

Pemberdayaan Masyarakat Terdampak Covid-19 Melalui Pelatihan *Digital Marketing* di Desa Wonoharjo, Kabupaten Tanggamus

Arif Darmawan^{*}, Nairobi, I Wayan Suparta, dan Widia Anggi Palupi

Jurusan Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Lampung, Lampung, Indonesia

* arif.darmawan@feb.unila.ac.id

Abstrak: Dampak pandemi Covid-19 telah dirasakan banyak pelaku usaha mikro dan kecil serta masyarakat menengah ke bawah di Provinsi Lampung, termasuk di Kabupaten Tanggamus. Desa Wonoharjo yang terletak di Kabupaten Tanggamus termasuk dalam kategori berkembang dengan komoditas unggulan hortikultura seperti salak, sayuran, tanaman hias, dan obat-obatan. Komoditas salak merupakan salah satu produk unggulan bagi masyarakat Desa Wonoharjo untuk bertahan hidup. Namun komoditas salak yang dijual murah membuat pendapatan masyarakat tidak tumbuh terlalu banyak, terutama di masa pandemi Covid-19. Oleh karena itu, diperlukan upaya reformulasi dengan memberikan nilai tambah pada komoditas salak dan memasarkannya dengan sistem digital agar harga jual salak lebih baik di tengah kondisi ketidakpastian akibat pandemi Covid-19. Kegiatan ini merupakan transfer ilmu dan teknologi dengan pendekatan partisipatif, dimulai dari perumusan masalah dengan mitra, survei potensi daerah, sosialisasi pelatihan, dan praktik *digital marketing*. Kegiatan ini dilaksanakan di Desa Wonoharjo, Kabupaten Tanggamus pada bulan Juli-Oktober 2021 dengan tingkat antusiasme yang cukup tinggi selama kegiatan berlangsung. Beberapa hasil yang sudah didapatkan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah, (1) masyarakat Desa Wonoharjo dapat mengolah potensi komoditas salak menjadi produk yang bernilai tinggi yaitu manisan salak yang bernilai ekonomis; (2) masyarakat mampu mengoptimalkan *digital marketing* sehingga dapat meningkatkan omzet secara signifikan; dan (3) produk komoditas salak yang diubah menjadi manisan salak dapat bertahan lama sehingga pendapatan masyarakat Desa Wonoharjo meningkat. Selain itu, program pemberdayaan yang dilaksanakan dapat meningkatkan omzet pendapatan masyarakat dengan nilai tambah salak juga mengedukasi masyarakat terkait proses usaha yang lebih menguntungkan dengan pendirian BUMDes.

Kata Kunci: Covid-19; Pemberdayaan Desa; Salak; Wonoharjo

Abstract: *The impact of Covid-19 has hit many micro and small businesses and lower-middle-class communities in Lampung Province, especially in Tanggamus Regency. Wonoharjo Village, located in Tanggamus Regency, is in the developing category with superior horticultural commodities such as snake fruit, vegetables, ornamental plants, and medicines. Snake fruit is one of the excellent products for the people of Wonoharjo Village to survive. However, snake fruit commodities sold cheaply make people's income grow less, especially during the Covid-19 pandemic. Therefore, reformulation efforts are needed by providing added value to snake fruit commodities and marketing them with digital systems so that the selling price of snake fruit is better amid uncertain conditions due to the Covid-19 pandemic. This activity was carried out in Wonoharjo Village, Tanggamus Regency, in July-October 2021, with a fairly high level of enthusiasm during the activity. Some of the results that have been obtained from this community service activity are: 1) The people of Wonoharjo Village can process the potential of snake fruit commodities into high-value products; 2) The community can carry out digital marketing to increase turnover significantly; 3) Snake fruit products can survive in conditions so that the income of the people of Wonoharjo Village can increase. In addition, the empowerment program implemented can increase community income turnover with the added value of salak fruit*

as well as educate the community regarding business processes that are more profitable with the establishment of BUMDes.

Keywords: Covid-19; Village Empowerment; Snake Fruit; Wonoharjo

© 2023 Bubungan Tinggi: Jurnal Pengabdian Masyarakat

Received: 9 April 2023

Accepted: 17 Mei 2023

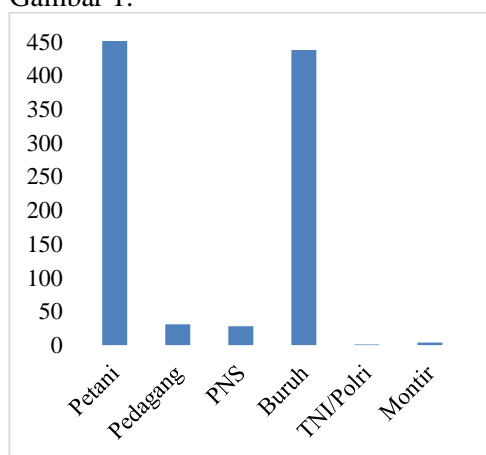
Published: 19 Mei 2023

DOI : <https://doi.org/10.20527/btjpm.v5i2.8362>

How to cite: Darmawan, A., Nairobi, N., Suparta, I. W., & Palupi, W. A. (2023). Pemberdayaan masyarakat terdampak covid-19 melalui pelatihan *digital marketing* di desa wonoharjo, kabupaten tanggamus. *Bubungan Tinggi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(2), 685-694.

