapabilitas. Baik buruknya kinerja pemasaran dapat dipengaruhi oleh orientasi kewirausahaan dan kinerja pemasaran juga dapat dipengaruhi oleh baik dan buruknya kapabilitas yang diberikan.

Pengertian peluang bisnis

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) peluang adalah kesempatan. Sedangkan pengertian bisnis adalah sebuah kegiatan yang tersistem yang berhubungan dengan kegiatan perdagangan. Sehingga peluang bisnis merupakan sebuah kegiatan yang bersistem yang kaitannya erat dengan perdagangan.

Menurut (Yohana, 2016) Peluang usaha adalah suatu bidang kebutuhan pembeli dimana seorang wirausaha dapat mengelola usaha di bidang tersebut secara menguntungkan. Untuk dapat menangkap peluang pasar dalam memulai suatu usaha tidaklah mudah, membutuhkan kemampuan dan ketekunan. Menurut (Yohana, 2016) hal yang dapat dilakukan untuk menangkap peluang usaha yaitu dengan melihat, mendengar, membaca, menulis terhadap keadaan pasar yang akan dituju. Hasil dari analisis tersebut yang akan menjadi pertimbangan dalam pembuatan keputusan usaha.

Warisan Budaya Tak Benda

Warisan merupakan penggalan kata yang berasal dari Bahasa Arab yaitu *al-miirats*, merupakan bentuk *masdar* dari kata *waritsa- yaritsu- irtsan- miiraatsan*. Maksudnya menurut bahasa ialah berpindahnya sesuatu dari seseorang kepada orang lain atau dari suatu kaum kepada kaum lain.

Sedangkan pengertian budaya menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia merupakan pikiran, akal budi, atau adat istiadat. Maupun secara umum, budaya merupakan suatu cara hidup yang berkembang dan dimiliki bersama oleh sebuah kelompok atau kaum. Budaya dapat berupa benda ataupun tak benda yang merupakan hasil dari cipta, karya dan rasa. Menurut bahasa, budaya atau kebudayaan berasal dari bahasa sanskerta yaitu *buddhayah* yang merupakan bentuk jamak dari *buddhi* yaitu budi atau akal.

Maka menurut penjabaran diatas Warisan budaya dapat diartikan sebagai berpindahnya sesuatu berupa benda maupun non-benda dari satu generasi terdahulu kepada generasi yang akan datang. Warisan budaya terbagi atas dua bagian, warisan budaya benda dan warisan budaya tak

benda.

Menurut *UNESCO Convention For The Safeguarding Of The Intangible Cultural Heritage 2003*, warisan budaya takbenda adalah berbagai praktik, representasi, ekspresi, pengetahuan, keterampilan—serta instrumen, obyek, artefak dan ruang-ruang budaya terkait dengannya- bahwa masyarakat, kelompok dan, dalam beberapa kasus, perorangan merupakan bagian dari warisan budaya tersebut.

METODE PENELITIAN

Sumber data terbagi atas dua yaitu data sumber primer yaitu pengambilan data secara langsung dari sumbernya sebagai obyek penelitian dan data sumber sekunder yaitu data yang diperoleh secara tidak langsung dari data yang telah diperoleh sebelumnya. Sejalan dengan hal tersebut, (Chamidah, 2016) juga mengungkapkan bahwa data primer merupakan data yang didapatkan dari sumber pertama yaitu responden melalui kuesioner. Sedangkan data sekunder merupakan data yang didapatkan dari pustaka atau arsip yang berkaitan dengan penelitian.

Penelitian ini dilakukan di Dusun Dukuh, Kecamatan Imogiri, Kabupaten Bantul. Metode penentuan lokasi pada penelitian ini adalah purposive area yaitu lokasi penelitian ditentukan karena faktor kesengajaan yang telah disesuaikan dengan tujuan penelitian. Pertimbangan dipilihnya lokasinya tersebut adalah berdasarkan observasi awal, ditemukan bahwa terdapat banyak tanaman herbal yang sengaja ditanam ataupun tumbuh begitu saja di lingkungan tersebut. Tanaman herbal tersebut secara garis besar berupa tanaman yang dapat dimanfaatkan sebagai bahan pembuatan wedang uwuh. Disamping itu, di Dusun Dukuh masih banyak dijumpai masyarakat miskin yang sebagian besar bermata pencaharian tani dan belum mengoptimalkan potensi alam lain yang mereka miliki.

Metode pengumpulan data pada penelitian ini adalah dengan metode observasi, wawancara dan diskusi. Data yang terkumpul dari lapangan kemudian dideskripsikan dalam bentuk narasi dan ditampilkan dalam bentuk analisis data yang dapat mewakili atau menggambarkan kondisi yang diteliti. Data yang didapat akan diolah secara ilmiah yang kemudian akan menghasilkan sebuah bentuk hasil penelitian.

Untuk memaksimalkan penelitian, peneliti beserta tim melakukan diskusi dan melebur di dalam masyarakat yang menjadi sampel penelitian. Peneliti ikut dalam kegiatan masyarakat di Dusun Kerten.



Gambar 1 Pengemasan wedang uwuh

HASIL DAN PEMBAHASAN

Wedang Uwuh Minuman Herbal yang Menyehatkan dan Pantangannya

Rempah-rempah yang menjadi bahan baku pembuatan wedang uwuh merupakan rempah-rempah pilihan, dimana setiap rempah memiliki manfaat bagi kesehatan tubuh. Perpaduan bahan rempah-rempah tersebut membuat minuman wedang uwuh menjadi minuman yang berkhasiat bagi tubuh, terutama dapat menghangatkan badan saat di tempat yang dingin.

Rempah-rempah yang digunakan sebagai bahan baku pembuatan wedang uwuh secara umum adalah Jahe (*Zingiber officinate*), Kayu Secang (*Caesalpina sappan*), Cengkeh (*Syzygium aromaticum* atau *Eugenia aromaticum*), Kayu manis (*Cinnamomum zeylanicum*), Daun Pala (*Myristica fragrans*), Sereh (*Cymbopogon citratus*), dan Gula Batu.

Manfaat yang didapat dari meminum wedang uwuh adalah menurunkan kadar kolesterol, jahe sebagai bahan baku pembuatannya mampu menurunkan tingkat kolesterol dalam tubuh yang telah dibuktikan dari penelitian yang dilakukan di Jepang yang memperlihatkan bahwa penyerapan kolesterol dalam hati dan darah bisa dicegah dengan zat alami di dalam jahe. Manfaat kedua adalah mengatasi masalah perut, bahan baku kayu manis yang terkandung dalam wedang uwuh memiliki kandungan antioksidan yang sangat tinggi, sehingga dapat menangkal radikal bebas yang saat ini sudah sangat parah. Selain itu, kandungan ini juga mampu membuat kulit menjadi lebih awet muda. Manfaat lainnya adalah Menghilangkan Capek dan Pegal-pegal, wedang uwuh juga mampu menghilangkan capek dan pegal-pegal yang diakibatkan oleh aktivitas sehari-hari. Minuman ini juga mampu untuk meningkatkan konsentrasi pada kesibukan yang membutuhkan energi yang lebih.

Begitu banyak khasiat dari meminum wedang uwuh yang dihasilkan dari bahan rempah-rempah yang terkandung dalamnya. Namun dalam kondisi fisik tertentu, pasti terdapat pantangan bagi tubuh untuk tidak mengonsumsi makanan atau minuman yang mengandung zat-zat tertentu. Misalnya pantangan meminum atau memakan berbahan dasar jahe secara berlebihan karena dapat menyebabkan keguguran. Selain pada ibu hamil, jahe juga tidak boleh dikonsumsi secara berlebihan pada orang yang memiliki kelainan darah, dan memiliki masalah jantung.

Selain pantangan pada kondisi tubuh tertentu tersebut, mengonsumsi jahe juga tidak boleh secara berlebihan karena dapat menyebabkan perut kembung, timbulnya memar karena masalah pendarahan dalam tubuh, dating bulan menjadi berat, iritasi mulut dan kulit, diare, dan penyakit kantung kemih.

Wedang uwuh tentu merupakan minuman yang sangat berkhasiat bagi tubuh jika di konsumsi sesuai dengan takarannya. Dengan mengetahui segala bentuk pantangan dari makana atau minuman tertentu dapat menghindarkan kita dari segala bentuk risiko yang ada.

Pemasaran Produk Wedang Uwuh

Produksi produk wedang uwuh yang selama ini dilakukan masih menggunakan cara tradisional. Sehingga masih sering terdapat masalah dalam hal kualitas wedang uwuh pada aspek daya tahan. Konsumen wedang uwuh sering kali mengeluhkan adanya beberapa bahan yang menjamur atau rusak dalam kemasan saset yang beredar dipasaran. Salah satu bahan atau rempah yang menjaur dan sering ditemui adalah jahe. Jahe merupakan bahan pokok dari pembuatan wedang uwuh. Cita rasa hangat wedang uwuh saat diminum merupakan hasil dari jahe yang tercampur dengan seduhan air panas. Baik jahe maupun bahan baku lainnya, jika keadaanya sudah rusak maka produk wedang uwuh ketika diseduh juga akan mengalami kerusakan cita rasa.

Sesuai dengan pendapat (Suryaningsum, 2018) yang menyatakan bahwa wedang uwuh umumnya hanya dapat bertahan dipasaran selama 2 minggu. Atas dasar tersebut alangkah lebih baik jika membuat sendiri atau lebih teliti saat melakukan pembelian.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Suryaningsum, 2018) terdapat beberapa cara untuk meningkatkan kualitas produksi agar terhindar dari masalah diatas. Yaitu;

1. Melakukan pemilahan bahan baku berkualitas.
2. Memilah dan menambah waktu dalam hal penjemuran bahan baku agar lebih tahan lama.
3. Melakukan riset untuk menentukan tanggal kadaluarsa agar wedang uwuh yang telah berjamur atau rusak dapat ditarik dari pasar.
4. Membuat alternatif ide baru untuk menunjang kualitas wedang uwuh berupa wedang uwuh seduh berbentuk serbuk.

Masyarakat yang berbisnis wedang uwuh sebagai reseller juga dapat merugi jika produk wedang uwuh yang mereka jual dalam keadaan kualitas buruk. Maka untuk menghindari masalah tersebut pemilik bisnis (*reseller*), distributor, dan *Supplier* harus melakukan pengelolaan rantai suplai (*Supply chain*) yang baik. Sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Saleh, dkk., 2017a). "*Cooperation between the company and suppliers performed to improve the productivity, quality and flexibility. The company's cooperation with distributors performed to improve the delivery and customer satisfaction Long-term cooperation relationship with suppliers can improve company operations. Long-term cooperation relationship with the distributor is able to provide added value to customers*". Secara garis besar kerja sama antara perusahaan dan pemasok dilakukan untuk meningkatkan produktivitas, kualitas dan fleksibilitas. Kerjasama perusahaan dengan distributor dilakukan untuk meningkatkan pengiriman dan kepuasan pelanggan Hubungan kerjasama jangka panjang dengan pemasok dapat meningkatkan operasi perusahaan dan kerjasama antara perusahaan dengan distributor dapat memberikan nilai tambah kepada konsumen.

Skema Penjualan Wedang Uwuh

Banyaknya khasiat yang dapat dinikmati dalam mengonsumsi wedang uwuh membuat banyak masyarakat yang ingin membelinya, sehingga membuat nilai ekonomis wedang uwuh meningkat. Naiknya nilai ekonomis wedang uwuh adalah sebuah peluang usaha yang dapat dijadikan bentuk bisnis di masyarakat khususnya masyarakat dusun kerten, yaitu daerah asal wedang uwuh. Sehingga dapat meningkatkan perekonomian masyarakat sekaligus mewariskan budaya wedang uwuh tersebut.

