

sktp-27-07-2021_03_15_00-
214449.

by Rima Azara

Submission date: 30-Jul-2021 01:35PM (UTC+0700)

Submission ID: 1625731961

File name: sktp-27-07-2021_03_15_00-214449.pdf (260.45K)

Word count: 1902

Character count: 12317

¹NUR RAVITA HANUN,

²HADIAH FITRIYAH, ³RIMA AZZARA

^{1,2} Prodi Akuntansi, Fakultas Ekonomi

³ Prodi Teknologi pangan, Fakultas Pertanian,
Universitas Muhammadiyah Sidoarjo,
Indonesia

Jalan Mojopahit No.666 B, Sidowayah, Celep,
Kecamatan Sidoarjo, Kabupaten Sidoarjo,
Jawa Timur 61271

Email: hanun@umsida.ac.id

Kemandirian Ekonomi Melalui Optimalisasi Peran Karang Taruna

*Economy Independence through Optimizing the Role of
Karang Taruna*

<https://doi.org/10.18196/bdr.8283>

ABSTRACT

Karang Taruna (Youth Organization) becomes the hope for development resources in all aspects of the village. The village economic development needs to be directed towards the independence in order to be sustainable. Land resources that are productive but have not been utilized are potential to be the capital for the village economic independence development. The available land is used by *Karang Taruna* to be made as Vegetable and Fruit Gardens. The management of village's Vegetable and Fruit Gardens has not been optimal yet. Thus, efforts in optimizing it need to be taken. The goal of community empowerment is to optimize the role of *Karang Taruna* of Keboan Anom Village and to develop the Vegetable and Fruit Gardens to achieve village economic independence. The community empowerment program is carried out in stages, namely socialization, training on processing food products, digital marketing workshops, and financial management. The results of community empowerment show that processed vegetables and fruit products having high economic value are produced as the source of income for *Karang Taruna* and as the additional income for Keboan Anom Village, the information technology-based marketing (digital marketing) models is well-understood, and the organizational financial management is good.

Keywords: Digital marketing, *Karang Taruna*, economic independence, vegetables and fruits

PENDAHULUAN

Desa Keboan Anom, Gedangan, Sidoarjo memiliki ³potensi yang luar biasa besar untuk menjadi desa mandiri, kreatif, bahkan berpeluang besar menjadi percontohan desa bersih bagi desa-desa lain di Indonesia. Hal tersebut dikuatkan dengan adanya potensi kapasitas Sumber Daya Manusia (SDM) dan semangat untuk membuat perubahan besar bagi desanya. Desa Keboan Anom, Kecamatan Gedangan berjarak ± 10 km dari Kampus I Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. ³Akses jalan aspal sudah baik sehingga dapat ditempuh sekitar 45 menit perjalanan. Mata pencaharian masyarakat Desa Keboan adalah buruh, petani (bagi yang memiliki ladang atau sawah sendiri), dan wirausaha dalam skala mikro (Supriyanto, 2015).

Di Desa Keboan Anom, Kecamatan Gedangan, Kabupaten Sidoarjo merupakan salah satu desa mitra UMSIDA. Di desa tersebut terdapat aliran sungai yang memiliki irigasi dan bantaran sungai yang belum dimaksimalkan dengan baik. Sungai di Desa Keboan Anom terkesan kumuh dan kotor karena warga membuang sampah dan membakar sampah di bantaran sungai tersebut. Karang Taruna mengubah lahan dibantaran sungai menjadi kebun yang ditanami sayur dan buah. Sayur dan buah yang mereka tanam, seperti sawi, tomat, cabai, belimbing, dan pepaya (Mokodongan, 2014).

Kelompok Karang Taruna Desa Keboan Anom berupaya menjaga kebersihan lingkungan dan mengembangkan potensi yang ada di desa dengan memaksimalkan lahan sempit bantaran sungai sebagai kebun bergizi. Kegiatan berkebun ini awalnya dilaksanakan setiap akhir pekan. Kegiatan diawali dengan membersihkan lahan dari sampah dan rumput, kemudian menyiapkan lahan agar siap ditanami bibit sayur atau buah. Saat panen, ketua karang taruna menghubungi semua anggota untuk melakukan panen bersama serta membagikannya. Hasil sayur dan buah dibawa pulang oleh masing-masing anggota karang taruna untuk diolah menjadi hidangan keluarga.

Kegiatan berkebun seperti ini sudah jarang terlaksana karena setelah panen, kelompok karang taruna harus membeli bibit buah atau sayur dari uang iuran anggota. Anggota karang taruna sebagian besar masih duduk di bangku SMA, masih kuliah atau bahkan menganggur sebab belum mendapatkan pekerjaan. Mereka tidak memiliki dana untuk ikut berpartisipasi.

Salah satu elemen masyarakat yang berperan sangat penting dalam kegiatan pengurangan risiko bencana adalah sektor pemuda. Shofa (2016) menjelaskan bahwa banyak negara telah menjadikan pemuda sebagai sektor yang berperan penting dalam kesadaran lingkungan karena dianggap sangat efektif dengan cara yang pragmatis. Inovasi produk yang dilakukan pemuda menjadi penting karena inovasi juga dianggap sebagai cara yang efektif dalam meningkatkan produktivitas perusahaan karena kendala sumber daya yang dihadapi perusahaan (Giniuniene dan Thomhill, 2015). Strategi radikal tepat digunakan untuk melakukan inovasi yang menghasilkan perubahan produk dan proses secara cepat (Terziovski, 2010). Inovasi bukan hanya diterapkan untuk perusahaan besar, tetapi juga untuk usaha kelompok kecil dan menengah (Jong dan Vermeulen, 2006). *Green innovation* menjadi semakin penting untuk perusahaan dalam menaikkan kesadaran lingkungan dengan memproduksi produk yang tidak mengandung bahan beracun dan berbahaya (Melville, 2010).

Oleh karena itu, program pengabdian ini menitikberatkan pada optimalisasi peran pemuda (karang taruna) dengan memberikan pelatihan inovasi pengolahan pangan

(olahan selain *steak* bayam, abon cabai, dan *pudrink* kol), *workshop digital marketing*, serta pelatihan administrasi dan keuangan guna mewujudkan kemandirian ekonomi.

METODE PELAKSANAAN

2 Pemberdayaan kelompok Karang Taruna Desa Keboan Anom, Kecamatan Gedangan melalui pengembangan pangan lokal dilakukan melalui berbagai kegiatan berikut.

1. Inovasi Pengolahan Hasil Pangan

Hasil kebun bergizi dari pemanfaatan lahan sempit di bantaran sungai tersebut dapat dirasakan oleh warga dan pemuda karang taruna dalam kehidupan sehari-hari. Selain dimanfaatkan dalam bentuk segar, hasil kebun bergizi juga diolah menjadi olahan pangan berupa *steak* kangkung, abon cabai, dan *pudrink* kol sehingga memiliki nilai ekonomis.

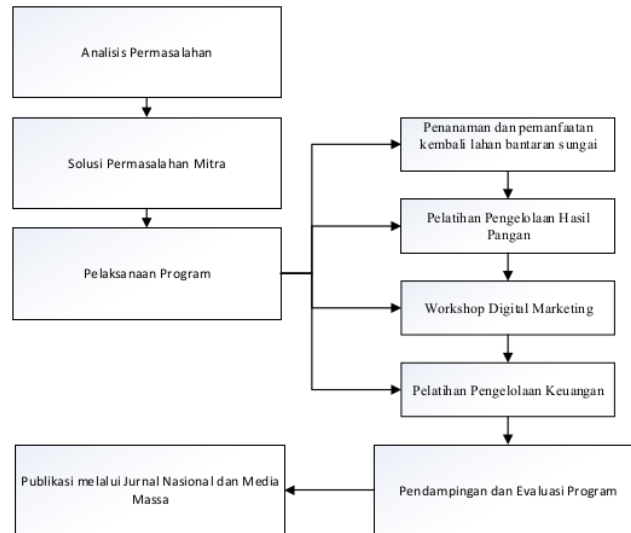
2. Pemahaman Manajemen Pemasaran Produk

Strategi pemasaran dan penjualan produk unggulan dilakukan dengan cara pemasaran melalui *digital marketing* dan pemasaran sosial (*social marketing*). Pemasaran dilakukan dengan bantuan *website* dan situs jejaring sosial (Facebook, Instagram).

3. Pemahaman Pengelolaan Keuangan

Kegiatan terkait sistem administrasi keuangan diawali dengan sosialisasi pentingnya sistem administrasi keuangan. Tim pengabdian masyarakat memfasilitasi buku kas harian dan memberikan pendampingan kepada para pemuda dalam membuat laporan keuangan. Kegiatan selanjutnya *monitoring* penerapan sistem administrasi keuangan

Target kegiatan ini adalah anggota karang taruna yang kurang produktif (menganggur) memiliki keterampilan untuk memanfaatkan hasil kebun bergizi. Karang taruna juga akan mengajak masyarakat dalam hal pemanfaatan hasil kebun bergizi; memaksimalkan pemanfaatan hasil kebun bergizi berupa bayam, belimbing, toga (tanaman obat keluarga), dan sebagainya; optimalisasi bantaran sungai sebagai kebun bergizi hutan. Target dalam hal peningkatan produktivitas adalah pengembangan keterampilan pengolahan hasil pangan dengan pemanfaatan hasil tanaman dari kebun bergizi.



Gambar 1. Bagan Metode Pelaksanaan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Untuk menjamin kelancaran program pengabdian pada masyarakat, kegiatan awal yang dilakukan adalah koordinasi untuk menyamakan persepsi antara mitra dan tim pengabdian serta menyusun langkah-langkah strategis dalam pelaksanaan program.

1. Pelaksanaan Kegiatan

a. Perencanaan Awal

Pada tahap ini, dilakukan rapat koordinasi tim. Agenda rapat adalah membahas perencanaan dan optimalisasi pemanfaatan lahan sempit pada bantaran sungai. Kegiatan ini dihadiri pengurus harian Karang Taruna (ketua, sekretaris, bendahara, dan koordinator kegiatan kebun bergizi).



Gambar 2. Koordinasi Karang Taruna dan Mitra Abdimas

b. ¹ *Penanaman dan Pemanfaatan Kembali Lahan Bantaran Sungai*

Kegiatan ini dilakukan bersama masyarakat. Jumlah karang taruna dan warga yang terlibat sekitar 15 orang. Karang taruna ¹ berusaha mengubah lahan sempit bantaran sungai menjadi lahan yang dapat digunakan untuk kebun bergizi dengan ditanami beberapa jenis tanaman sehingga dapat mewujudkan kemandirian pangan dan ekonomi warga ¹ Desa Keboan Anom. Hasil kegiatan ini juga menumbuhkan kesadaran warga agar tidak membuang dan membakar sampah di bantaran sungai.



Gambar 3. Pemanfaatan dan Penanaman di Bantaran Sungai



Gambar 4. Pelatihan Pengolahan Produk

c. ¹ *Pengembangan Hasil Kebun Bergizi*

Hasil kebun bergizi dari pemanfaatan lahan sempit di bantaran sungai tersebut ¹ dapat dirasakan dalam kehidupan sehari-hari oleh warga dan pemuda karang taruna. Hasil kebun bergizi juga diolah menjadi olahan pangan berupa *steak* bayam, abon cabai, dan *pudrink* kol sehingga memiliki nilai guna yang lebih. Ibu-ibu di wilayah desa ikut

berpartisipasi dalam kegiatan ini. Jumlah peserta mencapai 30 orang. Peserta menyadari dan memahami dengan mengolah sayur dan buah menjadi produk akan mampu menambah pendapatan bagi keluarga maupun bagi organisasi karang taruna.

d. *Kegiatan Produksi dan Inovasi Pengolahan Pangan*

Kegiatan produksi dilakukan sesuai waktu panen sayur. Kegiatan produksi ini meliputi pemilihan bahan baku yang berkualitas tinggi. Hasil panen tersebut akan diolah menjadi makanan yang aman dikonsumsi, halal, dan sehat.



Gambar 5. Kemasan dan Hasil Pengolahan Produk (*Steak Kangkung*, *Abon Cabai*, dan *Puding Kol*)

e. *Pelatihan Digital Marketing*

Strategi pemasaran dan penjualan produk unggulan dilakukan dengan cara pemasaran melalui digital marketing maupun pemasaran sosial (*social marketing*), yaitu mempraktikkan prinsip-prinsip promosi tanpa memaksa; memahami dan menerapkan *positioning* secara tepat; *differentiation* (perbedaan) dan *brand* (keunikan, ketajaman, dan fokus sebuah produk dibandingkan dengan produk lainnya, bisa berupa kata-kata inspiratif dan bentuk unik). Pemasaran dilakukan dengan menggunakan bantuan *website*, situs jejaring sosial (Facebook, Instagram), dan pemasaran dari mulut ke mulut. Suksesnya suatu dunia usaha tidak luput dari adanya kerja sama yang baik antara produsen, desainer, dan birokrat yang terkait. Publikasi dan promosi produk *steak* daun bayam akan dilakukan di beberapa tempat strategis, *outlet* oleh-oleh, dan diberikan langsung kepada konsumen secara gratis untuk testimoni.

f. *Pelatihan Pengelolaan Keuangan*

Pemasaran yang baik harus juga ditunjang dengan pencatatan dan pengelolaan

keuangan yang baik. Oleh karena itu, dalam pelaksanaan abdimas ini, mitra akan diberi pelatihan tentang pengelolaan keuangan bagi usaha mereka. Kegiatan ini diikuti 30 peserta. Setelah mengikuti serangkaian pelatihan dan pendampingan, karang taruna dan ibu-ibu peserta pelatihan bersepakat untuk berkolaborasi dalam mengolah produk pangan dan memasarkannya bersama.



Gambar 6. Pelatihan Pemasaran Digital dan Pencatatan Keuangan

2. Evaluasi Kegiatan dan Penyusunan Rencana Tindak Lanjut

Tahap ini digunakan untuk mengevaluasi program yang telah dibuat dari tahap perencanaan awal sampai tahap pelatihan pengelolaan keuangan. Program kemitraan yang diusulkan bersifat berkelanjutan. Untuk menindaklanjuti program yang telah terlaksana pada tahun ini, rencana tahap selanjutnya, yaitu

- a. pendampingan dan Sosialisasi fungsi kepengurusan (*stewardship*) manajemen suatu organisasi;
- b. pelatihan *packaging* dan *branding* produk yang dihasilkan oleh karang taruna desa keboan anom;
- c. sosialisai dan pendampingan pengajuan PIRT ke dinas terkait; dan
- d. pembuatan sistem informasi bagi mitra PKM agar dapat bekerja lebih efektif dan efisien dalam mengakomodasi pemasaran produk yang dihasilkan.

SIMPULAN

Pendampingan dan partisipasi aktif komunitas Karang Taruna Desa Kebon Anom melalui pemanfaatan teknologi tepat guna, peningkatan kapasitas pengolahan produk, *digital marketing*, serta manajemen keuangan usaha dapat menghasilkan produk olahan tanaman kebun di bantara sungai, antara lain; *steak* kangkung, abon cabai, dan *pudrink* kol dengan kemasan plastik *stand up pouch klip zipper* yang dipublikasikan di media *online* Bhirawa.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pelaksana mengucapkan terima kasih kepada DRPM UMSIDA yang telah memfasilitasi kegiatan pengabdian masyarakat dan semua pihak yang telah berpartisipasi serta turut serta guna membantu kelancaran kegiatan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- 5 Giniuniene, J. & Jurksiene, L. (2015). Dynamic Capabilities, Innovation and Organizational Learning: Interrelations and Impact on Firm Performance. *Procedia-Social and Behavioral Science*, 213 (1), 985-991.
- 5 Jong, J. & Vermeulen, P. (2006). Innovation in SMEs: An Empirical Investigation of the Input-Through-put-Output-Performance Model.
- 5 Melville, Nigel. (2010). "Information Systems Innovation for Environmental Sustainability," *MIS Quarterly*, (34: 1) pp.1-21.
- Mokodongan, Budi Kumiawan, Rieneke L. E. Sela, dan Hendriek H. Karongkong. (2014). Identifikasi Pemanfaatan Kawasan Bantaran Sungai Dayanan di Kota Moberu. *Sabua*. Vol. 6, No. 3: 273-281.
- 6 Shofa, Abd Muid Aris. (2016). "Peran Pemuda dalam Pendampingan Mahasiswa Difabel dan Implikasinya terhadap Ketahanan Pribadi Pemuda (Studi di Pusat Layanan Difabel (PLD) UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta)", *Jurnal Ketahanan Nasional*, Vol. 22, No. 2: 199-216.
- Supriyanto, Agus. (2015). Profil Desa Keboan Anom Gedangan Sidoarjo. <http://kkndesakeboananom.blogspot.com/2015/08/posbindu.html> diakses 25 Desember 2019.
- 5 Terziovski, M. (2010). Innovation Practice and its Performance Implications in Small and Medium Enterprises (SMEs) in The Manufacturing Sector: A Resource-based View. *Strategic Management Journal*, 31: 892-902.
- UMSIDA, L. (2016). Rencana Strategis Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Muhammadiyah Sidoarjo 2016-2020. Sidoarjo: LPPM Universitas Muhammadiyah Sidoarjo.

ORIGINALITY REPORT

26%
SIMILARITY INDEX

26%
INTERNET SOURCES

15%
PUBLICATIONS

3%
STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1 e-journal.iainsalatiga.ac.id **11%**
Internet Source

2 journal.umy.ac.id **5%**
Internet Source

3 download.garuda.ristekdikti.go.id **3%**
Internet Source

4 www.researchgate.net **3%**
Internet Source

5 repository.unair.ac.id **2%**
Internet Source

6 journal.ugm.ac.id **2%**
Internet Source

Exclude quotes On

Exclude matches < 2%

Exclude bibliography On