



NENGAH NYAPPUR

JURNAL PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

PEMBERDAYAAN IBU RUMAH TANGGA PENERIMA MANFAAT PROGRAM KELUARGA HARAPAN UNTUK MENINGKATKAN KAPASITAS INDUSTRI RUMAH TANGGA DI DESA WAY WAKAK, KECAMATAN ABUNG BARAT, LAMPUNG UTARA

Usman Raidar, Junaidi, Muhammad Guntur Purboyo, Erna Rochana

1-13

Penguatan Industri Kreatif Berbasis Kearifan Lokal

Moh. Nizar, Hasbi Sidik, Damar Wibisono

14-23

PENGUATAN KAPASITAS KELEMBAGAAN PADA KELOMPOK PETANI KAKAO SIDORUKUN DESA KEDIRI KECAMATAN GADINGREJO

Dewi Ayu Hidayati, I Gede Sidemen, Asnani, Azis Amriwan

24-35

Transformasi Galeri Makhga Legun Menjadi Museum Adat

Bartoven Vivit Nurdin, Yuni Ratna Sari, Dewi Ayu Hidayati, Ifaty Fadliliana Sari

36-47

PELATIHAN PENYUSUNAN E-MARKETSPACE SEBAGAI MODEL PROMOSI DI ERA DIGITAL UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK LOKAL KEPADA GENERASI MUDA

Prasetya Nugeraha, Junaidi Junaidi, Muhammad Guntur Purboyo

48-57

PEMBANGUNAN KESADARAN DAYA SAING PARIWISATA INTERNASIONAL PADA KELOMPOK PEMUDA DI BANDAR LAMPUNG

Fahmi Tarumanegara, Hasbi Sidik, Fitri Juliana Sanjaya

58-70

EDITORIAL BOARDS

Editor in Chief

Damar Wibisono, M.A., Universitas Lampung, Indonesia

Associate Editor

Dr. Bartoven Vivit Nurdin, Universitas Lampung, Indonesia

Aziz Amriwan, M.Si., Universitas Lampung, Indonesia

Muhammad Guntur Purboyo, M.Si., Universitas Lampung, Indonesia

Junaidi, M.Sos., Universitas Lampung, Indonesia

Ifaty Fadiliana Sari, MA., Universitas Lampung, Indonesia

Assistant Editor

Dr. Asnani, MA., Universitas Lampung, Indonesia

Fuad Abdulgani, MA., Universitas Lampung, Indonesia

Peer-Reviewers

Prof. Dr. Hartoyo, M.Si., Universitas Lampung, Indonesia.

Prof. Muhammad Fadhil Nurdin, M.A. Ph.D., Universitas Padjadjaran, Indonesia

Dr. Soni A. Nulhaqim, M.Si., Universitas Padjadjaran, Indonesia

Ali Maksum, M.A. Ph.D., Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Indonesia

Drs. I Gede Sidemen, M.Si., Universitas Lampung, Indonesia.

KATA PENGANTAR

Penerbitan Jurnal Nengah Nyappur edisi Voleme 1. Nomor 1 Juli 2022 ini disajikan dengan beragam tema hangat pada pengabdian masyarakat terkait dengan Pemberdayaan Ibu Rumahtangga Penerima Manfaat Program Keluarga Harapan dalam Meningkatkan Kapasitas INdustri Rumah Tangga; Pengutan Industri Kreatif Berbasis Kearifan Lokal; Penguatan Kapasitas Kelembagaan pada Kelompok Petani Kakao; Transformasi Galeri Markha Legun Menjadi Musium Adat; Pelatihan Penyusunan E-marketspace Sebagai Model Promosi di Era Digital; serta Pembangunan Kesadaran Daya Saing PAriwisata Interpersonal Pad Kelompok Pemuda di Bandar Lampung.

Ucapan terimakasih kami hantarkan pada dewan redaksi yang telah menyempatkan waktu untuk menelaah artikel-artikel yang masuk. Tak lupa ucapan terimakasih juga kami hantarkan pada seluruh penulis yang berkontribusi dalam karya tulisnya dan bersedia diterbitkan di Jurnal Nengah Nyappur: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung. Kami terbuka untuk kritik dan saran yang konstruktif dari para pembaca sekalian dalam upaya kami untuk terus meningkatkan kualitas jurnal Nengah Nappur.

Salam Redaksi,

DAFTAR ISI

PEMBERDAYAAN IBU RUMAH TANGGA PENERIMA MANFAAT PROGRAM KELUARGA HARAPAN UNTUK MENINGKATKAN KAPASITAS INDUSTRI RUMAH TANGGA DI DESA WAY WAKAK, KECAMATAN ABUNG BARAT, LAMPUNG UTARA

Usman Raidar, Junaidi Junaidi, Muhammad Guntur Purboyo, Erna Rochana 1

PENGUATAN INDUSTRI KREATIF BERBASIS KEARIFAN LOKAL

Moh. Nizar, Hasbi Sidik, Damar Wibisono 14

PENGUATAN KAPASITAS KELEMBAGAAN PADA KELOMPOK PETANI KAKAO SIDORUKUN DESA KEDIRI KECAMATAN GADINGREJO

Dewi Ayu Hidayati, I Gede Sidemen, Anani, Azis Amriwan 24

Transformasi Galeri Makhga Legun Menjadi Museum Adat

Bartoven Vivit Nurdin, Yuni Ratna Sari, Dewi Ayu Hidayati, Ifaty Fadliliana Sari .. 36

PELATIHAN PENYUSUNAN *E-MARKETSPACE* SEBAGAI MODEL PROMOSI DI ERA DIGITAL UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK LOKAL KEPADA GENERASI MUDA

Prasetya Nugeraha, Junaidi Junaidi, Muhammad Guntur Purboyo 48

PEMBANGUNAN KESADARAN DAYA SAING PARIWISATA INTERNASIONAL PADA KELOMPOK PEMUDA DI BANDAR LAMPUNG

Fahmi Tarumanegara, Hasbi Sidik, Fitri Juliana Sanjaya 58



PEMBERDAYAAN IBU RUMAH TANGGA PENERIMA MANFAAT PROGRAM KELUARGA HARAPAN UNTUK MENINGKATKAN KAPASITAS INDUSTRI RUMAH TANGGA DI DESA WAY WAKAK, KECAMATAN ABUNG BARAT, LAMPUNG UTARA

Usman Raidar¹⁾, Junaidi^{2)*}, Muhammad Guntur Purboyo³⁾, Erna Rochana⁴⁾

^{1,2,3,4)}Jurusan Sosiologi, Fisip Universitas Lampung

*Corresponding Authors: Junaidi@fisip.unila.ac.id

ABSTRAK

Amanat UUD 1945 pasal 34 ayat 1 menjelaskan bahwa fakir miskin dan anak terlantar di pelihara oleh Negara. Amanat tersebut merupakan landasan hukum dalam mewajibkan Negara memberikan bantuan kepada masyarakat. Keluarga yang merupakan bagian dari masyarakat merupakan hal wajib yang harus menerima manfaat dari kewajiban Negara dalam memberikan bantuan. Selama ini, bantuan langsung yang diberikan pemerintah kepada masyarakat atau keluarga miskin yang ada dalam masyarakat berupa bantuan tunai yang berbentuk Program Keluarga Harapan (PKH). Namun, bantuan tersebut tidak signifikan dalam memberikan dampak kepada masyarakat untuk bisa menjadi keluarga yang mandiri. Berangkat dari hal demikian, perlu adanya formalasi yang memberikan dampak yang signifikan untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat menjadi masyarakat yang mandiri, yaitu melalui pemberdayaan kepada Ibu Rumah Tangga keluarga penerima manfaat PKH.

Keyword: Pemberdayaan, IRT, KPM PKH, Kemiskinan, Pemberdayaan Keluarga, Desa Way Wakak

ABSTRACT

The mandate of the 1945 Constitution article 34 paragraph 1 explains that the poor and neglected children are looked after by the State. This mandate is the legal basis for requiring the State to provide assistance to the community. Families who are part of society are mandatory and must receive benefits from the State's obligation to provide assistance. So far, direct assistance provided by the government to the community or poor families in the community is in the form of cash assistance in the form of the Program Keluarga Harapan (PKH). However, the assistance is not significant in giving impact to the community to be able to become independent families. Departing from this, it is necessary to have a formalization that has a significant impact on improving the standard of living of the community to become an independent society, namely through empowerment of housewives of PKH beneficiary families.

Keyword: Empowerment, IRT, KPM PKH, Poverty, Family Empowerment, Way Wakak Village

PENDAHULUAN

Dalam tataran yang paling rendah, institusi yang terkena dampak kemiskinan dimulai dari kemiskinan keluarga. Di mana keberadaan keluarga merupakan bagian dari eksistensi keberadaan masyarakat. Ketidakberdayaan keluarga dalam menghadapi kemiskinan menjadi suatu momok yang memperihatinkan dalam kehidupan sosial masyarakat. Karena mulai dari ketidakberdayaan ini akan menimbulkan segala penyakit sosial di tengah masyarakat. Oleh karena itu, untuk membangunkan masyarakat dari ketidakberdayaan menjadi suatu yang berdaya, maka yang harus dilakukan yaitu melakukan pemberdayaan kepada keluarga-keluarga miskin yang ada di masyarakat.

Selama ini hal praktis yang telah dilakukan oleh pemerintah untuk meningkatkan kualitas hidup keluarga miskin dari ketidakberdayaan, yaitu memberikan bantuan langsung tunai kepada keluarga yang membutuhkan. Konsep bantuan yang berlaku dan selama ini dicanangkan pemerintah, yaitu melalui PKH (Program Keluarga Harapan). Namun bantuan tersebut tidak dapat mengeluarkan masyarakat dari garis kemiskinan secara signifikan, bahkan ada beberapa tempat di daerah Provinsi Lampung ingin ditambahkan jumlah keluarga penerima. Artinya, bantuan tersebut bukan terlihat mengeluarkan masyarakat dari garis kemiskinan, namun dijadikan sebagai program yang membuat ketergantungan masyarakat (Observasi tanggal 25 Januari 2020).

Selain itu, ketidakpahaman keluarga miskin terhadap filosofi bantuan Program Keluarga Harapan (PKH) juga memberikan andil dalam ketidakberhasilan program ini dalam mencapai tujuannya, sehingga bantuan ini cenderung tidak berhasil secara signifikan. Padahal tujuan dari Program Keluarga Harapan (PKH) yang selama ini diberikan pemerintah, yaitu menjadikan keluarga yang mandiri dan meningkatkan taraf hidup yang lebih sejahtera. Artinya, membebaskan keluarga miskin dari kemiskinan. Bahkan misi khusus yang diberikan ke Program Keluarga Harapan (PKH), yaitu menurunkan angka kemiskinan yang jumlahnya begitu banyak. Menurut data BPS (2016) jumlah angka kemiskinan sampai bulan maret 2016 tembus angka 28,01 jiwa atau setara dengan 10,86%. Oleh karena itu, setiap program harus dapat diarahkan sesuai dengan cita-cita program, sehingga penanganan yang dilakukan tepat sasaran sesuai dengan cita-cita program.

Berangkat dari hal demikian, penanganan serius dalam mengentaskan kemiskinan keluarga yang menerima Program Keluarga Harapan (PKH) harus dilakukan melalui berbagai macam instrumen dan melibatkan semua komponen. Salah satunya yaitu melalui pemberdayaan yang melibatkan akademisi. Tentu tujuannya pemberdayaan tersebut akan berdampak kepada perubahan masyarakat secara signifikan. Dengan kata lain, tujuannya yaitu untuk menjadikan masyarakat yang lebih mandiri, baik secara sosial maupun secara pemikiran. Dengan demikian, pemberdayaan ini dimaksudkan untuk menggerakkan masyarakat hidup mandiri dengan pola kerja yang praktis sesuai dengan harapan yang dicita-citakan.

Di sisi yang berbeda, salah satu desa yang perlu pemberdayaan saat ini yaitu di Desa Way Wakak, Kecamatan Abung Barat, Kabupaten Lampung Utara. Dari studi pendahuluan yang telah dilakukan ditemukan bahwa, keluarga yang menerima manfaat dari PKH, yaitu sebanyak 55 keluarga. Melihat jumlah tersebut Desa Way Wakak dapat dikategorikan sebagai desa yang memiliki begitu banyak keluarga yang menerima manfaat (Data Desa Way Wakak, 2020).

Dari studi pendahuluan juga di temukan bahwa, masyarakat Desa Way Wakak merasa bantuan tersebut kurang, malah ingin ditambahkan. Padahal desa tersebut kaya akan sumber daya yang bisa di olah, seperti Gula Aren, Singkong, dan lain sebagainya. Bahkan, menurut keterangan kepala desanya ada beberapa penerima manfaat yang sudah tidak layak menerima manfaat tersebut, karena sudah ada keluarga penerima manfaat yang hidupnya sudah berkecukupan.

Dari hal demikian, dapat disimpulkan bahwa keluarga penerima manfaat masih tidak bisa berfikir mandiri, karena mereka masih mengharapkan dan meminta bantuan secara terus-menerus. Padahal mereka sudah memiliki sumber daya yang berkecukupan. Oleh karena itu, Desa Way Wakak, Kecamatan Abung Barat, Kabupaten Lampung Utara perlu dilakukan suatu bentuk penyadaran pemikiran dan pengetahuan supaya dapat berfikir dan bekerja mandiri. Bentuk penyadaran pemikiran dan pengetahuan tersebut dapat dilakukan dalam bentuk pemberdayaan masyarakat khususnya ibu rumah tangga keluarga penerima manfaat yang tergabung dalam Program Keluarga Harapan (PKH).

METODE

Pengabdian ini dilaksanakan di Desa Way Wakak, Kecamatan Abung Barat, Kabupaten Lampung Utara pada tanggal 15 Januari. Kegiatan ini dilakukan di Way Wakak karena daerah ini sangat perlu diberikan pemahaman mengenai potensi yang mereka punya. Selain itu, permasalahan yang dihadapi berakibat pada rasa kemandirian membuat perlunya suatu formulasi pengabdian sebagai bentuk penyadaran pemikiran dan pengetahuan supaya dapat berfikir dan bekerja mandiri. Bentuk penyadaran pemikiran dan pengetahuan tersebut dapat dilakukan dalam bentuk pemberdayaan masyarakat khususnya ibu rumah tangga keluarga penerima manfaat yang tergabung dalam Program Keluarga Harapan (PKH). Kegiatan ini dilaksanakan menggunakan metode *Case Study*, Potensial Mapping, FGD, Sosialisasi.



Sumber: diolah dari hasil pengabdian

Pelaksanaan kegiatan ini mulai dari tahapan pra pengabdian dengan melakukan studi pendahuluan (Observasi, Dokumentasi, dan Wawancara sederhana) di tempat lokasi pengabdian. Setelah itu, melakukan mapping potensi yang mereka punya di lapangan. Kemudian, mengundang Keluarga penerima manfaat Program Keluarga Harapan (PKH) untuk memberikan pemahaman melalui *Brainstorming* dan *FGD* (*Fokus Group Discussion*).

Setelah rangkaian acara *Brainstorming* dan *FGD* (*Fokus Group Discussion*) dilakukan, kemudian melakukan sosialisasi kepada seluruh penerima manfaat PKH. Setelah semuanya selesai, baru melakukan penyusunan laporan mengenai kegiatan yang dilakukan di dalam pengabdian. Dalam kegiatan ini, kegiatan ini dimulai dari tim

pengabdian melaksanakan pendampingan di lapangan sesuai dengan kegiatan yang telah direncanakan. Selain itu, tim akan melakukan kontrol pada setiap tahapan yang akan dilakukan, serta melakukan evaluasi di setiap kegiatan pada tahap akhir implementasi kegiatan. **Dalam proses kegiatannya, pengabdian ini** melibatkan beberapa komponen masyarakat, yaitu akademisi (mahasiswa dan Dosen), pemerintah desa, dan masyarakat yang ada di daerah Pengabdian khususnya para penerima PKH, serta masyarakat desa secara keseluruhan.

HASI DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian ini dilaksanakan di Desa Way Wakak, Kecamatan Abung Barat, Kabupaten Lampung Utara, Provinsi Lampung. Pengabdian ini berupa pemberian pemahaman kepada penerima manfaat Perogram Keluarga Harapan (PKH) tentang modal sosial yang mereka punya, terutama kepada ibu rumah tangga penerima manfaat. Walaupun objek pendampingan ditunjukkan kepada ibu rumah tangga penerima manfaat PKH, namun penerima mamfaat yang lain seperti lansia, Bapak-Bapak rumah tangga, juga diberikan pemahaman mengenai pentingnya kemandirian sosial yang harus mereka punya.

Proses pengabdian ini terdiri dari 4 (empat tahap) masing-masing tahapnya mengarah pada capaian akhir dari tujuan pengabdian. Adapun tahapan kegiatan secara rinci sebagai berikut:

A. *Case Study dan Problem Mapping*

Kegiatan ini dilakukan dalam rangka mengidentifikasi secara umum beberapa kasus serupa tentang implementasi PKH (Program Keluarga Harapan) yang mereduksi kegiatan-kegiatan dengan mengaitkan produksi rumah tangga para penerima manfaat. Dari hasil identifikasi ini sebagian besar permasalahan yang muncul pada keluarga penerima mafaat. Pertama, rendahnya rasa kemandirian yang bermuara pada rasa ketergantungan KPM pada program-program yang bersifat stimulant. Artinya, posisi ini melemahkan mereka untuk dapat berdaya saing (Junaidi, Purboyo, & Amriwa, 2021). Kedua, minimnya pemahaman tentang potensi yang mereka miliki, sebagian kecil terdapat

beberapa kasus yang sesungguhnya telah mengetahui potensinya akan tetapi tidak memiliki kemampuan dalam mengelola potensi (Sofianto, 2020).

Ketiga, proses dilektika tentang kemiskinan mengarahkan mereka ada pemahaman bahwa kemiskinan adalah hal yang wajar. Di sisi lain, KPM program PKH memiliki pemahaman bahwa bantuan yang diberikan pemerintah adalah kewajiban dari Negara sehingga tidak membutuhkan timbal balik dari penerima bantuan, termasuk didalamnya program PKH. Kondisi dimana masyarakat menganggap kemiskinan sebagai “takdir” merupakan masalah orientasi yang juga menjadi kendala yang mendominasi di dalam para penerima PKH (Sofianto, 2020; Purboyo, 2021; Junaidi, Nur, & Randi, 2021). Hasil dari case study ini yang kemudian mengarahkan pada tahapan selanjutnya yaitu potensial mapping.

B. FGD

Pemahaman tersebut diberikan lewat FGD (*Focus Group Discussion*). Selain itu, para penerima manfaat juga diberikan bimbingan mengenai potensi yang mereka miliki dan bagaimana cara mengolah potensi yang mereka punya. Selanjutnya, pengabdian ini juga memberikan pelatihan mengenai cara menganalisa hambatan, tantangan, dan peluang dari potensi desa yang mereka punya. Kegiatan ini dilaksanakan bulan Januari 2020 yang melibatkan beberapa komponen masyarakat, baik akademisi, maupun masyarakat yang ada di daerah Desa Way Wakak. Model kegiatan dilakukan dengan memberikan pemahaman terhadap keluarga penerima manfaat PKH sehingga dapat berdaya dan lebih mandiri. Pelaksanaan kegiatan ini merumuskan kegiatan yang diberikan suatu solusi dari target permasalahan.