Produksi yang efektif dan efisien sangat bermanfaat bagi pemilik usaha, terutama usaha wedang uwuh. Efektifitas dan efisiensi dapat terjadi jika elemen-elemen dalam perusahaan bekerja secara baik. Menurut hasil penelitian (Fitriani, dkk., 2016a) bahwa asimetri informasi atau ketidak-seimbangan informasi yang dimiliki satu pihak dengan pihak lainnya dan *organizational cohesiveness* berdampak pada kesenjangan anggaran perusahaan, yang dapat berdampak pada kinerja manajemen perusahaan.

Skema Ilustrasi penjualan wedang uwuh menurut (Suryaningsum, 2018:) dan ditambah dengan beberapa skema penjualan dengan inovasi yang telah dikembangkan penulis adalah sebagai berikut;

Jika harga grosir 1 kotak wedang uwuh saset adalah Rp 12.500,- estimasi perhitungan keuntungan untuk 20 kotaknya adalah sebagai berikut.

Penjualan dalam bentuk kotak isi 20 sachet dengan asumsi harga jual Rp 25.000,- per kotak :

Table 1: Skema Penjualan Wedang Uwuh

Modal	Kotak	Harga	Jumlah
Wedang Uwuh	20	Rp 12.500,-	Rp 250.000,-
Bea kirim (contoh)*			Rp 30.000,-
Total Modal			Rp 280.000,-
Jumlah Penjualan	20	Rp 25.000,-	Rp 500.000,-
Keuntungan Bersih			Rp 220.000,-

Diasumsikan bila biaya kirim (ongkos kirim) adalah Rp 30.000,- *)

- Penjualan dalam bentuk minuman siap minum (asumsi harga jual @Rp 2.500,- per gelas)

Table 2: Penjualan Wedang Uwuh Siap Minum

Modal	Kotak	Harga	Jumlah
Wedang Uwuh	20	Rp 12.500,-	Rp 250.000,-
Bea kirim (contoh)*			Rp 30.000,-
Gula batu / gula pasir			Rp 20.000,-
Total Modal			Rp 300.000,-
	Gelas		
Jumlah Penjualan	20 x 20	Rp 2.500,-	Rp1.000.000,-
Keuntungan Bersih			Rp 700.000,-

Penjualan skema premium dengan bentuk kemasan instan yang menarik

Modal	Jumlah (kemasan)	Harga	Jumlah
Wedang Uwuh	100	@Rp 12.500,-	Rp 1.250.000,-
Kotak pembungkus	100	@Rp 500,-	Rp 50.000,-
Gula batu / gula pasir			Rp 100.000,-
Stiker logo A3	3	@Rp 9.500,-	Rp 28.500,-
Paper tea bag	3	@Rp 30.000,-	Rp 90.000
Total Modal			Rp 1.518.500,-
Harga per kemasan berisi 3 paper bag dan gula 3 kemasan + margin 20% per kemasan. Rp 18.216,-			
Keuntungan Bersih			Rp 303.300,-

Berdasarkan ilustrasi penjualan wedang uwuh diatas kita dapat menyimpulkan menjual Wedang Uwuh dalam bentuk minuman siap minum dapat meningkatkan nilai ekonomis dari wedang uwuh yang akan membuat harga dari produk wedang uwuh juga lebih tinggi dibandingkan dijual dalam keadaan belum siap diminum. Dengan harga jual Rp.2.500,- per gelas, bisa mendapatkan keuntungan sebesar Rp.700.000,- untuk 20 kotak produk wedang uwuh dan dalam skema premium untuk penjualan 100 kotak penjual mendapatkan laba bersih sebesar Rp 303.300,-.Penjual juga dapat menaikkan margin keuntungan untuk penjualan setiap gelasnya tergantung lokasi dan inovasi yang digunakan.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Suryaningsum, 2018) inovasi yang dapat ditawarkan untuk pemasaran wedang uwuh untuk meningkatkan nilai jual produk wedang uwuh adalah;

1. Melakukan kegiatan rutin publikasi ilmiah dengan mengangkat nilai atau perkembangan wedang uwuh.
2. Memperbaiki kemasan wedang uwuh dari kemasan biasa ke kemasan yang lebih menarik setara dengan kuliner tradisional lainnya yang telah populer di Yogyakarta.

Tata kelola perusahaan dalam memaksimalkan pemasaran wedang uwuh juga merupakan hal yang penting. pengelolaan setiap unit dalam setiap bisnis dimulai dari proses pembelian bahan baku, produksi, pengemasan, dan samapi distribusi produk harus dilakukan secara tepat dan baik, hal tersebut sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Suryaningsum, dkk., 2016b) menyatakan tata kelola yang baik akan menghasilkan organisasi berjalan secara efektif dan terpercaya.

Pengelolaan badan usaha wedang uwuh oleh masyarakat membutuh kan banyak hal untuk dapat berkembang dan menguasai pasar minuman herbal di Indonesia. Selain tata kelola perusahaan yang baik, perilaku budaya perusahaan yang baik juga sangat penting. Perhatian manajer sangat penting dalam membentuk budaya perusahaan (Feriyanto, dkk., 2017b).

KESIMPULAN

Wedang uwuh sesuai penelitian yang dilakukan dan ditambah dengan literatur-literatur lain adalah minuman tradisional khas Yogyakarta. Rempah-rempah yang digunakan dan ditambah dengan tehnik pengolahannya membuat wedang uwuh adalah produk asli Indonesia. Wedang uwuh merupakan minuman yang sangat berkhasiat bagi tubuh manusia, dengan rempah-rempah pilihan sebagai bahan baku utamanya membuat wedang uwuh aman dikonsumsi oleh tiap kalangan. Khasiat yang terkandung didalam wedang uwuh mebuat nilai jual produk wedang uwuh cukup baik dipasaran. Terutama budaya masyarakat Indonesia yang menyukai minuman herbal tradisional. Wedang uwuh sangat berpeluang menjadi salah satu produk yang laku dipasaran, sama seperti produk-produk jamu. Hanya perlu branding produk wedang uwuh dan proses produksi yang modern agar produk wedang uwuh dapat laku dipasaran.

Hasil penelitian ini belumlah sempurna, perlu dilakukan penelitaan lanjutan untuk dapat menyempurnakan hasil penelitian ini. Sehingga pada akhirnya sesuai dengan tujuan penelitian dan pengabdian ini dilaksanakan. Yaitu berkembangnya usaha-usaha penjual wedang uwuh dan dapat melestarikan nilai budaya yang terkandung dalam wedang uwuh tesebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik (BPS). *Mengulik Data Suku Di Indonesia*.
<https://www.bps.go.id/news/2015/11/18/127/mengulik-data-suku-di-indonesia.html>.
Diakses pada 08 Agustus 2018.
- Boyd, Harper W, 2000, *Manajemen pemasaran*, Edisi Kedua, Erlangga, Jakarta.
- Chamidah, Nur. Magdalena M, Maria. Gagah, Edward. (2016). *Factors- Factors Affecting the Performance of Employees Kodim 0714 Salatiga*. Journal Of Management, Volume 2 No.2 Maret 2016.
- Feryanto, Nur., Assery, Syeh., Saleh, Chairul., and Suryaningsum, Sri. (2017b) "A Little Aspect of Misbehavior in Organization (Case Study in Indonesia)". Medwell Journals.
- Fitriani, Lita Yulita., Suryaningsum, Sri., Kusumawardhani, Indra., dan Sally, Valannisa. (2016a) "The effect of participative Budgetary, Assymetric Information, Preaature-Handling, and Organizational Commitment on The Budgetary Slack". Serials Publication PVT. LTD.
- Hartiati, Anies S. *Wedang Uwuh, Warisan Budaya Takbenda Sebagai Alternatif Oleh-Oleh Khas Yogyakarta*. Artikel Publikasi. <http://www.lintasmedika.com/2018/06/wedang-uwuh-warisan-tak-benda-sebagai-alternatif-oleh-oleh-khas-yogyakarta/>. Diakses pada 06 Juni 2018.
- Hartati, Anies Siti., dan Sri Suryaningsum. 2018. *Peningkatan Kualitas Produksi Usaha Wedang Untuk Meningkatkan Ekonomi Masyarakat Dusun Kerten Imogiri Bantul*. Universitas Muhammadiyah Surakarta : Surakarta. (dalam proses review)
- Hartati, Anies Siti., dan Sri Suryaningsum. 2018. *Rekayasa Sosial Usaha Wedang Uwuh Untuk Peningkatan Ekonomi Masyarakat dan Pelestarian Warisan Budaya Tak Benda*. Yogyakarta.
- Kotler, Philip, dkk, 2000, *Manajemen Pemasaran dengan pemasaran efektif dan Pofitable*, cetakan Kedua, Gramedia Pusat Utama, Jakarta.
- Mawu, Indra Perdana P., Mandey, Silvy L., Tawas, Hendra N. (2016). *The Analysis Effect of Marketing Knowledge Copetence and Entrepreneurship Orientation Towards Marketing Capabilities and Marketing Performance (Study At Industrial Entrepreneur Wooden House City Of Tomohon)*. Vol4, No 3.
- Saleh, Chairul., Assery, Syeh., Sabihaini., & Suryaningsum, Sri. (2017a) "Supply Chain Management in Service Companies (Case Study in Indonesia)". Medwell Journals.
- Suryaningsum, Sri., Efendi, Moch Irhas., Gusaptono, R Hendri. (2016b) "The Best Government Based on Trusteeship Governance". Serials Publication PVT. LTD..
- Suryaningsum, Sri., dan Anies Siti Hartati. 2018. *Pengadaan Usaha Wedang Uwuh dengan Pemberdayaan Ibu Rumah Tangga Sebagai Pengentas Kemiskinan*. Universitas Muhammadiyah Surakarta : Surakarta. (dalam proses review)
- Suryaningsum, Sri. *Jamu Enak Khas Yogyakarta*. Artikel Publikasi. <http://www.lintasmedika.com/2018/06/wedang-uwuh-jamu-enak-khas-yogyakarta/>. Diakses pada 06 Juni 2018.
- Yohana, Corry. (2016). *Pelatihan Motivasi Kewirausahaan dan Menganalisis Peluang Usaha, Membuat Rencana Bisnis Bagi Tenaga Kerja Wanita (TKW) Purna di Desa Cibanong Kecamatan Gunung Guruh, Sukabumi-Jawa Barat*. Vol 13, No 2.

PENINGKATAN KETERAMPILAN PELAKU USAHA INDUSTRI KECIL EMPING MELINJO DI KEPUH KULON BANGUNTAPAN, BANTUL

AYN Warsiki, Sri Kussujaniatun

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta

ABSTRAK

Pemberdayaan masyarakat merupakan salah satu kebijakan Pemerintah Sleman untuk mengentaskan kemiskinan dalam rangka mencapai visi pembangunan Kabupaten Sleman, untuk itu masyarakat dituntut supaya dapat lebih berkembang dan lebih kreatif dalam mengembangkan skill dan memanfaatkan potensi yang ada. Emping mlinjo adalah sejenis keripik yang dibuat dari buah mlinjo yang telah tua. Pembuatan emping tidak sulit dan dapat dilakukan dengan 4 menggunakan alat-alat sederhana. Salah satu produk unggulan dari daerah kabupaten Bantul adalah produk makanan tradisional yaitu emping mlinjo yang terbuat dari Kepuh Kulon. Sebagai daerah pedesaan, potensi daerah Bantul sangat mendukung berkembangnya industri kerajinan makanan tradisional emping mlinjo. Tanaman mlinjo sangat mudah didapatkan di daerah Bantul. Selain itu, industri emping mlinjo banyak memberikan kontribusi bagi pertumbuhan ekonomi karena dapat menciptakan lapangan kerja dan mengentaskan kemiskinan. Usaha ini dilakukan sebagai salah satu kegiatan pemanfaatan waktu luang dan dapat dijadikan sebagai mata pencaharian. Kabupaten Bantul merupakan sentra industri emping mlinjo di Yogyakarta. Dari 30 industri kecil sekitar 90% sudah 25-40 tahun lebih membuka industri tersebut. Hal tersebut menunjukkan bahwa iklim usaha emping mlinjo di Kepuh Kulon sangatlah baik. Dilihat dari jenis peralatan produksi yang digunakan, mayoritas industri kecil masih menggunakan peralatan yang tergolong sederhana. Hal tersebut dikarenakan keterbatasan pengetahuan perajin tentang teknologi tepat guna yang semakin lama semakin berkembang. Harga emping mlinjo sangat bervariasi tergantung dari kualitas Bahan Baku (Super, Biasa, Rendah), proses produksi, varian rasa, bentuk, maupun kemasannya. Harga per kg berkisar antara Rp. 50.000,- sampai dengan Rp. 100.000,-. Limbah kulit melinjo digunakan untuk bahan bakar dalam mengolah emping mlinjo (proses sangrai).

Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah upaya peningkatan pemberdayaan masyarakat melalui: (1) mendatangkan ahli dibidang peralatan dengan sentuhan teknologi yang lebih baik terkait memberikan alternatif desain peralatan proses produksi emping yang lebih efektif, (2) Pelatihan mengenai peningkatan kompetensi administrasi keuangan usaha, (3) Pelatihan pengelolaan atau manajemen usaha emping mlinjo (4) Pelatihan peningkatan pemahaman administrasi usaha pada perajin emping mlinjo Disamping itu juga melakukan pendaftaran HKI berupa merek dari UKM perajin emping mlinjo Kepuh Kulon, Banguntapan, Bantul

Keywords: *perajin emping mlinjo, peningkatan kualitas emping mlinjo, diferensiasi, peningkatan kapasitas usaha*

PENDAHULUAN

Emping mlinjo merupakan produk agroindustri yang memiliki potensi yang besar untuk dikembangkan. Industri emping mlinjo merupakan salah satu alternatif usaha yang diharapkan mampu memberikan tambahan pendapatan bagi masyarakat. Selain itu, industri emping mlinjo banyak memberikan kontribusi bagi pertumbuhan ekonomi karena dapat menciptakan lapangan kerja dan mengentaskan kemiskinan. Usaha ini dilakukan sebagai salah satu kegiatan pemanfaatan waktu luang dan dapat dijadikan sebagai mata pencaharian. Kabupaten Bantul merupakan sentra industri emping mlinjo di Yogyakarta. Emping mlinjo dari Bantul ini tidak hanya dikonsumsi oleh masyarakat Bantul saja tetapi juga untuk memenuhi kebutuhan konsumen di kabupaten lain di Propinsi DIY bahkan di luar Propinsi DIY. Salah satu produk unggulan dari daerah kabupaten Bantul adalah produk makanan tradisional yaitu emping mlinjo yang terbuat dari Kepuh Kulon. Sebagai daerah pedesaan, potensi daerah Bantul sangat mendukung berkembangnya industri kerajinan makanan tradisional emping mlinjo. Tanaman mlinjo sangat mudah didapatkan di daerah Bantul. Emping mlinjo adalah sejenis keripik yang dibuat dari buah mlinjo yang telah tua. Pembuatan emping tidak sulit dan dapat dilakukan dengan 4 menggunakan alat-alat sederhana.

Dusun Kepuh Kulon Wirokerten Banguntapan selama ini dikenal sebagai salah satu sentra industri kecil emping mlinjo di Kabupaten Bantul Yogyakarta yang secara tradisi masyarakatnya mewarisi keahlian memproduksi emping mlinjo dari orang tua mereka terdahulu baik sebagai pelaku usaha (produsen) ataupun tenaga produksinya. Kondisi demikian menjadikan Kepuh Kulon beberapa kali ditunjuk sebagai perwakilan daerah yang memiliki masyarakat yang produktif, baik di tingkat desa hingga skala nasional. Pengusaha Emping Mlinjo di Kepuh Kulon Bantul dapat dikelompokkan menjadi 3 kelompok yaitu perajin yang membeli mlinjo dan memproses mlinjo menjadi emping untuk siap dijual, kemudian yang kedua buruh, orang yang mengambil mlinjo dari juragan/pengepul dan memproses menjadi emping kemudian mengembalikan emping tersebut kepada juragan/pengepul sehingga mereka mendapat upah atas pekerjaan tersebut, dan yang terakhir adalah juragan/pengepul yaitu orang yang usahanya sudah cukup besar, sehingga mampu mempekerjakan buruh untuk memproses mlinjo menjadi emping. Juragan/pengepul juga dapat menampung/membeli emping dari pengrajin kemudian menjual kembali ke pedagang atau konsumen akhir. Selain itu juragan/pengepul juga dapat memberikan modal pada pengrajin emping dengan cara menjual bahan pokok namun pembayarannya setelah mereka memiliki uang. Perajin Emping di Kepuh Kulon mayoritas dilakukan oleh para ibu-ibu, namun tidak sedikit pula bapak-bapak yang ikut membantu. Perajin Emping ini memiliki paguyuban yang dinamakan Kelompok Wira Kusuma, yaitu kelompok ibu-ibu yang terdiri dari 23 orang anggota perajin emping, baik juragan/pengepul. Setiap kelompok rata-rata mempunyai pekerja sekitar 5 orang, jumlah tersebut sudah termasuk pemilik usaha serta orang-orang terdekat yang membantu usaha yang dijalankan. Hal ini disebabkan karena sebagian besar industri kecil yang ada di Kepuh Kulon merupakan usaha keluarga yang turun temurun.

Dari 30 industri kecil sekitar 90% sudah 25-40 tahun lebih membuka industri tersebut. Hal tersebut menunjukkan bahwa iklim usaha emping mlinjo di Kepuh Kulon sangatlah baik. Bertahannya industri yang sudah lama berdiri, diharapkan nantinya akan berefek positif terhadap kemajuan daerah. Banyak pelaku usaha industri kecil emping mlinjo sudah sejak lama namun mayoritas belum terkelola dengan baik. Hal ini dapat dilihat dari aspek pembukuan mayoritas

belum memiliki catatan administrasi tentang usahanya. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa mereka belum mengetahui arti pentingnya catatan administrasi bagi suatu usaha. Sama halnya dengan catatan laporan keuangan mayoritas juga belum ada. Lemahnya dokumentasi baik catatan administrasi ataupun laporan keuangan bisa saja dikarenakan latar belakang mayoritas pemilik industri kecil yang ada adalah berpendidikan rendah. Dari hasil penelitian diketahui bahwa 65 persen pemilik usaha adalah lulusan SD, 15 persen tidak lulus SD, 10 persen lulusan SLTP, dan 10 persen lulusan SMA. Hal tersebut menyebabkan kurangnya pengetahuan mengenai pentingnya dokumentasi dalam suatu usaha.

Modal usaha dari mayoritas perajin adalah modal sendiri. Hanya sedikit perajin yang berani melakukan pinjaman sebagai modal ke bank untuk modal usaha ataupun pengembangan usaha. Hal tersebut dikarenakan adanya beberapa alasan, yang pertama yaitu ketakutan mereka akan kredit, ada kekhawatiran mereka tidak bisa membayar angsuran tiap bulannya. Sedangkan, omset usaha per bulan pelaku usaha industri emping mlinjo di Kepuh Kulon mayoritas berkisar lima sampai lima belas juta rupiah per bulan. Ada juga industri yang beromset mencapai lebih dari lima belas juta rupiah tapi hanya enam persen dari jumlah industri keseluruhan yang ada di Kepuh Kulon. Aset usaha yang dimiliki oleh perajin di Kepuh Kulon mayoritas juga sangatlah kecil. Hal tersebut dikarenakan mayoritas industri yang berada di sana adalah industri kecil rumah tangga atau dengan kata lain merupakan usaha rumahan dengan omset kecil.

Dilihat dari jenis peralatan produksi yang digunakan, mayoritas industri kecil masih menggunakan peralatan yang tergolong sederhana. Hal tersebut dikarenakan keterbatasan pengetahuan perajin tentang teknologi tepat guna yang semakin lama semakin berkembang. Maka untuk itu, dibutuhkan usaha pendampingan dan pengarahan tentang pemakaian teknologi tepat guna agar produktifitas industri-industri yang ada di Kepuh Kulon dapat meningkat. Industri kecil di Kepuh Kulon khususnya mayoritas emping mlinjo juga masih menggunakan teknik pengemasan yang sederhana. Teknik pengemasan produk yang masih manual dan sederhana menyebabkan tampilan produk yang dipasarkan oleh industri tersebut masih belum optimal. Pemasaran merupakan hal penting yang menjadi ujung tombak keberhasilan suatu usaha. Adapun teknik pemasaran produk yang dilakukan tergolong belum maju dan masih tergantung kepada promosi dari 'mulut ke mulut'. Mereka mayoritas belum dapat menjual sendiri hasil produksinya, namun melalui pengepul. Hanya ada empat yang dapat menjual sendiri hasil produksinya ke konsumen. Belum ada inovasi baik dalam proses pengemasan maupun sistem pemasarannya. Kualitas produknya pun masih belum cukup bisa memenuhi permintaan pasar, terutama dalam hal variasi rasa dan variasi bentuk emping mlinjo. Hanya ada dua pemilik industri emping mlinjo yang mulai memproduksi dengan tiga varian rasa dan dua macam bentuk emping yaitu bentuk segitiga dan kotak.

Dalam hal produksi, bahan baku yang digunakan dalam proses produksi diambil dari daerah sekitar Kepuh Kulon sendiri. Namun mereka mengaku hampir semuanya pernah terkendala masalah bahan baku, baik dari ketersediaannya maupun harganya yang fluktuatif. Peralatan yang mereka gunakan untuk produksi juga peralatan yang tergolong sederhana. Dalam pembuatan emping mlinjo mereka hanya menggunakan peralatan manual sederhana kurang maksimal. Tenaga yang digunakan dalam proses produksi rata-rata adalah kurang dari lima orang dan semuanya berasal dari daerah Kepuh Kulon. Harga emping mlinjo sangat bervariasi tergantung dari kualitas Bahan Baku (Super, Biasa, Rendah), proses produksi, varian rasa, bentuk, maupun kemasannya. Harga per kg berkisar antara Rp. 50.000,- sampai dengan Rp.

100.000,-. Limbah kulit melinjo digunakan untuk bahan bakar dalam mengolah emping mlinjo (proses sangrai). Proses Produksi dalam mengolah emping mlinjo, Mlinjo yang sudah dikupas kulit luarnya digoreng sangan pakai pasir sampai panas, kemudian kulit keras dikupas di atas cobek menggunakan batu, namanya di gerus dan diambil buah mlinjonya berwarna putih, setelah itu mlinjo yang sudah bersih di letakkan di dalam cobek keramik dan dipanaskan, kemudian mlinjo diambil satu persatu dan di gepengkan atau dithuthuk menggunakan besi seberat 3,5 kg dengan alas batu. Mlinjo yang sudah gepeng dan berbentuk bulat disebut emping mlinjo, kemudian dijemur sampai setengah kering untuk yang akan diberi bumbu dan sampai kering untuk yang tanpa bumbu. Namun ada juga inovasi bentuknya yaitu bentuk segi tiga, segi empat, dan bentuk seperti Tarro. Emping Mlinjo setengah kering diberi bumbu yaitu setiap 1 kg emping membutuhkan ½ ons bawang putih dan garam sedikit yang dihaluskan serta santan secukupnya, kemudian dijemur lagi sampai kering. Emping mlinjo yang kering kemudian dikemas dan siap dijual, dalam kemasan ½ kg.

