

Pemberdayaan Pelaku Usaha Rengginang Melalui Peningkatan Kualitas Pengemasan dan Pemasaran Secara Online di Desa Kaduara Barat Kabupaten Pamekasan

¹Diah Putri Permata Sari, ²Erie Hariyanto

Institut Agama Islam Negeri Madura

¹diahputripermatasari5@gmail.com, ²erie.mh@gmail.com

Abstract

The purpose of writing this devotional article is to participate in improving the empowerment of the economic community through the creative economy by improving quality (packing) and online marketing to attract consumer interest in order to maintain the stability of production and marketing of rengginag products from Kadurah Barat village, Pamekasan district in the midst of the COVID-19 virus pandemic. 19 experienced production capacity and quality. The method used by the author is to use the Participatory Rural Appraisal (PRA) method and Participatory Action Research while participating in the 30-days Course of Community Engagement (*Kuliah Pengabdian Masyarakat*) IAIN Madura by visiting and mentoring how to do packaging and online marketing to business actors. This activity is expected to be able to help the community, especially Micro, Small and Medium Enterprises (MSME) of Rengginang business actors in West Kadurah village to be more creative and more productive in running their business and continue to produce as before so that the community's economy is stable. The results of the activities are expected to create stable business production and tend to increase after previously experiencing a decline in production stability due to the covid-19 virus pandemic.

Keywords: Community Empowerment; Rengginang; Covid-19; Packaging; Online Marketing

Abstrak

Tujuan dari penulisan artikel pengabdian ini untuk turut serta dalam meningkatkan pemberdayaan masyarakat ekonomi melalui ekonomi kreatif dengan peningkatan kualitas (packing) dan pemasaran secara online untuk menarik minat konsumen guna menjaga stabilitas produksi dan pemasaran produk rengginang dari desa Kadurah Barat kabupaten Pamekasan ditengah pandemi virus covid-19 mengalami kapasitas dan mutu produksi. Metode yang dipakai oleh penulis adalah dengan menggunakan pendekatan metode Participatory Rural Appraisal (PRA) dan Partisipation Action Riset selama mengikuti Kuliah Pengabdian Masyarakat (KPM) Mandiri IAIN Madura selama 30 hari dengan melakukan kunjungan dan pedampingan bagaimana melakukan pengemasan dan pemasaran online kepada pelaku usaha. Dari kegiatan ini diharapkan mampu membantu masyarakat utamanya UMKM/ Pelaku usaha rengginang di desa Kadurah Barat menjadi lebih kreatif dan lebih produktif dalam menjalankan usahanya dan tetap melakukan produksi seperti sebelumnya sehingga perekonomian masyarakat yang stabil. Hasil dari kegiatan diharapkan tercipta produksi usaha yang stabil dan cenderung meningkat setelah sebelumnya mengalami penurunan kestabilan produksi akibat pandemic virus covid-19.

Kata Kunci: Pemberdayaan Masyarakat; Rengginang; Covid-19; Pengemasan; Pemasaran Online

Article Info:

<https://doi.org/10.19105/pjce.v3i2.4988>

Received 14 Agustus 2021; **Received in revised form** 22 Agustus 2021; **Accepted** 30 Desember 2021

2684-9615/ ©2021 [Perdikan: Journal of Community Engagement](https://doi.org/10.19105/pjce.v3i2.4988). This is an open access article under the CC BY-NC 4.0 license (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>)

1. Pendahuluan

Pengabdian kepada masyarakat bagi perguruan tinggi merupakan suatu kewajiban sejajar dengan pendidikan atau pengajaran dan penelitian. Dalam istilah lain dikatakan sebagai tiga kewajiban perguruan tinggi yang mencakup tiga aspek diantaranya, aspek pendidikan dan pengajaran, serta aspek penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat. Pengabdian yang dilakukan mahasiswa terhadap masyarakat adalah suatu usaha yang dilaksanakan oleh seorang mahasiswa baik dilaksanakan secara mandiri atau perorangan, atau dilaksanakan secara bersama-sama berkelompok bahkan dengan kerja sama dengan suatu lembaga yang membantu meningkatkan taraf kehidupan masyarakat yang dibantu berpatokan dengan misi yang di lembannya (Sudin: 2004).

Secara filosofis, KPM atau kuliah pengabdian masyarakat adalah suatu wujud yang kongkrit dari implementasi ilmu (*axiology*) yang memiliki keadaan siklus (*cyclic*) atau umpan balik (*feed back*), sehingga “jika dilaksanakan dengan baik, benar, sistematis, dan konsisten (sesuai peta jalan dan rencana strategis)”, maka hasilnya tidak hanya memberikan pemberdayaan dan memandirikan masyarakat serta memperkuat daya saing bangsa, namun akan jauh semakin memperkuat dan membangun (mengkontruksi) serta memperkuat pendidikan dan penelitian. Secara umum pengabdian ini memiliki tujuan atau keinginan yang ingin dicapai atau yang ingin diberikan kepada masyarakat adalah memberikan kontribusi nyata bekerja sama atau membantu mengangkat dari beberapa macam yang dibutuhkan masyarakat serta memberikan solusi dari setiap persoalan atau permasalahan yang sedang dihadapi oleh masyarakat supaya taraf hidup atau kesejahteraan masyarakat menjadi lebih baik yang pada akhirnya masyarakat dapat menikmati kehidupan yang bahagia dan baik (Sudin: 2004).

IAIN Madura merupakan Perguruan Tinggi Keagamaan Islam negeri yang turut melaksanakan kegiatan kuliah pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan setiap satu tahun sekali, dimana kegiatan tersebut diikuti oleh mahasiswa semester 6 yang sudah memenuhi syarat berupa jumlah SKS (Satuan Kredit Semester) yang harus sampai pada target yang sudah ditentukan dari pihak kampus. Kuliah pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan IAIN Madura memiliki konsep yang sangat berbeda dari tahun tahun sebelumnya. Sudah dapat kita ketahuai bahwasannya hal ini

terjadi karena adanya Virus Covid- 19 yang memiliki dampak yang sangat luar biasa terhadap perkembangan dunia. Dampak yang dirasakan tidak hanya pada dunia kesehatan, tetapi pada sector kehidupan manusia dan perekonomian merasakan dampak dari adanya virus covid-19 ini.

Desa Kaduara Barat sebagai desa yang terletak di ujung timur Kecamatan Larangan, sejarah Desa Kaduara Barat memiliki keistimewaan tersendiri bagi warganya apalagi posisinya berada di wilayah perbatasan langsung dengan Kabupaten Sumenep. Legenda penamaan desa juga tidak lepas dari sejarah masa kerajaan Sumenep dan Bangkalan. Legenda yang tersebar luas dalam masyarakat, bahwa pada masa-masa harmonisnya kedua kerajaan itu dilanda fitnah sehingga mucullah persepeteruan yang sengit dan harus diakhiri dengan perang saudara.