Keluarga penerima manfaat program PKH di bagi kedalam 3 kelompok yang di bagi berdasarkan 3 dusun yang ada di daerah Way Wakak. Daftar kelompok tersebut dapat dilihat dalam tabel di bawah ini:

Tabel 1 Jumlah Ibu rumah Tangga Penerima Manfaat Program keluarga harapan Desa Way Wakak, Kecamatan Abung Barat, Kabupaten Lampung Utara Tahun 2019

Kelompok 1			Kelompok 2			Kelompok 3		
No	Nama	PKH	No	Nama	PKH	No	Nama	PKH
1	Herna wati	✓	1	Nila wati dewi	✓	1	Rosmawati	✓

2	Eryanti	✓
3	Desiyana	✓
4	Rohaya	✓
5	Rohayu	✓
6	Qoriah	✓
7	Partini	✓
8	Siti anifah	✓
9	Jarapi	✓
10	Sumarni	✓
11	Ira	✓

2	Sri Asih	✓
3	Sukinah	✓
4	Nurul Hayati	✓
5	Septia Riyanti	✓
6	Ngatini	✓
7	Lestari	✓
8	Sumarni	✓
9	Siti Rohani	✓
10	Jumilah	✓
11	Nurhayati	✓
12	Ngatinem	✓
13	Sunayah	✓
14	Mesiyem	✓
15	Rusmiyati	✓
16	Suyati	✓
17	Rika Sari	✓
18	Eli Yusmini	✓
19	Rohana	✓
20	Suarni	✓
21	Maryanah	✓
22	Sarlina Dewi	✓
23	Sumilah	✓

2	Rubiyanti	✓
3	Siti Anisdar	✓
4	Sukiyah	✓
5	Suliyah	✓
6	Nurma Wahyunita	✓
7	Jumemi	✓
8	Suhana	✓
9	Nanik Andriyani	✓
10	Zubaidah	✓
11	Eliyanti	✓
12	Siyami	✓
13	Sri Suromi	✓
14	Yunani	✓
15	Johan	✓
16	M. Rozi	✓
17	Halimah	✓
18	Salbian	✓
19	Zalia	✓
20	Rodiah	✓
21	Jumirah	✓

(Sumber: diolah dari Data PKH Desa Way Wakak)

Ketiga kelompok tersebut kemudian diberikan pemahaman mengenai solusi dari permasalahan yang mereka hadapi. Tentu pemahaman itu diberikan dengan metode tertentu. Kemudian diperlihatkan mengenai output dari komponen permasalahan. Tentu dari output tersebut akan ditemukan keluaran yang dapat dihasilkan dari solusi yang mereka dapatkan.

C. Target Permasalahan dan Solusi permasalahan

Bantuan langsung bersyarat berupa Program Keluarga Harapan (PKH) yang diberikan pemerintah kepada keluarga miskin di Desa Way Wakak, belum mampu menciptakan kemandirian sosial secara signifikan. Masyarakat pada umumnya dan kaum perempuan yang memilih untuk menjadi Ibu Rumah Tangga secara khususnya, terbelenggu dalam ketidakberdayaan mengembangkan potensi karena keterbatasan kompetensi dan keterampilan, fleksibilitas waktu, dan modal.

Dari studi lapangan ditemukan bahwa, keluarga penerima manfaat PKH masih terus membutuhkan bantuan, padahal mereka memiliki potensi untuk dapat mandiri. Pengakuan sekertaris desa Way Wakak menunjukkan bahwa, bantuan PKH bukan menjadikan masyarakat Desa Way Wakak mandiri, malahan bantuan tersebut menjadikan masyarakat terus merasa ketergantungan. Oleh karena itu, dengan Modal sosial dan modal sumberdaya yang mereka miliki, sebenarnya sudah cukup membuat mereka mandiri.

Dari permasalahan yang ditemukan di studi lapangan tersebut, solusi dan target yang telah dilakukan dalam pengabdian ini, yaitu meningkatkan kemampuan KPM PKH dalam mengakses kebutuhan hidupnya dan melepaskan diri dari ketergantungan dan kemiskinan. Bentuk solusi dan permasalahan yang telah diberikan untuk dilakukan oleh masyarakat antara lain dijelaskan dalam bentuk table di bawah ini:

Tabel 2. Solusi dari Permasalahan

No	permasalahan	Solusi	Komponen	Metode	Output komponen	Luaran
1	Kemiskinan dan kurangnya pemahaman mengenai potensi yang dimiliki	Meningkatkan Pemahaman kepada IRT KPM PKH dalam menemukan i kemiskinan sekaligus mengenal potensi sumber penghidupan.	Brainstorming terkait dengan apa itu kemiskinan, dan modal sosial sebagai sarana pengembangan ekonomi keluarga	Ceramah	Peningkatan pemahaman kepada IRT KMP PKH terkait dengan kemiskinan dan strategi yang dapat digunakan untuk melepaskan diri dari kemiskinan	Terbentuk-nya Kelompok usaha mikro berbasis potensi Desa, antara lain: Gula Aren, Bebek petelur, Perikanan Air Tawar, Kerajinan Tangan lokal

				Diskusi berkelompok	Adanya peta problem mapping sederhana terkait dengan apa yang menyebabkan mereka terjerat dalam kemiskinan	
2	Ketidakmampuan dalam mengakses kebutuhan hidup dari potensi yang mereka miliki.	Meningkatkan kemampuan KPM dalam mengakses kebutuhan hidupnya melalui pemetaan potensi yang ada sebagai upaya dan strategi melepaskan diri dari kemiskinan	Pengutan kapasitas institusi keluarga dalam mengakses sumber-sumber penghidupan keluarga	Role Play	Meningkatkan Kekompakan Kelompok yang telah terbentuk, memberikan gambaran sederhana pola kordinasi dan berkerjasama sebagai metode peningkatan kapasitas modal sosial kelompok KPM	Adanya kesepakatan bersama IRT KPM PKH dalam mengmbangkan dan melaksanakan metode <i>lifelyhood</i> sebagai basis peningkatan asset dalam modal sosial kelompok sebagai strategi untuk mengisi kekosongan rung dalam pembangunan Desa.
			- Strategi penguatan dan kemandirian keluarga	Pelatihan Membuat Canvas Model Bisnis	Mampu mengidentifikasi potensi yang dapat dimanfaatkan sesuai dengan kemampuan Keluarga Penerima Manfaat	
				Diskusi Kelompok	Kesepakatan masing-masing kelompok terkait dengan pengembang	

					an usaha yang dapat menyokong pertumbuhan dan produktifitas diri dan Desa belalui Badan Usaha Milik Desa (BUM Desa	
--	--	--	--	--	--	--

Sumber: hasil olahan tim Pengabdian (2022)

D. Evaluasi Pelaksana dan Keberlanjutan

Tim melaksanakan pendampingan di lapangan sesuai dengan kegiatan yang telah direncanakan. Selain itu, tim akan melakukan kontrol pada setiap tahapan yang akan dilakukan, serta melakukan evaluasi di setiap kegiatan pada tahap akhir implementasi kegiatan. Pengabdian ini melakukan pengawasan kepada keluarga penerima PKH pasca kegiatan. Ketika kegiatan tersebut terasa belum berhasil sepenuhnya, maka pengabdian ini akan berusaha melakukan pengabdian selanjutnya tentang kekurangan yang perlu di sempurnakan.

SIMPULAN

Berdasarkan evaluasi pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada masyarakat yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa, masyarakat sebenarnya memiliki potensi untuk mandiri. Hal ini dikarenakan mereka memiliki sumberdaya yang cukup untuk membuat mereka berdaya secara sosial, dan mandiri secara ekonomi. Namun, memang perlu diberikan pemahaman untuk memahami potensi dan kendala mereka. Selain itu, ketidak mampuan dalam mengelola hasil dari sumber daya yang mereka miliki, seperti pengelolaan hasil perkebunan dan pertanian, pemasaran hasil pertanian dan perkebunan, dan lain-sebagainya membuat masyarakat pada umumnya, dan Ibu Rumah Tangga Penerima Manfaat Program Keluarga Harapan pada khususnya tidak dapat mandiri secara cepat, sehingga membutuhkan pendampingan dalam bentuk pemberdayaan tingkat lanjut.

Selain itu, keberhasilan PKH tidak terlalu mampu membuat Ibu Rumah Tangga Penerima Manfaat Program Keluarga Harapan untuk berdaya dan mandiri, karena

bantuan ini tidak terlalu besar jumlahnya. Selain itu, Ibu Rumah Tangga Penerima Manfaat Program Keluarga Harapan menganggap program ini terus berkelanjutan sehingga membuat ketergantungan.

Sebagai saran kami menganggap perlu adanya pemberdayaan dalam bentuk pendampingan tingkat lanjut kepada Ibu Rumah Tangga Penerima Manfaat Program Keluarga Harapan (IRT PM PKH). Pendampingan dan pelatihan yang diperlukan khususnya dalam pemberian penyadaran akan pentingnya mengelola sumberdaya alam yang mereka miliki untuk keluar dari garis kemiskinan.

Selain itu, perlu adanya pendampingan dan pelatihan dalam mengelola Sumber daya yang mereka miliki. Khususnya bagaimana dalam mengelola modal sosial yang mereka punya. Perlu pemberian pengetahuan dalam bagaimana mengelola jaringan sosial sebagai media pemasaran hasil perkebunan dan pertanian. Pelatihan-pelatihan tingkat lanjut juga perlu dilakukan terutama dalam menambah nilai guna produk hasil pertanian dan perkebunan yang mereka hasilkan. Hal ini tentu memerlukan pendampingan dan pelatihan yang harus mereka jalani. Tentu pendampingan dan pelatihan itu membutuhkan instruktur atau fasilitator yang handal dibidang pemberdayaan hasil pertanian dan perkebunan tingkat lanjut. Oleh karena itu, desa ataupun pemerintah daerah perlu menyediakan sumber daya yang handal di bidang tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Beesley, A. D., & Shebby, S. (2010, Agustus 03). Evaluating capacity building in education: The North Central Comprehensive Center. Retrieved 01 20, 2020, from ResearchGate: https://www.researchgate.net/publication/234596915_Evaluating_Capacity_Building_in_Education_The_North_Central_Comprehensive_Center/link/57f9362308ae886b898461d9/download
- Bourdieu, P., & Wacquant, L. (1992). *An Invitation to Reflexive Sociology*. Chicago: University of Chicago Press.
- Chaskin, R. J., Brown, P., Venkatesh, S., & Vidal, A. (2001). *Building community capacit*. New Yor.

- Connolly, P., & York, P. (2002). Evaluating capacity-building efforts for nonprofit organizations. *Organization Development Practitioner*, 34(4), 33-39.
- Evans, S., Raymond, C., & Perkins, D. D. (2018, November 18). Organizational and Community Capacity Building. Retrieved from researchgate: <https://www.researchgate.net/publication/280131790>
- Harsh, S. (2010). Chapter 1: Gaining Perspective on A Complex Task: A multidimensional Approach to Capacity Building. In S. Harsh, K. Bradley, K. Good, & J. Ross, *Capacity building technical assistance: Change agent analyses* (pp. 1-19). Charlestown, WV: Edvantia Appalachia Regional Comprehensive Center. Retrieved from <http://www.msjohnson.net/blog/wp-content/uploads/2010/10/ARCC-Change-AgentAnalyses.pdf>
- Ife, J., & Tesoriero, f. (2016). *Community Development*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Kuangan, D. J. (2015). *Kajian Program Keluarga Harapan*. Jakarta: Direktorat Jendral Anggaran Kementerian Keuangan Republik Indonesia. Retrieved from <http://www.anggaran.depkeu.go.id/content/Publikasi/Kajian%20dan%20artikel/Kajian%20PKH.pdf>
- Lammert, J. D., Johnson, L., & Fiore, T. A. (2015). *Conceptualizing capacity building*. Rockville, MD: Westat. Retrieved from <https://www2.ed.gov/about/offices/list/osep/rda/cipp2-conceptualizing-capacity-building-2-10-15.pdf>
- Plastrik, P., & Taylor, M. (2006, September 18). *NET GAINS: A Handbook for Network Builders Seeking Social Change*. Retrieved from *NET GAIN - Network Impact*: <http://networkimpact.org/downloads/NetGainsHandbookVersion1.pdf>
- Utomo, D., Hakim, A., & Ribawanto, H. (2014). Pelaksanaan Program Keluarga Harapan dalam Meningkatkan Kualitas Hidup Rumah Tangga Miskin (Studi pada Unit Pelaksana Program Keluarga Harapan Kecamatan Purwoasri Kabupaten Kediri). *Jurnal Administrasi Publik (JAP)*, 2(1), 29-34. Retrieved from <https://media.neliti.com/media/publications/76777-ID-pelaksanaan-program-keluarga-harapan-dal.pdf>

- Woolcock, M. (1998). Social Capital and Economic Development: Toward A Theoretical Synthesis and Policy Framework. *Theory and Society*, 27(2), 151-249. doi:<https://doi.org/10.1023/A.1006884930135>
- Yamin, S., & Dartanto, T. (2017). Pengentasan Orang Miskin di Indonesia; Peran Modal Sosial yang Terlupakan. *Journal Ekonomi dan Pembangunan Indonesia*, 17(1), 88-102. doi:<http://dx.doi.org/10.21002/jepi.v17il.656>.



Penguatan Industri Kreatif Berbasis Kearifan Lokal

Moh. Nizar ^{1)*}, Hasbi Sidik²⁾, Damar Wibisono³⁾

^{1,2} Jurusan Hubungan Internasional, FISIP, Universitas Lampung

³ Jurusan Sosiologi, FISIP, Universitas Lampung

*Corresponding Authors: nizar_dia@yahoo.co.id

ABSTRAK

Kegiatan sosialisasi penguatan industri kreatif berbasis kearifan lokal bagi para pelaku industri kreatif secara umum bertujuan memberikan pemahaman tentang pentingnya mengembangkan pembangunan kota atau daerah kreatif yang berbasis kearifan lokal. Kegiatan ini dilakukan pada tanggal 15 Oktober 2016 di FISIP Universitas Lampung. Kegiatan dilaksanakan mulai pukul 08.00 WIB s.d. pukul 16.00 WIB. Kegiatan diawali dengan melakukan *pre test* untuk melihat pemahaman peserta sebelum dilaksanakannya kegiatan dan *post test* untuk melihat pemahaman peserta setelah dilaksanakannya kegiatan. Berdasarkan evaluasi yang dilakukan, terlihat bahwa pemahaman peserta setelah mendapatkan materi kegiatan mengalami peningkatan 15,8%. Pemahaman awal peserta sebelum dilaksanakannya kegiatan sosialisasi penguatan industri kreatif berbasis kearifan lokal sebesar 59,47, sementara setelah dilaksanakannya kegiatan sosialisasi peserta mengalami peningkatan nilai sebesar 75,27. Hasil evaluasi juga menunjukkan bahwa sebagian peserta mengalami peningkatan pengetahuan sebesar 30-40%. Data tersebut menunjukkan bahwa peserta sangat antusias dalam mengikuti kegiatan tersebut dan terjadi peningkatan pemahaman terhadap kegiatan yang dilaksanakan. Antusias peserta juga tampak dari keterlibatan aktif peserta dalam setiap sesi kegiatan dimana peserta mampu menjawab dan merespon setiap pertanyaan pada saat kegiatan sosialisasi berlangsung. Dengan demikian, dapat ditarik kesimpulan bahwa kegiatan ini memberikan dampak positif bagi peserta terutama dalam hal peningkatan pengetahuan peserta tentang "Penguatan Industri Kreatif Berbasis Kearifan Lokal".

Kata Kunci: industri kreatif, kearifan lokal

ABSTRACT

Socialization activities for strengthening local wisdom-based creative industries for creative industry players generally aim to provide an understanding of the importance of developing creative city or regional development based on local wisdom. This activity was carried out on October 15, 2016 at FISIP, University of Lampung. Activities are carried out starting at 08.00 a.m. until at 16.00 p.m. The activity begins with a pre-test to see the participants' understanding before the activity is carried out and a post-test to see the participants' understanding after the activity is carried out. Based on the evaluation carried out, it was seen that the participants' understanding after receiving the activity materials increased by 15.8%. The initial understanding of the participants before the socialization activity for strengthening the creative industry based on local wisdom was 59.47, while after the socialization activity the participants experienced an increase in the value of 75.27. The results of the evaluation also showed that some participants experienced an increase in knowledge of 30-40%. The data shows that participants are very enthusiastic in participating in these activities and there is an increase in understanding of the activities carried out. The enthusiasm of the participants was also evident from the active involvement of the participants in each activity session where participants were able to answer and respond to every question during the socialization activity. Thus, it can be concluded that this activity has a positive impact on participants, especially in terms of increasing participants' knowledge about "Strengthening Creative Industries Based on Local Wisdom".

Keywords: creative industry, local wisdom

PENDAHULUAN

Konsep ekonomi kreatif pertama kali diperkenalkan oleh John Howkins pada tahun 2001. Dia merupakan ahli yang memiliki banyak profesi. Selain berprofesi sebagai pencipta film, dia sangat aktif menyebarluaskan ekonomi kreatif pada pemerintah Inggris. Di kalangan pemerintah negara-negara Eropa, dia terlibat banyak dalam kajian dan diskusi mengenai kebijakan ekonomi kreatif.

Howkins (2001) mengatakan bahwa ekonomi kreatif merupakan kegiatan ekonomi yangmana input serta outputnya berupa gagasan atau bisa dimaknai kreatifitas merupakan gagasan. Dengan bermodal gagasan tersebut, seseorang dengan kreatifitas yang dimiliki akan mendapatkan penghasilan yang mencukupi. Gagasan yang dimaksud disini yaitu gagasan yang orisinilalitasnya dapat dilindungi oleh HKI. Seperti bintang film, penyanyi, periset, pencipta lagu, atau lainnya yang sebelumnya belum pernah diciptakan (Nenny, 2008).

Industri kreatif dewasa ini dipercaya mampu meningkatkan lapangan kerja serta mendorong pertumbuhan ekonomi. Pemerintah Indonesia sendiri hingga saat ini telah melakukan pemetaan dan menemukan bahwa terdapat 14 sektor industri kreatif yaitu: (1) video, film, dan fotografi, (2) arsitektur, (3) musik, (4) kerajinan, (5) televisi dan radio, (6) fesyen, (7) periklanan, (8) permainan interaktif, (9) pasar seni dan barang antik, (10) seni pertunjukan, (11) penerbitan dan percetakan, (12) layanan komputer dan piranti lunak, (13) desain, dan (14) riset dan pengembangan. Untuk memperkuat sektor industri kreatif, pemerintah berupaya dengan mengeluarkan INPRES Nomor 6 Tahun 2009 tentang *Pengembangan Ekonomi Kreatif*, dan pada tahun 2011 Kementerian Pariwisata dan Ekonomi kreatif (Kemenparekraf) resmi dibentuk dengan dasar Perpres No. 92 Tahun 2011.

14 sektor industri kreatif tersebut diharapkan dapat menjadi andalan setiap daerah sebagai penggerak pertumbuhan serta pembangunan ekonomi. Sektor tersebut dapat dijadikan dasar dalam meningkatkan produktifitas seseorang yang kreatif dan bertalenta atau seseorang yang mengutamakan kemampuan ilmu pengetahuan dan yang memiliki kreativitas tinggi. Oleh sebab itu, industri kreatif dari definisi pemerintah mengutamakan kreatifitas individu, keterampilan, kemampuan dan talenta yang mempunyai kemampuan untuk meningkatkan taraf hidup serta mampu menciptakan tenaga kerja melalui gagasan dan eksploitasi HKI.

Menurut Florida (2005), keberlangsungan industri kreatif sangat bergantung pada tiga hal berikut; 1) kreativitas (*talent*); 2) kondisi sosial-politik yang demokratis; 3) dan tempat (*place*) yang aman. Untuk itu mengingat basis industri kreatif adalah talent dan kreativitas, maka perlindungan terhadap unsur-unsur tersebut sangat penting untuk melindungi keberlangsungan ekonomi kreatif. Dengan kata lain, untuk menunjang kreativitas masyarakat kenyamanan sebuah kota atau daerah sangat menentukan dalam menumbuhkembangkan berbagai sektor industri kreatif. Selain itu, sebuah kota atau daerah tidak bisa serta merta mencangkokkan sebuah industri kreatif yang sukses di wilayah lain dengan mengabaikan unsur-unsur kelokalan di wilayah masing-masing.