Mayoritas permasalahannya masih kurang permodalan yang dimiliki, belum adanya sentuhan teknologi dalam proses produksinya, terutama pada proses sangrai emping mlinjo dengan cepat, sistem manajemen yang diterapkan masih sangat sederhana, sehingga keuntungan maupun kerugian tidak dapat terdeteksi dengan baik, belum memiliki kemampuan penggunaan teknologi informasi yang dapat dimanfaatkan sebagai media pemasaran.

Atas dasar keprihatinan inilah, maka pengabdian merasa penting untuk melakukan pembinaan dan pengabdian pada perajin emping mlinjo yang berlokasi di Kepuh kulon, Banguntapan, Kabupaten Bantul, Yogyakarta. Diharapkan dari pengabdian ini, perajin emping mlinjo menjadi lebih paham dan dapat meningkatkan kualitas maupun kuantitas produksinya, namun tetap mengedepankan etika-etika dalam berbisnis.

Mitra adalah perajin emping mlinjo di Kepuh kulon, Banguntapan, Bantul, Yogyakarta. Anggota dari perajin emping mlinjo ini adalah masyarakat sekitar wilayah produksi. Aktivitas dari pengrajinan ini adalah memproduksi makanan ringan emping mlinjo dan mendistribusi, serta menjualnya di beberapa di pasar baik di Yogyakarta maupun di luar kota Yogyakarta.

Kegiatan yang dilakukan oleh perajin meliputi:

1. Kegiatan pengumpulan bahan-bahan baku dan bahan-bahan pembantu produk emping mlinjo.
2. Kegiatan pemrosesan bahan baku emping mlinjo dan bahan-bahan pembantunya, menjadi produk emping mlinjo siap kemas.
3. Kegiatan pengemasan emping mlinjo, yang siap untuk didistribusikan dan dijual.
4. Kegiatan pendistribusian dan penjualan makanan ringan emping mlinjo yang telah dikemas, ke berbagai toko, pasar di wilayah Yogyakarta dan di luar kota Yogyakarta.

Permasalahan Mitra

Berdasarkan hasil survei lapangan dan informasi langsung yang didapat dari lokasi permasalahan yang dihadapi adalah:

1. Belum adanya sentuhan teknologi dalam proses produksi emping, terutama pada proses sangrai emping mlinjo dengan cepat, sehingga tergantung dengan tenaga manusia yang terbatas, apalagi mereka sekarang sudah tua

2. Keterbatasan Sumber Daya Manusia, karena anak-anak muda sebagai generasi penerus tidak tertarik untuk menjadi pengrajin emping, hal ini karena merupakan pekerjaan berat namun dengan kompensasi yang kurang memadai.
3. Belum memiliki kemampuan penggunaan teknologi informasi yang dapat dimanfaatkan sebagai media pemasaran
4. Sistem manajemen yang diterapkan masih sangat sederhana dan administrasi keuangan usaha belum dilakukan, sehingga keuntungan maupun kerugian tidak dapat terdeteksi dengan baik.
5. Teknik pengemasan produk hasil olahan yang masih manual dan sederhana menyebabkan tampilan produk yang dipasarkan oleh industri tersebut masih belum optimal dan kurang menarik.
6. Kurangnya pengetahuan manfaat *Branding*.

KAJIAN LITERATUR

Industri kecil

Berkaitan dengan usaha kecil, terdapat beberapa ciri-ciri khusus usaha kecil seperti yang dikemukakan oleh Sutojo, dkk (1994) dalam Baswir (1998):

1. Lebih dari setengah perusahaan kecil didirikan sebagai pengembangan dari usaha kecil-kecilan.
2. Selain masalah permodalan, masalah lain yang dihadapi usaha kecil bervariasi sesuai dengan tingkat perkembangan usaha.
3. Sebagian besar usaha kecil tidak mampu memenuhi persyaratan-persyaratan administrasi guna memperoleh bantuan bank.
4. Hampir 60% usaha kecil masih mempergunakan teknologi tradisional.
5. Hampir setengah perusahaan kecil hanya mempergunakan kapasitas terpasang kurang dari 60%
6. Pangsa pasar usaha kecil cenderung menurun baik karena faktor kekurangan modal, kelemahan teknologi maupun teknologi maupun karena kelemahan manajerial.
7. Hampir 70% usaha kecil melakukan pemasaran langsung kepada konsumen

Industri kecil berperan dalam menciptakan kesempatan kerja, perluasan angkatan kerja bagi urbanisasi dan menyediakan fleksibilitas kebutuhan serta inovasi dalam perekonomian secara keseluruhan. Dalam kondisi krisis yang menimpa Indonesia baik krisis ekonomi maupun krisis moneter, ternyata usaha kecil mampu menunjukkan eksistensinya untuk tetap bertahan bahkan cenderung bertambah. (Fafurida dan Dyah Maya Nihayah, 2011). Menurut Tri Wahyu Rejekiingsih (2004) Industri kecil mencakup semua perusahaan atau usaha yang melakukan kegiatan mengubah barang dasar atau barang setengah jadi atau dari barang yang kurang nilainya menjadi barang yang lebih tinggi nilainya. Selain itu, Mudrajat Kuncoro (1997) juga mengatakan bahwa industri kecil masih menggunakan teknologi tradisional dan sistem keuangannya yang masih sederhana hal tersebut sejalan dengan apa yang dilakukan oleh masyarakat Dusun Kepuh Kulon dimana masih terdapat pelaku usaha industri kecil emping melinjo yang masih mempertahankan proses produksi dengan menggunakan peralatan tradisional (manual).

Salah satu kawasan industri kecil dan sederhana telah diwujudkan di Dusun Kepuh Kulon adalah salah satu tempat yang strategis untuk membangun industri kecil. Dusun Kepuh Kulon selama ini

dikenal sebagai salah satu sentra industri kecil emping melinjo di Kabupaten Bantul Yogyakarta. Seperti penelitian yang pernah dilakukan oleh Kussujaniatun dan Kismantoroaji (2017) bahwa diharapkan masyarakat dengan mengetahui dan menyadari bahwa di daerahnya terdapat banyak potensi terutama dari sisi pemanfaatan, maka perlu mengkaji mengenai aspek peningkatan sosial dan peningkatan ekonomi. Juga Kussujaniatun (2016) Ketertarikan dalam penelitian ini adalah Kabupaten Bojonegoro merupakan salah satu kota potensi dalam mengembangkan industri kreatif serta desa wisata. Dalam menghadapi persaingan bisnis, diperlukan adanya kreativitas dan inovasi.

Peranan industri kecil dalam perekonomian

Industri kecil dan menengah memainkan peranan penting dalam pembangunan dan perkembangan ekonomi. Secara umumnya, unit usaha industri kecil membuka banyak peluang pekerjaan, sumbangan dalam mewujudkan pendapatan yang lebih baik. Unit usaha industri kecil cenderung menyerap banyak tenaga kerja. Hal ini terlihat bahwa Sekitar 99 persen dari jumlah unit usaha di Indonesia berskala Usaha kecil dan menengah, dan tercatat mampu menciptakan lapangan pekerjaan sebanyak sekitar 99,4 juta tenaga kerja. Sementara, usaha besar menyerap sekitar 2,8 juta pekerja (data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Tahun 2010). Sehingga adanya penyerapan tenaga kerja ini membantu bangsa Indonesia untuk meningkatkan kesejahteraan rakyatnya, dan kemampuan masyarakatnya untuk bertahan terhadap krisis. Dapat dikatakan unit usaha industri kecil memiliki peran dan kontribusi yang sangat besar bagi perekonomian Indonesia, kontribusi yang nyata disumbangkan melalui penyerapan tenaga kerja

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan

Pengabdian pemberdayaan ini diimplementasikan dengan melakukan pendekatan Participatory Rural Appraisal (PRA). PRA merupakan metode yang banyak ditemui dalam melakukan pemberdayaan masyarakat. Metode ini ditujukan pada orang luar, menunjukkan bagaimana seharusnya orang luar membantu masyarakat untuk mengembangkan dirinya, dengan mendudukan posisi orang luar ditengah masyarakat. orang luar ini bisa pegawai pemerintah, akademisi, pekerja LSM, dsb. Pendekatan ini bertujuan untuk menggabungkan pengetahuan dan opini masyarakat pedesaan dalam perencanaan dan pengelolaan proyek dan program pembangunan. Metode ini juga mendorong masyarakat pedesaan untuk turut serta meningkatkan pengetahuan dan menganalisa kondisi mereka sendiri serta wilayahnya yang berhubungan dengan kehidupan mereka sehari-hari agar dapat membuat rencana dan tindakan yang dilakukan dengan cara pendekatan berkumpul bersama. Dalam metode ini, masyarakat sebagai pelaku sementara orang luar sebagai fasilitator. Posisi orang luar sebagai fasilitator artinya mereka mendorong proses perubahan secara partisipatif yang bersumber dalam masyarakat itu sendiri. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey dengan menggunakan kuisioner dengan teknik wawancara dan *Focus Group Discussion* terhadap responden. Analisis yang dilakukan adalah analisis deskriptif statistik. Penggambaran *performance* industri emping melinjo akan dapat memberikan gambaran bagaimana kinerja industri tersebut selama ini. Dengan demikian kita akan mengetahui apa yang sudah dilakukan dan apa yang belum dilakukan. Sedangkan *need assesment* digunakan untuk mengidentifikasi apa saja yang dibutuhkan industri emping melinjo di kepuh kulon dalam upaya peningkatan kapasitas usaha. Ada tiga aspek yang dinilai pada tahap

need assesment ini, ketiga aspek tersebut adalah aspek pembukuan, aspek produksi dan aspek pemasaran.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Kegiatan P_bM

1. Sosialisasi

Sosialisasi mengenai rencana pengabdian masyarakat di industry kecil emping mlinjo Kepuh Kulon Banguntapan Bantul serta bertemu dengan beberapa ibu-ibu yang aktif membuat emping mlinjo guna memberikan informasi mengenai tujuan melakukan pemberdayaan khususnya kepada perajin industry kecil emping melinjo di Kepuh Kulon, Banguntapan, Bantul agar dapat memiliki nilai tambah serta mensosialisasikan kemungkinan akan mengadakan beberapa kegiatan pada kelompok perajin industry kecil emping melinjo. Peneliti juga menggunakan metode PRA (Participatory Rurral Appraisal) seperti pertemuan – pertemuan yang meliputi pelatihan dan diskusi internal bersama para ibu-ibu yang aktif membuat emping mlinjo. Paguyuban usaha kecil emping mlinjo di Kepuh Kulon terdiri dari 30 anggota perajin emping mlinjo, sebagai berikut :

No	Nama	RT	Desa
1	Mujiman	1	Kepuh Kulon
2	Mujinem	1	Kepuh Kulon
3	Sri Lestari	1	Kepuh Kulon
4	Marjiem	1	Kepuh Kulon
5	Wantinem (Menik)	1	Kepuh Kulon
6	Ponirah	2	Kepuh Kulon
7	Samsiah	2	Kepuh Kulon
8	Kasianti	2	Kepuh Kulon
9	Kasihartini	2	Kepuh Kulon
10	Nuriyem	2	Kepuh Kulon
11	Pujo	2	Kepuh Kulon
12	Wigatiningsih	3	Kepuh Kulon
13	Kusini	3	Kepuh Kulon
14	Islayar	3	Kepuh Kulon
15	Kransiati	3	Kepuh Kulon
16	Sri Wanuji	3	Kepuh Kulon
17	Slamet Mardiah	3	Kepuh Kulon
18	Kholifah	3	Kepuh Kulon
19	Siti Umarah	3	Kepuh Kulon
20	Juharti	3	Kepuh Kulon
21	Wakiati	3	Kepuh Kulon
22	Warsini	3	Kepuh Kulon
23	Tugiyem	3	Kepuh Kulon
24	Sri Murtiningsih	3	Kepuh Kulon