Alkisah, ketika kedua pihak sama-sama tersulut api amarah, keduanya mengirimkan seluruh kekuatan angkatan perangnya untuk menebus penghinaan yang dihembuskan fitnah oleh pihak ketiga itu. Ketika kedua bala tentara hampir sampai pada jarak serang yang begitu dekat sekali yaitu sekitar 500 meter, maka panglima perang keduanya sama-sama maju untuk membuat kesepakatan mengenai batasan-batasan atau aturan main peperangan.

Walhasil, karena kedua panglima tersebut memang terikat hubungan emosional yang erat seperti layaknya saudara kandung, di akhir perundingan kedua sahabat kental itu sama- sama membuka tabir fitnah yang menimpa rajanya masing-masing tentang apa yang menjadi penyebab persepeteruan tersebut. Betapa geram dan herannya kedua bala tentara yang dengan pedang terhunus dan amarah perang yang memuncak menyaksikan panglima perangnya berunding cukup lama dan diakhiri dengan tertawa terpingkal-pingkal. Lebih terkejutnya lagi, ternyata kedua panglima perang itu telah bersepakat menggagalkan peperangan tanpa setetes darah pun yang mengalir. Keduanya menjelaskan akar persoalan yang menjadi pemicu peperangan kepada prajuritnya masing-masing yaitu kesalahpahaman yang disebarkan oleh pihak lain yang ingin mengadu domba kedua kerajaan Madura tersebut. Akhirnya kedua angkatan perang tersebut berhamburan dan saling rangkul dengan harunya sampai-sampai meneteskan air mata kedamaian. Kobaran api perang yang membara itu telah dipadamkan dengan tetesan air mata mereka sendiri. Dan pulanglah mereka dengan membawa kemenangannya masing-masing.

Konon, di tempat bersejarah itulah masyarakat menyebutnya dengan dhuarah atau addhu arah. Yaitu tempat berpadunya dua arah. Artinya, di tempat tersebut pernah terjadi perpaduan atau sinergi antara dua pihak yang berlawanan arah dan melebur menjadi suatu kekuatan perdamaian abadi. Dari situlah kemudian tempat itu lazim disebut kadhuarah atau kaduara. Dan pada jaman pemerintahan belanda, kaduara dibelah oleh garis teritorial menjadi Desa Kaduara Barat di bawah naungan Kadipaten Pamekasan dan Desa Kaduara Timur menjadi bawahan Kadipaten Sumenep.

Desa Kaduara Barat merupakan salah satu desa yang berada diujung

timur Kecamatan Larangan Kabupaten pamekasan, jarak dari kota kecamatan + 7 km tepatnya berada di sebelah timur kota kecamatan larangan. Sedangkan jarak dari ibu kota kabupaten pamekasan + 16Km. Desa kaduara barat memiliki ketinggian tanah + 10-40m dari atas permukaan laut dan luas wilayah 2.917,861 Ha Adapun rincian luas lahan berdasarkan penggunaannya adalah sebagai berikut (a) Lahan sawah setengah teknis: 241,961 Ha, (b) Lahan tegal: 226,961 Ha, (c) Pemukiman Umum : 55,100 Ha (d) Perkebunan: 19 Ha dan (e) Lain Lainnya: 6,456 Ha (RPJM Desa Kaduara barat, 2019)

World Health Organization (WHO) memberikan penjelasan bahwa Coronaviruses (COV) adalah virus atau penyakit yang ketularan penyakit sistem pernapasan. Infeksi ini disebut COVID-19. Virus Corona yang menyebabkan penyakit flu biasa sampai penyakit yang lebih parah seperti Sindrom Pernapasan Timur Tengah (MERS-CoV) dan Sindrom Pernapasan Akut Parah (SARS-CoV). Virus Corona atau covid_19 adalah *zoonotic* yang mana bisa ditularkan dari hewan kepada manusia. Berdasarkan Kementerian Kesehatan Indonesia, peningkatan kasus virus COVID-19 di wuhan pertama dari tanggal 30 Desember 2019 dimana Wuhan Municipal Health Committee mengeluarkan suatu pengumuman pernyataan "*Urgent notice on the treatment of pneumonia of unknown cause*". Cepatnya penyebaran virus corona ini sangat signifikan bahkan sampai lintas negara yang terpapar akan virus berbahaya ini. Sampai saat ini terdapat kurang lebih dari 188 Negara yang telah meberikan pernyataan bahwa negaranya terjangkit virus berbahaya ini yaitu corona bahkan ada yang mengkonfirmasi terdapat banyak farian baru dari virus ini. Virus corona telah menhyebar dan memaparkan negara-negara di berbagai belahan dunia hal ini sangat meberikan dampak yang sangat buruk terhadap perekonomian dunia bahkan sangat berdampak terhadap negara kita Indonesia, dari berbagai sisi sangat berdampak tidak baik, baik itu dari sisi perdagangan, investasi dan pariwisata (Hanoabun, 2020)

Perkembangan perekonomian masyarakat Indonesia mulai mengalami penurunan sejak diberlakukannya Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). Hal ini disebabkan karena banyak daerah yang melakukan sesuai perintah pemerintah yaitu lockdown bertujuan untuk menghindari penyebaran virus corona, sebagian ada daerah yang lain sudah mulai kembali ke aktifitas normal dengan tetap mematuhi protocol kesehatan. Melihat situasi yang sekarang dialami oleh bangsa Indonesia pandemic covid-19 masih terus bergulir. Angka angka kasus positif terus meningkat. karena danya covid-19 sehingga membuat perekonomian Indonesia yang sangat signifikan menurun 5,32 % pada kuartal II dan pada Kuartal III minus 3,49 %. Begitu juga dalam sector kesehatan, perdagangan dan investasi juga pariwisata serta UMKM dan juga usaha kecil dan menengah dan juga usaha industri retail atau pemasaran meliputi semua aktivitas yang melibatkan penjualan barang secara langsung kepada konsumen. Berdasarkan latar belakang tersebut maka saya tertarik untuk melakukan Kuliah Pengabdian kepada Masyarakat dengan tema memberdayakan

perekonomian masyarakat melalui UMKM dengan judul artikel “Pemberdayaan Pelaku Usaha Rengginang Melalui Peningkatan Kualitas Pengemasan dan Pemasaran Secara Online di Desa Kaduarah Barat”, dengan tujuan membantu masyarakat tetap melaksanakan produksi yang stabil sehingga perekonomian masyarakat di dusun biyan barat desa kaduara barat tetap stabil ditengah mewabahnya virus ini.

2. Kajian Teori Pengabdian

Pemberdayaan masyarakat adalah suatu cara mengembangkan diri tidak bergantung terhadap orang lain dan keamanan, kemakmuran suatu masyarakat dengan cara mendampingi dan memberikan peningkatan suatu pengetahuan dan skil kemampuan supaya dapat memperbaiki situasi dan kondisi perekonomian keluarga. Meskipun memiliki manfaat yang baik untuk diri sendiri dan lingkungan, namun pemberdayaan hanya bisa terjadi bila masyarakat juga ikut berpartisipasi (Abdullah: 2012).

Ekonomi kreatif adalah suatu kreatifitas yang lahir dari ide dan gagasan manusia yang memanfaatkan ilmu pengetahuan dan pengalaman tanpa menghilangkan garis kebudayaan dan tetap memperhatikan perkembangan zaman menggunakan teknologi modern sehingga dapat memberikan nilai tambah. (Sari; 2014) pengertian lain menjelaskan bahwa ekonomi kreatif atau dikenal juga dengan sebutan Knowledge based economy suatu tren perkembangan teknologi moderen yang berlandaskan atas dasar pengetahuan sehingga hal ini memberikan peran penting dalam proses pertumbuhan ekonomi. Ekonomi kreatif bisa di artikan suatu kumpulan pergerakan ekonomi yang terkait dengan penciptaan dengan menggunakan pengetahuan dan informasi. Definisi menurut Institute for Development Economy and Finance (2005), ekonomi kreatif adalah suatu cara meningkatkan nilai tambah hasil dari pendaya gunaan dari kekayaan pengetahuan intelektual berupa kreativitas, keahlian, dan bakat individu menjadi satu produk yang dapat mempunyai nilai jual tinggi dan dapat diterima oleh pasar

Berdasarkan penjelasan diatas dapat membderikan kesimpulan bahwa ekonomi kreatif merupakan sebuah kegiatan ekonomi yang memiliki nilai tambah dari perubahan yang terus dilakukan berdasarkan kreatifitas yang terus di inovasikan sesuai dengan perkembangan zaman dan teknologi yang semakin canggih.

Indonesia merupakan salah satu negara pertanian yang sangat subur. Semua hasil pertanian atau rempah-rempah seperti cabai, kemiri, bawang putih, bawang merah, dan lain- lain dapat diolah menjadi makanan yang layak dan memiliki cita rasa yang khas salah satunya adalah makanan ringan. Peluang yang besar untuk membuka usaha dibidang makanan ringan pun semakin besar karena tingkat keinginan masyarakat untuk mengkonsumsi makanan ringan juga tinggi. Salah satu makanan ringan yang dapat dibuat dari berbagai hasil aktivitas di bidang pertanian adalah rengginang.

Rengginang adalah salah satu makanan tradisional khas Indonesia yang

dibuat dari bahan beras ketan putih atau hitam, umumnya berbentuk lingkaran dengan ukuran tertentu, berasa manis atau gurih, dan mempunyai tekstur renyah. Ada beberapa macam variasi rengginang dengan cara pembuatan yang berbeda-beda, terutama pada bumbu yang ditambahkan, bentuk, dan juga ukurannya. Meskipun demikian, secara umum proses pembuatan rengginang relatif sama atau serupa. (Azizah & Muhfiatun; 2013)

Rengginang tersebut banyak diperjual-belikan di pasar, terminal bus dan di toko makanan. Pembuatannya itu sangat gampang, yaitu: pertama beras ketan dibersihkan atau dicuci, lalu kemudian direndam setelah itu airnya ditiriskan sampai bersih. Setelah itu, rengginang itu dikukus sampai 100% matang, serta campurkan dengan air garam atau gula sebagai perasa, rasa ini sesuai dengan selera yang diinginkan, pasaca dicampur dikukus kembali sampai benar-benar matang. ketika matang, nasi ketan itu dicetak dengan potongan bambu pada tempat yang dijadikan penjemuran dan lalu dijemur sampai kering. Setelah kering, rengginang kemudian dimasukkan ke kantong plastik atau tempat yang kering dan tertutup rapat hal ini yang disebut paketcing, agar tidak menjadi lembek. (Jurnal Pusat Penelitian dan Pengembangan Pangan; 1981).

Stabilitas produksi adalah perkembangan yang stabil dari jumlah perkembangan yang stabil dari jumlah yang di produksi diwaktu yang akan datang, sehingga walaupun terjadi flukstasi penjualan, jumlah unit yang di produksi tetap sama. Terjadinya pandemic covid-19 ini meyebabkan produksi menjadi tidak stabil bahkan cenderung mengalami penurunan sehingga sangat diperlukan melakukan sebuah pemberayaan masyarakat berbasis ekonomi kreatif untk tetap menjaga ke stabilan produksi meskipun virus sampai saat ini tetap mewabah.

Stabilitas produksi sebelum adanya wabah covid-19 mengalami peningkatan meskipun dengan kemasn rengginang seadanya dengan menghasilkan keuntungan Rp 3500/pcs, sedangkan adanya wabah ini home industry rengginang terkadang tidak melakukan pembuatan rengginang dan pemasaran karena pusat penjualan rengginang hanya dilakukan di pasar jheren desa kaduara barat di tutup karena keramaian akan menjadikan wabah ini semakin menyebar. Dengan adanya wabah virus covid-19 ini membuat home industry tidak berjalan dengan lancar dan menyebabkan kerugian dengan tidak terjualnya rengginang yang sudah di produksi sehingga rengginang tersebut terlalu lama ditoko sehingga terkadang berjamur karena sudah terlalu lama dan tidak segera digoreng jadi adanya covid-19 ini berdampak sangat besar terhadap penjualan dan pemasaran yang rengginang UPPKS Mutiara Laut Dusun Biyan Barat Desa Kaduara Barat.

Cara mengawetkan dan melindungi produk pangan maupun non-pangan ini dilakukan dengan cara pengemasan. Kemasan yang dimaksud ini adalah suatu wadah atau tempat yang digunakan untuk paketcing suatu produk tentunya sudahilengkap dengan label atau penjelasan-penjelasan dari beberapa manfaat isi kemasan. Pengemasan mempunyaiperanan dan

fungsi yang penting dalam menunjang distribusi produk terutama yang mudah mengalami kerusakan.

Pengemasan memiliki fungsi sebagai berikut:

a. Sebagai Wadah atau Tempat

Yaitu untuk memudahkan penyimpanan produk yang berupa tepung – tepungan, butiran, cairan dan gas agar tidak berserakan dan memudahkan pekerjaan bila akan dipindahkan atau diangkut.

b. Sebagai Pelindung

Disamping sebagai pelindung bagi produk yang dikemas, kemasan juga berfungsi untuk melindungi lingkungan sekitar produk. Bahan kemas yang akan dipilih tergantung dari sifat – sifat produk serta kemampuannya untuk melindungi produk yang akan dikemas. Bahan dan bentuk kemasan yang tidak memenuhi persyaratan akan menurunkan kualitas produk yang dikemas dan bila terjadi kebocoran dapat menimbulkan malapetaka seandainya produk yang dikemas adalah racun atau produk yang mudah terbakar. Untuk melindungi produk dari air/udara, misalnya produk kering seperti Calsium karbida, maka kadar airnya harus rendah untuk menghindari terjadinya reaksi – reaksi kimia atau kerusakan yang ditimbulkan oleh mikroba dan bahan kemasan yang digunakan harus kedap air agar uap air tidak bebas keluar masuk kemasan.

Produk yang mengandung zat volatil, seperti rempah-rempah, wangi - wangi atau produk yang mudah menyerap bau seperti susu, kopi maka harus menggunakan wadah yang mampu menghalangi masuknya zat yang baunya tidak disenangi. Produk yang sensitif mudah bereaksi dengan oksigen, seperti makanan gorengan, dapat dipilih bahan kemasan yang tidak dapat ditembus oksigen, baik yang dihampa udarakan maupun kemasan yang diberi gas pengisi.

Supaya dapat melindungi produk yang mengalami proses karbonisasi diantaranya bir, coca cola, fanta dan sejenisnya harus memilih wadah yang kedap CO₂ dan mampu menahan suatu tekanan yang dihasilkan oleh adanya CO₂ dalam produk yang akan meningkat bila suhu produk meningkat atau terkocok.

Mengemas produk yang sensitif terhadap sinar atau cahaya seperti bir, film photo, obat- obatan dan sebagainya, dianjurkan menggunakan wadah yang mampu menahan sebagian sinar supaya kemungkinan kerusakan produk tersebut bisa diminimalisir. Namun konsumen kadang-kadang ingin tahu produk atau kemurnian produk yang dikemas, sehingga dalam hal ini perlu dicantumkan informasi tentang produk.

Produk yang mudah diserang oleh serangga dan rodent dapat dipilih jenis kemasan yang tahan terhadap gigitan rodent atau permukaannya dibuat sedemikian rupa sehingga tidak ada bagian-bagian yang dapat dijadikan pangkal tempat menggigit, misalnya sisi yang tajam dan lain-lain. Namun sebelum dikemas produk hendaknya diberi perlakuan yang dapat membasmi serangga dan rodent.

Sedangkan untuk bahan-bahan yang mudah pecah seperti gelas, keramik, telur dapat digunakan kemasan yang tahan terhadap benturan

mekanik dan dapat mengurangi guncangan.

c. Sebagai penunjang cara penyimpanan dan transport

Produk – produk yang akan dipasarkan biasanya tidak langsung dibawa dari pabrik ke pengecer, tetapi melalui saluran pemasaran yang agak panjang. Selain itu ada beberapa bahan yang harus disimpan dulu ketika belum dijual untuk dilakukan pengecekan dari pada kualitasnya, maka dari itu wadah yang harus dibuat sedemikian rupa agar bagus dalam penggunaan ruangan penyimpanan. Yang dimaksud dengan efisien yaitu memberikan perbandingan maksimum antara berat atau jumlah produk yang disimpan dengan persatuan luas dari bangunan untuk penyimpanan, sehingga makin tinggi penumpukan, makin tinggi juga efisiensinya.

Kemasan harus diproduksi harus memperhatikan dari canggihnya suatu teknologi dan transportasi, sewrta harus mampu memperhatikan ukuran dan bentuknya sehingga hal itu dapat memberikan dampak terhadap percepatan pemasaran contohnya barang yang besar harus menggunkan alatb tranportasi yang besar pula untuk mempercepat. Bentuk wadah yang tepat akan dapat mempermudah transportasi supaya dapat dilakukan dengan cepat.

d. Sebagai alat persaingan dalam pemasaran

Langkah pertama dalam memasarkan suatu produk adalah menarik perhatian konsumen. Cara yang bagus ini salahsatunya dengan cara menempelkan sesuatu yang bagus pada kemasan produk tersebut sehingga dapat menarik perhatian seseorang, sepertihalnya gambar bayi yang sehat dan komposisinya bila yang dipasarkan makanan bayi.

Bila langkah pertama telah berhasil, maka peluang untuk memenangkan persaingan sudah menjadi lebih besar, selanjutnya tergantung pada produk itu sendiri, apakah harganya terjangkau, keadaanya sesuai dengan selera konsumen, kualitasnyabaik sesuai dengan informasi/label yang telah diberikan (Rahmawati Fitri1-2).

Pada hakikatnya manusia adalah makhluk yang sudah pasti memiliki berbagai kebutuhan dan keinginan dalam kehidupannya, sehingga dari situlah berawal pemasaran. Dari suatu kubutuhan dan keinginan tersebut dapat menciptakan produk sehingga dapat memecahkan permasalahan yang dibutuhkan dan diinginkan supaya mampu memuaskan masyarakat (Irwan & Wijaya: 2005).

Perusahaan harus mampu membaca dan menganalisa kebutuhan dari konsumen sehingga dengan hal demikian akan mampu membderikan rumusan terkait konsep konsumen ataupun konsep pemasaran. Setelah itu perusahaan harus memberikan suatu kebijakan, atau keputusan seperti memberikan promosi, serta memperhatikan harga dan saluran pendistribusian, supaya apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen tersebut dapat terpenuhi secara maksimal sehingga pada akhirnya berdampak memuaskan terhadap konsumen.

Secara definitif dapat dikatakan bahwa cara pemasaran adalah suatu tatacara dalam bidang pemasaran yang memperhatikan apa yang menjadi

kebutuhan dan keinginan konsumen dengan support dari pelaksanaan pemasaran yang terarah yang memberikan kepuasan konsumen merupakan suatu kunci keberhasilan organisasi dalam usahanya mencapai tujuan yang telah ditetapkan dalam perusahaan. Pemasaran merupakan suatu cara sosial yang di dalamnya orang dan sekelompok mendapatkan apa yang yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk dari pihak lain (Kotler; 2010).

Melakukan pemasaran secara online merupakan suatu cara yang sangat interaktif dengan menggunakan media, dengan menampilkan iklan, promosi sehingga dari situ dapat menghasilkan suatu tanggapan sertya respon, sehingga dengan demikian mampu dan dapat mengukur suatu lokasi atau tempat dari konsumen dan mempermudah karena tidak perlu bertatap muka secara langsung karena sudah bisa diakses melalui sosaila media diantara melalui, Instagram, Whatsap, bahkan pembayarannya bisa dilakukan memalui internet sesuai dengan yang ditentukan oleh penjual. (Kotler; 2010).

Melakukkann penjualan Online memiliki begitu banyak manfaatnya baik bagi pelanggan atau konsumen dan bagi para penjual itu sendiri, berikut ini beberapa manfaatnya (Kotler; 2010).

- 1) Manfaat bagi para pembeli atau pelanggan di antaranya yaitu:
 - a. Kemudahan.
Suatu konsumen dapat melakukan pemesanan selama 24 jam serta dapat diakses dimanapun berada tak perlu mengunjungi perusahaan ataupun toko, sehingga hal demikian sangat memberikan kemudahan
 - b. Informasi.
Para konsumen mampu mendapatkan banyak informasi yang jelas tentang perusahaan, pruduk dan lainnya hal ini juga dapat diperoleh dari manupun mereka berda.
 - c. Para konsumen tidak perlu lagi antri dalam melakukan pembelian.
 - d. Para pembeli dapat melakukan pembelian suatu barang yang diminati atau sesuai dengan yang diinginkan, pembeli dapat mengkonsultasikan atau menanyakan terkait hal yang diinginkan, sehingga nantinya dari perusahaan atau tokonya memberikan edukasi atau penjelasan sehingga konsumen tau kekurangan dan kelebihan dari barang tersebut.
- 2) Manfaat bagi para pemasar:
 - a. Dapat menyesuaikan secara cepat pada kondisi suatu pasar. Perusahaan atau toko dapat melakukan dengan cepat dengan menambahkan produk pada tawaran mereka serta mengubah harga dan deskripsikan produknya.
 - b. Memiliki biaya yang rendah. Para penjual online bisa bebas dari pengeluaran pembiayaan oprasional toko seperti biaya sewa toko, pajak yang harus dibayar serta biaya sarana prasarana, akan tetapi

- dengan pemasaran secara online dapat membuat toko, promosi, iklan, katalog yang jauh lebih murah.
- c. Menjalinkan hubungan yang baik antar penjual dan pembeli, penjual dapat berkomunikasi sama konsumen sehingga dapat belajar banyak atas apa yang dibutuhkan oleh suatu konsumen.
 - d. Dapat mengetahui seberapa banyak orang yang mengunjungi situs online para penjual Informasi itu dapat membantu pemasar untuk meningkatkan kantarawan dan iklan mereka.

3. Metode

Kegiatan KPM-MDR 2021 Madura 2021 dilaksanakan di Desa Kaduara Barat yang terletak di Dusun Biyan Barat, Desa kaduara barat, Kecamatan Larangan Kabupaten Pamekasan. Tanggal pelaksanaannya dimulai dari 9 Juni- 17 Juli 2021, kegiatan yang dilakukan dengan observasi langsung (tatap muka) namun tetap mematuhi protokol kesehatan yaitu jaga jarak dan wajib memakai Masker dan penggunaan Handsanitizer sebelum kegiatan Berlangsung.

Metode Yang saya gunakan dalam pengabdian KPM-MDR 2021 menggunakan metode Participatory Rural Appraisal (PRA) dan Partisipatif Action Riset selama mengikuti Kuliah Pengabdian Masyarakat (KPM) Mandiri IAIN Madura Selama 30 hari dengan melakukan kunjungan dan pendampingan bagaimana melakukan pengemasan dan pemasaran online kepada pelaku usaha.

Participatory Action Research (PAR) adalah suatu proses kerjasama dalam penelitian, pendidikan dan tindakan yang secara gamblang berorientasi pada perubahan sosial. Teknik PAR meliputi survei, observasi partisipan, analisis data sekunder, belajar sambil bekerja, dialog, aksi politik, diskusi dan kerja kelompok, wawancara, cerita, pemetaan, seni dan media komunitas, diagram, kamp pendidikan, pertukaran program, pembuatan ranking dan skor, analisis bersama, penulisan laporan, dan presentasi. PAR telah digunakan sejak pertengahan dasawarsa 1940-an. Selanjutnya pada 1980-an, ia berkembang menjadi *Participatory Rural Appraisal (PRA)*. (Abdullah; 2011)

Participatory Rural Appraisal (PRA) adalah pendekatan interaktif dalam penelitian yang menekankan partisipasi lokal dan memungkinkan masyarakat lokal untuk berkontribusi dalam proses penilaian, analisis, serta perencanaan kegiatan mereka sendiri. Teknik PRA meliputi wawancara semi terstruktur, focus group discussion (FGD), peta, model, kalender musim, profil aktifitas, dan diagram ven. PRA yang digunakan untuk penduduk desa kemudian dikembangkan untuk penduduk urban menjadi Participatory Urban Appraisal (PUA) dengan prinsip yang sama (Willis; 2011).

4. Hasil dan Pembahasan

a. Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat Mandiri

Kegiatan KPM-MDR IAIN Madura dilaksanakan pada tanggal pada hari Rabu 9 Juni 2021 – 17 Juli 2021. Pelaksanaan KPM bertempat di tempat tinggal saya sendiri yaitu Desa Kaduara Barat, Kecamatan Larangan, Kabupaten Pamekasan. Kegiatan KPM yang saya lakukan memang berfokus pada pemberdayaan masyarakat melalui ekonomi kreatif yang bertujuan untuk menjaga stabilitas produksi, namun saya juga tetap menyusun program kerja selama 5 minggu pelaksanaan KPM-MDR dengan tujuan kegiatan KPM ini benar-benar dapat membantu masyarakat sekitar. Program kerja yang saya lakukan dan dilaksanakan rutin setiap minggu dan ada beberapa kegiatan yang lain dilaksanakan secara kondisional disesuaikan dengan situasi dan kondisi sekitar. Berikut lampiran program kerja yang sudah terlaksanabeserta bukti tanda tangan.

Tabel 1. Program Kerja yang sudah terlaksana

No	Hari Dan Tanggal	Kegiatan	Tujuan Dan Sasaran	Lokasi
1	Sabtu, 12 Juni 2021	Mengunjungi Home Industri Rengginang	Mewawancarai pemilik Home Industri Rengginang didaerah Dusun biyan barat Desa Kaduara Barat, mengetahui apa saja bahan bahan yang digunakan untuk menghasilkan rengginang yang super dengan rasa yang lebih nikmat serta mewawancarai pendapatan yang dihasilkan sebelum	Dusun Biyan Barat
2	Minggu, 04 Juli 2021	Mengunjungi Home Industri Rengginang	Mengetahui cara pembuatan rengginang, cara membentuk rengginang agar rengginang memiliki tekstur yang renyahsaat digoreng	Dusun Biyan Barat
3	Minggu, 11 Juli 2021	Mengunjungi Home Industri Rengginang	Memberikan sosialisasi Mengenai pentingnya pengemasan yang kreatif karena pengemasan yang kreatif dapat	Dusun Biyan Barat

			menarik minat pembeli yang mungkin akan dijadikan sebagai oleh-oleh atau Hampers lebaran, serta melakukan sosialisasi mengenai pentingnya pemasaran online, karena di era serba digitan seperti saat ini disayangkan apabila tidak menggunakan dengan baik sebagai sarana promosi	
--	--	--	---	--

Dari tabel jadwal diatas, sudah sangat jelas tentang tahap demi tahap dari kegiatan pemberdayaan masyarakat yang dipilih oleh penulis. Kegiatan tersebut sangat membantu dalam mengembangkan pengemasan dan pemasaran online kepada para Pelaku Usaha UMKM. Hal itu dapat dilihat dari pengemasan produk yang dari mika plastik menjadi box hampers yang lebih menarik dan pemasaran yang tidak hanya dilakukan di pasar saja tetapi juga melakukan pemasaran online menggunakan instragram agar tidak hanya orang yang berda di desa kaduara barat saja yang mengetahui produk rengginang UPPKS Mutiara laut tetapi bisa dijangkau diseluruh indonesia dengan menggunakan media sosial seperti instragram.

b. Pembahasan (Capaian dan Tantangan)

Dalam kegiatan KPM-MDR IAIN Madura 2021, penulis mengambil ruang lingkup tentang Pemberdayaan Masyarakat UMKM yang lebih menekankan pada peningkatan Pengemasan Dan Pemasaran Secara Online (Lembaga Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat, 2021). Dikarenakan kemampuan pengemasan dengan inovasi dan kreatifitas yang baru dan pemasaran secara online menggunakan Smartphone (Handphone android) yang berada di Desa Kaduara Barat khususnya home industri UPPKS Mutiara Laut masih terbilang minim.

Melakukan Wawancara



Note: Melakukan wawancara yang berkaitan dengan cara membuat rengginang dengan hasil kualitas super dan renyah, serta memberikan beberapa pertanyaan seputar rengginang dan penjualan yang terkendala denga adanya virus covid-19

Mengetahui Cara Pembuatan Rengginang





Memberikan Sosialisasi Pengemasan dan Pemasaran Online¹



¹ Sosialisasi pentingnya pemasaran online kepada pemilik usaha menggunakan HP Android karena sangat disayangkan apabila di era digital ini tidak digunakan dengan baik, salah satunya yaitu memasarkan produk melalui aplikasi instagram, karena dengan memposting produk rengginang dengan mudah dan tersebar diseluruh pengguna instagram di Indonesia tepatnya di sekitar daerah Madura. Serta memberikan sosialisasi mengenai pengemasan yang saat ini dapat menarik minat pembeli, karena pengemasan yang unik dan beda daripada produk lain akan lebih menarik perhatian konsumen untuk menjadi buah tangan atau hampers ketika Hari Raya besar umat islam



Pandemi covid-19 memiliki dampak yang sangat luar biasa tidak hanya didunia kesehatan dan perekonomian, tetapi juga memiliki dampak yang sangat besar dalam kehidupan sehari-hari manusia. Ada banyak kegiatan yang harus berubah dan tidak berjalan dengan konsep dan pelaksanaannya seperti pada umumnya, bahkan ada banyak juga kegiatan yang sampai ditunda pelaksanaannya. Dunia pendidikan merupakan salah satu sektor yang paling merasakan dampak negative adanya pandemic covid-19 ini. Banyak sekolah sekolah dan unniversitas yang harus dihentikan pengoprasiaannya dan dilanjutkan secara online atau daring (belajar dari rumah menggunakan internet) dengan tujuan untuk memutus penyebaran dan penularan virus corona ini yang semakin meningkat. Termasuk pelaksanaan kuliah pengabdian masyarakat (KPM) yang seharusnya dilaksanan setiap mahasiswa yang dibentuk POSKO yang terdiri dari beberapa mahasiswa yang akan mengabdi pada desa lain namun saat ini kuliah pengabdian masyarakat (KPM) dilaksanakan secara online dengan mengabdi kepada desa masing masing sesuai dengan alamat yang tertera di ktp yang kemudian dilakukan secara daring.

Kuliah pengabdian kepada masyarakat merupakan salah satu kegiatan yang wajib diikuti oleh seluruh mahasiswa yang telah memenuhi syarat sebelum memenuhi tugas akhir skripsinya. Kegiatan ini bertujuan agar mahasiswa dapat terjun langsung ke tengah masyarakat dan ikut berkontribusi pada desa masing-masing untuk memenuhi kebutuhan dan keluhan masyarakat serta turut membantu mencari solusi atas permasalahan yang sedang dihadapi oleh masyarakat sekitar sehingga kesejahteraan masyarakat tercapai. Sebagai salah satu peserta KPM-MDR 2021 IAIN Madura tentunya sudah menyusun program kerja selama 5 minggu pelaksanaan kegiatan ini agar tujuan tersebut bisa tercapai.

Program kerja yang dilakukan penulis berfokus pada pemberdayaan ekonomi masyarakat berbasis ekonomi kreatif. Saya memilih focus pada kegiatan tersebut karena situasi yang seperti ini membuat perekonomian masyarakat menjadi tidak stabil dan cenderung menurun terutama bagi pelaku UMKM disekitar Desa Kadura Barat. Disini saya berfokus untuk melakukan kegiatan pemberdayaan pada UMKM Rengginang di Dusun Biyan Barat Desa Kaduara Barat, hal ini dikarenakan sebagian besar masyarakat desa kaduara barat berprofesi sebagai nelayan, dari hasil tangkapan itu dibuat rengginang sebagai cita rasa rengginang tersebut sebagai salah satu bentuk ekonomi kreatif yang dijadikan sumber mata pencaharian. Selain itu, banyak masyarakat yang menjadikan sebagai karyawan ditempat usaha rengginang tersebut dengan sistem seperti pemborong. Sehingga adanya tempat usaha rengginang ini selain menjadi sumber mata pencaharian bagi pemilik tempat usaha juga dijadikan sebagai tempat untukmendapatkan penghasilan oleh masyarakat

sekitarnya.

Home Industri Rengginang UPPKS Mutiara Laut di desa Kaduara Barat berdiri sejak pertengahan tahun 2010, yang merupakan hasil dari inisiatif diri sendiri tanpa paksaan dari pihak mana pun. Produk yang dihasilkan dari home industri ini adalah berupa produk rengginang.

Berikut hasil observasi yang saya lakukan pada Home Industri Rengginang UPPKS Mutiara Laut Desa Kaduara Barat Di home industri rengginang UPPKS Mutiara Laut memiliki strategi bersaing dalam pengembangan produknya, yang mana di sana terdapat berbagai macam rasaa rengginang. Bentuk rengginang tersebut sangat bervariasi dari segi bentuk, ukuran, warna, dan rasanya. Kualitas terbaik dari produk yang dihasilkan merupakan hal yang sangat diutamakan dalam home industri UPPKS Mutiara Laut, sehingga hal ini dapat dijadikan sebuah cara untuk dapat bersaing dengan home industri rengginang lainnya.

“Pada awalnya produk yang saya jual hanya rengginang yang memiliki rasa hanya dari rempah rempah, seperti yang pada umumnya orang jual dan dalam pengemasan juga sederhana menggunakan mika plastic dengan harga jual yang kecil Rp. 8000 dan yang kemasan besar dengan harga Rp. 14.000”. (Wawancara I cun 12 Juni 2021)

“Cara saya memperkenalkan produk saya hanya melalui pasar dan orang-orang yang ingin membeli bisa datang langsung kerumah. Dulu pernah ada pengepul tetapi untuk sekarang sudah tidak ada karena adanya wabah ini jadi pengepul juga tidak berani mengambil takut tidak ada yang terjual dan mengalami kerugian karena memang sarana penjualan seperti pasar yang menjadi pusat interaksi penjual dan pembeli sudah tidak diperbolehkan karena adanya virus ini. saya menawarkan kepada pembeli bahwa produk rengginang saya berbentuk seperti ini (bentuk lain). Jadi misalkan saya membuat rengginang dengan menyesuaikan bentuk terhadap keinginan pembeli” (Wawancara I cun 12 Juni 2021)

Dari hasil kegiatan observasi yang saya lakukan, mewabahnya covid-19 memiliki dampak negatif terhadap kegiatan produksi di tempat usaha Rengginang Super UPPKS Mutiara Laut. Kegiatan produksi mulai mengalami penurunan dan menjadi tidak stabil karena pandemic ini menyebabkan beberapa permintaan rengginang tertunda bahkan dibatalkan. Penjualan dipasar juga tidak seramai sebelumnya. Hal ini menjadi pemicu berkurangnya pendapatan baik bagi pemilik tempat usaha dan para karyawannya. (Observasi di UPPKS Mutiara laut).

Maka penulis mengemukakan hasil strategi pemasaran dan bersaing dalam pengembangan produk yang dilakukan Home Industri Rengginang UPPKS Mutiara laut Desa kaduara Barat: Pertama strategi Pemasaran

dalam pengembangan produk Home Industri Rengginang UPPKS Mutiara Laut di Desa Kaduara Barat (a) Pengembangan produk dari waktu ke waktu, (b) Inovasi produk dari segi bentuk, rasa dan ukuran, (c) Mengutamakan kualitas terbaik produk yang dihasilkan dan (d) Pemasaran melalui media sosial. *Kedua* Strategi bersaing dalam hal pengemasan produk Home Idusttri Rengginang UPPKS Mutiara Laut Desa Kaduara Barat Pelayanan terbaik kepada konsumen menjadi prioritas utama (a) Melakukan pengemasan yang menarik konsumen untuk membeli dan (b) Bersaing dengan produk yang memberikan inovasi terbaru dalam hal pengemasan sebagai hampers atau oleh-oleh.

Pemberdayaan ekonomi kreatif disini bertujuan untuk membantu ketidak stabilan produksi pada usaha rengginang tersebut. Saya menjelaskan mengenai tentang kreatifitas yang harus ditingkatkan pada saat pandemi seperti ini. Kreatifitas yang lebih saya tekankan mengenai pengemasan produk dan pemasaran produk. Biasanya para pengusaha rengginang memggunakan pengemasan yang sederhana pada saat mengirimkan produknya ke pelanggannya, yaitu hanya menggunakan plastic dan mika. Pada saat pandemic seperti sekarang ini, pengemasan menjadi hal yang harus lebih diperhatikan karena kebanyakan orang sekarang sangat berhati-hati pada saat membeli barang diluar daerah. Kreatifitas yang saya tambahkan pada saat pengemasan rengginang disini cukup sederhana, saya menjelaskan bahwa packing yang lebih aman dan menarik jika rengginang di dikemas kedalam kardus hampers. Packing yang dilakukan bisa memakai kardus hampers dengan berbagai macam variasi ukuran dan bentuk yang kemudia diberikan nama tempat usaha dan logo dengan logo yang lebih menarik dan berwarna (tidak hitam putih). Untuk membedakan packing tersebut ditambahkan dengan mengikat tali pita pada bagian luar kardus hampers agar terlihat lebih menarik.

Tujuan pengemasan dengan kardus *hampers* adalah bertujuan untuk meningkat kewaspadaan rengginang akan adanya virus yang dibawa oleh kemasan rengginang pada saat pengiriman. Meskipun produk telah dikemas secara terpisah menggunakan buble warp yag sudah di isolasi untuk mengurangi resiko rusaknya bentuk pada rengginang. Sebelum produk dikirimkan saya sarankan untuk terlebih dahulu paket yang akan dikirimkan disemprot menggunakan cairan dinsefektan agar paket yang dikirimkan benar-benar dalam keadaan steril sehingga konsumen tidak khawatir akan adanya virus corona ini yang dapat dibawa oleh paket tersebut. Sedangkan tujuan dari penambahan pita diluar kardus kemasan tadi adalah untuk menambah keindahan pada kemasan dan membuat produk lebih menarik dan terlihat berkualitas.

Setelah kreatifitas yang sedemikian rupa dilakukan pada proses pengemasan, selanjutnya dilakukan proses pemasaran secara online karena menurut pemilik usaha tersebut pemasaran hanya dilakukan di sekitar rumahnya saja, jika ada orang yang berminat bisa langsung

kerumahnya saja. Proses pemasaran secara online untuk meningkatkan ke stabilan produksi tetap terjaga pada saat pandemi ini. Pemasaran yang saya jelaskan bukan hanya tentang pemasaran produknya tetapi juga tentang tempat usaha dan karyawannya yang aman dari virus ini. Penjual harus memberitahu para konsumen dan pelanggannya bahwa tempat usaha tersebut tetap beroperasi sesuai dengan protokol kesehatan seperti selalu mencuci tangan dan memakai masker sehingga tempat usaha tersebut aman dari virus covid-19. Pemberitahuan ini harus dilakukan melalui social media menggunakan aplikasi Instagram agar tersebar secara luas karena pada saat pandemic sekarang ini banyak orang yang tidak lepas dari Ponselnya (*smartphone*) yang mengharuskan semua orang harus tetap dirumah saja. Selanjutnya penjual harus mulai memasarkan hasil inovasi dari packing produk tersebut serta meningkatkan keaamanan dalam pengemasan produk yang akan dikirimkan.