Schumpeter di dalam tesisnya yang berjudul *creative destruction theory* menjelaskan bahwa untuk meningkatkan produktifitas diperlukan inovasi-inovasi skala mikro maupun pada tingkat perusahaan serta pada tingkat makro dalam konteks lokal dan negara. Inovasi ini pada akhirnya akan mendukung pertumbuhan ekonomi, hal ini diutarakan secara jelas oleh Schumpeter.

Dalam konteks di atas, jika suatu daerah ingin mengembangkan industri kreatif seyogianya mengembangkan ekonomi kreatif berbasis kearifan lokal di daerah itu sendiri. Pengembangan industri kreatif berbasis budaya lokal ini selain tetap menjaga tradisi sekaligus juga memiliki nilai strategis di era ekonomi digital. Oleh karena itu, kelompok-kelompok komunitas masyarakat di Lampung yang menekuni sektor industri kreatif maka penting untuk membangun kesadaran mereka bahwa mereka memiliki potensi yang besar melalui pengembangan ekonomi kreatif yang berbasis kearifan lokal.

Kegiatan ini secara garis besar akan membahas tentang pentingnya membangun sektor industri kreatif berbasis kearifan lokal yang ada di Provinsi Lampung. Semoga kegiatan ini bermanfaat untuk meningkatkan kesadaran masyarakat dalam mengembangkan industri kreatif berbasis kearifan lokal.

METODE

Tempat dan Waktu

Kegiatan sosialisasi ini diselenggarakan di FISIP Universitas Lampung, pada tanggal 15 Oktober 2016. Kegiatan dilaksanakan mulai pukul 08.00 WIB s.d. pukul 16.00 WIB. Adapun rincian kegiatan dijabarkan pada tabel 1. berikut:

Tabel 1. Jadwal Kegiatan

No.	Waktu	Kegiatan	Keterangan
1.	07.30-08.00	Pendaftaran peserta dan pembukaan	Panitia
	08.00-08.30	Evaluasi awal (<i>Pre Test</i>)	Tim
2.	08.30-10.30	Materi I: ” Konsep industri kreatif dan kearifan lokal”	Moh. Nizar, S.IP., M.A
3.	10.30-12.30	Materi II: “Pola pengembangan industri kreatif”	Damar Wibisono, S.Sos., M.A.
6.	12.30-13.00	<i>Istirahat siang</i>	Panitia
4.	13.00-15.00	<i>Materi III:</i> “Kaitan antara globalisasi dan industri kreatif”	Hasbi Sidik, S.IP., M.A.
5.	15.00-15.30	Evaluasi Akhir (<i>Post Test</i>)	Tim
6.	15.30-16.00	<i>Penutupam</i>	Panitia

Khalayak Sasaran

Sosialisasi penguatan industri kreatif berbasis kearifan lokal diperuntukkan bagi para pelaku industri kreatif di Kota Bandar Lampung. Yang mana selama ini masih banyak para pelaku indutri kreatif yang belum memasukkan konten lokal dalam produk instrinya, padahal hal tersebut sangat berguna dalam meningkatkan nilai ekonomi sebuah produk disamping juga dapat melestarikan kekayaan warisan tradisional Lampung.

Metode Kegiatan

Metode kegiatan yang digunakan dalam sosialisasi ini yaitu ceramah dan diskusi tentang penguatan industri kreatif berbasis budaya lokal di Provinsi Lampung, serta evaluasi bersama mengenai implementasi kebijakan industri kreatif di kota atau daerah.

Kerangka Pemecahan masalah

Para pelaku indutri kreatif di Kota Bandar Lampung khususnya, masih belum banyak memasukkan konten lokal padahal hal tersebut dapat meningkatkan nilai ekonomi sebuah produk. Untuk memecahkan permasalahan tersebut, maka perlu dilakukan sosilisasi dengan kerangka pemecahan masalah seperti terlihat pada tabel 2 berikut:

Tabel 2. Kerangka Pemecahan Masalah

No.	Kondisi Saat Ini	Threatment (Perlakuan)	Kondisi yang Diharapkan
1.	Banyak pelaku industri kreatif belum memanfaatkan kearifan lokal yang ada	Memberikan sosialisasi mengenai penguatan industri kreatif berbasis kearifan lokal	Peserta memiliki kesadaran untuk mengembangkan industri kreatif berbasis kearifan lokal
2.	Pelaku industri kreatif belum memahami pengembangan ekonomi kreatif yang didasarkan pada kearifan lokal	Memberikan sosialisasi mengenai pengembangan ekonomi kreatif yang didasarkan pada kearifan lokal	Peserta memahami pengembangan ekonomi kreatif yang didasarkan pada kearifan lokal
3.	Sosialisasi penguatan industri kreatif berbasis kearifan lokal masih jarang dilakukan	Sosialisasi penguatan ekonomi kreatif berdasarkan kearifan lokal	Peserta pelaku industri kreatif memahami pengembangan ekonomi kreatif berdasarkan kearifan lokal

Metode Evaluasi

Evaluasi dalam kegiatan sosialisasi dilakukan dengan tahapan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui tingkat pemahaman dan pengetahuan peserta kegiatan dilakukan dengan cara mengevaluasi dalam bentuk evaluasi awal (*pre test*). Cara ini dilakukan untuk melihat tingkat pemahaman dan pengetahuan peserta.
2. Setelah dilakukan *pre test*, peserta diberikan materi berupa makalah yang dipresentasikan dengan materi: konsep industri kreatif dan kearifan lokal, pola pengembangan industri kreatif, dan kaitan antara globalisasi dan industri kreatif.
3. Evaluasi akhir (*post test*) dilakukan untuk melihat pengetahuan akhir peserta setelah dilakukan kegiatan. Dan tahap akhir dari kegiatan evaluasi adalah diskusi terhadap masalah-masalah yang belum dimengerti terkait dengan materi yang telah diberikan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Sosialisasi

Adapun kegiatan pengabdian dilakukan dengan skenario sebagai berikut:

Tabel 2. Kegiatan Sosialisasi

1.	Nama Materi	: Konsep industri kreatif dan kearifan lokal
	Materi ke -	: 1
	Waktu	: 2 jam
	Metode	: Ceramah dan Diskusi
	Sarana	: LCD dan Papan Tulis
2.	Nama Materi	: Pola pengembangan industri kreatif
	Materi ke -	: 2
	Waktu	: 2 jam
	Metode	: Ceramah dan Diskusi
	Sarana	: LCD dan Papan Tulis
3.	Nama Materi	: Kaitan antara globalisasi dan industri kreatif
	Materi ke -	: 3
	Waktu	: 2 jam
	Metode	: Ceramah dan Diskusi
	Sarana	: LCD dan Papan Tulis

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan judul Penguatan Kreatif Berbasis Kearifan Lokal ini diawali dengan memberikan evaluasi awal (*Pre Test*) terhadap 28 peserta sosialisasi. Kegiatan ini dilakukan untuk melihat kemampuan awal peserta sebelum dilakukannya kegiatan sosialisasi.

Setelah dilakukan evaluasi tahap awal kegiatan dilanjutkan dengan memberikan materi tentang konsep industri kreatif dan kearifan lokal. Materi ini disampaikan oleh Moh. Nizar, S.IP., M.A. Materi selanjutnya dalam kegiatan ini yaitu tentang Pola pengembangan industri kreatif. Materi ini disampaikan oleh Damar Wibisono, S.Sos., M.A. Untuk materi terakhir dalam kegiatan ini disampaikan oleh Hasbi Sidik, S.IP., M.A. dengan tema kaitan antara globalisasi dan industri kreatif.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat diakhiri dengan melakukan evaluasi akhir (*Post Test*) terhadap peserta kegiatan. Kegiatan ini dilakukan untuk melihat kemampuan dan pengetahuan yang diperoleh peserta setelah dilakukan kegiatan

pengabdian. Kegiatan sosialisasi ini dilaksanakan dengan harapan mampu meningkatkan pengetahuan peserta dalam hal ini para pelaku industri kreatif yang berada di Kota Bandar Lampung.



Gambar 1. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat

Hasil Evaluasi

Evaluasi pada kegiatan ini dilaksanakan sebanyak dua sesi yaitu sesi pertama yang disebut evaluasi awal (*Pre Test*) dan sesi kedua yang disebut evaluasi akhir (*Post Test*). Evaluasi awal dilaksanakan sebelum peserta memperoleh materi. Langkah ini dilakukan untuk melihat pemahaman dan pengetahuan awal peserta sosialisasi. Soal-soal singkat diberikan kepada peserta sesuai dengan pokok bahasan yang akan disampaikan.

Evaluasi akhir dilakukan pasca peserta memperoleh materi sesuai yang sesuai dengan pokok bahasan yang disampaikan. Sama halnya dengan evaluasi awal, evaluasi di akhir dilaksanakan dengan memberikan soal-soal serupa dengan evaluasi di awal. Langkah ini dilakukan untuk mengetahui apakah terjadi peningkatan pemahaman dan pengetahuan peserta terhadap materi yang disampaikan. Hasil evaluasi awal dan akhir dapat dilihat dalam tabel 4. berikut:

Tabel 4. Hasil Evaluasi Kegiatan

No. Peserta	Nilai Pre-test	Nilai Post-test	Persentase Kenaikan
1	72	87	15
2	66	80	14
3	55	82	27

4	56	75	19
5	65	77	12
6	69	80	11
7	55	70	15
8	60	90	30
9	69	80	11
10	65	85	20
11	55	70	15
12	63	76	13
13	69	80	11
14	72	90	18
15	65	85	20
16	55	75	20
17	63	76	13
18	70	86	16
19	65	80	15
20	72	87	15
21	66	80	14
22	69	80	11
23	50	90	40
24	65	85	20
25	55	70	15
26	63	76	13
27	70	86	16
28	65	80	15
Rata-rata	59,47	75,27	15,8

Pembahasan

Jika melihat tabel 4 di atas, menunjukkan bahwa terjadi peningkatan pemahaman dan pengetahuan peserta terhadap materi yang disampaikan yaitu sebesar 15,8%. Tabel 4. memperlihatkan bahwa tingkat pemahaman dan pengetahuan peserta sebelum dilakukan kegiatan sosialisasi penguatan industri kreatif berbasis kearifan lokal yang menyangkut materi tentang konsep industri kreatif dan kearifan lokal, pola pengembangan industri kreatif, dan kaitan antara globalisasi dan industri kreatif terbilang rendah yaitu sekitar 59,47, sedangkan setelah dilaksanakan kegiatan sosialisasi terjadi peningkatan skor menjadi 75,27. Fakta lainnya yang menarik jika melihat tabel 4 yaitu terdapat beberapa peserta yang mengalami peningkatan nilai hingga 30-40%. Hal ini tentunya dapat menjadi indikator keseriusan dan antusias peserta dalam mengikuti rangkaian kegiatan ini dan materi yang diberikan selama kegiatan mampu ditangkap baik oleh peserta.

Selain data dalam tabel 4. di atas, antusias peserta juga dapat dilihat dari keaktifan peserta selama kegiatan berlangsung. Peserta juga dapat merespon seluruh pertanyaan dengan menjawab sesuai dengan substansinya. Selain itu, peserta juga mampu melakukan simulasi yang diberikan oleh pemateri.

Melihat kondisi demikian, maka dapat ditarik kesimpulan bahwasannya kegiatan sosialisasi ini memberikan peningkatan pengetahuan dan pemahaman peserta tentang "Penguatan Industri Kreatif Berbasis Kearifan Lokal".

SIMPULAN

Jika melihat hasil evaluasi awal (*pre-test*) dan dan evaluasi akhir (*post-test*) dari kegiatan sosialisasi tentang "Penguatan Industri Kreatif Berbasis Kearifan Lokal" yang dilakukan, maka kesimpulan dapat dijabarkan sebagai berikut:

- a. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan tema " Penguatan Industri Kreatif Berbasis Kearifan Lokal" dapat meningkatkan pemahaman dan pengetahuan peserta. Meningkatnya pemahaman dan pengetahuan peserta dapat dilihat dari skor nilai rata-rata yang meningkat sebesar 15,8%. Partisipasi aktif peserta dalam menjawab pertanyaan juga menjadi indikator meningkatkan pengetahuan dan pemahaman peserta.
- b. Meningkatnya motivasi peserta untuk melaksanakan atau membuat produk industri kreatif dengan berbasis kearifan lokal. Hal ini dapat dilihat dari respon dan antusiasme peserta dalam mengajukan beberapa pertanyaan terkait dengan jenis-jenis produk industri yang berbasis kearifan lokal.
- c. Meningkatkan pengetahuan atau pemahaman peserta tentang industri kreatif berbasis kearifan lokal, termasuk didalamnya tentang produk-produk industri kreatif berbasis kearifan lokal, strategi pemasaran produk, dan upaya peningkatan daya saing produk industri kreatif berbasis kearifan lokal di era globalisasi.

DAFTAR PUSTAKA

Florida, Richard. (2005). *Cities and the Creative Class*. Rutledge, London, New York.
Howkins, John. (2001). *The Creative Economy : How People Make Money from Ideas*. London: Penguin Press

Instruksi Presiden Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2009 tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif

Nenny, Anggraini. (2008). *Industri Kreatif*. Jurnal ekonomi Desember 2008 Volume XIII No. 3 hal. 144-151

Schumpeter, Joseph. (1942). *Capitalism, Socialism, and Democracy*. New York: Harper & Bros.



**PENGUATAN KAPASITAS KELEMBAGAAN PADA KELOMPOK PETANI
KAKAO SIDORUKUN DESA KEDIRI KECAMATAN GADINGREJO**

Dewi Ayu Hidayati^{1)*}, I Gede Sidemen²⁾, Asnani³⁾, Azis Amriwan⁴⁾

^{1,2,3,4}Jurusan Sosiologi FISIP Universitas Lampung

*Corresponding Authors: dewiayu.hidayati@fisip.unila.ac.id

ABSTRAK

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berbentuk pelatihan dan pendampingan dalam hal penguatan kapasitas kelembagaan kelompok tani Sidorukun Kecamatan Gadingrejo Kabupaten Pringsewu. Peserta yang dilibatkan dalam kegiatan ini berjumlah 15 orang yang berasal dari aparatur desa setempat, pengurus kelompok tani dan pengurus BUMDES di Desa tersebut. Metode yang digunakan dalam pelatihan ini diantaranya: ceramah, tanya jawab, dan forum discussion group (FGD). Kegiatan pengabdian ini secara khusus telah mengarah pada beberapa capaian tujuan diantaranya yakni: pada aspek kognitif, telah terjadi peningkatan pemahaman para peserta mengenai langkah langkah operasional penguatan kapasitas kelembagaan kelompok tani, seperti dalam hal kegiatan pengadministrasian, kegiatan pemberdayaan masyarakat, peancangan kegiatan kerjasama, pemanfaatan bantuan dari pemerintah, dan pembentukan struktur organisasi beserta peran dan fungsi dalam struktur kelembagaan tersebut. Pada aspek praktis, terlihat ada keinginan dan kesadaran yang kuat bagi kelompok tani untuk meningkatkan kapasitas kelembagaan kelompok tani melalui berbagai langkah yang dilakukan dari apa yang disampaikan pada saat kegiatan PKM tersebut berlangsung

Kata kunci: Penguatan kapasitas, kelembagaan, pemetaan, kelompok tani

ABSTRACT

This community service activity is in the form of training and assistance in strengthening the institutional capacity of farmer groups. The participants involved in this activity amounted to 12 people who came from village officials, farmer groups, and BUMDES administrators in Kediri Village. The methods used in this training include: lectures, question and answer sessions, discussions, and forum discussion groups (FGD). This service activity in particular has led to several goal achievements, including: in the cognitive aspect, there has been an increase in participants' understanding of strengthening group institutional capacity, mapping village potential, problems faced and administration. Participants have been able to identify the potential of the village and the problems faced by farmers so that from this it can be used as a reference to provide the best solution to support institutional capacity strengthening. On the practical aspect, it appears that there are concrete efforts in implementing the institutional management of farmer groups, namely the active activities carried out by farmer groups and the use of facilities and facilities supported by government assistance.

Keywords: Capacity building, institutional, mapping, farmer groups

PENDAHULUAN

Konsep dasar dari suatu pembangunan adalah pencapaian kesejahteraan masyarakat. Dengan kata lain tujuan utama dari pembangunan adalah kesejahteraan sehingga akan ada banyak usaha guna mencapai tujuan tersebut. Pembangunan akan menjadi sangat optimal jika usaha yang dilakukan oleh masyarakat dapat dikolaborasikan dengan kebijakan pemerintah. Subekti, Sudarko, dan Sofia (2015) mengatakan bahwa dengan mensinergikan hubungan yang terjalin antara kelompok dengan pemangku kepentingan lainnya di lingkungan sosial kelompok tersebut, suatu kelompok tersebut dapat berkembang lebih kuat.

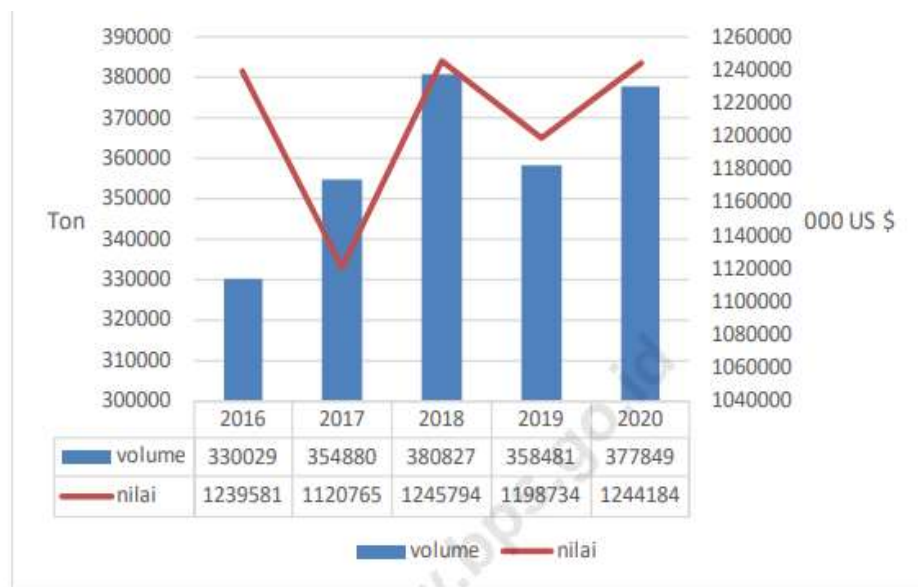
Pada era pembangunan sekarang ini, negara dituntut untuk menyusun strategi pembangunan berkelanjutan. Pembangunan berkelanjutan ini mengacu pada konsep pembangunan nasional. Pada Peraturan Presiden No. 59 tahun 2017 mengenai Pedoman Pelaksanaan Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (TPB) bahwa upaya pencapaian TPB akan lebih efektif jika dimulai dari tingkat basis baik itu tingkat desa maupun tingkat komunitas (Sari, Siahainaina, dan Hadiwijoyo, 2020). Kelembagaan, menurut Hadiwijoyo & Anisa (2019), merupakan aspek penting dalam mencapai pembangunan berkelanjutan. Kekuatan dan kualitas kelembagaan akan membantu tercapainya pembangunan berkelanjutan. Oleh karena itu, peningkatan kapasitas kelembagaan menjadi pertimbangan penting dalam rangka meningkatkan kinerja lembaga dalam tugas dan kegiatannya. Seperti halnya kelembagaan dalam bidang pertanian yaitu kelompok tani yang memiliki peran penting dalam kemajuan dan produktivitas hasil pertanian.