PENDAHULUAN

Desa Wonoharjo merupakan salah satu desa yang terletak di Kecamatan Sumberejo, Kabupaten Tanggamus, Provinsi Lampung. Berdasarkan nilai Indeks Desa Membangun (IDM), diketahui bahwa Desa Wonoharjo masih tergolong pada desa berkembang baik di tahun 2020 maupun 2021 (BPS, 2021). Komoditas utama yang dimiliki oleh desa ini yaitu berada di sektor hortikultura, yakni banyaknya buah-buahan, tanaman hias, sayur-sayuran, dan tanaman obat-obatan. Hal tersebut didukung oleh data yang dirilis dalam Monografi Desa Wonoharjo. Aspek demografi dari Desa Wonoharjo terbagi dalam beberapa kategori seperti yang tertera pada Gambar 1.



Gambar 1 Sebaran Penduduk Desa Wonoharjo Menurut Pekerjaan (Monografi Desa Wonoharjo, 2014)

Berdasarkan data di atas, diketahui bahwa sebanyak 1.355 jiwa atau setara dengan 72,9% masyarakat Desa Wonoharjo berprofesi sebagai petani, sedangkan 428 jiwa berprofesi sebagai buruh dan 31 diantaranya adalah sebagai pedagang. Namun, pandemi Covid-19 telah melesukan banyak sektor perekonomian khususnya UMKM. Berdasarkan data dari BPS (2021) menyatakan bahwa kabupaten Tanggamus memiliki 3.738 unit UMKM yang tersebar di 20 kecamatan termasuk Kecamatan Sumberejo.

Akibat pandemi yang terjadi selama lebih dari satu tahun, tercatat sebanyak 1.257 unit usaha mengalami penutupan sementara (Dinda, 2021), pengurangan pegawai atau tenaga kerja bahkan sampai melakukan pemberhentian kegiatan/ operasi usaha, yang berujung pada menurunnya omzet penjualan. Padahal, UMKM memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian (Permana, 2017). Pandemi juga telah mengakibatkan PDRB Kabupaten Tanggamus mengalami penurunan, pada tahun 2019 PDRB Kabupaten Tanggamus adalah sebesar 10.872,1 miliar rupiah. Sedangkan pada tahun 2020 hanya berkisar pada angka 10.679,32 miliar rupiah (BPS, 2021). Berikut dokumentasi tim Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) di perkebunan salak di Desa Wonoharjo, Kabupaten Tanggamus tertera pada Gambar 2.



Gambar 2 Perkebunan Salak di Desa Wonoharjo, Kabupaten Tanggamus

Banyaknya komoditas di Desa Wonoharjo tidak diiringi dengan terciptanya produk hasil pengolahan komoditas unggulan desa. Salak menjadi salah satu komoditas unggulan desa sekaligus sektor penopang pendapatan masyarakat dan komoditas yang membantu masyarakat agar tetap dapat bertahan hidup. Hal ini karena para petani salak hanya dapat menjual komoditas salak tanpa adanya proses pengolahan sehingga tidak memiliki nilai tambah yang dapat meningkatkan nilai jual. Jumlah petani salak di Desa Wonoharjo tergolong tidak terlalu banyak dibandingkan dengan komoditas lain. Hal ini menyebabkan tidak terciptanya iklim usaha yang berdaya saing dan rendahnya pemerataan penghasilan petani salak, sehingga mendorong para petani salak cenderung enggan untuk melakukan inovasi dan menjual salak dengan harga murah.