2. Pelatihan peningkatan administrasi

Pelatihan ini meningkatkan kemampuan keuangan usaha. industry kecil sudah sejak lama belum terkelola dapat dilihat dari mayoritas belum administrasi tentang tersebut mereka belum pentingnya catatan suatu usaha. dihadapi oleh perajin

mengenai kompetensi keuangan usaha bertujuan untuk pengetahuan dan administrasi Banyak pelaku usaha empung mlinjo yang namun mayoritas dengan baik. Hal ini aspek pembukuan memiliki catatan usahanya. Kondisi menunjukkan bahwa mengetahui arti administrasi bagi Permasalahan yang emping melinjo di

Kepuh Kulon adalah tersebut merasa informasi dan mengenai keuangan usaha pelatihan mengenai peningkatan manajemen usaha manajemen.	25	Mujilestari	3	Kepuh Kulon	bahwa para perajin kurang akan pengetahuan administrasi sehingga dibutuhkan mengenai kompetensi dan system
	26	Marsinah	4	Kepuh Kulon	
	27	Martilah	4	Kepuh Kulon	
	28	Tukiyem	5	Kepuh Kulon	
	29	Wagiyem	5	Kepuh Kulon	
	30	Mukhlis	5	Kepuh Kulon	
	31	Sakiyem	7	Kepuh Kulon	
	32	Adikiyat	7	Kepuh Kulon	

3. Diskusi mengenai rencana pelatihan kesadaran merk dan pengadaan merk

Diskusi mengenai kesadaran Merek Diskusi mengenai rencana pelatihan kesadaran merk dan pengadaan merk pada kelompok usaha emping mlinjo Kepuh Kulon bertujuan untuk memberikan pemahaman wawasan dan informasi kepada perajin bagaimana sebuah merek mampu menaikkan citra dan brand, membedakan nilai produk dengan kompetitor, dan terlebih untuk meningkatkan nilai jual dari emping melinjo itu sendiri. Hai ini penting dilakukan karena para perajin emping melinjo dan kelompok perajin hingga saat ini belum memiliki brand atau merek.

4. Pembuatan HKI merk Emping Melinjo Banguntapan Bantul

Evaluasi Kinerja Program

Capaian atas encana kegiatan bisa dilihat pada Tabel berikut. kinerja program telah tercapai 100%.

Tabel 1. Evaluasi Kinerja Program

No	Kegiatan	Capaian (%)
1	Sosialisasi	100%
2	Pelatihan mengenai peningkatan kompetensi administrasi keuangan usaha	100%
3	Pelatihan pengelolaan atau manajemen usaha emping mlinjo	10%
4	Diskusi mengenai rencana pelatihan kesadaran merk dan pengadaan merk	100%
5	Pembuatan HKI merk Emping Melinjo Banguntapan Bantul (Masih dalam proses diskusi	5%

RENCANA TAHAP BERIKUTNYA

Rencana tahap berikutnya tentu dibutuhkan pendampingan kepada perajin emping mlinjo Kepuh Kulon Banguntapan, Bantul agar proses produksi, distribusi dan pemasaran berjalan dengan baik, benar dan lancar. Selain itu rencana program tahap berikutnya adanya pelatihan manajemen usaha emping mlinjo, kemudiansetelah juga pembuatan HKI merk emping mlinjo terealisasi adalah pembuatan Weblog untuk perajin emping mlinjo di Kepuh Kulon Banguntapan Bantul untuk meningkatkan *brand awareness* terhadap masyarakat secara luas, dan juga untuk mempromosikan produk unggulan dan produk inovasi dalam melakukan diferensiasi emping mlinjo agar penjualan meningkat serta mendapatkan pasar yang lebih luas dan dapat

meningkatkan penjualan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan permasalahan dan pembahasan perajin Emping Melinjo Kepuh Kulon, Banguntapan, Bantul berikut pemecahan masalah yang telah dicapai untuk menyelesaikan masalah tersebut:

Menjaga keseluruhan kualitas emping mlinjo, tetap dalam keadaan baik dan higienis, tetap mengedepankan etika-etika dalam berbisnis. Tim I_bM mendatangkan ahli dibidang peralatan dengan sentuhan teknologi yang lebih baik terkait memberikan alternatif desain peralatan proses produksi emping yang lebih efektif.

1. Tim P_bM adanya pelatihan mengenai pengelolaan atau manajemen usaha emping mlinjo berujuan untuk peningkatan pengetahuan dan kemampuan administrasi keuangan usaha. Adanya pelatihan mengenai peningkatan kemampuan administrasi keuangan usaha sangat membantu perajin emping mlinjo untuk meningkatkan kemampuan pengelolaan yakni pengelolaan sumber daya manusia, pengelolaan operasional, pengelolaan pemasaran dari usaha tersebut.
2. Tim P_bM memberikan pelatihan mengenai peningkatan pengetahuan dan kemampuan administrasi keuangan usaha. Pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan kemampuan administrasi keuangan usaha perajin emping melinjo, banyak pelaku usaha industry kecil empung mlinjo yang sudah sejak lama namun mayoritas belum terkelola dengan baik, sehingga diharapkan dengan pelatihan ini dapat meningkatkan kemampuan administrasi keuangan usaha perajin emping mlinjo.

Saran

Berdasarkan hasil kegiatan PbM atas permasalahan mitra maka Tim PbM menyarankan :

1. Diharapkan ada dukungan dari pihak Disperindagkop untuk melibatkan perajin dalam pelatihan manajemen usaha dan peningkatan pemahaman administrasi usaha emping mlinjo dan melibatkan perajin pada partisipasi pameran-pameran dagang.
2. Diharapkan melalui kegiatan Tridharma Perguruan Tinggi pada program penelitian dan pengabdian yang dilakukan dosen juga mahasiswa (KKN) akan membantu dalam memberikan solusi permasalahan perajin/ mitra.
3. Diharapkan terealisasi HKI untuk merek emping mlinjo perajin Kepuh Kulon.

DAFTAR PUSTAKA.

- Kussujaniatun, Sri. 2006. Hubungan antara Sikap Terhadap Bukti Fisik, Proses dan Karyawan dengan Kualitas Keterhubungan serta Perannya Dalam Menimbulkan Niat Ulang Membeli dan Loyalitas (Survei Pada Konsumen Member Card ALFA yang Berdomisili Di Sleman Yogyakarta) (Jurnal Humaniora Sains dan Pengajaran "INOVASI" Vol. XIV No. 3 September 2006, ISSN 0854-4328) Penulis sendiri
- Kussujaniatun, Sri. 2006 Efek Komunikasi Dari Mulut ke Mulut Terhadap Sikap dan Niat Membeli Produk Prosesor AMD Athlon DSI Yogyakarta(Jurnal Ekonomi, Bisnis, Manajemen dan Akuntansi "BALANCE" Th. III No. 6 Juli 2006, ISSN : 1693-9352)Penulis sendiri
- Kussujaniatun, Sri. 2007 Pengaruh Motivasi Nasabah Kredit Terhadap Keputusan Meminjam

- Dana (Survei Pada BPR Bank Kredit Kecamatan Juwangi Boyolali) Jurnal Ekonomi “Artavidya” Tahun 7 No.1 Maret 2007, ISSN : 1410-8755 Terakreditasi No. 23 a/DIKTI/Kep/2004Penulis sendiri
- Kussujaniatun, Sri. 2007 Analisis Pengaruh Dead Endorser Terhadap Brand Personality Pada Iklan Kompas Di Televisi (Survei Pada Iklan Konsumen Surat Kabar Harian Kompas Di Kabupaten Sleman Yogyakarta) Penulis sendiri) (Jurnal Bisnis dan Ekonomi “JBE” Vol. 14 No. 23 a/DIKTI/Kep/2004
- Kussujaniatun, Sri. 2007 Analisis Ekuitas Merek (Survei Pada Konsumen Rokok Djarum 76 Di Yogyakarta) (Jurnal Kajian & Riset Manajemen “Karisma” Vol. 1 Nomor 2, April 2007, ISSN : 1978-404X)
- Kussujaniatun, Sri. 2008 Anteseden Perilaku berganti Merek pada mobil Nissan Grand Livina di YogyakartaPenulis ke 2 Karisma-Prodi Manajemen UPN Vol IV, no 3 . ISSN:1978-404X. Desember 2010
- Kussujaniatun, Sri. 2009. Pengaruh Pengetahuan Produk, Nilai da Kualitas yang dipersepsikan terhadap Kepuasan Pelanggan mobil Toyota di Yogyakarta Jurnal Bisnis dan Manajemen “ Bisma” 2009, Vol 5, No 1.ISSN : 1978-3108 . April 2011
- Kussujaniatun, Sri. Analisis Strategi membangun Loyalitas konsumen melalui Differensiasi produk. (Survey pada pengguna sepeda motor “Yamaha Mio” di Kab Sleman) Seminar Nasional V Call for Paper UTY. ISBN: 978-979-1334-25-9, 18 juli 2009
- Kussujaniatun, Sri. Analisis Segmentasi Pasar Produk Shampo Zinc, (Proceeding), Seminar Nasional,Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi UPN “Veteran” Jatim. ISSN: 978-979-3100-28-9. 30 April 2009
- Kussujaniatun, Sri. Analisis Pengaruh Faktor Produk, Harga, Distribusi dan Promosi terhadap Kepuasan mobil Grand Livina, 2011
- Kussujaniatun, Sri. 2017. Community Empowerment in Teak Root Potential Area (Study: Teak Roots Craftsmen in Margomulyo Bojonegoro, Indonesia). International Journal of Social Science and Humanity 7 (12).
- Kussujaniatun, Sri. 2017. [Teak Roots Craftsmen’s Adaptation to Market Anticipation in Margomulyo, Bojonegoro, East Java](#). International Journal of Social Science and Humanity 7 (12).
- Kussujaniatun, Sri. 2017. The Role of Public Relation in Adopting Stakeholder Engagement Model in Creating Corporate Social Responsibility (Study: Pertamina, Ltd., RU IV Cilacap Central. Journal of Engineering and Applied Sciences 12 (22).
- Kussujaniatun, Sri. 2017. [Tourism Potential Mapping using Ethnographic Approach: A Case of Margomulyo, Kabupaten Bojonegoro](#). Journal of Engineering and Applied Sciences 12 (21)

**PbM PEMBANGUNAN KAWASAN GO GREEN PADA DESA
JAGALAN KECAMATAN BANGUTAPAN KABUPATEN BANTUL**

Sucahyo Heriningsih, Ruserlistyani, Dwi Sudaryati

FEB UPN “Veteran” Yogyakarta

Email: sucahyoheriningsih@upnyk.ac.id , herlissantosa@yahoo.com ,
sudaryati_dwi@yahoo.com

ABSTRACT

Green village or green village is one of the movements of go green by including the role of the village community. The go green village movement is an important activity to be carried out because in order to prevent global warming and save the earth, it is hoped that a village that is environmentally sound, comfortable and environmentally friendly is created. Jagalan Village is one of the villages located in the area of Kota Gede Yogyakarta, almost seventy percent of the population's residential area only has a narrow yard, this is an interesting phenomenon to be solved.

To realize a green village not only with a narrow land use program but also related to waste management. The phenomenon related to household waste in Jagalan village is a problem for the village. A large enough cost is needed for waste management so as not to cause problems. With the right technology, garbage that had been a problem as waste, dirty, smelly, causing disease and polluting the environment, now garbage can become goods that can be utilized and have high economic value. There are several problems in creating a green village and the problem of managing the Waste Bank, due to lack of guidance, direction and assistance from various parties. The implementation of community empowerment activities is carried out with training, mentoring socialization of waste bank management, and training on narrow land use by planting trees using hydroponic.