Seran dan Kote (2007) dalam studinya menemukan bahwa kelembagaan kelompok tani dapat meningkatkan dan memperkuat kompetensi mereka dengan berpartisipasi aktif dalam semua kegiatan yang berhubungan dengan kebutuhan mereka. Proses pengembangan kemampuan setiap individu, organisasi, atau sistem di dalam kelompok tani disebut sebagai penguatan kapasitas kelembagaan kelompok tani.

Penguatan kelembagaan kelompok tani sangat diperlukan terutama bagi wilayah yang atau daerah yang potensinya perlimpah. Penguatan kelompok tani dapat dilakukan dengan langkah langkah operasional seperti merumuskan strategi penguatan dari aspek organisasi, aspek sumber dayam aspek pelayanan, aspek kemitraan dan aspek daya saing. Strategi penguatan kelembagaan kelompok tani dapat maksimal manakala

tidak hanya dilakukan oleh masyarakat kelompok tani saja tetapi juga memerlukan dukungan dan keterlibatan dari aparat pemerintah desa serta dinas atau instansi terkait. Banyak sekali kemanfaatan dari penguatan kelembagaan kelompok tani, salah satunya melalui kegiatan pemberdayaan masyarakat yang dilakukan dapat menjadi salah satu cara meningkatkan pengetahuan dan *skill* petani sehingga dengan kemampuan yang dimiliki tersebut menjadikan masyarakat petani dapat menggerakkan pembangunan pertanian secara lebih mandiri dan secara tidak langsung dapat juga meningkatkan kesejahteraan mereka. Penguatan kelembagaan kelompok tani sangat efektif karena dapat sebagai sarana belajar, bekerjasama, pemupukan modal kelompok dalam mengembangkan usaha pertaniannya (Hermanto et al, 2011)

Di Indonesia, kakao menjadi salah satu komoditas ekspor dalam menghasilkan pendapatan negara selain sektor migas. Hal itu sesuai dengan data BPS tahun 2020 sebagai berikut:



Gambar 1. Data ekspor kakao tahun 2016-2020 (Sumber: BPS, 2020)

Total ekspor Kakao lima tahun terakhir mengalami fluktuatif naik-turun peningkatan berkisar antara 5,40 persen sampai dengan 7,53 persen per tahun sedangkan penurunan mencapai 5,87 persen (BPS, 2020).

Indonesia merupakan negara produsen dan eksportir Kakao terbesar ketiga dunia setelah Ghana dan Pantai Gading. peluang ekspor yang sekarang semakin terbuka, pasar biji kakao di dalam negeri masih cukup besar. Pasar potensial yang akan menyerap

pemasaran biji kakao sekarang adalah industri pengolahan kakao yang berada di Pulau Jawa. Hal ini membuka peluang untuk daerah-daerah di luar Pulau Jawa yang lahan perkebunannya masih luas untuk menghasilkan kakao yang berkualitas.

Potensi yang besar tersebut jika didukung dengan kapasitas kelembagaan tentunya akan membuat produktivitas meningkat. Sangat disayangkan jika potensi tersebut tidak dapat dioptimalkan karena minimnya kapasitas kelembagaan kelompok tani kakao. Fitriani (2015) dalam penelitiannya mengatakan bahwa koordinasi dan komunikasi yang rendah baik antar anggota maupun pengurus dalam kelompok tani menyebabkan kelembagaan dalam kelompok tani juga tidak menjadi kuat. . Selain itu permasalahan lainnya yaitu banyak kelompok tani yang belum mengalami perkembangan bahkan jalan ditempat dikarenakan anggota kelompok tani yang tidak memiliki pengetahuan akan penguatan kelembagaan kelompok tani tersebut sehingga ketika kelompok tani sudah terbentuk mereka tidak memiliki perencanaan yang jelas, kebingungan mau melakukan apa setelah kelompok tani terbentuk, peran pengurus kelompok tani yang sangat rendah, anggota kelompok yang tidak jelas, struktur organisasi tidak lengkap sehingga tidak berjalan sesuai dengan fungsinya serta kurang adanya pembinaan (Hermanto et al, 2011).

Tidak hanya itu banyak juga kelembagaan kelompok tani dibentuk bukan atas dasar keinginan atau kesadaran bersama tetapi hanya keinginan atau kesadaran sekelompok orang saja dengan berbagai macam alasan tertentu sehingga pembentukannya hanya bersifat sementara atau dadakan karena dibentuk ketika ada bantuan dari pihak pihak tertentu salah satunya yaitu pemerintah yang mengharuskan adanya kelompok tani ketika ingin mendapatkan bantuan tersebut. Berdasarkan fakta tersebut banyak pengistilah yang diberikan pada kelompok kelompok tani yang baru saja muncul berdasarkan pada alasan terbentuknya. Ada pengistilahan kelompok petani merpati dimana kelompok petani baru saja terbentuk ketika ada umpan atau ada bantuan, dan ada istilah kelompok petani pedate yaitu kelompok petani yang baru bergerak apabila ada yang menggerakkan (Sinartani.com, 2016)

Kondisi tersebut tidak jauh berbeda seperti halnya yang terjadi di desa Kediri Kecamatan Gadingrejo Kabupaten Pringsewu walaupun dengan cerita yang berbeda. Desa Kediri Kecamatan Gadingrejo Kabupaten Pringsewu memiliki banyak potensi alam yang melimpah dengan berbagai kelompok petani yang ada, namun kelompok

petani yang ada disana belum berkembang dengan baik. Salah satunya adalah kelompok petani kakao di desa tersebut yang belum berjalan aktif, hal tersebut ditunjukan dengan ketidakpahaman pengurus kelompok tani dalam melakukan langkah langkah penguatan kelembagaan kelompok tani tersebut, seperti dalam hal kegiatan pengadministrasian, kegiatan pemberdayaan masyarakat, peancangan kegiatan kerjasama, pemanfaatan bantuan dari pemerintah, dan pembentukan struktur organisasi beserta peran dan fungsi dalam struktur kelembagaan tersebut, dsbnya. Dari kegiatan tersebut diharapkan kelompok tani yang telah terbentuk tidak menjadikan kelompok tani tersebut sebatas formalitas namun sebagai wadah untuk meningkatkan produktivitas perkebunan kakao yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa.

Terkait permasalahan tersebut, maka perlu adanya pemberian informasi atau pengetahuan serta pendampingan yang berkaitan dengan penguatan kapasitas kelembagaan kelompok tani kakao di desa Kediri Kecamatan Gadingrejo Kabupaten Pringsewu yang melibatkan pihak pihak yang terkait. Kegiatan tersebut merupakan bagian penting dalam mengatasi permasalahan diatas.

METODE

Adapun metode yang digunakan sebagai alternatif solusi pelaksanaan kegiatan pemberdayaan ini mengacu pada permasalahan yang dihadapi mitra khususnya kelompok tani kakao sidorukun, desa Kediri, Kecamatan Gadingrejo, meliputi:

Kegiatan pengabdian ini terdiri dari beberapa tahapan metode yaitu antara lain:

1. Tahapan Pendekatan

Pada tahap ini setidaknya terdapat tiga proses turunannya, yakni tahap peningkatan aspek kognitif, tahap pendampingan dan pemberdayaan, serta tahap advokasi dengan jaringan publik lainnya.

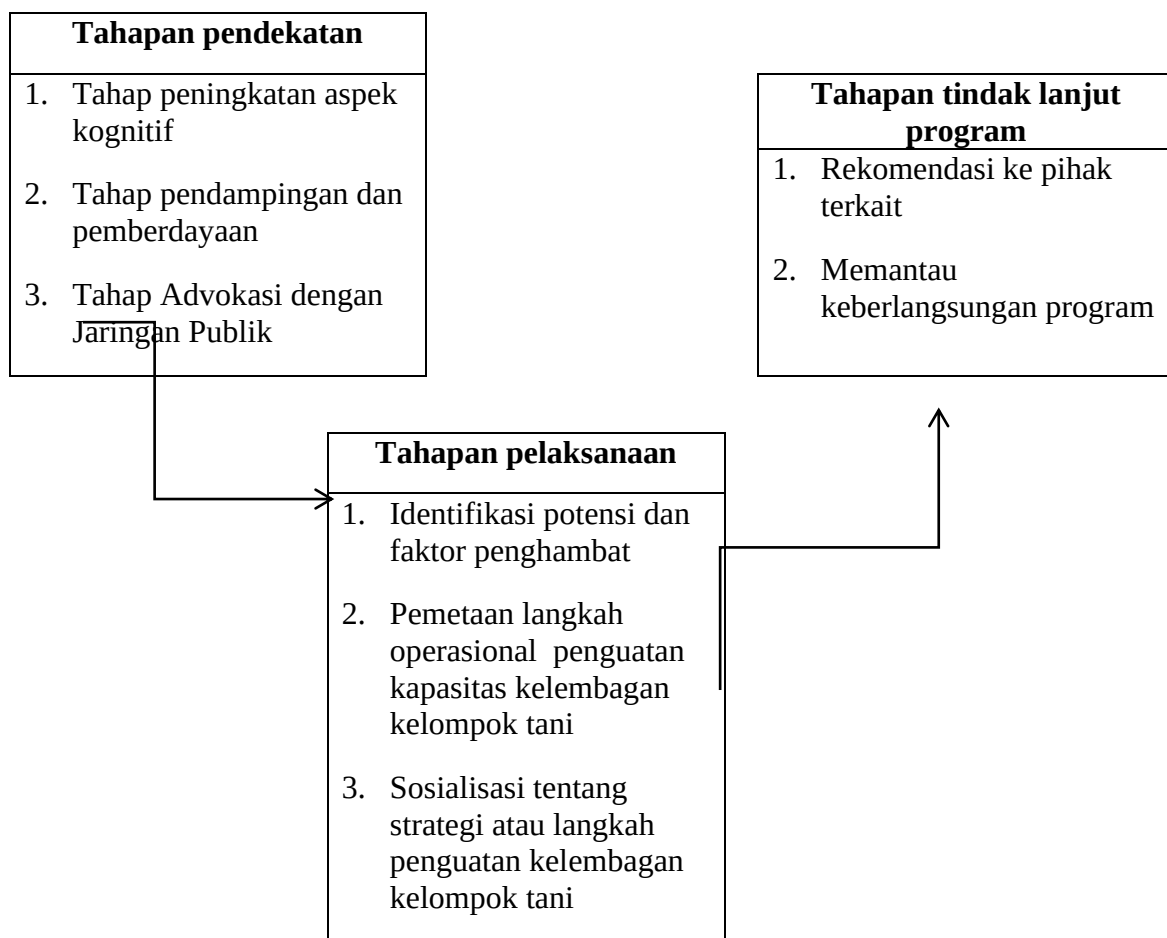
2. Tahapan Pelaksanaan

Pada tahapan ini, proses awal yang dilakukan ialah identifikasi potensi desa dan faktor hambatan penguatan kapasitas kelompok tani, memetakan langkah operasional penguatan kelembagaan yang telah dilakukan dan belum dilakukan, pemetaan bantuan atau stimulant dari pemerintah. Berdasarkan proses identifikasi dan pemetaan tersebut, akan diperoleh langkah strategis apa saja yang dapat dilakukan oleh kelompok petani kakao dalam meningkatkan penguatan kapasitas kelembagaan kelompok tani

3. Tahapan Tindak Lanjut Program

Tahapan ini dilakukan agar terdapat keberlanjutan program dari pelaksanaan kegiatan pengabdian yang dilakukan. Pada aspek ini, tim PkM akan merekomendasikan kepada pihak-pihak terkait dalam melakukan pendampingan secara berkesinambungan dan terus memantau agar langkah-langkah penguatan serta pemberdayaan yang telah dilakukan kepada kelompok petani kakao terus berkelanjutan sampai hasil yang diinginkan bisa terwujud.

Bagan 1. Tahapan Kegiatan Pengabdian



Sumber: diolah oleh tim pengabdian

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang berjudul “Penguatan Kapasitas Kelembagaan Gadingrejo” dilaksanakan secara tatap muka terbatas oleh karena pertimbangan pemberlakuan pembatasan kegiatan masyarakat (PPKM) akibat pandemi

Covid-19. Hadirin yang hadir dalam kegiatan pengabdian ini sebanyak 15 orang yang terdiri dari komponen atau unsur perangkat desa, pengurus kelompok tani dan beberapa pengurus dari BUMDes di desa setempat.

Kegiatan sosialisasi yang dilakukan lebih menekankan pada pemberian pengetahuan teknis mengenai penguatan kapasitas kelembagaan pada kelompok tani kakao Sidorukun khususnya dalam menemukan potensi desa, faktor penghambat penguatan kapasitas kelembagaan kelompok tani, stimulan dan proses pengadministrasian dengan lebih baik. Untuk itu, perangkat desa Kediri sangat mengapresiasi kegiatan yang dilakukan. Hal tersebut dapat dilihat dari adanya sinergisitas antar beberapa elemen masyarakat seperti perangkat desa, kelompok tani dan pengurus BUMDes pada kegiatan yang diselenggarakan dalam upaya mengoptimalkan potensi yang ada di desa khususnya kelompok tani kakao. Kehadiran tim pengabdian dari Universitas Lampung menjadi penguat dari upaya yang dilakukan oleh setiap elemen masyarakat yang konsisten pada pertanian tersebut. Kehadiran perguruan tinggi (Universitas Lampung) menjadi penting dalam memberikan pengetahuan, pemahaman dan pengalaman praktis mengenai penguatan kapasitas kelembagaan pada kelompok tani Sidorukun untuk pengoptimalan potensi dalam bidang pertanian.

A. Teknis Penyelenggaraan Pelatihan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diikuti oleh masyarakat desa Kediri Kecamatan Gadingrejo. Sebanyak 15 orang peserta dari beberapa unsur masyarakat dilibatkan seperti perangkat desa, kelompok tani dan pengurus BUMDes. Agenda pengabdian ini dibuka langsung oleh Kepala Desa Kediri Kecamatan Gadingrejo. Setelah acara pembukaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini pun dimulai. Pada sesi awal, dilakukan pre Test yang bertujuan untuk melihat sejauh mana pengetahuan awal peserta terkait dengan pengkapsitasan organisasi pada kelompok tani, pemetaan potensi desa dan administrasi desa.



Gambar 1. Pelaksanaan Pre-Test peserta kegiatan

Materi pertama membahas mengenai konsep pemberdayaan dan penguatan kapasitas kelembagaan kelompok tani sebagai salah satu pilar dari pemberdayaan, aspek dalam penguatan kapasitas kelembagaan serta pengembangan sumber daya manusia (SDM) sebagai pilar penguatan kapasitas kelembagaan itu sendiri. Pemahaman konsep ini bertujuan agar peserta mampu memahami pentingnya penguatan kapasitas kelembagaan dalam meningkatkan produktivitasnya.

Pada sesi berikutnya dilakukan sesi Forum Discussion Group (FGD) mengenai pemetaan potensi desa, permasalahan yang dihadapi oleh kelompok tani dan stimulan yang sudah ada. Pemetaan potensi desa ini difokuskan pada potensi sumber daya pertanian dan perkebunan. Peserta diajak untuk menemukan apa saja potensi yang ada dan beberapa permasalahan yang dihadapi selama ini khususnya dalam hal peningkatan kapasitas kelembagaan kelompok tani. Pemetaan stimulant yang didapatkan guna untuk memetakan stimulant apa saja yang telah didapatkan dan dimanfaatkan untuk apa sehingga bisa diberikan masukan terkait pemanfaatan dari stimulant yang diberikan tersebut. Berdasarkan hal tersebut, permasalahan terkait dengan kapasitas kelembagaan dapat menjadi sesuatu yang strategis untuk dicarikan solusi permasalahan untuk mewujudkan kelembagaan yang berkapasitas dalam rangka peningkatan produktivitas pertanian guna kesejahteraan petani.



Gambar 2. Proses paparan materi, pelatihan, dan foto bersama kegiatan.

Pada sesi terakhir, peserta diberikan pemahaman pentingnya administrasi bagi kelembagaan/organisasi. Administrasi merupakan salah satu aspek penting dalam

berjalannya organisasi. Administrasi merupakan aktivitas yang berkaitan dengan pengaturan kebijakan dengan tujuan untuk mencapai target organisasi. Tujuan dari administrasi sendiri yaitu menyusun program, memantau dan evaluasi kegiatan dan memastikan keamanan dan laporan kegiatan usaha atau program. Melalui administrasi yang baik dan lengkap maka kegiatan suatu kelompok dapat terorganisir dengan baik. Maka dari itu, tim pengabdian memberikan pemahaman sekaligus praktik secara langsung bagaimana proses pengadministrasian yang baik untuk mendukung kegiatan kelompok kedepannya. Pengadministrasian merupakan bagian dari langkah langkah operasional dalam penguatan kapasitas kelembagaan kelompok tani

Pada kegiatan pengabdian ini juga dilakukan evaluasi sebanyak dua kali yaitu evaluasi awal dan evaluasi akhir yaitu. Pada awal sebelum kegiatan sosialisasi dilakukan tim PKM membagikan lembar pertanyaan untuk dijawab oleh peserta kegiatan yang mana evaluasi ini dilakukan guna mengetahui seberapa besar pemahaman peserta sebelum kegiatan sosialisasi dilakukan. Selanjutnya evaluasi akhir dilakukan dengan membagikan lembar pertanyaan yang sama untuk mengetahui tingkat pengetahuan atau pemahaman peserta seberapa besar setelah kegiatan sosialisasi dilakukan.



Gambar 3. Sesi evaluasi kegiatan pkM

Beberapa komponen pertanyaan yang menjadi substansi pada lembar pertanyaan yang diajukan dalam evaluasi awal dan akhir dalam kegiatan ini terdiri dari:

1. Pemahaman mengenai Pemberdayaan
2. Pengembangan kapasitas kelembagaan
3. Tujuan pengembangan kapasitas kelembagaan
4. Pemetaan potensi desa

5. Faktor pengambat produktivitas pertanian
6. Stimulan yang didapatkan oleh kelompok tani
7. Pengetahuan dan ketrampilan tentang jenis-jenis administrasi kelompok
8. Pengetahuan dan keterampilan administrasi kelompok
9. Pengetahuan tentang administrasi keuangan kelompok tani
10. Praktik pengadministrasian keuangan kelompok tani

SIMPULAN

Adapun kesimpulan yang dirangkum dari kegiatan pengabdian “Penguatan Kapasitas Kelembagaan pada Kelompok Petani Sidorukun Desa Kediri Kecamatan Gadingrejo” yakni sebaga berikut: (1) kegiatan PKM yang dilakukan untuk mencapai beberapa tujuan yang diharapkan yaitu antara lain: pada aspek kognitif, terdapat pengetahuan dan pemahaman bagi peserta kegiatan yang telah mengalami peningkatan mengenai materi tentang penguatan kapasitas kelembagaan kelompok, pemetaan potensi desa, permasalahan yang dihadapi oleh kelompok tani, pengadministrasian, dsbnya. Peserta telah mampu menemukan potensi desa dan permasalahan yang dihadapi oleh petani sehingga dari hal tersebut dapat dijadikan rujukan untuk memberikan solusi terbaik guna mendukung penguatan kapasitas kelembagaan. (2) Pada aspek praktis, terlihat adanya keinginan dan kesadaran yang kuat bagi kelompok tani untuk meningkatkan kapasitas kelembagaan kelompok tani melalui berbagai langkah yang dilakukan dari apa yang disampaikan pada saat kegiatan PKM tersebut berlangsung

DAFTAR PUSTAKA

- BPS. (2020). Statistik Kakao Indonesia 2020. Diakses melalui <https://www.bps.go.id/publication/2021/11/30/a553dc1b3648d2f5cdad1789/statistik-kakao-indonesia-2020.html>
- Fitriani, F. (2015). Penguatan kapasitas kelembagaan gapoktan melalui pembentukan koperasi pertanian. *Masyarakat, Kebudayaan dan Politik*, 28(2), 63–69. doi:10.20473/mkp.V28I22015.65-71.
- Hadiwijoyo, S. S., & Anisa, F. D. (2019). *SDGs, paradigma baru pembangunan global*. Yogyakarta: Spektrum Nusantara.
- Hermanto & Swastika, Dewa K.S. Penguatan Kelompok Tani: Langkah Awal Peningkatan Kesejahteraan Petani. *Analisis kebijakan Pertanian Vol 9* (4), Desember 2011:371-390

- Sari, R. R., Siahainenia, R. R., & Hadiwijoyo, S. S. (2020). Penguatan Kapasitas Kelembagaan dalam Pembangunan Kelurahan Berkelanjutan Berbasis Agrowisata di Kumpulrejo, Kota Salatiga. *Jurnal Wilayah dan Lingkungan*, 8(2), 187-201.
- Seran, Y. L., & Kote, M. (2007). Strategi penguatan kelembagaan secara partisipatif sebagai solusi terhadap kesenjangan partisipasi stakeholders (Kasus Prima Tani Desa Tobu – TTS). BPTP NTT.
- Sinartani. 2022. Langkah Operasional Penguatan Kelompok Tani. abloidsinartani.com/detail/indeks/mimbar-penyuluhan/3965-langkah-operasional-penguatan-kelompok-tani#:~:text=Penguatan%20kelembagaan%20kelompok%20tani%20perlu,posisi%20tawar%2C%20peningkatan%20fasilitasi%20dan. Diakses tanggal 15 Mei 2022 pukul 10.00 WIB
- Subekti, S., Sudarko, S., & Sofia, S. (2015). Penguatan kelompok tani melalui optimalisasi dan sinergi lingkungan sosial. *Journal of Social and Agricultural Economics*, 8(3), 50–56. Retrieved from <https://jurnal.unej.ac.id/index.php/JSEP/article/view/3760>.