Tidak menentunya pendapatan masyarakat dan hilangnya pangsa pasar di masa pandemi juga meningkatkan preferensi masyarakat untuk tidak mengambil resiko berupa pembuatan produk olahan salak yang dikhawatirkan alih-alih mendatangkan keuntungan justru akan mengantarkan kebuntungan. Edukasi masyarakat mengenai pemanfaatan *digital marketing* yang masih rendah turut memberikan sumbangsih terhadap pola perilaku masyarakat yang cenderung pasrah dengan keadaan (Diana Ralitasari, 2016;

Mulhearn & Vane, 2016). Aksesibilitas ke Desa Wonoharjo yang masih sulit (baik dalam transportasi maupun dalam fasilitas pengadaan jalan) menyebabkan biaya ongkos petani salak cenderung tinggi dan menyebabkan pembengkakan terhadap pengeluaran serta degradasi keuntungan. Oleh karena itu, peran inovasi dan pemanfaatan digitalisasi sangat diperlukan, selain meningkatkan nilai tambah juga dapat menekan biaya yang dikeluarkan dan memperluas pangsa pasar dari petani salak.

Pembuatan manisan salak merupakan inovasi yang akan dilaksanakan pada program ini. Secara matematis, harga salak saat ini adalah pada kisaran Rp12.000/kilo, sedangkan harga olahan manisan salak ditaksir pada kisaran Rp14.000–Rp25.000 per-430 gram. Apabila ditotal secara keseluruhan, omzet kasar petani salak dari produksi 1kg salak dapat meningkat dari Rp12.000 menjadi Rp28.000–Rp50.000 atau dengan kata lain dua kali lipat dibandingkan omzet semula. Nilai tambah tak hanya tercipta dari pengolahan komoditas saja, pembuatan kemasan manisan salak yang menarik turut memberikan kontribusi terhadap nilai tambah dari produk olahan salak sekaligus menjadi salah satu daya tarik yang dapat menarik minat konsumen. Peningkatan nilai tambah perlu didukung dengan kapasitas pemasaran yang luas, disinilah peran teknologi sangat diperlukan. Bermitra dengan salah satu aplikasi jual-beli online yaitu Shopee, program ini memberikan edukasi berupa sosialisasi tentang tata cara pemanfaatan digital dalam pemasaran, baik sebagai tempat transaksi maupun sebagai alat pembayaran kepada masyarakat (Porter & van der Linde, 1995; Susanti, 2020).

Program inovasi pengolahan salak dan *digital marketing* tidak dapat berjalan dengan optimal tanpa adanya peran badan atau lembaga yang menaungi para petani di Desa Wonoharjo. Maka dari itu, BUMDes

memiliki peran penting untuk menjaga kestabilan serta berperan sebagai fasilitator bagi para petani (Darmawan, Alamsyah, et al., 2022). Sayangnya, BUMDes Desa Wonoharjo belum terbentuk secara resmi, ditambah minimnya pendidikan mengenai pengelolaan dan tata cara BUMDES dikalangan aparatur desa dan masyarakat, menciptakan kekhawatiran tersendiri bagi keberlanjutan program yang terlaksana. Berdasarkan permasalahan tersebut, tak hanya dari segi ekonomi saja yang menerima manfaat, tetapi juga dari sisi kelembagaan diharapkan turut mendapatkan serta memberikan manfaat yang edukatif (Darmawan, 2019; Darmawan, Nairobi, et al., 2022). Selain itu sosialisasi yang dilakukan tidak hanya ditargetkan kepada pengolahan salak dan digital marketing oleh masyarakat saja, akan tetapi juga akan merangkul aparatur desa dan pihak terkait dalam membentuk BUMDes dan bagaimana tata cara pengelolaan BUMDes yang optimal, sehingga diharapkan dapat membentuk *Sustainable Community Empowerment* dan meningkatkan kemandirian perekonomian Desa Wonoharjo.

METODE

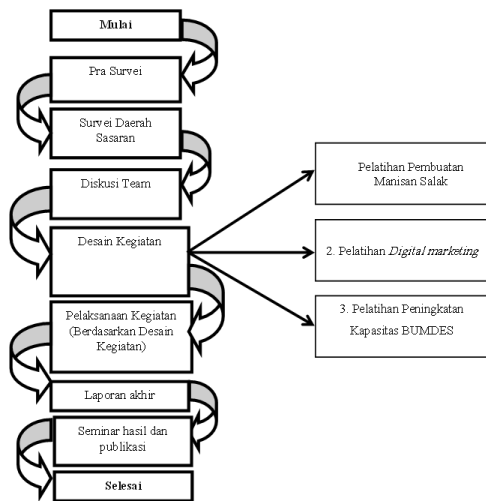
Metode yang dilaksanakan dalam kegiatan PkM ini adalah metode pelatihan usaha yang melibatkan masyarakat dalam kegiatan secara keseluruhan (Mulyana, 2016; Mustika, 2019). Pelaksanaan kegiatan ini dimulai dari perumusan masalah dengan mitra, survei potensi daerah, sosialisasi pelatihan, dan praktik *digital marketing*.