Keywords: Desa hijau, manajemen bank sampah, hidroponik.

PENDAHULUAN

Gerakan desa hijau (*green village*) merupakan kegiatan yang penting untuk dilaksanakan guna mencegah pemanasan global dan menyelamatkan bumi, diharapkan tercipta desa yang berwawasan lingkungan yang sehat, nyaman, dan ramah lingkungan. Desa Jagalan merupakan salah satu desa yang hampir tujuh puluh persen wilayah pemukiman penduduknya hanya memiliki lahan pekarangan yang sempit, hal ini menjadi fenomena permasalahan yang menarik untuk dipecahkan. Lahan pekarangan merupakan salah satu lahan potensial yang dapat dimanfaatkan untuk menanam tanaman seperti tanaman hias, buah-buahan, sayur-mayur, rempah-rempah, dan obat-obatan. Pemanfaatan lahan pekarangan untuk pengembangan industri rumah tangga merupakan salah satu alternatif untuk mewujudkan kemandirian ekonomi rumah tangga (Kurnianingsih dkk, 2013). Pekarangan merupakan agroekosistem yang sangat baik dan mempunyai potensi yang tidak kecil dalam mencukupi kebutuhan hidup masyarakat. Bahkan, jika dikembangkan lebih jauh lagi akan memberikan pendapatan ekonomi rumah tangga,

kesejahteraan masyarakat sekitar, dan pemenuhan kebutuhan pasar (Marhalim, 2015). Pemanfaatan lahan pekarangan tidak terlepas dari kondisi peran keluarga dalam menangkap peluang, meningkatkan pendapatan, memberikan nilai tambah (*added value*) bagi kehidupan rumah tangga itu. Dalam rangka mewujudkan *green village* tidak hanya dengan program pemanfaatan lahan sempit saja tapi juga terkait dengan penanganan sampah.

Sampah sering menjadi persoalan yang sulit untuk dipecahkan disuatu pemerintah daerah, hal ini terkait dengan tempat pembuangan sampah akhir yang sudah tidak tertampung oleh banyaknya produksi sampah yang semakin meningkat setiap harinya. Sebanyak 80 persen sumber sampah yang ada di setiap daerah berasal dari rumah tangga. Untuk itu pengelolaan sampah yang paling efektif dan mengena sebaiknya berawal dari desa.

Sampah terdiri dari bahan organik yang bisa diolah menjadi pupuk kompos dan bahan anorganik yang bisa didaur ulang para pemulung. Pengelolaan sampah lebih mudah saat volumenya masih kecil. Penanggulangan sampah dengan pendekatan "dari bawah" dalam merencanakan, melaksanakan, kontrol, dan evaluasi dengan semangat partisipatif merangsang masyarakat berperan serta secara aktif. Hal ini disebabkan rumah tangga sendiri yang menghasilkan sampah dan kelak berbahaya jika sampah terus menumpuk dan membusuk yang dapat berakibat mengganggu kesehatan warga. Tetapi sampah juga dapat menghasilkan uang bila dikelola dengan baik. Mengingat besarnya sumber sampah yang ada di desa, maka desa dan pemukiman rumah tangga didorong harus memiliki tempat pembuangan sampah (TPS) untuk sampah yang bersifat residual, dan bank sampah untuk pengumpulan dan pemilahan sampah supaya dapat dimanfaatkan dan diolah, dan juga di mungkinkan bank sampah dapat berbentuk Badan Usaha Milik Desa.

Untuk menciptakan desa bersih dari sampah maka perlu kiranya adanya pengelolaan sampah yang dapat dilakukan oleh para ibu-ibu PKK dari tingkatan RT maupun RW, sebab volume sampah masih kecil di tingkat RT/RW atau kelurahan, sehingga dikenal dengan pengelolaan sampah berbasis masyarakat. PP Kementrian Lingkungan Hidup RI No. 13 tahun 2012, tentang pedoman pelaksanaan *reduce, reuse dan recycle* melalui bank sampah, diharapkan dapat mengatasi permasalahan pengelolaan sampah.

Selayaknya sebagai masyarakat permasalahan sampah rumah tangga tidak sepenuhnya diserahkan kepada pemerintah sepenuhnya, namun juga diperlukan peran serta warga masyarakat. Kondisi yang ada di Desa Jagalan Bantul, menunjukkan bahwa sampah dan pengelolaannya kini menjadi masalah yang kian mendesak, sebab apabila tidak dilakukan penanganan yang baik akan mengakibatkan terjadinya perubahan keseimbangan lingkungan yang dapat mencemari lingkungan baik terhadap tanah, air dan udara. Kondisi di wilayah pemukiman di desa Jagalan merupakan wilayah yang padat penduduk, yang belum melakukan pemilahan sampah dan tidak ada menampung sampah organik baik basah maupun kering, karena yang setiap hari diambil oleh tukang sampah, sehingga belum adanya pemanfaatan sampah karena sampai saat ini belum terbentuk bank sampah di desa jagalan.

PERMASALAHAN MITRA

Secara garis besar permasalahan yang terjadi pada mitra adalah:

- a. Belum terbentuknya bank sampah di desa Jagalan, karena terbatasnya pengetahuan tentang administrasi pengelolaan bank sampah.

- b. Belum implementasi pemilahan sampah organik dan anorganik, sehingga mengalami kesulitan dalam memanfaatkan sampah dalam perkembangannya.
- c. Belum adanya pemanfaatan lahan sempit oleh desa maupun warga desa, untuk mencapai tujuan tercipta *go green* di desa.

PENGELOLAAN SAMPAH

Pengelolaan Sampah akan menghasilkan nilai ekonomis apabila dikelola dengan tepat. Hal ini dapat kita saksikan dengan telah adanya produk-produk hasil olahan dari sampah, seperti hasil daur ulang pabrik, hasil kerajinan tangan, kompos, pupuk cair (hasil olahan limbah cair dari got), briket (padatan yang dapat jadi bahan bakar), biogas, dan batako (hasil olahan pasir dari got). [Peraturan Pemerintah Nomor 81 tahun 2012](#), tentang Pengelolaan Sampah Rumah Tangga dan Sampah Sejenis Sampah Rumah Tangga yang diwajibkan melakukan kegiatan 3R *reduce, reuse dan recycle* dengan cara menghasilkan produk dengan menggunakan kemasan yang mudah diurai oleh proses alam dan yang menimbulkan sampah sesedikit mungkin, menggunakan bahan baku produksi yang dapat didaur ulang dan diguna ulang dan/atau menarik kembali sampah dari produk dan kemasan produk untuk didaur ulang dan diguna ulang.

Dengan mempertimbangkan hal tersebut di atas, tentu saja paradigma sampah yang merupakan bahan buangan dapat dirubah menjadi bahan baku yang masih dapat bernilai ekonomis. Pengelolaan sampah secara terpadu, baik sampah organik maupun anorganik akan memberikan nilai tambah dan merupakan satu sektor usaha yang dapat membuka lapangan pekerjaan baru. Sampah organik rumah tangga seperti sisa-sisa makanan, daun-daun kering, sisa-sisa sayuran dapat dikelola menjadi pupuk kompos, sedangkan sampah anorganik dikelola dengan didaur ulang menjadi produk kerajinan maupun dapat diolah menjadi media tanam dari sampah anorganik. Dengan demikian, akan bermunculan peluang-peluang usaha terkait pengolahan sampah.

Dengan terbentuknya Bank sampah di desa, diharapkan Bank Sampah dapat menjadi sarana untuk membuka peluang ekonomi bagi warga sekitarnya. Bank Sampah dikelola secara sukarela oleh para warga masyarakat dalam sebuah organisasi kepengurusan. Dengan memanfaatkan sampah anorganik oleh Bank Sampah diharapkan dapat memberikan manfaat ekonomi bagi warga masyarakat yang dikelola, dikumpulkan, kemudian dijual untuk penambahan nilai ekonomis bagi sampah anorganik. Dengan demikian, perlu adanya peningkatan pengelolaan sampah anorganik di desa.



Gambar 1. Sosialisasi Bank Sampah

DESA HIJAU

Untuk mewujudkan desa hijau di Jagalan dapat diatasi dengan mengoptimalkan pengelolaan sampah rumah tangga, serta menjadikan desa Jagalan hijau dengan menyukseskan program pemerintah yaitu *go green* di desa. Kondisi desa Jagalan yang hampir 70 persen pemukimannya hanya memiliki lahan yang sempit, telah menjadi persoalan tersendiri bagi desa. Namun demikian permasalahan desa yang sebagian besar hanya memiliki lahan sempit tidak begitu saja menghalangi desa untuk mengoptimalkan pemanfaatan lahan pekarangan milik warga dengan se-efisien dan se-efektif mungkin.

Lahan pekarangan merupakan salah satu lahan potensial yang dapat dimanfaatkan untuk menanam tanaman seperti tanaman hias, buah-buahan, sayur-mayur, rempah-rempah, dan obat-obatan. Pemanfaatan lahan pekarangan untuk pengembangan industri rumah tangga merupakan salah satu alternatif untuk mewujudkan kemandirian ekonomi rumah tangga (Kurnianingsih dkk, 2013). Pekarangan merupakan agroekosistem yang sangat baik dan mempunyai potensi yang tidak kecil dalam mencukupi kebutuhan hidup masyarakat. Bahkan, jika dikembangkan lebih jauh lagi akan memberikan pendapatan ekonomi rumah tangga, kesejahteraan masyarakat sekitar, dan pemenuhan kebutuhan pasar (Marhalim, 2015). Pemanfaatan lahan pekarangan tidak terlepas dari kondisi peran keluarga dalam menangkap peluang, meningkatkan pendapatan, memberikan nilai tambah (*added value*) bagi kehidupan rumah tangga itu. Sebenarnya ada suatu ide bisnis yang menjadi peluang usaha bagi ibu rumah tangga dalam memanfaatkannya. Salah satunya adalah dengan memanfaatkan lahan pekarangan. Hal ini sejalan dengan program KRPL (Kawasan Rumah Pangan Lestari), yaitu dengan optimalisasi pemanfaatan pekarangan dilakukan melalui upaya pemberdayaan para ibu rumah tangga, untuk mengoptimalkan pemanfaatan pekarangan sebagai sumber pangan dan gizi keluarga. Pendekatan pengembangan ini dilakukan dengan mengembangkan pertanian berkelanjutan (*sustainable agriculture*), antara lain dengan membangun kebun bibit dan mengutamakan sumberdaya lokal disertai dengan pemanfaatan pengetahuan lokal (*local wisdom*) sehingga kelestarian alam pun tetap terjaga. Selain pemanfaatan pekarangan, juga diarahkan untuk pemberdayaan kemampuan kelompok wanita membudayakan pola konsumsi pangan Beragam, Bergizi Seimbang, dan Aman (B2SA), termasuk kegiatan usaha pengolahan pangan rumah tangga untuk menyediakan pangan yang lebih beragam.

Kementerian Pertanian menginisiasi optimalisasi pemanfaatan pekarangan melalui konsep Rumah Pangan Lestari (RPL). RPL adalah rumah penduduk yang mengusahakan pekarangan secara intensif untuk dimanfaatkan dengan berbagai sumberdaya lokal secara bijaksana yang menjamin kesinambungan penyediaan bahan pangan rumah tangga yang berkualitas dan beragam. Apabila RPL dikembangkan dalam skala luas, berbasis dusun (kampung), desa, atau wilayah lain yang memungkinkan, penerapan prinsip Rumah Pangan Lestari (RPL) disebut Kawasan Rumah Pangan Lestari (KRPL). Selain itu, KRPL juga mencakup upaya intensifikasi pemanfaatan pagar hidup, jalan desa, dan fasilitas umum lainnya (sekolah, rumah ibadah, dan lainnya), lahan terbuka hijau, serta mengembangkan pengolahan dan pemasaran hasil.