Transformasi Galeri Makhga Legun Menjadi Museum Adat

Bartoven Vivit Nurdin¹⁾, Yuni Ratna Sari²⁾, Dewi Ayu Hidayati³⁾, Ifaty Fadliliana Sari⁴⁾*

^{1,2,3,4} Jurusan Sosiologi FISIP Universitas Lampung

*Corresponding Authors: ifaty.sari@fisip.unila.ac.id

ABSTRAK

Pembangunan Museum Adat Marga Legun masih terus berlangsung. Masyarakat adat sudah mulai mengumpulkan benda-benda peninggalan bersejarah dan mengemasnya dalam bentuk Galeri Makhga Legun. Keberadaan galeri ini menunjukkan semangat yang cukup tinggi, sekaligus mengindikasikan bahwa masyarakat adat mengalami berbagai kendala dalam upaya membangun museum adat. Diperlukan keterlibatan dari pihak akademisi untuk memberikan solusi untuk mengatasi segala macam permasalahan. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diselenggarakan sebagai bentuk pendampingan oleh para akademisi. Adapun kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk memfasilitasi masyarakat adat dalam prosen pendirian Museum Adat Marga Legun. Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan di Lamban Balak Marga Legun, Way Urang, Kalianda. Pihak-pihak yang terlibat antara lain pemerintah daerah, tokoh adat, pengelola museum adat serta pengelola Museum Lampung yang menjadi narasumber. Kegiatan ini telah dilaksanakan pada tanggal 14 Mei 2022. Peserta sangat antusias dengan kegiatan pengabdian ini. Proses kegiatan diawali dengan *pretest* dan diakhiri dengan *post test*. Sejauh ini, pembangunan museum adat Marga Legun sudah sangat progresif. Beberapa benda peninggalan bersejarah sudah di pajang di ruang pamer museum. Arkeolog dari Museum Lampung membantu proses identifikasi benda-benda bersejarah dan memberikan beberapa masukan agar pengelolaan museum semakin optimal.

Kata Kunci: masyarakat adat, galeri makhga legun, museum adat, marga legun

ABSTRACT

The construction of the Traditional Museum of the Marga Legun is still ongoing. Indigenous peoples have begun to collect historical relics and package them in the form of the Makhga Legun Gallery. The existence of this gallery shows a fairly high spirit, as well as indicating that indigenous peoples experience various obstacles in their efforts to build a traditional museum. The involvement of academics is needed to provide solutions to overcome all kinds of problems. Therefore, this community service activity was held as a form of assistance by academics. This service activity aims to facilitate indigenous peoples in the process of establishing the Legun Traditional Museum. This service activity was carried out at Lamban Balak Marga Legun, Way Urang, Kalianda. The parties involved included the local government, traditional leaders, the manager of the traditional museum and the manager of the Lampung Museum who were the resource persons. This activity was carried out on May 14, 2022. Participants were very enthusiastic about this service activity. The activity process begins with a pretest and ends with a post test. So far, the construction of the Marga Legun's traditional museum has been very progressive. Several historical relics have been displayed in the museum's showroom. Archaeologists from the Lampung Museum assist in the identification of historical objects and provide some input so that the management of the museum is more optimal.

Keywords: indigenous peoples, makhga legun gallery, traditional museum, marga legun

PENDAHULUAN

Kesadaran masyarakat akan pentingnya menjaga kelestarian budaya terus meningkat. Usaha pelestarian budaya ini dapat ditunjukkan melalui peningkatan jumlah museum di Indonesia. Saat ini, Indonesia mempunyai 428 museum yang tersebar di berbagai daerah (AMI, 2016). Dua di antaranya terdapat di Provinsi Lampung, yaitu Museum Negeri Propinsi Lampung "Ruwa Jurai" dan Museum Transmigrasi. Kedua museum ini dikelola oleh pemerintah.

Dalam perkembangannya museum memiliki berbagai jenis fungsi, salah satunya adalah sebagai destinasi wisata. Pada dasarnya, museum tidak hanya berfungsi sebagai objek wisata saja. Dilihat dari sejarahnya, museum merupakan lambang dari ilmu pengetahuan dan kesenian (Matitaputy, 2007). Museum dianggap sebagai tempat untuk menyimpan hal-hal penting dalam pengetahuan dan budaya masyarakat agar dapat terus dipelajari.

Museum-museum yang dikelola oleh pemerintah menjadi tolak ukur bagi masyarakat dalam memelihara tradisi. Selain museum pemerintah, ada pula museum adat yang diprakarsai oleh masyarakat untuk menyimpan benda-benda bersejarah agar menjadi peninggalan kuno yang masih bisa dipelajari generasi muda. Pembangunan museum adat yang diprakarsai oleh masyarakat perlu untuk mendapatkan dukungan dari berbagai macam elemen agar dapat lebih optimal. Salah satu museum adat yang dibangun oleh masyarakat adalah Museum Adat Marga Legun.

Proses pembangunan Museum Adat Marga Legun semakin progresif setiap tahun. Pembangunan ini juga mendapatkan pendampingan dari pihak akademis sejak tahun 2020. Pembangunan Museum Adat Marga Legun merupakan implementasi dari riset mengenai Marga Legun Way Urang: Sebuah catatan etnografi, (Nurdin, B.V. 2017). Riset ini menghasilkan analisis dan identifikasi mengenai kesadaran masyarakat adat dalam melestarikan budaya Lampung. Oleh karena itu, perlu dibangun museum adat untuk mewadahi keinginan masyarakat adat Marga Legun. Proses pendampingan pembangunan museum adat ini terus berlangsung setiap tahun mengikuti keperluan para pengelolanya, salah satunya melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini.

Proses pembangunan museum adat masih dikemas oleh masyarakat adat dalam wujud Galeri Makhga Legun. Puluhan benda-benda peninggalan bersejarah sudah dikumpulkan oleh masyarakat adat. Benda-benda tersebut mayoritas masih dalam

kondisi yang cukup baik. Beberapa benda juga melalui proses perbaikan dan pengecatan ulang agar kembali pada kondisi semula. Sayangnya, tidak semua benda-benda peninggalan bersejarah dapat diletakkan di ruang pameran galeri. Penyebabnya adalah ruang pameran yang kurang memadai serta ukuran benda yang cukup besar apabila diletakkan di ruang pameran.

Keberadaan Galeri Makhga Legun secara tidak langsung mengindikasikan bahwa masyarakat adat menghadapi kendala dalam pendirian museum adat. Identifikasi permasalahan menunjukkan bahwa para pengelola mengalami kendala teknis dan kendala administratif. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian ini disertai dengan kehadiran arkeolog dari Museum Lampung. Tujuannya, agar permasalahan yang dihadapi masyarakat adat terutama pengelola museum segera dapat diselesaikan.

METODE

Lokasi pengabdian kepada masyarakat ini adalah Way Urang, Kalianda, Kabupaten Lampung Selatan. Kegiatan ini dilaksanakan pada hari Sabtu tanggal 14 Mei 2022. Adapun khalayak sasaran dari pengabdian ini adalah masyarakat adat Marga Legun, khususnya para pengelola Galeri Makhga Legun yang akan dibangun menjadi Museum Adat Marga Legun.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini disampaikan dengan metode ceramah, diskusi dan pendampingan. Metode ceramah dilakukan untuk menyampaikan materi-materi penting terkait dengan proses pembangunan museum. Diskusi dilakukan melalui proses tanya-jawab antara peserta (pengelola museum) dengan narasumber. Metode ini bertujuan untuk mengevaluasi seberapa dalam pemahaman peserta sekaligus memberikan kesempatan kepada peserta untuk menanyakan hal yang belum dipahami dengan baik. Selanjutnya, metode pendampingan dilakukan untuk memeriksa beberapa jenis benda-benda bersejarah untuk diidentifikasi dari sisi historis etnografis untuk mendapatkan keterangan yang valid. Selain metode-metode tersebut, ada beberapa tahapan pengabdian yang juga dilakukan, meliputi:

1. Tahapan Pendekatan

Pada tahap ini dilakukan pemantauan kondisi lokasi yang menjadi objek pengabdian. Mulai tahap ini, koordinasi dengan mitra terus dilakukan. Dalam pemantauan lokasi,

identifikasi kebutuhan, kekuatan serta hambatan yang dihadapi masyarakat adat sudah mulai dianalisis.

2. Tahapan Pelaksanaan

Pada tahapan ini, diadakan pelatihan dan pendampingan dengan metode ceramah, diskusi dan pendampingan. Dalam pendampingan ini disampaikan langkah-langkah strategis sebagai solusi dari berbagai permasalahan yang dihadapi dalam pembangunan museum adat Marga Legun. Selama pelaksanaan kegiatan pengabdian ini pretest dan post-test juga diselenggarakan untuk mengukur keberhasilan kegiatan ini dan mengevaluasi ketercapaian materi yang disampaikan oleh narasumber.

3. Tahapan Tindak Lanjut Program

Tahapan ini diperlukan untuk meninjaklanjuti solusi yang telah ditawarkan dalam kegiatan pengabdian ini. Selain itu, tindak lanjut juga dapat dilakukan dalam bentuk adaptasi program pada masyarakat atau kelompok sosial dalam kondisi yang relevan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian dalam masyarakat telah diselenggarakan pada hari Sabtu tanggal 14 Mei 2022 di Galeri Makhga Legun, Desa Way Urang, Kecamatan Kalianda, Kabupaten Lampung Selatan. Kegiatan ini merupakan program lanjutan dari kegiatan tahun sebelumnya dengan tema yang tidak jauh berbeda. Secara garis besar, kegiatan ini terdiri dari tiga tahap, yaitu pendekatan, pelaksanaan dan tindak lanjut program. Setiap tahapan dapat dilaksanakan dengan optimal, sesuai dengan perencanaan yang telah disusun sebelumnya.

Di awal tahap pendekatan, dilakukan identifikasi kebutuhan, kekuatan serta hambatan yang dihadapi. Tahap ini dilakukan dengan cukup mudah. Hal ini karena kegiatan pengabdian ini merupakan keberlanjutan dari kegiatan pengabdian tahun lalu yang mengangkat tentang rintisan pembangunan Museum Adat Marga Legun. Proses pendekatan personal sudah terjalin sejak tahun lalu dan terus berlanjut hingga saat ini. Koordinasi dengan mitra dilakukan beberapa minggu sebelum pelaksanaan kegiatan. Koordinasi tersebut berupa penyebaran surat permohonan pelaksanaan kegiatan, persiapan lokasi, dan penyediaan peralatan. Adapun koordinasi juga dilakukan dengan pihak Museum Lampung, sebagai narasumber utama dalam pengabdian kepada masyarakat ini. Persiapan materi dalam bentuk *softcopy* dan *hardcopy* dipersiapkan juga

dalam tahap kegiatan ini. Pihak yang menjadi narasumber utama dari Museum Lampung adalah I Made Giri Gunadi. Beliau adalah seorang arkeolog yang berpengalaman dari Museum Lampung.

Pada tahap pelaksanaan disampaikan materi tentang mengenal museum. Dalam materi tersebut, proses pengkategorisasian museum dapat dipahami dengan mudah oleh para peserta. Penyampaian materi ini dilakukan dengan metode diskusi agar peserta terlibat aktif. Menjalin *bonding* antara pemateri dan peserta juga cenderung mudah. Para pengelola museum mempunyai kesadaran akan kebutuhan pengetahuan yang diperlukan dalam membangun sebuah museum adat. Informasi yang diperoleh para pengelola museum adat salah satunya adalah persyaratan pendirian museum. Adapun syarat-syarat tersebut antara lain: sebagai berikut.

Gambar 1. Syarat Pendirian Museum



Sumber: dokumentasi tim pengabdian, 2022

Dalam salah satu slide yang ditayangkan dalam kegiatan ini, terdapat persyaratan pendirian museum. Syarat-syarat pendirian museum antara lain:

1. Memiliki visi dan misi yang jelas dan terukur
2. Memiliki koleksi benda-benda peninggalan bersejarah
3. Memiliki lokasi dan.atau bangunan untuk mendirikan museum
4. Memiliki sumber daya manusia untuk mengelola museum
5. Memiliki sumber pendanaan tetap untuk operasional dan pemeliharaan
6. Memiliki nama museum yang menjadi ciri khas
7. Berbadan hukum Yayasan (untuk perorangan atau masyarakat adat)

Proses pendirian Museum Adat Marga Legun Sebagian besar juga sudah melalui tahapan-tahapan di atas, kecuali berbadan hukum yayasan untuk perorangan dan masyarakat adat. Untuk itu, masyarakat akan berkolaborasi dengan YAPEMAL (Yayasan Pemberdayaan Masyarakat Adat Lampung) untuk ikut berkontribusi dalam pembangunan museum adat ini. Langkah lain yang perlu dilakukan adalah memproses legalitas museum melalui notaris yang menjadi bagian dari *stakeholders* masyarakat adat Marga Legun.

Hal lain yang diperoleh para pengelola museum adat adalah proses benda peninggalan bersejarah menjadi bagian dari koleksi museum. Setiap benda bersejarah yang akan diletakkan di ruang pameran museum melalui proses yang cukup panjang. Proses yang dilalui antara lain meliputi proses administrasi, pengecekan laboratorium dan penelitian kurator. Secara lebih lengkap proses tersebut tertuang dalam skema berikut ini.

Gambar 2. Bagan Alur Objek/ Benda Menjadi Koleksi Museum



Sumber: dokumentasi tim pengabdian, 2022

Adapun kegiatan pengabdian pada masyarakat adat ini juga disertai proses evaluasi. Proses evaluasi yang dilakukan ada tiga jenis. Pertama, evaluasi sebelum implementasi kegiatan PkM. Kedua, evaluasi pada saat kegiatan PkM berlangsung. Ketiga, evaluasi setelah kegiatan PkM diimplementasikan.

Evaluasi pertama dilakukan sebelum kegiatan pengabdian. Evaluasi ini dilakukan dalam bentuk *pretest*. Soal *pretest* disusun untuk mengeksplorasi

pengetahuan yang sudah dimiliki masyarakat adat mengenai museum. Penyelenggaraan pretest ini juga bertujuan untuk memudahkan penyampaian materi agar tidak ada repetisi informasi, namun memperdalam pengetahuan masyarakat adat mengenai museum. Penyusunan soal dikolaborasikan dengan materi yang akan disampaikan oleh narasumber dari Museum Lampung. Langkah ini dipilih untuk sinkronisasi ketercapaian informasi utama yang perlu dimiliki oleh para peserta kegiatan pengabdian kepada masyarakat.

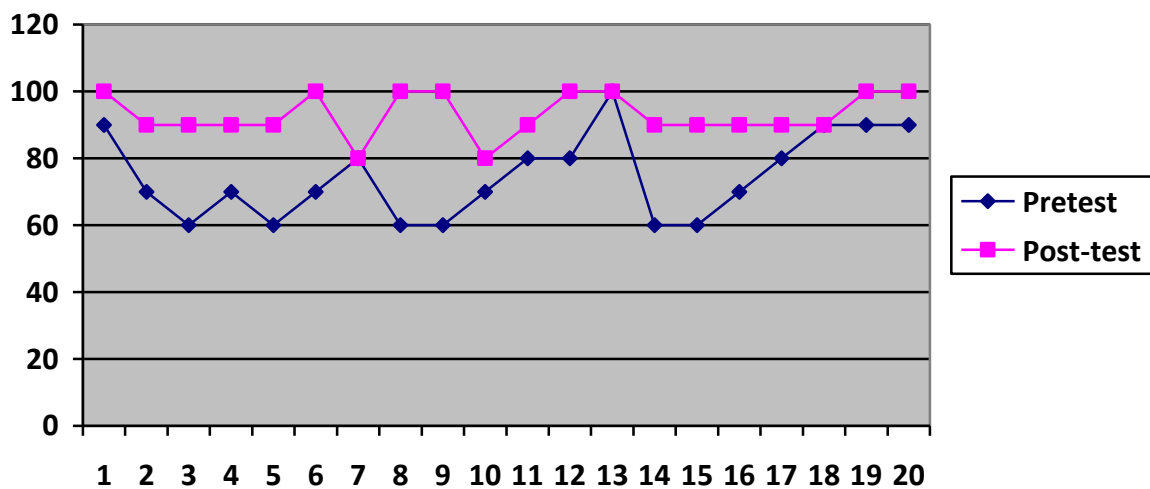


Gambar 3. Suasana Tahap Evaluasi Kegiatan

(Sumber: dokumentasi tim pengabdian, 2022)

Evaluasi selanjutnya dilakukan pada saat kegiatan PkM diselenggarakan. Evaluasi pada tahap ini fokus pada pemahaman peserta terkait dengan materi yang disampaikan ahli. Proses tanya jawab dilakukan sebagai bentuk evaluasi subjektif. Antusiasme peserta pengabdian juga terlihat dalam diskusi yang berlangsung selama kegiatan.

Evaluasi terakhir dilakukan dalam bentuk *post-test*. Soal-soal *post-test* dibuat sama dengan soal *pretest*. Tujuannya adalah untuk mengukur ketercapaian materi dalam kegiatan pengabdian ini. Soal-soal yang disusun disesuaikan dengan materi yang disampaikan oleh narasumber. Hasil dari *pretest* dan *post test* menunjukkan adanya progresivitas yang cukup relevan. Artinya, ketercapaian materi dari kegiatan pengabdian ini sudah tersampaikan dengan baik. Adapun grafik perbandingan hasil *pretest* dan *post-test* tertuang dalam gambar berikut ini.