Pada tahun 2019 produksi buah salak di Kecamatan Sumberejo mencapai 7.197 kuintal (Dinda, 2022). Salah satu desa yang memiliki luas panen dan produksi buah salak cukup tinggi di Kecamatan Sumberejo adalah Desa Wonoharjo. Tingginya produksi salak tersebut merupakan sebuah peluang untuk masyarakat di Desa Wonoharjo.

Namun peluang itu belum dimanfaatkan secara optimal. Padahal dengan memanfaatkan kemajuan teknologi dapat memberikan terobosan baru untuk menciptakan inovasi produk dari buah salak. Perkembangan teknologi menghasilkan sarana yang semakin canggih, yang dapat digunakan sebagai media dalam pengembangan usaha bisnis berorientasi kepuasan pelanggan (Aida et al., 2021; Misgiantoro et al., 2017).

Salah satu permasalahan yang dihadapi oleh UMKM di desa adalah masalah pemasaran dan keterampilan menggunakan teknologi (Darmawan, Nairobi, et al., 2022). Penggunaan teknologi dapat membuat inovasi dalam pengembangan produk. Inovasi yang tinggi mampu meningkatkan kemampuan untuk menciptakan produk yang berkualitas sehingga memiliki daya saing. Penguatan inovasi produk dapat meningkatkan kemandirian usaha, baik secara langsung maupun tidak langsung melalui peningkatan minat berwirausaha. Inovasi produk dari buah salak dapat dilakukan dengan cara mengolah buah salak menjadi manisan salak sehingga dapat menambah nilai jual pada buah salak tersebut.

Pengolahan merupakan salah satu strategi untuk meningkatkan umur simpan buah. Saat musim panen produksi buah salak akan meningkat. Hal tersebut menurunkan nilai ekonomis dari buah salak. Oleh karena itu, diperlukan pengolahan dengan memanfaatkan teknologi sehingga dapat menciptakan inovasi dari buah salak dan menambah nilai jualnya. Pada saat dilakukan pengolahan dengan cara memasak, diperlukan teknik yang tepat selain untuk mendapatkan cita rasa yang diinginkan juga untuk mempertahankan kandungan nutrisi pada bahan pangan agar tidak seluruhnya hilang. Berikut adalah program yang diimplementasikan di Desa Wonoharjo digambarkan dalam skema pada Gambar 3.



Gambar 1 Skema Program Pemberdayaan

1. Identifikasi

Langkah awal yang perlu dilakukan adalah identifikasi terkait proyek yang akan di jalankan. Kegiatan ini meliputi penyusunan tim yang akan menjalankan proyek, rapat dan diskusi terkait proyek yang akan di jalankan beserta tempat pelaksanaan. Dengan berbagai identifikasi dan diskusi yang dilaksanakan, kami menentukan bahwa lokasi proyek adalah di Desa Wonoharjo, Kabupaten Tanggamus, Lampung. Potensi yang dimiliki Desa Wonoharjo ialah Buah Salak. Selain itu juga, kami mencoba mencari kontak kepala desa dan menjadwalkan pertemuan dengan aparat desa guna melaksanakan survei daerah.

2. Survei Daerah Sasaran

Kami sudah mempersiapkan beberapa pokok bahasan dengan aparat Desa Wonoharjo, diantaranya terkait: mata pencarian desa tersebut, potensi desa, kondisi ekonomi desa, hambatan/persoalan yang dihadapi terkait potensi yang dimiliki, kondisi jaringan internet, serta bagaimana peran lembaga di Desa Wonoharjo terkait perekonomian masyarakat desa. Kami juga melihat lahan pertanian beberapa penduduk setempat, terutama Kebun Salak di Desa Wonoharjo. Identifikasi yang kami lakukan ternyata sangat tepat

dengan kondisi daerah serta potensi yang dimiliki oleh Desa Wonoharjo sehingga kami sudah mulai mensosialisasikan proyek ini di kalangan petani buah salak di Desa Wonoharjo. Dengan adanya sosialisasi ini diharapkan masyarakat, khususnya petani buah salak di Desa Wonoharjo bersedia untuk mengikuti program pelatihan.

3. Desain Kegiatan

Dalam proyek ini kami akan melaksanakan pelatihan kepada petani salak di Desa Wonoharjo untuk pembuatan manisan salak. Untuk mengantisipasi kerumunan, kegiatan pembuatan manisan salak ini kami batasi 25-40 orang. Dalam hal ini kami akan bekerja sama dengan aparat desa setempat untuk mendata masyarakat yang bisa dan bersedia untuk dibina serta mengikuti program yang akan dilaksanakan sampai akhir. Nantinya perwakilan dari masyarakat yang dibina ini bisa menjadi kader yang akan melanjutkan dan memberikan pembelajaran yang telah diberikan pada saat program berlangsung kepada masyarakat lainnya. Setelah pembuatan manisan, kami akan mengadakan pelatihan digital marketing, menurut informasi yang kami dapatkan jaringan di Desa Wonoharjo sudah bagus tetapi pengetahuan akan pemasaran digital belum optimal. Kegiatan ketiga ialah peningkatan kapasitas kelembagaan di desa. Kelembagaan yang kami maksud ialah Badan Usaha Milik Desa (BUMDES). Kami akan mengadakan sosialisasi dan pelatihan kepada pengurus BUMDES di Desa Wonoharjo yang belum lama ini terbentuk.