Prinsip dasar KRPL adalah: (i) pemanfaatan pekarangan yang ramah lingkungan dan dirancang untuk ketahanan dan kemandirian pangan, (ii) diversifikasi pangan berbasis sumber daya lokal, (iii) konservasi sumberdaya genetik pangan (tanaman, ternak, ikan), dan (iv) menjaga kelestariannya melalui kebun bibit desa menuju (v) peningkatan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat.



Gambar 2. Sosialisasi Pembuatan Hidroponik

Dalam kehidupan, keuntungan bisa kita terjemahkan menjadi kelebihan yang dapat kita gunakan sebagai tabungan. Nah, melalui optimalisasi pekarangan ini diharapkan kita bisa mendapatkan tambahan hasil dengan cara meningkatkan pendapatan dan mengurangi biaya. Meningkatkan pendapatan misalnya dengan melakukan pengolahan pangan lokal yang berasal dari pekarangan, membuat kerajinan atau usaha lainnya. Sedangkan untuk mengurangi biaya dapat dilakukan dengan penanaman di pekarangan dan atau pemeliharaan ternak kecil yang tentunya dapat menurunkan biaya pengeluaran dapur, terutama kebutuhan akan sayuran. Contohnya saja untuk komoditas cabe, ketika harga cabe merangkak naik menjelang puasa atau lebaran, bagi ibu rumah tangga yang banyak memiliki tanaman ini di pekarangan tentu tidak akan terlalu berpengaruh. Contoh lainnya adalah komoditas toga atau tanaman obat keluarga semacam kunyit, jahe, lengkoas yang juga berfungsi sebagai rempah-rempah dapur. Kemudahan pemeliharannya membuat siapapun dapat menanam di pekarangan sehingga dapat meminimalisir pengeluaran.

Mengoptimalkan fungsi lahan pekarangan hingga dapat memperoleh tambahan hasil khususnya bagi ibu-ibu rumah tangga.

Pertama, identifikasi kondisi pekarangan di rumah sendiri dan tentukan komoditas yang cocok untuk ditanam di pekarangan. Misalnya jika suatu pekarangan tidak cocok menanam terong karena terlalu banyak hama kepik yang memakan daun, maka dapat diganti dengan sayuran lainnya yang disukai keluarga.

Kedua, membentuk kelompok ibu-ibu rumah tangga yang dapat memanfaatkan pekarangan dan sedikit demi sedikit mengarahkan mereka untuk mendapatkan hasil dari pekarangan. Misalnya mengajak ibu-ibu dalam satu RT untuk menanam satu jenis komoditas secara serentak di pekarangan masing-masing. Jika dilakukan sendiri, bisa jadi harga sayuran atau buah yang dipasarkan berbeda antara ibu yang satu dengan ibu lainnya. Cara ini dapat dilakukan apabila pemenuhan kebutuhan pangan dari pekarangan sudah dapat memenuhi keluarga sendiri. Karena hasilnya lebih maka dapat dijual ke pasaran, sehingga selain mengurangi belanja dapur, ibu-ibu juga mendapatkan tambahan penghasilan.

Ketiga, lakukan optimalisasi pekarangan secara berkelanjutan. Yaitu dengan menanam satu jenis komoditas dengan jeda waktu yang berbeda. Misalnya minggu ini menanam kangkung beberapa baris, maka minggu berikutnya menanam kangkung kembali agar pasokan kangkung tetap tersedia.

Keempat, komoditas yang diusahakan tidak hanya produk segar saja tetapi juga

bibitnya. Selain hasil panen segar, ibu-ibu juga dapat menjual bibit tanaman yang memiliki nilai jual seperti cabe, tomat, seledri, dan tanaman obat keluarga jenis sirih merah, binahong dan lainnya. Jadi, selain untuk pemenuhan kebutuhan keluarga, kita juga bisa memperoleh tambahan hasil dari penjualan bibit.

HIROPONIK

Permasalahan lagi yang harus dipecahkan terkait optimalisasi pekarangan ini, yaitu bagaimana melakukan optimalisasi pekarangan di lahan yang sempit dan tidak memiliki tanah.

Hidroponik merupakan budidaya pertanian dengan konsep penanaman dengan memanfaatkan air tanpa menggunakan tanah. Penanaman hidroponik menekankan pemenuhan kebutuhan nutrisi bagi tanaman. Metode Hidroponik sebagai salah satu metode budidaya pertanian dengan memanfaatkan lahan yang sempit di rumah. Semakin meningkatnya penduduk dunia yang membutuhkan makanan sehat lewat konsumsi sayuran yang segar dan sehat, menjadi salah satu alasan mengapa hidroponik perlu untuk dikembangkan di rumah-rumah, terutama dengan memanfaatkan lahan yang tidak terpakai bahkan mungkin sempit, dengan hidroponik menggunakan air lebih efisien dan cocok bagi daerah pemukiman yang memiliki pasokan air yang terbatas.

Berikut ini beberapa kelebihan dari budidaya penanaman dengan teknik Hidroponik antara lain:

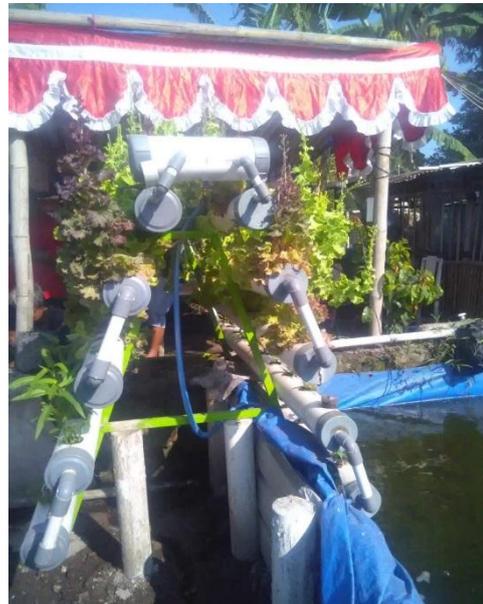
- Hidroponik dapat menghemat tempat.
- Hidroponik dapat meminimalkan masalah yang berhubungan dengan pertanian. Penyakit yang berasal dari tanah tidak akan menyerang, karena bertanam hidroponik tidak menggunakan tanah
- Nutrisi atau pupuk yang diperlukan oleh tanaman dapat kita atur.
- Relatif tidak menghasilkan polusi nutrisi ke lingkungan
- Memberikan hasil yang lebih banyak
- Mudah dalam memanen hasil
- Steril dan bersih
- Media tanam dapat digunakan berulang kali
- Bebas dari tumbuhan pengganggu /gulma
- Tanaman tumbuh lebih cepat

Saat ini telah dikembangkan teknologi penanaman seperti vertikultur yaitu penanaman secara vertical (berundak atau bertingkat) baik menggunakan wadah talang, bambu, atau wadah-wadah lainnya yang disusun secara vertical. Kemudian ada juga cara penanaman dengan vertical garden menggunakan karpet pada dinding-dinding tembok.

Teknologi penanaman hidroponik juga bisa dilakukan pada pekarangan tanpa tanah, selain hasil tanamannya lebih bagus karena nutrisinya terjaga, penanaman dengan hidroponik memiliki nilai estetika tersendiri juga. Kemudian untuk pemenuhan kebutuhan pupuk atau kompos bisa menggunakan sampah-sampah organik yang diolah menjadi kompos atau pupuk.



Gambar 3. Pembuatan Hidroponi Desa



Gambar 4. Hidroponik Desa

KESIMPULAN

Salah satu program desa Jagalan untuk menciptakan kawasan desa hijau yaitu dengan memanfaatkan tanah pekarangan di rumah. Berbagai kegiatan dalam pengabdian masyarakat untuk mendukung program desa yang telah diadakan, antara lain: a).dengan melakukan pemilahan untuk menciptakan suasana bersih dan sehat di desa yang memisahkan sampah organik untuk kompos, sampah anorganik seperti plastik, dan sosialisasi kegiatan 3R *reduce, reuse dan recycle*, b). membuat bank sampah desa, c). membuat kawasan hijau desa dengan program Kawasan Rumah Pangan Lestari (KRPL) dengan melakukan sosialisasi penanaman sayur, buah dan tanaman obat-obatan (toga), d). optimalisasi pemanfaatan pekarangan dengan menanam tanaman dengan hidroponik dengan media selain dari tanah.

Mendapatkan penghasilan tambahan dari rumah dapat dilaksalnah melalui optimalisasi pekarangan yang sempit. Jika dilaksanakan dengan tekun maka hasil dari pekarangan bisa memberikan nilai tersendiri bagi keluarga. Apabila hasil panen berlebih maka dapat memberikan alternatif tambahan penghasilan atau minimal mengurangi biaya belanja dapur, Mengoptimalkan fungsi pekarangan juga dapat menyejukkan desa, dengan oksigen yang dihasilkan oleh tanaman.

REFERENSI

- Arifin, et al. 2014. Optimalisasi Fungsi Pekarangan Melalui Program P2KP di Kabupaten Bogor, Jawa Barat. FGD BKP5K Kabupaten Bogor.
- Balai Besar Pengkajian dan Pengembangan Teknologi Pertanian. 2013. Beragam Sayuran dari Pekarangan. Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian. Kementerian Pertanian RI.
- Basriyanta. 2007. Memanen Sampah. Kanisius: Yogyakarta.
- Kusumantoro, Sri Muhammad dan Sulistyaningsih. 2013. Menggerakkan Bank Sampah. Kreasi Wacana: Yogyakarta.

- Munawir. 2015. Bank Sampah: Upaya Pemberdayaan Masyarakat dan Penanganan Lingkungan. Buletin Bisnis dan Manajemen. Vol. 01 No.01 Februari 2015. ISSN: 2442-885X
- Peraturan Menteri Lingkungan Hidup RI Nomor 13 Tahun 2012 Tentang Pedoman Pelaksanaan Reduce, Reuse dan Recycle Melalui Bank Sampah.
- Peraturan Pemerintah RI Nomor 81 tahun 2012 tentang Pengelolaan Sampah Rumah Tangga dan Sampah Sejenis Sampah Rumah Tangga.
- Rusherlistyani, dan Sucahyo Heriningsih. Desember 2013. KKN PPM “Manajemen Lingkungan: Pengembangan *Green Micro Industry* untuk Pengrajin Kecil Perak Kotagede. Buletin Ekonomi Vol.11 No.2. Fakultas Ekonomi UPNVY. Yogyakarta.
- Sudaryati, Dwi dan Sucahyo, H., 2014, PbM Pengembangan Usaha Kecil Melalui Iptek Sistem Pemasaran Online. Laporan Program PbM UPN “Veteran” Yogyakarta.
- Sudaryati, Dwi dan Sucahyo, H., 2015, PbM Penguatan Ekonomi Keluarga Melalui Bank Sampah. Laporan Program PbM UPN “Veteran” Yogyakarta.
- Sudaryati, Dwi dan Sutono. 2009. Peningkatan Pendapatan Masyarakat Melalui Budidaya Tanaman Obat Rosella Di Desa Soco Kecamatan Dawe Kabupaten Kudus. Laporan Program Penerapan Ipteks Dikti.
- Undang-Undang RI Nomor 18 tahun 2008 tentang Pengelolaan Sampah.
- Winardi. 2013. Profil Pertanian Terpadu Lahan Pekarangan di Kota Padang: Tinjauan Budidaya Pertanian. Jurnal Online Pertanian Tropik Pascasarjana FP USU Volume 1 Nomor 1, Juni 2013, Hal. 21-32.