Selain itu juga menjelaskan adanya jasa antar barang yang bisa dilakukan oleh tempat usaha itu sendiri sehingga pembeli yang jauh tidak harus datang ke tempat usaha tersebut melaikan dengan diantar oleh Kurir. Dengan demikian konsumen bisa tetap dirumah saja dan produk akan diterima dengan jasa antar barang tersebut untuk daerah yang bisa dijangkau saja. Jasa pengiriman barang memang sudah ada bahkan sudah banyak, namun jasa antar yang dilakukan menggunakan kurir pribadi akan lebih meningkatkan keamanan karena kurir yang akan mengantar barang tersebut sudah dipastikan bebas dari virus ini dan bekerja sesuai dengan protocol kesehatan.

Capaian hasil yang saya dapatkan selama kegiatan tersebut adalah terciptanya semangat baru pada pemilik tempat usaha tersebut. Pengusaha renggianag tersebut menginginkan inovasi yang saya jelaskan dapat diterapkan pada tempat usahanya. Terakhir kali saya berkunjung ke tempat usaha tersebut pemiliknya menjelaskan bahwa produksi mulai berjalan stabil karena permintaan luar daerah mulai aktif kembali setelah pemilik menjelaskan tingkat keamanan produk yang akan dikirimkan secara pribadi kepada para pelanggannya. Jasa pengiriman pun mulai diberlakukan namun hanya untuk daerah sekitar yang masih bisa dijangkau. Sedangkan untuk *packing* sedang proses pemesanan mika kardus hampers dan stiker label usaha. Pemilik tempat usaha juga menjelaskan bahwa jika menggunakan packing kardus biaya yang dibutuhkan lebih besar sehingga pemilik usaha memilih menggunakan packing dari mika plastik terlebih dahulu.

Selama pelaksanaan kegiatan tersebut tidak begitu banyak tantangan yang saya hadapi. Hal yang saya rasa sedikit sulit adalah ketika menjelaskan tentang penggunaan media sosial. Karena pemilik tempat usaha tersebut baru saja menggunakan HP Android sehingga belum terlalu memahami tentang tata cara penggunaannya. Sedangkan

tantangan yang secara umum saya hadapi yaitu adanya rasa khawatir mengenai respon pemilik tempat usaha. Tetapi semua tantangan tersebut bisa teratasi dengan baik dan juga respon pemilik rengginang tersebut.

5. Penutup

Kegiatan KPM yang saya lakukan mendapatkan respon yang sangat baik dari masyarakat sekitar utamanya dari pemilik tempat usaha rengginang yang saya kunjungi. Banyak sekali hal baru dan pengalaman yang saya dapatkan, seperti terjun langsung menghadapi masyarakat dan harus belajar memahami situasi dan kondisi masyarakat yang sedang terjadi. Dari kegiatan KPM ini saya banyak belajar tentang interaksi langsung dengan masyarakat dimana saya dituntut untuk berani berbicara dan menjelaskan mengenai hal baru yang akan saya bawa pada tempat usaha Rengginang UPPKS Mutiata Laut.

Pemberdayaan masyarakat merupakan kegiatan yang perlu dilakukan untuk meningkatkan kualitas masyarakat itu sendiri agar menjadi lebih produktif. Tidak hanya pada masyarakat pengusaha rengginang, namun pada masyarakat Desa Kaduara Barat secara umum. Menurut saya pemberdayaan yang dilakukan secara bertahap dan terus menerus dapat menciptakan masyarakat yang lebih kreatif dan produktif. Sebelumnya belum pernah ada pelatihan pemberdayaan masyarakat yang dilakukan oleh Desa Kaduara Barat, jadi untuk kedepannya saya berharap di Desa Kaduara Barat terdapat kegiatan pelatihan pemberdayaan masyarakat yang mampu mewadahi masyarakat Kaduara Barat untuk menjadi lebih produktif kedepannya. Selain itu, kegiatan pelatihan tersebut merupakan sebuah kegiatan yang tentunya bisa menjadi gerakan perubahan tidak hanya untuk masyarakatnya tetapi juga untuk desa itu sendiri. Karena dengan adanya kegiatan tersebut desa dapat lebih menunjukkan wujud perhatian kepada masyarakatnya dan lebih mengetahui kebutuhan masyarakatnya sehingga dapat menciptakan kesejahteraan masyarakat yang lebih baik lagi.

Daftar Pustaka

- Abdullah, M. Y. H. dkk. (2012), "Participatory Rural Appraisal (PRA): An Analysis of Experience in Damareja Village, Sukabumi District, West Java, Indonesia," *Akademika*, Vol. 82, No. 1: 15-16.
- Azizah, S. N. & Muhfiatun. (2017), "*Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal Pandanus Handicraft dalam Menghadapi Pasar Modern Perspektif Ekonomi Syariah (Study Case di Pandanus Nusa Sambisari Yogyakarta)*", *APLIKASIA: Jurnal Aplikasi Ilmu-ilmu Agama*, Vol. 17 No. 2.
- Hanoatubun, S. (2020), "*Dampak Covid -19 Terhadap Perekonomian Indonesia*", *EduPsyCounsJournal*, Vol.2 No.1.
- Irawan, Faried Wijaya & M.N. Sudjoni, *Pemasaran Prinsip Dan Kasus*,

- BPFE, Yogyakarta.
- Kindom, S., Pain, R., dan Kesby, M. (2007). "Participatory Action Research: Origins, Approaches and Methods," dalam Participatory Action Research Approaches and Methods, Sara Kindom (eds.) London and New York: Routledge.
- Kotler, P. (2002), Manajemen Pemasaran, Jilid II, Prenhallindo, Jakarta.
- Kotler, P. (2004). Manajemen Pemasaran, Jilid 1, PT INDEKS, Jakarta.
- Lembaga Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat (2021). Petunjuk Teknis (Juknis) KPM IAIN Madura. Pamekasan: IAIN Madura
- Rencana Pembangunan Menengah Desa Kaduara Barat Tahun 2015 - 2020.
- Sari. R. (2017), "*Makna dari Pemberdayaan dan Kontribusinya bagi Masyarakat*", Lifepal, diakses dari <https://lifepal.co.id/media/pemberdayaan/>.
- Sudin, (2004), "*Pengabdian Kepada Masyarakat Bagi Perguruan Tinggi Agama Islam*", APLIKASIA: Jurnal Aplikasi Ilmu-ilmu Agama, Vol. V No. 2.
- Unknown, "*Anggaran Produksi*", Coretan Cadel, diakses dari <http://cadelyuma.blogspot.com/2015/11/anggaran-produksi.html?m=1>, pada tanggal 20 Juni 2021 pukul 14.15
- Willis, K. (2011). *Theories and Practices of Development*. Londok: New Yor: Routledge.