Gambar 4. Grafik Hasil Evaluasi Pengabdian Kepada Masyarakat

(Sumber: dokumentasi tim pengabdian, 2022)

Analisis dari grafik di atas menyebutkan bahwa 40% peserta mendapatkan nilai sempurna. Sedangkan nilai terendah *post-test* yang diperoleh peserta adalah 80, dan hanya 10% dari jumlah peserta. Distribusi nilai evaluasi di atas menunjukkan bahwa kegiatan pengabdian kepada masyarakat adat ini mencapai hasil yang maksimal. Mayoritas pengelola museum adat yang menjadi bagian dari kegiatan ini memahami materi dengan baik.

Antusiasme peserta kegiatan ini juga dapat dilihat dari hasil nilai evaluasi awal atau *pretest*. Skor terendah *pretest* adalah 60. Sebanyak 30% peserta memperoleh nilai terendah dalam *pretest*. Hal ini menunjukkan bahwa para peserta telah memiliki pengetahuan dasar terkait proses pendirian museum. Lebih dari itu, tingginya pengetahuan dasar ini juga mengindikasikan keterlibatan masyarakat adat yang cukup

tinggi dalam pembangunan Museum Adat Marga Legun meski masih dalam bentuk galeri.

Selain penyampaian materi dan evaluasi, proses pendampingan juga dilalui dalam kegiatan ini. Pendampingan yang dilakukan oleh arkeolog dari Museum Lampung adalah dalam bentuk pengidentifikasian benda-benda peninggalan bersejarah. Setelah diidentifikasi, benda ataupun objek tersebut disusun narasi keterangannya secara singkat. Tujuannya agar masyarakat adat memahami secara lebih jelas mengenai proses benda peninggalan bersejarah menjadi benda koleksi museum. Beberapa koreksi juga dilakukan untuk benda-benda yang telah berada di ruang pameran museum agar tidak terjadi kesalahan penjelasan objek.



Gambar 5. Proses Identifikasi Benda Bersejarah di Museum Adat Marga Legun

(Sumber: dokumentasi tim pengabdian, 2022)



Gambar 6. Salah Satu Benda di Ruang Pamer Galeri Makhga Legun

(Sumber: dokumentasi tim pengabdian, 2022)

Gambar 5 di atas menunjukkan salah satu objek di Galeri Makhga Legun yang masih minim keterangan. Para pengelola hanya memberikan keterangan nama pada benda-benda yang di pajang di ruang pameran. Padahal seharusnya setiap benda bersejarah memiliki keterangan nama, keterangan tahun, keterangan fungsi dan lain sebagainya. Kurangnya informasi yang diberikan pada suatu benda dapat mengakibatkan para pengunjung museum kurang memahami benda bersejarah tersebut. Dampak latennya, proses transfer budaya antargenerasi menjadi tidak seperti yang diharapkan.

Beberapa temuan dan hasil diskusi dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat adat ini meliputi:

1. Benda-benda koleksi museum adat masih belum diberi keterangan yang lengkap dan informatif.
2. Beberapa benda koleksi museum perlu dikoreksi kembali keterangannya.
3. Letak dan posisi benda koleksi museum perlu disusun kembali sesuai dengan kategorinya.
4. Beberapa benda bersejarah masih dalam proses rekonstruksi agar dapat dipajang di ruang pameran.

5. Sebagian benda-benda bersejarah masih menjadi properti pribadi yang memerlukan proses pendekatan personal agar dapat disumbangkan untuk kepentingan bersama.
6. Beberapa benda bersejarah belum diketahui secara jelas silsilah kepemilikannya.
7. Tidak semua benda bersejarah dapat dipajang di ruang pameran karena ukuran benda tersebut.
8. Pemberian nama Galeri Makhga Legun merupakan keraguan masyarakat adat untuk menjadikannya sebagai Museum Adat Marga Legun.
9. Permasalahan administratif dan legalitas menghambat pembangunan museum adat
10. Masyarakat adat akan bekerja sama dengan YAPEMAL (Yayasan Pemberdayaan Masyarakat Adat Lampung) untuk mengatasi problem yang dihadapi.

SIMPULAN

Rangkaian temuan yang dihasilkan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menunjukkan adanya kesiapan dari pengelola untuk mengubah wujud Galeri Makhga Legun menjadi Museum Adat Marga Legun. Permasalahan legalitas dan administrasi yang menjadi problem utama dari proses pembangunan ini sudah mendapatkan solusi berupa kerja sama dengan YAPEMAL (Yayasan Pemberdayaan Masyarakat Adat Lampung). Kolaborasi ini akan dilakukan dengan menjangkau kembali *stakeholders* yang dimiliki masyarakat Marga Legun yang juga menjadi bagian dari masyarakat adat di Lampung. Selain berkolaborasi dengan Yayasan, pengelola museum adat juga masih perlu berkolaborasi dengan para ahli untuk memperbaiki keterangan setiap benda yang telah menjadi koleksi museum adat. Proses ini memerlukan waktu yang cukup panjang agar eksistensi museum adat menjadi optimal. Melalui proses transformasi ini, tujuan utama pendirian museum adat akan segera tercapai, yaitu pelestarian budaya masyarakat di Lampung.

DAFTAR PUSTAKA

- Asmara, D. (2019). Peran Museum dalam Pembelajaran Sejarah. *Kaganga: Jurnal Pendidikan Sejarah Dan Riset Sosial-Humaniora*, 2(1), 10-20.
- Mulyadi, M. (2013). Pemberdayaan masyarakat adat dalam pembangunan kehutanan. *Jurnal Penelitian Sosial dan Ekonomi Kehutanan*, 10(4), 224-234.
- Nuridin, Bartoven Vivit. (2017) Marga Legun Way Urang: Penguasa Bumi Kuci dan Minjak Bulu. *Lampung Post (Lampung Tumbay)*, 4 (1). p. 12.

- Nurdin, Bartoven Vivit and Ratnasari, Yuni (2018) Ngejunjong Mi : Kearifan Lokal dalam Tradisi Nemui Nyimah Marga Legun Way Urang. In: Seminar Nasional APSSI, 7-10 Mei 2018, Lombok.
- Nurdin, Bartoven Vivit. (2017). Marga Legun Way Urang: Sebuah Catatan etnografi. Peraturan Pemerintah (PP) No. 19 Tahun 1995 Pemeliharaan Dan Pemanfaatan Benda Cagar Budaya di Museum
- Pribadiono, A. (2016). Lembaga Desa Adat dalam Pembangunan Desa Menurut UU No. 6 Tahun 2014: antara Kemandirian dan Subordinasi Pengaturan. *Lex Jurnalica*, 13(1), 145649.
- Simanjuntak, D. H. (2016). Peranan Museum Simalungun sebagai Media Pewarisan Nilai Budaya. *Anthropos: Jurnal Antropologi Sosial dan Budaya (Journal of Social and Cultural Anthropology)*, 2(2), 151-165.
- UU No. 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah



PELATIHAN PENYUSUNAN E-MARKETSPACE SEBAGAI MODEL PROMOSI DI ERA DIGITAL UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK LOKAL KEPADA GENERASI MUDA

Prasetya Nugeraha^{1)*}, Junaidi Junaidi²⁾, Muhammad Guntur Purboyo³⁾

¹, Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis FISIP Universitas Lampung

^{2,3}Jurusan Sosiologi, FISIP Universitas Lampung

*Corresponding Authors: prasetya.nugeraha18@gmail.com

ABSTRAK

e-market place diperlukan dalam membantu penjualan produk lokal. Sehingga diperlukan keahlian digital marketing yang diinisiasi oleh generasi muda. Dalam pelatihan ini, tim akan menerapkan model E-Marketspace kepada peserta. Model ini memanfaatkan konsumsi media online yang tinggi dari masyarakat sehingga menjadikannya sebagai alat marketing para pebisnis. Penerapan keilmuan bisnis dibidang teknologi ini yang masih kurang dapat diterapkan oleh masyarakat desa. Maka dari itu, pelatihan ini akan membuat peserta pelatihan untuk membuat dan mendesain web online ataupun media bisnis online. Setelah peserta memiliki media online, barulah tim akan memberikan treatment tentang keilmuan bisnis kepada peserta. Hasil pelatihan ini diharapkan akan memberikan saluran distribusi baru bagi bubuk lokal yang sudah diproduksi oleh masyarakat dan menjadi arahan bagi pemerintah Kabupaten Tanggamus untuk memfasilitasi penjualan secara online di level nasional dan internasional

Kata Kunci: e-market place, digital marketing, produk lokal

ABSTRACT

An e-market place is needed to help sell local products. So that digital marketing skills are needed that are initiated by the younger generation. In this training, the team will apply the E-Marketspace model to the participants. This model takes advantage of the high consumption of online media from the community, making it a marketing tool for business people. The application of business science in the field of technology, which is still less applicable to rural communities. Therefore, this training will make trainees to create and design online web or online business media. After participants have online media, then the team will provide treatment about business science to participants. The results of this training are expected to provide a new distribution channel for local powders that have been produced by the community and become a direction for the Tanggamus Regency government to facilitate online sales at national and international levels.

Keywords: e-market place, digital marketing, local product

PENDAHULUAN

Sebagai daerah yang memiliki sumber daya alam pegunungan yang asri, bidang pariwisata juga menjadi salah satu sektor ekonomi potensial yang dimiliki Kabupaten Tanggamus. Keberadaan potensi itu dikembangkan sebagai sumber penghasilan guna meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD). Beberapa lokasi wisata alam dimiliki

Kabupaten Tanggamus sehingga menjadi daya tarik sendiri bagi wisatawan baik lokal maupun nasional. Dengan membaiknya kondisi perekonomian serta jaminan keamanan akan memberikan dampak positif terhadap peningkatan wisatawan di wilayah Kabupaten Tanggamus.

Permasalahan yang terdapat di Pariwisata Way Bekhak adalah belum terdistribusinya manfaat ekonomi kepada seluruh masyarakat. Keberadaan pariwisata tersebut hanya dirasakan oleh pemilik lahan yang menjadi lokasi wisata. Masyarakat yang terdampak pun hanya sebatas mereka yang memiliki akses perdagangan di dalam lokasi wisata. Sedangkan akses menuju wisata tidak banyak terlihat adanya industri atau kelompok masyarakat yang memanfaatkan keberadaan wisatawan disana. Hal tersebut dikarenakan lemahnya intervensi pemerintah desa dalam menghubungkan keberadaan pariwisata dengan inovasi produk yang bisa diproduksi masyarakat sekitar lokasi wisata. Sehingga diperlukan sebuah pelatihan kepada masyarakat Desa Sukaraja dalam mengembangkan konsep bisnis berbasis lokalitas.

Pelatihan ini merupakan aplikasi dari model online marketing atau pemasaran digital yang merupakan perkembangan teori pemasaran di era teknologi. Pemasaran Online adalah pemasaran yang dilakukan melalui system computer online interaktif yang menghubungkan konsumen dan penjual secara elektronik (Kotler, 2009). Pemasaran online merujuk pada proses pemasaran barang maupun layanan kepada para pelanggan memakai media seperti website, promosi di iklan, dan transaksi/jual-beli secara virtual (Usmara, 2003). Online marketing adalah filosofi teranyar dan praktik modern yang terlibat dalam pemasaran barang dan jasa, informasi, serta gagasan lewat internet maupun perangkat elektronik lainnya (Gohary, 2012). Dari definisi diatas, pemasaran online lebih menekankan pada aspek komunikasi antara penjual dan pembeli. Saat saluran bisnis terhubung oleh internet, komunikasi pemasaran pun menjadi dua arah dimana konsumen dapat langsung bertanya tentang produk kepada produsen.

Komunikasi dua arah tersebut mengharuskan pebisnis memiliki kemampuan komunikasi yang baik guna menciptakan hubungan dengan pelanggan yang baik pula. Hubungan tersebut dalam era digital dapat dilaksanakan dengan baik karena secara faktual, sekarang konsumen dapat langsung berkomunikasi dengan produsen tanpa melihat jarak dan lokasi. Fenomena tersebutlah yang melahirkan konsep e-marketspace. Marketer perlu mempertimbangkan bahwa konsumen online secara psikologis akan

melakukan transaksi online sangat berkaitan dengan kepercayaan “persetujuan” dan pengakuan social (Hasan, 2013). Pemasaran online menghasilkan parameter pengukuran sehingga teori tersebut dapat diterapkan secara mudah. Pendekatan tersebut didefinisikan sebagai bauran pemasaran online yang terdiri dari Product, Price, Place, dan Promotion (Kotler P. , 2009).

Pelatihan ini bertujuan untuk melatih para pemuda untuk membuat serta mengelola web dan media *online* sehingga mereka dapat menggunakannya sebagai alat pemasaran. *e-marketplace* akan membantu pendistribusian produk lokal secara lebih luas. Setelah pelatihan ini, para peserta akan memiliki kemampuan bisnis *online* yang bisa diterapkan di Desa.

METODE

Pelatihan ini dilakukan di Desa Sukaraja Kecamatan Gisting Kabupaten Tanggamus pada tanggal 12 Juli 2021. Pelatihan ini bekerja sama dengan BUMD Kabupaten Pesawaran. BUMD akan memfasilitas lokasi kegiatan di Sukaraja dan memberikan arahan tentang bagaimana konsep distribusi dapat diterapkan oleh peserta. Pelatihan ini berupaya untuk menjalin sebuah draft kerjasama antara Petani dan BUMD terkait pemasaran produk lokal. Selain BUMD, pelatihan ini akan melibatkan pemerintah Desa Sukaraja untuk mendampingi peserta selama pelatihan.

Peserta merupakan pemuda yang merupakan petani lokal di desa Sukaraja. Pemuda dijadikan objek pengabdian karena potensi intensitas mereka terhadap teknologi dan kemampuan untuk menjalankan program hasil pelatihan. Indikator keberhasilan pelatihan ini adalah peserta mampu medesain produk bisnis yang dapat dipasarkan secara digital atau melalui platform media sosial dengan tujuan mengakses pasar (konsumen) yang lebih luas.

Metode dalam pelatihan ini memiliki beberapa tahapan. Tahapan awal pelatihan adalah pemaparan materi tentang perkembangan bisnis dan kewirausahaan. Setelah diberikan materi, peserta diinstruksikan untuk menyusun kerangka bisnis dan penciptaan nilai produk dan pengenalan konsep online marketing berserta bauran pemasarannya. Selanjutnya peserta diarahkan untuk mulai menyusun web dan media sosial dalam upaya pemasaran produk lokal.

Dalam rangka mengevaluasi pelatihan, dilakukan tahapan yaitu evaluasi secara kuantitatif dan evaluasi refleksi atau kualitatif. *Evaluasi kuantitatif* melalui pre test dan post test. Rancangan tersebut digunakan untuk mengukur perubahan pengetahuan dan kemampuan konsep seluruh tahapan kegiatan. *Refleksi atau evaluasi kualitatif* dilakukan melalui diskusi/ tanya jawab dengan pemantauan selama proses pemaparan materi dan praktek yang disajikan berlangsung antara penyaji materi dengan peserta pelatihan, khususnya yang terkait dengan pemasaran *online* produk lokal.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Identifikasi dan Mapping Sasaran Kegiatan Pengabdian

Pada tahapan kegiatan ini tim pengabdian melakukan studi literatur dan mengumpulkan bahan bacaan. Hal ini dilakukan untuk mengetahui lebih dalam tentang wilayah dan kondisi masyarakat di lokasi pengabdian yang terletak di Desa Sukaraja, Kecamatan Gunung Alip Kabupaten Taanggamus. Kemudian hasil temuan berdasarkan studi dokumentatif ini kami sampaikan kepada aparat Desa untuk merencanakan kegiatan pengabdian.

Beberapa hal yang menjadi sorotan dalam kegiatan ini adalah kurangnya pemahaman masyarakat tentang ekonomi digital dan pasar digital. Kondisi ini berimplikasi pada rendahnya tingkat partisipasi masyarakat pada pemanfaatan media digital dalam melakukan aktivitas bisnisnya. Disisi lain, keterbatasan ini juga didukung dengan minimnya keterlibatan kaum muda (pada lokasi pengabdian terdapat organisasi multi-mekhanai sebagai wadahnya) dalam berpartisipasi untuk mengembangkan perekonomian digital masyarakat. pada aspek ini kemudian yang memberi titik tekan pentingnya pengabdian ini kami lakukan. Selain itu, dalam membangun ekosistem bisnis digital, para pelaku bisnis perlu mendapatkan *support* dari pemerintah desa. Pemerintah desa dapat menjadi mitra dalam menjembatani konsumen dengan pelaku bisnis di desa. Desa sebagai institusi memiliki akses untuk terhubung dengan pemerintah desa antar kecamatan bahkan memiliki akses sampai tingkat kabupaten maupun provinsi. Infrastruktur tersebut dapat dibangun dengan semangat bersama membangun perekonomian masyarakat desa.

Pada pelatihan penyusunan e-marketspace sebagai model promosi di era digital ini, terdiri dari beberapa tahapan sebagai berikut :

Tahapan	Kegiatan	Metode	Prosedur Kerja
1	Pemaparan Materi tentang Perkembangan Bisnis dan Kewirausahaan	Ceramah dan Studi Kasus melalui presentasi	Peserta akan dibekali <i>hardcopy</i> tentang materi yang akan diberikan. Peserta akan diberikan pre test setelah materi diberikan
2	Penyusunan Kerangka Bisnis dan Penciptaan Nilai Produk	Praktek menggunakan modul bisnis	Peserta akan dikelompokkan menjadi beberapa grup, dan akan melakukan simulasi untuk membuat kerangka bisnis. Peserta disimulasikan untuk menerapkan ide-ide dan gagasan mereka tentang produk lokal
3	Pengenalan tentang <i>online marketing</i> serta bauran pemasarannya	Ceramah dan <i>Focus Group Discussion</i>	Peserta diberikan materi tentang perkembangan bisnis di era digitalisasi. Peserta dibekali <i>Hardcopy</i> dan <i>Softcopy</i> materi untuk dipelajari. Setelah pembekalan materi, peserta akan melakukan FGD terkait Isu-isu di Industri Lokal
4	Pembuatan web dan media sosial untuk bisnis	Praktek dengan menggunakan laptop yang disediakan oleh tim	Peserta kembali dikelompokkan dan akan melakukan simulasi tentang pembuatan web dan media sosial khusus bisnis lokal. Peserta juga akan <i>launching</i> web dan media sosial
5	Penyusunan Konten web Bisnis untuk produk Lokal	Praktek	Peserta memfinalisasi web dan memasukkan data-data update tentang produk lokal yang akan dipasarkan.

B. Pelatihan dan pemaparan e-marketplace sebagai media promosi

Selanjutnya, kegiatan pelatihan e-market place dilaksanakan dalam rangka memberikan implementasi bisnis baru yang dapat dilakukan oleh pelaku bisnis. Peserta akan dibekali hardcopy tentang materi yang akan diberikan. Peserta akan diberikan pre test setelah materi diberikan. Setelah itu, peserta akan dikelompokkan menjadi beberapa grup, dan akan melakukan simulasi untuk membuat kerangka bisnis. Peserta disimulasikan untuk menerapkan ide-ide dan gagasan mereka tentang produk lokal. Peserta diberikan materi tentang perkembangan bisnis di era digitalisasi. Peserta dibekali Hardcopy dan Softcopy materi untuk dipelajari. Setelah pembekalan materi, peserta akan melakukan FGD terkait Isu-isu di Industri Lokal. Setelah mengetahui isu-isu terkait kondisi bisnis dalam ruang lingkup yang lebih luas, peserta kembali dikelompokkan dan akan melakukan simulasi tentang pembuatan web dan media sosial khusus bisnis lokal. Peserta juga akan launching web dan media sosial. Terakhir, peserta memfinalisasi web dan memasukkan data-data update tentang produk lokal yang akan dipasarkan.

Tahapan pelatihan dilakukan hingga peserta mampu menciptakan konten pemasaran produk di media sosial dan menjelaskan strategi promosi yang tepat yang disesuaikan dengan target pasar yang ditentukan peserta. Tahapan awal dilakukan melalui pendalaman materi peserta tentang perkembangan bisnis dan kewirausahaan. Setelah diberikan materi, peserta diminta untuk menyusun kerangka bisnis dan penciptaan nilai produk lokal. Kemudian kerangka bisnis tersebut dikorelasikan dengan konsep *online marketing* serta bauran pemasarannya. Tahapan terakhir adalah menyusun konten promosi di website dan merumuskan strategi penerapannya untuk pasar potensial.



Gambar 1. Penyampaian materi oleh narasumber kegiatan



Gambar 2 Peserta kegiatan Pengabdian

C. Evaluasi Kegiatan

Berdasarkan hasil data secara kuantitatif, terdapat peningkatan pemahaman peserta terhadap materi yang disampaikan pada proses pelatihan pembuatan toko online di pekan sukaraja tanggamus yang pesertanya terdiri dari muli-mekhanai. terjadi

peningkatan pemahaman terhadap materi yang disampaikan sebesar 17%. Berikut hasil pretest dan post test peserta pelatihan :

No	Kode Peserta	Pre-Test	Post-test	Peningkatan Pemahaman
1	P1	62,19	77,74	20%
2	P2	72,17	84,91	15%
3	P3	53,77	71,70	25%
4	P4	70,24	85,66	18%
5	P5	59,30	73,21	19%
6	P6	64,60	80,75	20%
7	P7	74,28	91,70	19%
8	P8	83,89	93,21	10%
9	P9	65,64	84,15	22%
10	P10	81,62	94,91	14%
11	P11	64,52	77,74	17%
12	P12	75,57	84,91	11%
13	P13	63,09	71,70	12%
14	P14	61,49	73,21	16%
15	P15	66,22	80,75	18%
Nilai Rata-Rata		67,91	81,75	17%

Peningkatan pemahaman terendah ada pada peserta nomor 8 dengan peningkatan hanya 10%. Diasumsikan hal ini terjadi dikarenakan pada tingkat pemahaman pada saat sebelum mengikuti pelatihan ada pada angka 83,89% atau telah memiliki tingkat pemahaman yang cukup tinggi. Akan tetapi, dengan terlibatnya dalam pelatihan ini, tetap meningkatkan pemahaman peserta.

Disisi lain, peningkatan presentase pemahaman tertinggi ada pada peserta nomor 3 dengan angka peningkatan sebesar 25% dari total materi yang diterima, artinya pada level pemahaman yang cukup rendah pelatihan ini dapat memberikan tingkat pemahaman yang cukup signifikan bagi pesertanya. Secara rata-rata nilai pre-test yang

diperoleh ada pada angka 67,91% sedangkan nilai rata-rata post-test ada pada angka 81,75% sehingga dapat dikatakan pelatihan ini cukup efektif dalam meningkatkan pemahaman peserta terkait dengan konten yang disampaikan. Secara kuantitatif hasil evaluasi ini memperlihatkan gambaran secara umum dari hasil evaluasi kegiatan. Adapun instrumen yang digunakan untuk pengukuran ini terlampir pada bagain lapiran di dokumen laporan ini.

Secara kualitatif, pasca dilakukannya kegiatan pengabdian ini, Pemerintah Desa dan organisasi muli-mekhanai Desa Sukaraja memiliki rencana untuk mengembangkan keripik selada air. Selada Air merupakan salah satu produk khas pertanian di lokasi pengabdian ini dilakukan. pengembangan produk pertanian ini direncanakan akan dijadikan makanan olahan yang diberi nama Keripik Selada Air Way Bekhak. nantinya produk ini akan di pasarkan melalui e-commers Shopee dan Tokopedia sebagai representasi dan implementasi dari hasil pelatihan toko online yang telah diikuti.

SIMPULAN

Berangkat dari hasil evaluasi yang dilakukan secara kualitatif dan kuantitatif menunjukkan bahwa kegiatan pelatihan pembuatan toko online pada produk pertanian di pekon sukaraja kecamatan kabupaten tanggamus, telah berhasil memberikan peningkatan pemahaman terhadap mekanisme dan tata cara meningkatkan nilai produk pertanian serta membuat toko online. peningkatan ini terlihat secara kuantitatif dengan melihat meningkatnya persentase pemahaman dari peserta melalui post-test dan pre-test yang telah dilakukan.

Secara kualitatif, hadirnya inisiatif untuk pengembangan produk unggulan yang dimiliki desa oleh pemerintah desa dan organisasi dibawah karang taruna yang dikenal pada lokasi ini dengan sebutan Muli-Mekhanai merupakan bukti kongkrit dari hasil pengabdian ini. munculnya ide tentang bagaimana mempromosikan produk unggulannya (Selada Air) dikolerasikan dengan lokasi wisata way Bekhak sebagai branding dan labeling produk menjadi suatu inisiatif yang baik yang diperoleh oleh peserta pelatihan. Disisi lain, Pemerintah Desa (dalam hal ini Sekeretaris Desa, Bagian Keuangan Desa, dan Bagian Pemerintahan Desa) memiliki ide untuk mengintegrasikan produk lokal desa dengan BUM Desa pekon sukaraja. integrasi ini akan diawali dengan

membangun rencana bisnis desa yang akan menjadi dasar bagi Pengelola Operasional BUM Desa dalam mengembangkan dan menjalankan bisnisnya merupakan langkah kongkrit yang perlu diapresiasi.

Mencermati manfaat dan efektifitas dari implementasi kegiatan ini maka disarankan untuk dilakukan secara berkelanjutan dengan pengembangan konten dan tema. untuk kegiatan serupa perlu dilakukan pada lokasi lain secara berkelanjutan dan bergulir pada masyarakat yang berada di lokasi-lokasi lainnya. Hal ini perlu dilakukan untuk memastikan tersosialisasinya manfaat dari pemanfaatan ekonomi digital untuk meningkatkan nilai tambah pada produk pertanian. Dengan demikian, informasi dan metode ini dapat tersebar luas dan memberikan manfaat pada masyarakat dalam skala yang lebih luas pula.

DAFTAR PUSTAKA

- Gohary, H. E. (2012). *e-marketing- a literature review form a small business persepective. International Journal of Business and Social Science*, 214-244.
- Hasan, A. (2013). *Marketing dan Kasus-kasus pilihan*. Yogyakarta: CAPS.
- Kotler, P. &. (2009). *Dasar-dasar Pemasaran. Jilid I*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, P. (2009). *Dasar-dasar Pemasaran. Edisi 12*. Jakarta: Erlangga.
- Usmara, U. (2003). *Strategi Baru Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Amara Books.



PEMBANGUNAN KESADARAN DAYA SAING PARIWISATA INTERNASIONAL PADA KELOMPOK PEMUDA DI BANDAR LAMPUNG

Fahmi Tarumanegara^{1)*}, Hasbi Sidik²⁾, Fitri Juliana Sanjaya³⁾

^{1,2,3}Jurusan Hubungan Internasional FISIP Universitas Lampung

* Corresponding Authors: fahmi.tarumanegara@fisip.unila.ac.id

ABSTRAKSI

Tujuan kegiatan pengabdian adalah memberikan pengetahuan, pemahaman dan peningkatan kesadaran mengenai industri pariwisata internasional seluruh provinsi di Indonesia. Selanjutnya, sasaran kegiatan ini adalah pemuda-pemuda di Bandarlampung sebagai generasi rentang usia produktif dan calon pelaku atau pelaku industri pariwisata internasional di daerah provinsi Lampung. Dalam kegiatan ini ada 40 pemuda dengan latar belakang kedekatannya dengan pariwisata dan kegiatan dilakukan secara daring dengan menggunakan media Zoom. Hasil kegiatan menyajikan informasi bahwa terjadi peningkatan pemahaman dalam ragam dimensi pariwisata. Pemahaman mengenai pariwisata adalah dimensi yang mengalami peningkatan tertinggi dengan elemen terbesar pada definisi kesadaran pariwisata diikuti oleh pentingnya kesadaran pariwisata. Selanjutnya dalam dimensi daya saing pariwisata internasional, peningkatan terbesar ada di pemahaman pada elemen pemahaman faktor pembangun daya saing daerah. Elemen lainnya yaitu urgensi persaingan internasional, hubungan daya saing dan sadar wisata memiliki juga menampilkan kenaikan setelah kegiatan ini. Kegiatan ini juga menghasilkan model kesadaran daya saing pariwisata yang melibatkan 3 aktor utama yaitu pemerintah, kelompok pemuda dan pelaku usaha. Terakhir, melalui pelibatan pemuda dalam peningkatan pemahaman daya saing pariwisata, diharapkan pemuda mampu mengidentifikasi peluang dan berkontribusi bagi perkembangan industri pariwisata internasional di Bandarlampung.

Kata Kunci: Kesadaran Pariwisata, Pariwisata Internasional, Pemuda, Provinsi Lampung

Abstract

The purpose of community services is to sharing knowledge, sharpening tourism awareness on international tourism industry in Indonesia. As a productive generation and potential entrepreneur in tourism industry, youth people in Bandarlampung were our main audience. There are 40 involved participants who have proximity to tourism activities. This activity is also conducted by online platform namely Zoom. The results show that there is a moderate increase in wide range of tourism variety dimensions. A deep understanding of tourism concept has the biggest value which is followed by tourism awareness dimension. On tourism competitiveness dimension, participant experienced a rise knowledge on significant competitiveness factor, and it also showed a slight growth in international tourism urgency, relations between competitiveness and tourism awareness. The activity undoubtedly also issued an awareness tourism model addressing three key actors namely local government, youth group and business community. Finally, by young people involvement in tourism awareness programme, it could possibly allow them to identify several opportunities and positively contribute to the development of international tourism industry in Bandarlampung.

Keywords: Tourism Awareness, International Tourism, Youth, Lampung Province

PENDAHULUAN

Objek pariwisata merupakan hal yang dimiliki oleh hampir seluruh provinsi di Indonesia. Keberagaman budaya, kekhasan geografis dan perkembangan industri juga turut mendukung pertumbuhan objek-objek pariwisata ini. Selain hal tersebut, berbagai upaya strategis dan koordinasi lintas sektor, reformasi kebijakan dalam menarik investasi asing serta peningkatan promosi pembangunan destinasi wisata internasional selain provinsi Bali juga mendorong pertumbuhan industri pariwisata di Indonesia.

Setiap provinsi di Indonesia juga telah mengembangkan Objek Daya Tarik Wisata (ODTW). Lebih jauh, ODTW bisa dikelompokkan menjadi 6 kelompok yaitu Daya Tarik Wisata Alam, Daya Tarik Wisata Budaya, Daya Tarik Wisata Buatan, Taman Hiburan dan Rekreasi, Kawasan Wisata dan Wisata Tirta (BPS RI, 2019). Berdasarkan data statistik tahun 2019, provinsi terbanyak yang memiliki keenam jenis kelompok ODTW adalah provinsi Jawa Timur, Provinsi Jawa Barat, dan Provinsi Bali. Pada kelompok jenis wisata tirta banyak terdapat di Provinsi Bali, Jawa Barat dan Jawa Timur, sedangkan untuk kelompok jenis wisata buatan terbanyak berada di Provinsi Jawa Timur, Jawa Barat dan Banten. Pada kelompok wisata alam banyak terdapat di Provinsi Jawa Timur, Jawa Tengah dan Jawa Barat. Sementara Provinsi Jawa Tengah, Daerah Istimewa (DI) Yogyakarta dan Daerah khusus Ibukota (DKI) Jakarta menjadi provinsi dengan kelompok daya tarik wisata budaya yang terbanyak. Kelompok taman hiburan dan rekreasi terbanyak ada di Provinsi Jawa Timur, Jawa Tengah dan Jawa Barat, selanjutnya daya tarik wisata kawasan pariwisata banyak terdapat di Provinsi Jawa Barat, Jawa Timur dan Jawa Tengah (BPS RI, 2020)

Disisi lain, kunjungan pariwisata Indonesia tahun 2019 masih didominasi oleh pengunjung Indonesia dibandingkan pengunjung asing dimana jumlah pengunjung Indonesia mencapai 266,10 juta orang atau sekitar 93.56%. Sementara itu, jumlah pengunjung asing mencapai 18,31 juta orang atau 6,44% dari total pengunjung. Provinsi Bali menjadi provinsi dengan pengunjung asing sebesar 9,11 juta atau sebanyak 52,84% dari jumlah pengunjung. Upaya peningkatan performa pariwisata Indonesia juga telah dilakukan melalui *branding* “Wonderful Indonesia” yang merupakan program promosi dan strategi pariwisata Internasional Indonesia. Promosi dan strategi ini kemudian telah mendapatkan 23 penghargaan internasional diantaranya adalah ASEAN Tourism award 2019 dimana Indonesia unggul di empat kategori termasuk mendapat penghargaan

sebagai *Best Tourism Destination* and *Halal Destination*. Pada tahun 2021, Wonderful Indonesia juga meraih *Best Creative Destination* di ajang Creative Tourism Awards 2020 mengalahkan 76 destinasi lainnya dari berbagai negara di dunia (*Wonderful Indonesia Raih “Best Creative Destination” di Ajang Creative Tourism Awards, 2021*)

Mayoritas provinsi di Indonesia telah membangun brand wisatanya yang merepresentasikan keunggulan pariwisata sekaligus janji provinsi kepada wisatawan yang berkunjung ke daerahnya. Hal ini juga menunjukkan bahwa sebagian provinsi di Indonesia bersaing dalam pasar pariwisata untuk menarik wisatawan domestik maupun internasional.

Tabel 1. Brand Pariwisata 34 Provinsi di Indonesia

	Provinsi	Brand
1	Provinsi Aceh	The Light of Aceh / Cahaya Aceh
2	Sumatera Utara	Real Nature Experience
3	Sumatera Selatan	Explore Your Sumatera
4	Sumatera Barat	Taste of Padang
5	Bengkulu	Natural Bengkulu
6	Riau	The Homeland of Melayu
7	Kepulauan Riau	Wonderful Riau Islands
8	Jambi	Explore Jambi
9	Lampung	The Treasure of Sumatera
10	Bangka Belitung	WAUU (Wonderful, Artistic, Unique, Unforgettable)
11	Kalimantan Barat	Rimba dan Budaya
12	Kalimantan Timur	Paradise of the East
13	Kalimantan Selatan	The Legend of Borneo
14	Kalimantan Utara	Jelajah Kaltara: Never Ending Exploring
15	Banten	Exciting Banten
16	DKI Jakarta	Enjoy Jakarta
17	Jawa Barat	Wonderful West Java Indonesia
18	Jawa Tengah	JAVA: Cultural Wonders
19	D.I Yogyakarta	Jogja Wajar Anyar
20	Jawa Timur	Pesona Jawa Timur
21	Bali	The Island of Gods
22	Nusa Tenggara Timur	NTT New Tourism Territory
23	Nusa Tenggara Barat	Friendly Lombok dan Pesona Sumbawa
24	Gorontalo	The Heart of Celebes
25	Sulawesi Barat	Sulbar Marasa
26	Sulawesi Tengah	Complete Destination
27	Sulawesi Utara	North Sula We See
28	Sulawesi Tenggara	Miracle of Blessed Land
29	Sulawesi Selatan	Colorful Experience
30	Maluku Utara	Enjoy Ternate
31	Maluku	The Spice Islands
32	Papua Barat (Manokwari)	-
33	Papua	-
34	Papua Barat (Sorong)	-

(Sumber diolah oleh penulis)

Dalam konteks ekonomi, pariwisata juga menjadi salah satu sektor yang tumbuh dengan sangat cepat, bahkan berkontribusi sebesar 10,2% dalam porsi *Gross Domestic Product* (GDP) Dunia atau setara US\$ 7,6 trilyun di tahun 2017 (*UNWTO Annual Report 2012, 2013*) Pariwisata juga menjadi salah satu industri penyerap tenaga kerja terbesar, dimana *World Travel & Tourism Council* mencatat 1 dari 10 lapangan pekerjaan terbuka dari sektor ini sebesar 1;67% hingga 0,75% pasar pariwisata internasional. Angka ini jauh dari jumlah wisatawan yang berkunjung ke Perancis sejumlah 217.877.000 atau sebesar 9,07% dari keseluruhan wisatawan internasional. Negara dengan jumlah wisatawan terbesar lainnya adalah Amerika Serikat, Tiongkok, dan Spanyol (*World Bank, 2022*)

Belum maksimalnya performa Indonesia juga dapat dilihat dari nilai *Tourism Competitiveness Index* (TTCI). Nilai TTCI Indonesia sebesar 4,7 atau berada pada urutan ke 40 dari seluruh negara di dunia. Di ASEAN posisi Indonesia berada di bawah Singapura (17), Malaysia (20), dan Thailand (31); atau berada pada urutan ke 12 di Asia dan berada di bawah Jepang Tiongkok, Korea Selatan, Uni Arab Emirat, India, dan Taiwan (*World Economic Forum, 2018*) TTCI terdiri dari 4 dimensi, 14 pilar dan 90 indikator. Dari sejumlah 14 pilar performa Indonesia; tercatat beberapa berada pilar daya saing pariwisata Indonesia berada pada level yang belum maksimal diantaranya: *environmental sustainability* (nilai 3,5 urutan 135), *health and hygiene* (nilai 4,5 urutan 102), *safety security* (nilai 5,4 urutan 80), *tourist service infrastructure* (nilai 3,1 urutan 98), *ICT readiness* (nilai 4,7 urutan 62), serta *human resources* dan *labour market* (nilai 4,9 urutan 44) (*World Economic Forum, 2020*)

Selain pembangunan infrastruktur pariwisata, peningkatan Sumber Daya Manusia (SDM) merupakan elemen daya saing pariwisata internasional Indonesia. Adapun SDM dalam pariwisata meliputi pelaku usaha, pemerintah dan masyarakat setempat. Hal ini ditegaskan dalam Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, dimana pengertian SDM terkait pariwisata adalah “berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah”. Sedangkan yang dimaksud dengan Kepariwisata adalah “seluruh kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multi disiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antar wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, Pemerintah, Pemerintah daerah, dan pengusaha”. Sedangkan Industri Pariwisata adalah “kumpulan usaha pariwisata yang

saling terkait dalam rangka menghasilkan barang dan/atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dalam penyelenggaraan pariwisata.”

Berdasarkan ke tiga pengertian pariwisata di atas maka yang dimaksud dengan SDM Pariwisata adalah seluruh aktor yang terlibat dalam menyediakan layanan atau mendukung kegiatan sektor kepariwisataan. Indikator SDM dalam hal ini dapat bersifat *tangible* maupun *intangible*, yang mana keunggulan SDM tersebut berkaitan erat dengan pemenuhan kebutuhan dan mewujudkan terciptanya kepuasan wisatawan. Peningkatan keunggulan SDM pariwisata dengan begitu berpotensi memiliki dampak positif terhadap ekonomi, kesejahteraan, dan kelestarian lingkungan dan budaya di suatu kawasan wisata.

Selanjutnya, aktor utama sebagai kontributor ekonomi Indonesia khususnya pariwisata adalah penduduk dengan usia produktif. Perubahan struktur penduduk Indonesia saat ini juga sedang masuk dalam fase dimana jumlah penduduk usia produktif lebih besar dibanding usia nonproduktif yang dikenal dengan bonus demografi. Berdasarkan data BPS 2020, piramida penduduk Indonesia tahun 2020 dan proyeksi hingga 2040 didominasi oleh kelompok pemuda dari rentang usia 16 sampai dengan 30 tahun (UU No.40 Tahun 2009)

Lebih jauh, pemuda merupakan sumber daya manusia utama dan agen pembangunan di Indonesia. Tuntutan untuk pemuda menjadi semakin kreatif, inovatif, produktif dan memiliki kapasitas berdaya saing khususnya dalam sektor pariwisata internasional penting untuk dilakukan. Hal ini kemudian menjadi argumentasi pengabdian pariwisata internasional kepada pemuda dilakukan di Bandar Lampung. Selanjutnya, tujuan dari kegiatan ini adalah untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahaman pemuda di Bandarlampung mengenai pariwisata internasional. Terakhir, kegiatan ini diharapkan memberi manfaat tidak hanya aspek pengetahuan namun juga mendorong pemuda untuk mampu melihat peluang usaha dalam industri pariwisata internasional. Lebih jauh, juga diharapkan agar pemerintah daerah memaksimalkan kontribusi dan keterlibatan pemuda dalam pariwisata internasional di Bandarlampung.