UPAYA PENINGKATAN KUALITAS PRODUK INDUSTRI RUMAH TANGGA WEDANG UWUH DI KECAMATAN IMOIRI KABUPATEN BANTUL

Nanik Dara Senjawati, Siti Hamidah, Juarini

Magister Agribisnis, Fakultas Pertanian

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta

ABSTRAK

Tujuan Program Pengabdian kepada Masyarakat ini adalah Industri rumah tangga Wedang Uwuh di Kecamatan Imogiri mampu meningkatkan kualitas produk. Metode pelaksanaan meliputi: (1). Sosialisasi Program Pemberdayaan Peningkatan Kualitas Produk Wedang Uwuh (2). Pelatihan Analisis Kandungan Komponen Fungsional Produk Wedang Uwuh; (3). Penjelasan makna hasil analisis bioaktif Produk Wedang Uwuh; (4) Pendampingan Design Kemasan yang Mencantumkan Kandungan bioaktif; dan (5). Monitoring dan Evaluasi Kegiatan Sosialisasi, Pelatihan, Penjelasan dan Pendampingan. Hasil pelaksanaan program menunjukkan: Industri rumah tangga Wedang Uwuh di Kecamatan Imogiri mampu meningkatkan kualitas produk Wedang Uwuh dengan mencantumkan kandungan Air, Vitamin C dan aktivitas Antioksidan. Luaran yang dihasilkan sesuai dengan kegiatan yang dilakukan yaitu (1) Nutrition Fact (Informasi Kandungan Bahan Aktif) Produk Wedang Uwuh; (2) Design kemasan yang Mencantumkan Kandungan Bioaktif, (3) Buku "Wedang Uwuh Imogiri" (HKI) (4) Makalah yang dipublikasi pada prosiding seminar/Jurnal Pengabdian Masyarakat/ Jurnal Penelitian; dan (5) Makalah yang dipublikasikan pada Jurnal Bappeda Bantul.

Kata kunci: *Kualitas Produk, Kandungan Komponen Fungsional, Label Kemasan.*

PENDAHULUAN

Wedang Uwuh sudah dikenal sejak lama sebagai minuman tradisional dari Kabupaten Bantul, khususnya berasal dari Kecamatan Imogiri. Banyak anggota masyarakat Kecamatan Imogiri yang mengusahakan ramuan Wedang Uwuh yang terdiri dari bermacam bahan rempah-rempah (Jahe, Cengkeh, Daun Cengkeh, Kayu Manis, Daun Kayu Manis, Kayu Secang, Sere, dan lain-lain) dan Gula Batu. Ada beberapa orang yang mengusahakan dalam jumlah besar dengan kemasan sekunder yang sudah bagus, bahkan dalam bentuk produk rempah kering (oprokan), maupun bubuk (gula kristal) maupun sirup. Sebagian besar masyarakat Kecamatan Imogiri mengusahakan Wedang Uwuh dalam bentuk ramuan kering (oprokan) untuk sekali seduh. Produk Wedang Uwuh dalam bentuk komponen kering siap saji dihasilkan oleh Industri Rumah Tangga kecil-kecil, dikemas secara sederhana dan dijual eceran secara langsung maupun dititipkan di Warung, juga Warung Makan dengan harga yang relatif murah. Sebungkus Wedang Uwuh untuk satu gelas seduh dijual seharga Rp. 1.500,- - Rp. 2.500,-.

Secara umum Wedang Uwuh produksi Industri Rumah Tangga di Kecamatan Imogiri belum memiliki merk yang dikenal masyarakat. Selain itu, produk Wedang Uwuh yang dihasilkan

juga belum mendapatkan izin dari Dirjen. POM Kementerian Kesehatan RI. Wedang Uwuh ini dikenalkan sebagai minuman tradisional, produk biofarmaka Wedang Uwuh yang bermanfaat bagi kesehatan tapi belum bisa memberi penjelasan komponen apa yang terkandung di dalamnya yang relevan dengan kesehatan, sehingga secara umum kualitas produk ini masih rendah karena spesifikasinya belum terekspose dengan jelas.

Industri Rumah Tangga Wedang Uwuh di Kecamatan Imogiri Kabupaten Bantul perlu meningkatkan kualitas produk olahannya, karena saat ini semakin banyak usaha olahan sejenis, sehingga produk yang dihasilkan mampu bersaing. Salah satu upaya untuk meningkatkan kualitas produk Wedang Uwuh, yaitu dengan menganalisis kandungan komponen fungsional produk yang dihasilkan. Komponen fungsional produk olahan biofarmaka yang cukup penting adalah Antioksidan. Beberapa bahan yang mengandung antioksidan adalah: Kunyit, Jahe, Cengkeh, Kayu Manis, Manggis, Kapulaga dan Sere (Anonim, 2017).

TARGET LUARAN

Direncanakan target luaran yang akan dihasilkan sesuai dengan kegiatan yang dilakukan yaitu :

- a. *Nutrition Fact* (Informasi Kandungan Bahan Aktif) Produk Wedang Uwuh
- b. Terdiri dari: Kandungan Air, Vitamin dan Aktivitas Antioksidan.
- c. Design kemasan yang Mencantumkan Kandungan Bioaktif
- d. Buku “Wedang Uwuh Imogiri” (HKI)
- e. Makalah yang dipublikasi pada prosiding seminar/Jurnal Pengabdian Masyarakat/ Jurnal Penelitian

METODE PELAKSANAAN

Secara terinci metode pelaksanaan kegiatan PbM adalah:

- a. Sosialisasi Program Pemberdayaan Peningkatan Kualitas Produk Wedang Uwuh kepada Industri Rumah Tangga di Kecamatan Imogiri Kabupaten Bantul
- b. Analisis komponen fungsional wedang uwuh
- c. Penjelasan makna hasil analisis komponen bioaktif Produk Olahan Wedang Uwuh kepada Industri Rumah Tangga di Kecamatan Imogiri Kabupaten Bantul
- d. Pendampingan *Design* Kemasan yang Mencantumkan Komposisi, Cara Penyajian, dan Kandungan Bahan Fungsional (bioaktif)
- e. Monitoring dan Evaluasi Kegiatan Sosialisasi, Pelatihan Penjelasan dan Pendampingan

PELAKSANAAN DAN HASIL

A. Pelaksanaan

Pelaksanaan kegiatan PbM sesuai dengan rencana, secara terinci disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Pelaksanaan Kegiatan PbM

No.	Kegiatan	Tanggal	Output	Keterangan
1.	Sosialisasi Program Pemberdayaan Peningkatan Kualitas Produk Wedang Uwuh kepada Industri Rumah Tangga di Kecamatan Imogiri Kabupaten Bantul	14 Juli 2018	Data berbagai macam produk wedang uwuh dari 4 pengrajin (wedang uwuh oprokan siap saj, wedang uwuh celup tanpa gula, wedang uwuh oprokan yang penyajiannya perlu dicuci/dibersihkan lebih dahulu)	Berjalan lancar
2.	Analisis komponen fungsional wedang uwuh	17 Juli -14 September 2018	Hasil Analisis Kandungan Komponen Fungsional Wedang Uwuh (Hasil uji belum lengkap)	Berjalan secara bertahap
3.	Penjelasan makna hasil analisis komponen bioaktif Produk Olahan Wedang Uwuh kepada Industri Rumah Tangga di Kecamatan Imogiri Kabupaten Bantul	18 Agustus 2018	Kualitas Wedang Uwuh Oprokan paling tinggi, kandungan Vitamin C dan Aktivitas Antioksidan paling tinggi	Belum terlaksana, karena proses analisis belum selesai
4.	Pendampingan Design Kemasan yang Mencantumkan, Komposisi, Cara Penyajian, dan Kandungan Bahan Fungsional (bioaktif)	25 Agustus - September 2018	Kemasan Wedang Uwuh yang Mencantumkan Komposisi, Cara Penyajian, dan Kandungan bioaktif	Dalam Proses
5.	Monitoring kegiatan Sosialisasi, Pelatihan dan Pendampingan	Agustus- Oktober 2018	Kegiatan Sosialisasi, Pelatihan dan Pendampingan Berjalan lancar	Dalam Proses

B. Pembahasan

Dari hasil pengamatan dan diskusi tim pengabdian bersama pengrajin ditemukan beberapa masalah, dan selanjutnya ditawarkan beberapa solusi, sebagai berikut :

1. Sebagian besar olahan wedang uwuh masih berbentuk oprokan, komposisi bahan terbatas dengan tingkat higienitas rendah. Tim pengabdian memberikan solusi dengan studi banding ke kelompok usaha wedang uwuh yang telah berhasil dibina tim pengabdian yakni KWT "Lestari" di Kabupaten Kulonprogo.
2. Kemasan wedang uwuh masih sangat sederhana, hanya menggunakan plastik bening, belum ada informasi kandungan bahan aktif, meskipun telah memiliki PIRT dan mencantumkan komposisi bahan racikan. Solusi yang dilakukan tim pengabdian adalah menganalisis kandungan bahan aktif pada wedang uwuh, serta membuatkan design kemasan yang lebih menarik dengan mencantumkan kandungan bahan aktif

C. Luaran yang Dicapai

Pelaksanaan kegiatan PbM telah menghasilkan luaran sesuai dengan target yang ditetapkan, secara terinci dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Luaran yang Dicapai

No.	Jenis Luaran	Keterangan
1.	Hasil Analisa Kandungan Bahan Aktif Wedang Uwuh	Belum Lengkap
2.	<i>Design</i> Kemasan yang Mencantumkan Kandungan Bahan aktif	Dalam Proses
3.	Buku “Wedang Uwuh Imogiri” (HKI)	Dalam Proses
4.	Makalah yang dipublikasi pada prosiding seminar Nasional/Jurnal Pengabdian Masyarakat	Sudah jadi
5.	Makalah yang dipublikasikan pada Jurnal Bappeda Bantul	Dalam Proses

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Hasil pelaksanaan program menunjukkan: Industri Rumah Tangga di Kecamatan Imogiri mampu meningkatkan kualitas produk Wedang Uwuh dengan mencantumkan kandungan air, vitamin dan aktivitas antioksidan pada kemasan. Luaran yang dihasilkan sesuai dengan kegiatan yang dila kukan yaitu (1) Hasil analisis kandungan bahan aktif wedang uwuh; (2) *Design* kemasan yang mencantumkan kandungan bahan aktif, (3) Buku “Wedang Uwuh Imogiri” (HKI) (4) Makalah yang dipublikasi pada prosiding seminar Nasional/Jurnal Pengabdian Masyarakat; dan (5) Makalah yang dipublikasikan pada Jurnal Bappeda Bantul.

B. Saran

Sebaiknya *Nutrition Fact* (Informasi Kandungan Bahan Aktif) dicantumkan pada label kemasan wedang uwuh, agar konsumen lebih percaya dengan kualitas wedang uwuh produk Industri Rumah Tangga di Kecamatan Imogiri.

DAFTAR PUSTAKA

- Anonim. 2016. Antioksidan. <https://id.wikipedia.org/wiki/Antioksidan>[diakses pada tanggal 6 Maret 2017]
- Anonim. 2017. Makanan Sumber Antioksidan. <https://www.webkesehatan.com/makanan-sumber-antioksidan/>[diakses pada tanggal 6 Maret 2017]
- Hafsah, Mohammad Jafar. 2004. Upaya Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM). *Infokop Nomor 25 Tahun XX, 2004*. Departemen Koperasi, Jakarta. hal 40-44
- Handriani, Eka. 2011. Pengaruh Faktor Internal Eksternal, *Entrepreneurial Skill*, Strategi dan Kinerja terhadap Daya Saing UKM di Kabupaten Semarang. *Dinamika Sosial Ekonomi Volume 7 Nomor 1 Edisi Mei 2011*. Universitas Negeri Semarang, Semarang. Hal 47-69.

ISBN 978-602-553-419-5



9 786025 534195

KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" YOGYAKARTA
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT