

PENDAMPINGAN PENGEMBANGAN PRODUK UNGGULAN KAWASAN PERDESAAN PADA USAHA BERBASIS KOMUNITAS DESA CIBOGO

Ambang Ariès Yudianto*¹, Taufik Raharjo², Roby S. Ubed³

^{1,2,3}Politeknik Keuangan Negara STAN

Jl. Bintaro Utama Raya Sektor 5, Bintaro Jaya, Tangerang Selatan, Banten

*E-mail: ariesyudianto@pknstan.ac.id

Abstract

Cibogo Village is one of the villages in Cisauk District, Tangerang Regency. Cibogo Village is located in a very strategic location because it is adjacent to the modern area of Bumi Serpong Damai and the Cisauk station. On the other hand, the development of Cisauk Village has not had an optimal impact on improving the welfare of the surrounding community. One of the efforts to improve the welfare of the society is by developing superior products in the rural area (Prukades). Besides, it is also equipped with Workshop about online Branding and Marketing Strategies. This Community Service Program divided into four stages, namely Preliminary Survey, Prukades Counseling and Online Marketing, Focused Group Discussion and also Consultation and Evaluation. The results of the community service activities show impact as expected, this is reflected in the improvement in society's cognitive aspects regarding Prukades, online marketing, and the importance of packaging and brands in a product. In addition, from the affective side, there is a willingness from the community to have create more collectively-based effort. In terms of psychomotoric aspect, participants could immediately practice online marketing.

Keywords— *Community Service Program, Prukades, Online Marketing*

Abstrak

Desa Cibogo merupakan salah satu desa yang ada dalam wilayah Kecamatan Cisauk, Kabupaten Tangerang. Desa Cibogo terletak di lokasi yang sangat strategis karena berdampingan dengan kawasan modern Bumi Serpong Damai dan stasiun kereta rel listrik Cisauk. Namun ternyata dibalik fakta tersebut, pembangunan Desa Cisauk belum berdampak secara optimal terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat sekitar. Salah satu upaya untuk meningkatkan kesejahteraan penduduk desa ini adalah dengan pengembangan Produk Unggulan Kawasan Perdesaan (Prukades). Selain itu juga dilengkapi dengan Penyuluhan mengenai Strategi Branding dan Pemasaran secara online. Kegiatan Pengabdian Masyarakat ini melewati 4 tahapan, yaitu Preliminary Survey, Penyuluhan Prukades dan Pemasaran Online, Focused Group Discussion dan Konsultasi dan Evaluasi. Hasil dari kegiatan Pengabdian masyarakat ini dapat memberikan dampak sesuai dengan yang diharapkan, Hal ini tercermin dari adanya peningkatan pengetahuan (aspek kognitif) masyarakat mengenai Prukades, pemasaran online, maupun pentingnya sebuah kemasan dan merek dalam sebuah produk. Selain itu, dari sisi afektif (sikap), muncul keinginan dari masyarakat untuk berusaha secara lebih kolektif berbasis komunitas Desa. Dari segi psikomotoris, peserta langsung bisa mempraktikkan pemasaran online yang telah disimulasikan.

Kata kunci— *Pengabdian Masyarakat, Prukades, Pemasaran Online*

1. PENDAHULUAN

Desa Cibogo merupakan salah satu desa yang ada dalam wilayah Kecamatan Cisauk, Kabupaten Tangerang. Gambar 1 menunjukkan bahwa Desa Cibogo ini menempati lokasi yang cukup strategis, dimana sebelah utara adalah berbatasan dengan Desa Sampora. Sebelah timur, berbatasan dengan

Kecamatan Setu, Kota Tangerang Selatan; sebelah selatan berbatasan dengan Kabupaten Bogor; dan barat berbatasan dengan Desa Cisauk (BPS Kabupaten Tangerang, 2018). Selain itu, Desa Cibogo berdampingan dengan kawasan modern Bumi Serpong Damai, dimana disana merupakan kawasan terintegrasi secara terpadu, mulai dari kawasan residensial, kawasan bisnis hingga kawasan hiburan. Lebih dari itu, ditambah dengan adanya stasiun kereta rel listrik Cisauk, seharusnya dapat mendukung Desa ini mengalami percepatan pengembangan wilayah yang cukup signifikan.



Gambar 1 Posisi Desa Cibogo dalam Peta Wilayah Kecamatan Cisauk
Sumber: Badan Pusat Statistik Kabupaten Tangerang, 2018

Namun ternyata dibalik fakta tersebut, pembangunan Desa Cisauk belum berdampak secara optimal terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat sekitar. Desa dengan luas wilayah 4.110 km² ini, pada tahun 2016, memiliki jumlah penduduk sejumlah 15.502 jiwa dengan jumlah penduduk usia produktif sejumlah 10.747 jiwa. Lebih dalam lagi, terdapat 3.967 jiwa penduduk yang tidak bekerja sehingga berakibat kepada jumlah penduduk miskin hingga sebanyak 536 keluarga. Angka ini banyak berasal dari penduduk asli desa ini. Dari sini, terlihat bahwa kondisi sosial ekonomi masyarakat Desa Cibogo masih perlu banyak diberikan dukungan untuk mendapat kesejahteraan yang lebih baik.

Salah satu upaya untuk meningkatkan kesejahteraan penduduk desa ini adalah dengan pengembangan Produk Unggulan Kawasan Perdesaan (Prukades). Sejak Desember 2016, Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal dan Transmigrasi mengembangkan Program Prukades ini. Prukades ini membutuhkan jaringan kerjasama yang baik dari berbagai pihak, seperti Badan Usaha Milik Desa, pihak swasta, Perbankan, Pemerintah Desa, dan partisipasi aktif masyarakat (Kementerian Desa PDTT, 2019). Produk Unggulan Kawasan Perdesaan (Prukades) diharapkan mendongkrak peluang kerja yang ada di perdesaan. Sehingga secara sistemik, mampu untuk meningkatkan daya beli dan mengurangi tingkat kemiskinan di desa. Memiliki produk unggulan akan memudahkan desa menuju akses pasar dan meminimalisir berbagai hambatan yang selama ini dihadapi warga dalam mengakselerasi pertumbuhan ekonomi desa. Menteri Desa PDTT Eko Putro Sandjojo menjelaskan, kemiskinan yang masih dialami banyak desa di Indonesia terjadi karena masyarakat desa tidak memiliki kesempatan untuk memiliki usaha. Ada berbagai permasalahan yang mendasari fakta tersebut, beberapa diantaranya adalah masalah permodalan dan akses pasar yang terbatas (Aryadji, 2017).

Selama ini, dalam hal akses pasar, masyarakat Desa Cibogo masih mengandalkan metode mulut-ke-mulut, sehingga produk buatannya belum bisa dikenal masyarakat secara luas. Padahal secara rasa

dan kualitas, produk Desa Cibogo cukup mampu untuk bersaing di pasar. Untuk mensiasati akses pasar yang terbatas, maka masyarakat desa perlu juga untuk dikenalkan dengan beberapa media online sebagai alternatif dalam menggaet pasar. Untuk itulah, pengabdian masyarakat ini juga mencoba mengenalkan masyarakat Desa Cibogo terhadap konsep online marketing.

2. METODE

2.1. Metode Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian

Metode yang digunakan dalam pengabdian masyarakat ini berupa *preliminary survey*, penyuluhan atau ceramah, *Focused Group Discussion (FGD)*, dan konsultasi. Dalam proses *preliminary survey*, tim pengabdian mencari tahu mengenai kondisi awal, baik dari sisi potensi maupun tantangan yang terdapat di tengah-tengah masyarakat yang berkaitan dengan pengembangan UMKM berbasis komunitas Desa ini. *Preliminary survey* ini terbagi menjadi 2 sub-kegiatan. Sub-kegiatan pertama yaitu berkunjung ke Kantor Desa dan bertemu dengan perangkat desa. Kemudian, sub-kegiatan kedua adalah tim pengabdian berkunjung ke beberapa lokasi rumah yang memiliki usaha dan melakukan interview singkat terhadap pengelola yang ada.

Proses selanjutnya adalah dilakukan rangkaian kegiatan berupa penyuluhan dan FGD pada tanggal 21 Oktober 2018 yang berlokasi di Balai Desa Cibogo, Kecamatan Cisauk, Kabupaten Tangerang. Kegiatan berupa penyuluhan ini bertema Sosialisasi Pengembangan Produk Unggulan Kawasan Perdesaan (Prukades) serta Strategi Branding dan Pemasaran secara online.

FGD menjadi kegiatan selanjutnya, dimana melalui forum ini bisa didapatkan gambaran secara lebih mendetail kondisi riil yang ditemui oleh masyarakat desa. FGD ini terbagi menjadi 3 kelompok, yaitu kelompok pelaku usaha kecil berupa produk kripik dan sejenisnya, kelompok pelaku usaha kecil berupa produk dodol dan sejenisnya, kelompok pemuda penggiat pemasaran online.

Selanjutnya, kegiatan berupa konsultasi yang bertujuan untuk memberikan kesempatan kepada masyarakat dalam menyampaikan hambatan, tantangan, maupun kendala saat melakukan tindak lanjut dari pengembangan Prukades ini, sehingga diharapkan mendapat solusi yang proporsional. Konsultasi ini dilakukan dengan media interaksi berupa sms/whatsapp, telepon ataupun media lainnya dari masyarakat dengan tim pengabdian. Melalui proses konsultasi ini pula, tahap evaluasi kegiatan bisa sekaligus dilaksanakan. Gambar 2 menunjukkan keseluruhan proses dari Pengabdian Masyarakat kali ini.



Gambar 2 Proses Alur Kegiatan Pengabdian Masyarakat

Sumber: diolah Penulis

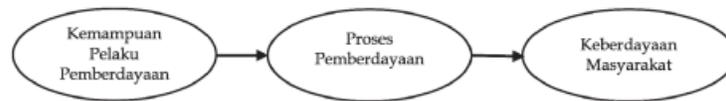
2.2. Target Peserta dan Komposisi Tim Pengabdian

Kegiatan ini memiliki target kepada kelompok-kelompok masyarakat desa yang memiliki usaha kecil, dimana produknya diberi kesempatan untuk diangkat menjadi produk unggulan kawasan perdesaan dan pemuda-pemudi desa yang memiliki minat kepada dunia *online marketing*. Di sisi lain, tim pengabdian dari PKN STAN terdiri dari Tim Dosen sebanyak 4 (empat) orang dan 29 orang mahasiswa.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam melaksanakan kegiatan Pengabdian Masyarakat ini, pengabdian mencoba menggunakan pendekatan yang diutarakan oleh Widjajanti, 2011 sesuai pada Gambar 3. Gambar 3 menggambarkan bahwa peran kemampuan pelaku pemberdayaan akan efektif meningkatkan keberdayaan masyarakat jika masyarakat mampu menunjukkan usaha positif dalam proses pemberdayaannya. Pelaku pemberdayaan

tidak dapat langsung berpengaruh terhadap keberdayaan masyarakat, tetapi harus bermediasi dengan proses pemberdayaan itu sendiri. Peningkatan pemberdayaan sebagai penentu keberhasilan pelaku dalam upaya peningkatan keberdayaan masyarakat.



Gambar 3 Pola Proses Pemberdayaan Masyarakat

Sumber: Widjajanti, 2011

Proses pemberdayaan ini ditandai dengan adanya kemampuan masyarakat dalam membuat analisis masalah, perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi suatu program pemberdayaan. Peran pelaku perlu diperbaiki dalam pengetahuan dan keterampilannya agar dapat memberi dukungan dalam memperlancar keberhasilan pemberdayaan, sehingga dapat meningkatkan kemandirian masyarakat yang berkelanjutan.

Kemampuan Pelaku Pemberdayaan adalah kemampuan yang dimiliki oleh pelaku pemberdayaan yang diharapkan mampu memberdayakan masyarakat. Sedangkan, proses pemberdayaan adalah suatu siklus yang melibatkan masyarakat untuk bekerjasama dalam kelompok formal maupun informal untuk melakukan kajian masalah, merencanakan, melaksanakan, dan melakukan evaluasi terhadap program yang telah direncanakan bersama (Widjajanti, 2011). Dalam prakteknya, kegiatan *Preliminary Survey*, Penyuluhan Prukades dan Pemasaran Online, FGD dan kegiatan konsultasi di dalamnya bersinggungan dengan Kemampuan Pelaku Pemberdayaan maupun Proses Pemberdayaan itu sendiri. Kemampuan Pelaku Pemberdayaan dalam hal ini adalah aspek pengetahuan/kognitif, aspek sikap/afektif, dan aspek keterampilan/psikomotorik yang dimiliki tim pengabdian.

Dalam kegiatan *preliminary survey* yang terbagi dua sub-kegiatan, yaitu Kunjungan ke Kepala Desa dan kunjungan ke masyarakat, didapati temuan awal sebagai berikut: (1) Masih banyak kondisi warga usia produktif yang menganggur; (2) Terdapat beberapa usaha masyarakat secara mandiri. Usaha-usaha tersebut berupa pembuatan makanan kecil, berupa rengginan, opak, keripik sentul, telur gabus, dodol, tape singkong, kripik pisang, dan lain-lain. Usaha-usaha ini berskala rumahan yang dikelola secara mandiri oleh masyarakat dan memiliki potensi untuk dijadikan Prukades. Usaha-usaha kecil inipun juga masih belum beroperasi secara kolektif, namun terpisah-pisah oleh masing-masing rumah tangga. Dari kondisi-kondisi tersebut, maka tim pengabdian menindaklanjuti dengan kegiatan berupa Penyuluhan Prukades dan Pemasaran Online.

Kegiatan Penyuluhan dipusatkan di Balai Desa Cibogo mengundang masyarakat pelaku usaha maupun pemuda-pemudi yang memiliki minat terhadap pemasaran online. Dalam kegiatan ini, masyarakat diberikan wawasan mengenai pentingnya Prukades bagi pengembangan perekonomian masyarakat. Selain itu, disampaikan pula pemaparan tentang pentingnya proses produksi dari suatu produk mulai dari kualitas bahan baku, higienitas dalam proses pembuatan sampai dengan pentingnya sebuah kemasan dalam menggaet pembeli. Selanjutnya, tidak lupa dijelaskan pula mengenai strategi pemasaran online, baik dari sisi pembuatan merek sebuah produk supaya menarik pembeli, bagaimana pemasaran secara online, dan bagaimana menggunakan *handphone* untuk mendukung pemasaran online ini.



Gambar 4 Kegiatan Penyuluhan dan *Focused Group Discussion* mengenai Prukades

Setelah kegiatan Penyuluhan, FGD menjadi kegiatan selanjutnya. FGD ini terbagi menjadi 3 (tiga) kelompok, yaitu kelompok usaha kecil berupa produk kripik dan sejenisnya, kelompok usaha kecil berupa dodol, tape dan sejenisnya, dan kelompok pemuda penggiat pemasaran online. Dari ketiga kelompok tersebut apabila dikerucutkan akan ditemui beberapa kendala usaha sebagai berikut: (1) Dari sisi proses produksi masih sangat manual dan tergantung sekali dengan cuaca; (2) Bahan baku pembuatan produk ini terutama produk yang membutuhkan bahan mentah berupa singkong masih sangat terbatas; (3) Pemasaran yang masih sangat terbatas jangkauannya; (4) Produk yang dihasilkan belum memperhatikan terkait kemasan dan promosi.

Terkait permasalahan (1), tim pengabdian mencoba untuk memberikan solusi berupa pembuatan alat ataupun teknologi pengolahan pangan sederhana. Hal ini masih dilakukan proses berkesinambungan melalui tahapan Konsultasi dan Evaluasi. Permasalahan (2) perlu diberlakukan diversifikasi produk yang dihasilkan, sehingga proses produksi tidak bergantung kepada satu ataupun dua jenis produk saja. Selain itu, perlu juga dibentuk semacam Paguyuban produsen Prukades, ataupun Usaha berbasis Komunitas. Sehingga sesama produsen dapat saling berkolaborasi dalam pengembangan kapasitas produksi maupun jejaring pemasarannya. Permasalahan (3) dan (4), tim pengabdian mencoba memberikan pelatihan singkat kepada pemuda-pemudi desa mengenai marketing online via handphone. Para pemuda-pemudi dikenalkan kepada salah beberapa platform online, yaitu Tokopedia maupun Gojek. Sehingga diharapkan dapat memberikan jangkauan lebih dari sisi pemasaran. Kenapa pemasaran digital bisa dianggap menjadi salah satu solusi? Pemasaran online adalah subkategori pemasaran yang menggunakan teknologi digital untuk menempatkan dan menjual produk. Media digital begitu meresap sehingga konsumen dapat mengakses informasi kapan saja dan di mana pun mereka menginginkannya. Penggunaan internet terus meledak di seluruh dunia dengan digital menjadi sumber keunggulan kompetitif yang semakin penting dalam pemasaran B2C dan B2B (Shirisa, 2018). Tim Pengabdian juga mencoba mengenalkan beberapa contoh merek maupun bentuk kemasan yang kiranya bisa mengembangkan nilai produk dari masyarakat Desa Cibogo.



Gambar 5 Contoh Pengembangan Kemasan Produk Desa Cibogo

Keseluruhan hasil kegiatan pengabdian masyarakat ini berlanjut kepada kegiatan berupa Konsultasi dan Evaluasi. Konsultasi dan Evaluasi ini tidak terbatas saat dilaksanakan Penyuluhan maupun FGD, namun juga berlanjut via pesan singkat maupun *whatsapp*. Melalui proses ini, diharapkan tujuan dari Pengabdian masyarakat ini mampu menghasilkan Keberdayaan masyarakat Desa Cibogo untuk menghasilkan Prukades.

4. SIMPULAN

Kegiatan Pengabdian Masyarakat ini dapat terselenggara dengan baik dan mampu memberikan dampak sesuai dengan diharapkan. Hal ini tercermin dari adanya peningkatan pengetahuan (aspek kognitif) masyarakat mengenai Prukades, pemasaran online, maupun pentingnya sebuah kemasan dan merek dalam sebuah produk. Selain itu, dari sisi afektif (sikap), muncul keinginan dari masyarakat untuk

berusaha secara lebih kolektif berbasis komunitas Desa. Dari segi psikomotoris, peserta langsung bisa mempraktikkan pemasaran online yang telah disimulasikan.

5. SARAN

Berdasar hasil diskusi ataupun FGD, didapati bahwa masyarakat Desa Cibogo masih membutuhkan Teknologi Pengolahan Pangan untuk mensiasati proses produksi yang masih tergantung dengan cuaca. Dengan adanya hal tersebut, diharapkan masyarakat dapat melakukan proses produksi secara berkesinambungan tanpa harus memperhatikan musim ataupun cuaca.

6. UCAPAN TERIMA KASIH

Pada kesempatan kali ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada Pusat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Politeknik Keuangan Negara STAN yang telah memberikan dukungan moril maupun materiil terhadap terselenggaranya pengabdian masyarakat ini. Tak lupa juga kami sampaikan terima kasih kepada seluruh jajaran perangkat Desa Cibogo yang telah memberikan kesempatan dan keuangan untuk menerima Tim Pengabdian Masyarakat kami. Semoga apa yang sudah dikerjakan diberikan ganjaran terbaik dari Tuhan YME.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Aryadji. (2017, November 7). *Cara Mengusir Kemiskinan di Desa: Prukades!* Retrieved from <http://www.berdesa.com/cara-mengusir-kemiskinan-desa-prukades/>
- [2] Badan Pusat Statistik Kabupaten Tangerang. (2018). *Kecamatan Cisauk* dalam Angka tahun 2018. Tangerang: BPS Kab Tangerang.
- [3] Kementerian Desa PDTT. (2019, Februari 12). *Produk Unggulan Kawasan Perdesaan*. Retrieved from <http://prukades.kemendesa.go.id/lpage/>
- [4] Shirisa, M. (2018). Digital Marketing Importance in the New Era. *International Journal of Engineering Technology Science and Research*, vol 5 no 1, 612-617.
- [5] Widjajanti, K. (2011). Model Pemberdayaan Masyarakat. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, vol 12 no 1, 15-27.