4. Pelaksanaan Kegiatan

Pemberian materi dan pelatihan pembuatan manisan salak merupakan langkah utama yang dilakukan agar masyarakat lebih paham dengan melaksanakan praktik langsung. Dalam pelatihan ini perlu menanamkan nilai

keaktivitas dan inovasi terkait peluang yang ada serta dapat memanfaatkan perkembangan teknologi dalam memanfaatkan sumber daya lokal secara optimal. Setelah itu, memberikan pelatihan kepada BUMDES untuk agar terbentuk lembaga yang membantu perekonomian masyarakat Desa Wonoharjo. Proyek di Desa Wonoharjo ini bertujuan untuk membentuk mental kewirausahaan dan meningkatkan kreativitas masyarakat dalam pengelolaan buah salak. Selain itu, aspek pemasaran dengan memanfaatkan teknologi menjadi salah satu upaya meningkatkan nilai tambah komoditas salak agar berkembang dan menjangkau daerah lain. Pelatihan digital marketing ini akan diikuti oleh petani atau anak petani yang memiliki *smartphone*. Sementara untuk kegiatan pelatihan BUMDES, selain memberikan pelatihan kami akan membuat modul yang akan diberikan kepada pengurus BUMDES.

5. Praktik Pembuatan Manisan Salak

a. Persiapan

Tahap persiapan ini meliputi penyortiran buah salak dengan tingkat kematangan yang sama. Kemudian mengupas kulit buah salak dan pembuangan kulit ari. Setelah itu, biji salak dibuang dan buahnya diiris. Irisan dapat berbentuk bulat ataupun bentuk lain sesuai kreativitas. Terakhir mencuci buah salak hingga bersih.

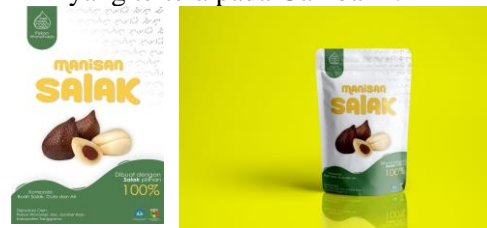
b. Peracikan Bumbu Manisan Salak

Selanjutnya meracik bumbu untuk manisan salak. Bumbu manisan salak ini meliputi cabai keriting, cabai rawit, jeruk lemon, bubuk kayu manis, gula pasir, kapur sirih dan garam. Giling semua bumbu (kecuali jeruk lemon) masukkan ke dalam rebusan air tunggu sampai mendidih dan tunggu semua bahan menjadi larut. Lalu masukkan salak yang sudah dipotong-potong dan

aduk rata sampai matang dan tambahkan perasan air jeruk lemon.

c. Pengemasan

Angkat dan biarkan sampai dingin manisan salak yang sudah matang. Disini kami menyiapkan inovasi pengemasan agar lebih menarik konsumen untuk membeli, seperti yang tertera pada Gambar 4.



Gambar 4 Konsep *Packing* Manisan Salak

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian masyarakat memperhatikan kebutuhan dan potensi masyarakat yang bersangkutan (Muyana, 2015). Sehingga terdapat tiga output yang dihasilkan dari kegiatan ini, yakni: (1) Inovasi pengolahan salak, (2) Digital marketing, dan (3) Peningkatan kapasitas kelembagaan di Desa Wonoharjo, Kabupaten Tanggamus, Provinsi Lampung. Pembuatan manisan salak dan pelatihan digital marketing diikuti oleh kader PKK, sementara kegiatan peningkatan kapasitas kelembagaan diikuti oleh pengurus BUMDes Wonoharjo.

Pertama, inovasi pengolahan salak yang dirancang adalah manisan salak. Manisan salak dipilih karena salak sebagai potensi Desa Wonoharjo belum mampu menghasilkan nilai tambah. Padahal, Desa Wonoharjo yang mayoritas penduduknya petani sayur dan buah. Selain itu juga, manisan salak sederhana dan mudah diolah. Dengan adanya inovasi manisan salak diharapkan dapat meningkatkan nilai jual buah salak bagi petani di Desa Wonoharjo.

Hal yang harus diperhatikan dalam pembuatan manisan salak adalah menjaga kualitas produk dan

pengemasan. Penerapan *digital marketing* yang memungkinkan semua masyarakat dapat mengakses sehingga diperlukan kualitas produk dari proses produksi hingga sampai di tangan konsumen harus sangat terjaga rasanya. Untuk itu beberapa hal yang perlu diperhatikan adalah: (a) Memilih bahan utama yang berkualitas; (b) Memanfaatkan bahan alami sebagai pengawet; (c) Memperhatikan kebersihan lingkungan; dan (d) Menggunakan kemasan yang higienis dan menarik. Terkait modal pembuatan manisan salak tertera pada Tabel 1.

Tabel 1 Modal Pembuatan Manisan Salak

Bahan	Satuan	Harga
Salak	2 Kg	Rp8.000
Cabai	¼ Kg	Rp5.000
Rawit		
Cabai	¼ Kg	Rp5.000
Keriting		
Lemon	¼ Kg	Rp5.000
Kayu Manis	25 Gram	Rp5.000
Garam	1 Bungkus	Rp2.000
Gula Pasir	1 Kg	Rp16.000
Total		Rp46.000

Berdasarkan Tabel 1, terlihat bahwa total modal untuk pembuatan 2 kg (salak utuh) manisan salak sebesar Rp46.000. Berdasarkan hasil praktik dengan ibu-ibu kader, dalam 2 kg salak dapat menghasilkan 6 kemasan, dimana 1 kemasan di bandrol dengan harga Rp15.000. Dengan demikian penerimaan kotor dari 2 kg manisan salak adalah Rp90.000, untuk total penerimaan bersihnya adalah Rp44.000 (Rp90.000-Rp46.000). Sehingga luaran dari PkM ini adalah adanya produk manisan salak. Proses pembuatan manisan salak yang relatif mudah, dapat membantu meningkatkan nilai tambah salak sehingga diharapkan dapat meningkatkan perekonomian masyarakat Desa Wonoharjo. Adapun proses pembuatan manisan salak tertera pada Gambar 5.



Gambar 5 Proses Pembuatan Manisan Salak

Kedua, pelatihan *digital marketing*. Salah satu masalah yang dihadapi petani salak Desa Wonoharjo adalah pemasaran. Dengan adanya pelatihan *digital marketing* diharapkan masyarakat dapat memasarkan manisan salak dengan pangsa pasar yang lebih besar. Sebanyak 8 dari 10 orang sudah sering menggunakan aplikasi Shopee dan juga jaringan internet di Desa Wonoharjo cukup stabil, sehingga *digital marketing* kedepannya dapat dilaksanakan dengan mudah. Sistem *digital marketing* yang berfungsi untuk meningkatkan pemasaran (Diana Rapitasari, 2016; Kurniawan, 2021).



Gambar 6 Pelatihan *Digital Marketing*

Ketiga, peningkatan Kapasitas Kelembagaan di Desa Wonoharjo. Salah satu peran BUMDES adalah motor penggerak perekonomian desa. Jika masyarakat mampu mengimplemtasikan manisan salak dan mampu mengoptimalkan pemasaran digital maka BUMDES akan sangat berperan penting dalam pengembangan usaha dan pemberian hibah kepada para petani

sehingga dapat mendorong peningkatan kesejahteraan masyarakat desa. dilaksanakan kegiatan sosialisasi penguatan kapasitas BUMDes yang dihadiri oleh 10 orang (Gambar 6).

Adanya pandemi Covid-19 maka pelatihan ini dilaksanakan secara hybrid, pengurus BUMDes berkumpul di kantor Desa Wonoharjo sementara narasumber berada di Bandar Lampung dengan metode penyampaian materi melalui virtual Zoom (Gambar 7).



Gambar 7 Peserta Peningkatan Kapasitas BUMDes

PkM ini memiliki manfaat langsung dan manfaat tidak langsung. Manfaat langsungnya adalah: (a) Manfaat dari proyek ini sangat berpengaruh terhadap petani salak di Desa Wonoharjo. Petani salak dapat mengkreasikan produk unggulan berupa manisan salak; (b) Meningkatnya nilai tambah produk unggulan salak melalui inovasi dalam pengemasan; (c) Menciptakan iklim usaha yang berdaya saing berbasis teknologi melalui digital marketing. Peningkatan sumber daya manusia melalui pengetahuan teknologi (terlebih dalam bidang pemasaran); (d) Terbentuknya kemandirian ekonomi dan *Sustainable Community Empowerment*; dan (e) Menciptakan lembaga BUMDes yang bersinergi dan optimal.

Sementara manfaat tidak langsungnya adalah: (a) Menciptakan lapangan pekerjaan baru. Pemasaran digital sangat membutuhkan tenaga kerja baru yakni kurir. Terlebih dalam kondisi pandemi saat ini, tidak sedikit

masyarakat yang melakukan belanja *online*; (b) Menginspirasi petani lain (seperti petani buah jambu kristal) untuk mengembangkan usahanya melalui inovasi atau olahan hasil pertanian; (c) Meningkatkan pendapatan masyarakat Desa Wonoharjo. Ketika pendapatan masyarakat meningkat maka daya beli masyarakat juga akan meningkat yang pada gilirannya akan meningkatkan pendapatan Desa Wonoharjo; (d) Meningkatnya eksistensi Desa Wonoharjo. Peningkatan eksistensi ini dapat menjadi peluang bagi Desa Wonoharjo dan desa-desa sekitar untuk menjadikan Kabupaten Tanggamus lebih dikenal terutama terkait potensi yang dimiliki (salah satunya pariwisata); dan (e) Adanya perbaikan infrastruktur (seperti jalan) di Desa Wonoharjo.

Keberlanjutan proyek sosial akan terus difasilitasi oleh tim, akan tetapi untuk keberlanjutan proyek jangka panjang akan diambil alih oleh BUMDes. BUMDes sebagai Badan Usaha Milik Desa akan terus menjalankan dan tentunya mengembangkan inovasi dari produksi salak Desa Wonoharjo. BUMDes nantinya akan diisi oleh masyarakat desa Wonoharjo sendiri sehingga mengetahui tentang potensi sekaligus kelemahan potensi yang dimiliki. BUMDes juga diharapkan dapat mengembangkan komoditas lain seperti, buah-buahan, sayuran, dan tentunya berbagai hasil panen agar lebih menghasilkan secara ekonomi dan dapat memberikan kesejahteraan masyarakat khususnya petani yang menggantungkan hidupnya dari hasil panen potensi desa Wonoharjo.

Sumber dana untuk operasional keberlanjutan proyek sosial yang terarah tentunya sangat diperlukan guna berjalannya produksi manisan salak dan juga BUMDes. Sumber dana untuk keberlanjutan usaha manisan salak ini nantinya akan berasal dari keuntungan yang didapat selama penjualan maupun bantuan dari pemerintah

daerah/kabupaten terkait. Besar kemungkinan juga sumber dana operasional keberlanjutan ini dapat berasal dari dana masyarakat sendiri yang dengan inisiatifnya masing-masing guna mengembangkan BUMDes dan usaha inovasi salaknya.

Pelaksana pasca proyek akan dilakukan oleh masyarakat setempat Desa Wonoharjo dengan tetap dipantau oleh team. Masyarakat desa Wonoharjo melalui BUMDes akan terus menjalankan inovasi manisan salak yang telah dikembangkan baik cara pembuatan, kemasan hingga cara penjualan. BUMDes yang dikelola Desa Wonoharjo ini juga tentunya akan terus mengembangkan inovasi agar hasil panen khususnya buah-buahan memiliki nilai jual yang lebih tinggi dan diminati masyarakat daripada harus dijual ke tengkulak ataupun pengepul. Saat ini, Desa Wonoharjo selain memiliki komoditas salak, juga memiliki banyak kebun jambu, pisang, pepaya, dan lain sebagainya. Buah-buahan tersebut dapat diolah lebih lanjut oleh masyarakat untuk menghasilkan inovasi terbaru sehingga diminati oleh masyarakat dan memiliki nilai jual yang lebih tinggi. Berbagai pertimbangan dan dukungan diatas, besar harapan agar proyek sosial Desa Wonoharjo, Kabupaten Tanggamus ini akan memiliki hasil yang baik juga tingkat keberlanjutan yang bermanfaat dan terarah.

Proyek sosial yang dilaksanakan di Wonoharjo dapat dikatakan berhasil apabila memperoleh skor penilaian ≥ 7 (tujuh) untuk total seluruh indikator. Hal ini akan ditinjau ulang untuk bisa memetakan indikator atau bagian mana yang harus ditingkatkan pada kegiatan atau masa mendatang.

SIMPULAN

Berdasarkan kegiatan PkM yang telah dilakukan, wawasan yang diperoleh adalah masyarakat Desa Wonoharjo sudah menyadari pentingnya nilai

tambah suatu produk. Hal ini dapat terlihat dari usaha masyarakat Desa yang sudah mencoba membuat produk unggulan melalui pembuatan keripik salak. Namun karena besarnya nilai penyusutan dan pembuatan keripik salak yang memerlukan modal yang besar membuat masyarakat merasa bahwa mereka tidak untung ketika memproduksi keripik salak. Untuk itu, tim hadirkan produk manisan salak dengan nilai penyusutan yang lebih rendah. Kondisi jaringan yang stabil di Desa Wonoharjo menjadikan peluang besar bagi Desa untuk mengoperasikan digital marketing agar produk unggulan dapat dijual ke luar daerah.

Tim pengabdian menyarankan kepada mitra agar perlunya pelatihan-pelatihan semacam ini guna membangun pemahaman dan kesadaran masyarakat mengenai inovasi olahan produk unggulan, digital marketing serta penguatan kapasitas kelembagaan (BUMDes). Selain salak, komoditas yang dimiliki Desa Wonoharjo adalah jambu kristal. Untuk itu, diharapkan adanya pelatihan inovasi produk olahan jambu kristal. Pelatihan yang dihadirkan di tengah-tengah masyarakat tentunya dengan menyesuaikan kemampuan masyarakat, adanya evaluasi lanjutan setelah kegiatan serta program yang berkesinambungan.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih disampaikan kepada seluruh masyarakat dan perangkat Desa Wonoharjo, Kabupaten Tanggamus yang telah memberikan kesempatan kepada tim pengabdian masyarakat Universitas Lampung untuk bisa mengadakan kegiatan secara baik dan menyeluruh. Selain itu juga, terima kasih kepada pemateri dan LPPM Unila atas terselenggaranya kegiatan ini dengan sangat baik.

DAFTAR PUSTAKA

Aida, N., Darmawan, A., & Hermawan,

- E. (2021). Desa kiluan negeri kabupaten tanggamus akibat coronavirus disease (*Covid-19*). *Nemui Nyimah*, 1(2), 24–36.
- BPS. (2021). Statistik Pertanian Kabupaten Tanggamus.
- Dinda, S. Wiji. (2022). Pendapatan dan Kesejahteraan Rumah Tangga Petani Salak di Desa Wonoharjo, Kecamatan Sumberejo, Kabupaten Tanggamus.
- Darmawan, A. (2019). Meningkatkan peran inkubator bisnis sebagai katalis penciptaan wirausaha di asia pasifik: Tinjauan ekonomi makro. *Equity: Jurnal Ekonomi*, 7(1), 1–12. <https://doi.org/10.33019/equity.v7i1.24>
- Darmawan, A., Alamsyah, R., Koswara, R., & Ahmadi, D. (2022). Strengthen the role of village owned enterprises (BUMDes) to improve social welfare and reduce inequality in rural areas: Lesson from Indonesia. *Proceedings of the 3rd International Conference of Business, Accounting, and Economics, ICBAE 2022, 10-11 August 2022, Purwokerto, Central Java, Indonesia, 2017–2020*. <https://doi.org/10.4108/eai.10-8-2022.2320874>
- Darmawan, A., Nairobi, N., Rusman, T., & Palupi, W. (2022). Pendampingan masyarakat putus sekolah dan tidak mampu guna meningkatkan taraf ekonomi keluarga melalui program penuntasan wajib belajar 12 tahun di pkbm jaya kesuma. *Aptekmas: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(4), 104–110. <http://dx.doi.org/10.36257/apts.vxixpp104-110>
- Diana Rapisari. (2016). Digital marketing berbasis aplikasi sebagai strategi meningkatkan kepuasan pelanggan. *Jurnal Cakrawala*, 10(2), 107–112. <http://www.cakrawalajournal.org/index.php/cakrawala/article/view/36>
- Kurniawan. (2021). Impact of the village fund on village infrastructure development in Indonesia. *Forum Ekonomi*, 23(3), 513–522.
- Misgiantoro, R., Prasmatiwati, F. E., & Nurmayasari, I. (2017). Analisis kelayakan finansial usahatani salak pondoh di desa wonoharjo, kecamatan sumberejo, kabupaten tanggamus. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*, 5(1), 22–30. <https://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/1671/1497>
- Mulhearn, C., & Vane, H. R. (2016). Economics and business. *Economics for Business*, 1(2), 1–34. https://doi.org/10.1007/978-1-137-42923-0_1
- Mulyana, N. (2016). Need assessment masyarakat sekitar kampus di jatinangor. *Share Social Work Journal*, 6(1).
- Mustika, M. (2019). Penerapan teknologi digital marketing untuk meningkatkan strategi pemasaran snack tiwul. *JSAI (Journal Scientific and Applied Informatics)*, 2(2), 165–171. <https://doi.org/10.36085/jsai.v2i2.352>
- Porter, M. E., & van der Linde, C. (1995). Toward a new conception of the environment-competitiveness relationship. *Journal of Economic Perspectives*, 9(4), 97–118. <https://doi.org/10.1257/jep.9.4.97>