METODE KEGIATAN

Pada kegiatan ini, khalayak atau target peserta kegiatan adalah masyarakat khususnya Pemuda/i sebagai aktor dan target pariwisata internasional agar muncul kesadaran pemuda sebagai agen pariwisata internasional di daerah. Materi kegiatan PKM

juga disusun sesuai kerangka pelaksanaan kegiatan PKM yang telah ditetapkan sebelumnya. *Pertama*, pengusulan (penyiapan fasilitas partisipasi inklusif). *Kedua*, sosialisasi interaktif (sosialisasi bagi pelaku bisnis wisata). *Ketiga*, pendampingan komunikasi (bantuan untuk menjembatani komunikasi lintas stakeholder utama sektor pariwisata Provinsi Lampung).

Metode pelaksanaan kegiatan ini terdiri dari beberapa metode utama, yang digunakan di seluruh tahapan proses pelaksanaan PKM: awal kegiatan, inti kegiatan sosialisasi, serta pendampingan.

Tabel 2 Skenario Kegiatan

Materi	Metode	Durasi	Media dan Sarana
Persiapan Fasilitas Partisipasi Partisipasi Inklusif	Observasi, Interview, Pengusulan	14 hari	Instrumen Observasi Panduan Wawancara
Sosialisasi Kesadaran Pariwisata	Presentasi, Simulasi, dan Diskusi	1 hari	LCD, slide presentasi, modul, dan peralatan
Sosialisasi daya saing pariwisata internasional	Presentasi, Simulasi, dan Diskusi		
Menjembatani kerjasama pemerintah, pelaku usaha dan masyarakat	<i>Focus Group Discussion</i> Observasi ide-ide baru mengenai model pembangunan kesadaran daya saing pariwisata internasional	30 hari	Poster Digital dan Media Social <i>Networking Sites</i> (SNS)
Survey dan evaluasi			Instrumen Survey

Tahap pertama kegiatan melibatkan metode observasi atas kondisi sektor pariwisata di Provinsi Lampung. *Tahap kedua* kegiatan PKM yaitu sosialisasi yang melibatkan metode lokakarya guna menyampaikan informasi penting mengenai temuan atas pentingnya pariwisata dan daya saing internasional bagi pemuda di Bandarlampung. Pada *tahap terakhir* yang merupakan survey menghimpun ide baru dalam membangun kesadaran pariwisata daerah serta evaluasi hasil kegiatan

Di setiap tahapan kegiatan PKM ini, dibangun suatu instrumen evaluasi guna menilai sejauh mana setiap tahapan telah mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Secara sederhana evaluasi dilakukan sebelum (*pre-evaluation*) tahapan kegiatan dilakukan, dan setelah (*post evaluation*) tahapan kegiatan dilakukan. Tujuan *pre-evaluation* adalah untuk mengetahui kondisi awal sebelum kegiatan baik materi dan proses stimuli dilakukan.

Sedangkan *post-evaluation* bertujuan untuk mengetahui sejauh mana perubahan yang terjadi pada pemahaman dan kesadaran daya saing pariwisata internasional dari berbagai stakeholder terkait.

Kriteria penilaian kondisi sebelum kegiatan berlangsung dilakukan, adalah dengan menggunakan dengan indikator sebagai berikut:

1. Level kesadaran pariwisata baik di kelompok pembuat kebijakan, pelaku usaha dan masyarakat;
2. Level pemahaman daya saing pariwisata baik di kelompok pembuat kebijakan, pelaku usaha dan masyarakat;
3. Level keterlibatan berbagai kelompok pembuat kebijakan, pelaku usaha dan masyarakat dalam memberikan ide-ide baru untuk meningkatkan kesadaran daya saing pariwisata internasional

Sedangkan dalam *post evaluatuon* akan dilakukan observasi mengenai beberapa hal berikut ini:

1. Level perubahan kesadaran pariwisata baik di kelompok pembuat kebijakan, pelaku usaha dan masyarakat yang meningkat setelah diadakan sosialisasi PKM FISIP Universitas Lampung Tahun 2022.
2. Level perubahan pemahaman daya saing baik di kelompok pembuat kebijakan, pelaku usaha dan masyarakat yang meningkat setelah diadakan sosialisasi PKM FISIP Universitas Lampung Tahun 2022.

Kegiatan dilakukan selama lima bulan. Rangkaian perencanaan kegiatan terdiri dari 5 sub tahapan kegiatan yang berlangsung selama 25 minggu. Sedangkan inti rangkaian pelaksanaan kegiatan PKM terdiri dari 3 sub kegiatan. yang terdiri dari observasi awal dan penyusunan instrumen kegiatan, sosialisasi, kampanye (termasuk pemantauannya). Adapun deskripsi jadwal PKM secara rinci dapat dipaparkan sebagai berikut:

Tabel 3 Jadwal Kegiatan

No	Kegiatan	Bulan 2		Bulan 3		Bulan 4		Bulan 5		Bulan 6		Bulan 7	
		1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2
1	Konsolidasi Tim PKM	Pra											
2	Penyusunan, Pengajuan Proposal Kegiatan												
4	Observasi Awal PKM			1									
5	Penyusunan Materi dan Instrumen Kegiatan			1									
6	Pelaksanaan Sosialisasi Tentang Kesadaran Daya saing Pariwisata Internasional											2	
7	Penyusunan Laporan Kegiatan PKM											Pasca	
8	Sosialisasi Hasil PKM kepada stakeholder												

HASIL EVALUASI

Keseluruhan peserta kegiatan berjumlah 40 orang dengan berbagai latar belakang karakter kedekatannya dengan pariwisata telah melengkapi pengisian survey *pre-test* dan *post-test*. Pada intensitas berwisata, sejumlah 28 orang (70,0%) telah melakukan 1-3 kali perjalanan wisata pertahun. Sedangkan 12 orang (30,0%) dengan begitu pernah melakukan perjalanan wisata lebih dari 3 kali dalam setahun. Adapun tujuan destinasi di luar pulau berjumlah 24 orang (60,0% peserta); 11 orang (27,5%) pernah melakukan perjalanan wisata di dalam pulau Sumatera; sedangkan 5 orang (12,5%) lainnya bahkan memiliki pengalaman wisata ke luar negeri. Sejumlah 36 peserta kegiatan atau sebesar 90% peserta kegiatan memiliki ketertarikan terhadap pariwisata; baik cukup tinggi, tinggi, dan sangat tinggi. Hanya 4 orang (10%) memiliki ketertarikan terhadap wisata rendah.

Secara umum telah berhasil meningkatkan pemahaman peserta kegiatan mengenai kesadaran dan daya saing wisata. Rerata nilai pemahaman peserta kegiatan meningkat sebesar 1,40 poin (nilai maksimum 6 poin) dari sebesar 2,88 menjadi 4,28 poin. Pemahaman peserta kegiatan secara keseluruhan meningkat dari 48,0% menjadi 71,0%. Meski begitu pemahaman peserta kegiatan juga menjadi kian ragam karena meningkatnya nilai standar deviasi hasil pengukuran dari 1,20 menjadi 1,26 poin.

Tabel 4. Karakteristik Peserta Kegiatan

Indikator	Ukuran	Jumlah	%
Intensitas Berwisata	1-3 Kali	28	70.0
	4-6 Kali	8	20.0
	7-9 Kali	2	5.0
	Lebih dari 10 Kali	2	5.0
Pengalaman Berwisata	Luar Kota Dalam Provinsi	4	10.0
	Luar Provinsi Dalam Pulau Sumatera	7	17.5
	Luar Provinsi Luar Pulau Sumatera	24	60.0
	Luar Negeri	5	12.5
Ketertarikan Pariwisata	Rendah	4	10.0
	Cukup Tinggi	13	32.5
	Tinggi	10	25.0
	Sangat Tinggi	13	32.5

Pemahaman mengenai kesadaran wisata adalah dimensi yang mengalami peningkatan terbesar. Dari 6 sub-dimensi kesadaran wisata, peningkatan pemahaman peserta kegiatan terbesar ada pada elemen definisi kesadaran wisata meningkat dari 2,73 menjadi 4,45 (atau dari tingkat capaian 45,4% menjadi 74,2%), serta elemen pentingnya kesadaran wisata bagi lampung yang meningkat dari 3,15 menjadi 4,55 (atau dari tingkat capaian 52,5% menjadi 75,8%). Elemen terendah adalah pentingnya kesadaran wisata bagi Indonesia yang hanya meningkat dari 3,25 menjadi 4,50 (atau dari tingkat capaian 54,2% menjadi 75,0%). Elemen lain yaitu: bentuk nyata kesadaran wisata, pentingnya kesadaran wisata, dan pentingnya kesadaran wisata bagi dunia meningkat antara 1,28 poin hingga 1,33 poin. Nilai capaian keenam elemen tersebut di akhir acara berkisar antara 71,7% hingga 75,8%.

Dimensi daya saing adalah dimensi terbesar kedua yang mengalami peningkatan pemahaman di peserta kegiatan terbesar. Dari 5 sub-dimensi daya saing pariwisata, elemen faktor-faktor pembangun daya saing daerah merupakan elemen mengalami peningkatan terbesar yaitu dari 2,58 menjadi 4,28 (atau dari tingkat capaian 42,9% menjadi 71,3%). Sedangkan elemen dengan peningkatan pemahaman peserta terendah adalah elemen pentingnya daya saing pariwisata bagi persaingan mancanegara, dimana elemen ini meningkat dari 2,98 menjadi 4,18 (atau dari tingkat capaian 49,6% menjadi 69,6%). Elemen lainnya yaitu: pentingnya daya saing dalam persaingan nasional, hubungan daya saing pariwisata dan sadar wisata, serta definisi daya saing pariwisata meningkat antara 1,25 hingga 1,43 poin. Nilai capaian kelima elemen tersebut di akhir acara berkisar antara 69,2% hingga 71,3%.

Tabel 5. Penilaian Peserta Mengenai Kesadaran dan Daya Saing Wisata

Elemen Pemahaman Responden	Pre Test			Post Test			Growth
	Rerata	%	StDev	Rerata	%	StDev	
Pemahaman Wisata, Pariwisata, Kepariwisata	2,83	47,1%	0,98	4,30	71,7%	1,11	1,48
Definsi sadar wisata	2,73	45,4%	1,11	4,45	74,2%	1,30	1,73
Pentingnya sadar wisata	3,15	52,5%	1,25	4,48	74,6%	1,18	1,33
Bentuk nyata sadar wisata	2,80	46,7%	1,26	4,08	67,9%	1,25	1,28
Sadar wisata bagi Lampung	3,15	52,5%	1,21	4,55	75,8%	1,30	1,40
Sadar wisata bagi Indonesia	3,25	54,2%	1,41	4,50	75,0%	1,24	1,25
Sadar wisata bagi dunia	3,15	52,5%	1,35	4,48	74,6%	1,32	1,33
Daya saing pariwisata	2,83	47,1%	1,22	4,25	70,8%	1,15	1,43
Daya saing dalam persaingan nasional	2,93	48,8%	1,12	4,18	69,6%	1,30	1,25
Daya saing di persaingan mancanegara	2,98	49,6%	1,23	4,18	69,6%	1,38	1,20
Faktor-faktor pembangun daya saing daerah	2,58	42,9%	1,08	4,28	71,3%	1,32	1,70
Hubungan daya saing pariwisata dan sadar wisata	2,80	46,7%	1,09	4,15	69,2%	1,23	1,35
Program peningkatan sadar wisata Pemerintah Lampung	2,63	43,8%	1,25	4,00	66,7%	1,30	1,38
Keberadaan kelompok sadar wisata di Lampung	2,50	41,7%	1,28	4,00	66,7%	1,30	1,50
Rerata	2,88	48%	1,20	4,28	71%	1,26	1,40

Pemahaman responden pada dimensi implementasi dan daya saing mengalami peningkatan terbesar di elemen pengetahuan mengenai kelompok sadar wisata di Lampung, yang meningkat dari level 47,1% menjadi 71,7% (23,6%). Peningkatan terendah terjadi pada elemen pengetahuan mengenai hubungan daya saing pariwisata dan sadar wisata, dari 46,7% menjadi 69,2% (22,5%).

Hasil sosialisasi, diskusi, dan kuesioner yang terhimpun; juga memuat masukan bagi pariwisata di Lampung. Peserta kegiatan mengusulkan pembentukan kelompok sadar wisata yang dikelola oleh kelompok pemuda khususnya mahasiswa, dan bagi kelompok pemuda di Bandar Lampung. Tingkat keinginan peserta untuk bergabung sebagai anggota kelompok tersebut sebesar 72,08% dan keinginan untuk aktif melakukan sosialisasi sadar wisata sebesar 69,58%. Sedangkan keinginan untuk menjadi pengelola kelompok sadar wisata sebesar 67,92%. Usulan tersebut direncanakan akan segera ditindaklanjuti dengan rencanamelakukan lokakarya penyusunan dan pembentukan kelompok sadar wisata bagi kelompok pemuda yang juga melibatkan civitas akademika Universitas Lampung, serta kelompok pengusaha muda dan pemerintah Bandarlampung.

PEMBAHASAN

Pariwisata Bandarlampung dan Lampung di tengah pandemi Covid 19 saat ini,, dihadapkan pada berbagai tantangan sekaligus peluang untuk berkembang. Berbagai tantangan yang hadir diantaranya adalah:

1. Rendahnya pemahaman kelompok pemuda pada pentingnya kesadaran wisata berdaya saing internasional bagi pembangunan dan kemajuan Indonesia,Provinsi Lampung, termasuk bagi kota Bandarlampung.
2. Terbatasnya pemahamankelompok pemuda mengenai langkah strategis dan praktis untuk meningkatkan kesadaran wisata berdaya saing internasional,
3. Rendahnya keterlibatan kelompok pemuda pada pembangunan kesadaran wisata dan rendahnya kolaborasi antar stakeholder di kota Bandarlampung dalam membangun kesadaran wisata berdaya saing internasional.

Ditengah tantangan tersebut, peluang keberhasilan pembangunan pariwisata di kota Bandarlampung hadir dari kelompok pemuda. Di tengah intensnya penggunaan teknologi informasi dan komunikasi di era digital dan tekanan penggunaannya di masa pandemi saat ini, kelompok pemuda merupakan kelompok yang adaptif dengan perubahan ini. Kelompok pemuda dengan kemampuan literasi dgital lebih tinggi dari kelompok usia lainnya dalam masyarakat idealnya memiliki kemampuan melakukan penyebarluasan ide mengenai pentingnya masyarakat untuk terlibat langsung dalam pariwisata.

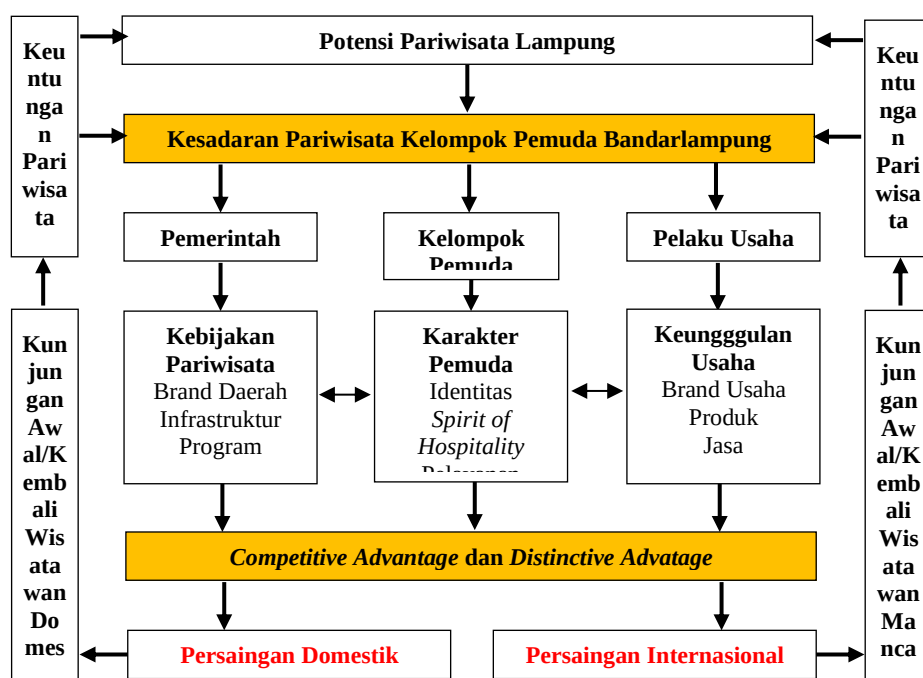
Kemampuan kelompok pemuda dalam literasi digital dan dalam pembangunan kesadaran wisata berdaya saing internasional dapat terjadi pada beberapa tahapan. *Pertama*, kelompok pemuda memiliki akses pencarian informasi yang luas mengenai berbagai keunggulan dan keunikan berbagai daerah di Indonesia dan dunia. Jika diarahkan, kelompok pemuda dapat dimampukan untuk menemukan atau bahkan berkontribusi membangun ciri khas atau keunggulan pembeda yang butuh dimiliki atau dapat diangkat bagi pariwisata di daerahnya. *Kedua*, kelompok pemuda idealnya memiliki kreativitas dan lebih adaptif dalam pemanfaatan literasi digital di berbagai dimensi kehidupan. Kemampuan ini jika dipahami menjadikan kelompok pemuda mampu terlibat langsung dalam mennghasilkan pola pengelolaan, perencanaan, serta pembangunan pariwisata daerahnya. Pemuda secatra praktis juga dapat menjadi penghubung berbagai stakeholder pariwisata. *Ketiga*, kelompok pemuda merupakan

pengguna media sosial terbesar saat ini. Kelompok pemuda dapat berkontribusi dalam memproduksi dan mempromosikan tayangan kampanye sadar wisata bagi masyarakat daerah sekaligus tayangan promosi pariwisata ke pasar atau audiens internasional.

Pemodelan Sadar Wisata dan Daya Saing Internasional

Pemodelan kesadaran daya saing wisata pariwisata internasional sebagai wujud hasil kegiatan PKM menjadi acuan awal pembentukan kelompok sadar wisata yang berorientasi daya saing global. Model ini dikembangkan mempertimbangkan informasi kegiatan sosialisasi diskusi dengan kelompok pemuda sebelumnya. Kesadaran wisata meskipun sangat berkenaan dengan masyarakat tapi tidak dapat dipungkiri juga mempengaruhi pemerintah dan pelaku usaha. Tingkat kesadaran wisata ketiganya menjadi tolak ukur memahami bagaimana pariwisata sebagai sektor fundamental di suatu daerah. Bagi *pemerintah*, kesadaran wisata masyarakat mempermudah daerah menerima kebijakan kepariwisataan. Ketika kesadaran pariwisata hadir, maka pemerintah daerah dapat bergerak memfokuskan perannya untuk membangun kerjasama pariwisata antar daerah, menarik investasi luar negeri, termasuk membuat kebijakan strategis lain mengenai relasi lintas sektor untuk memperkuat sektor pariwisata. Kesadaran wisata di *pelaku usaha*, secara langsung ataupun tidak langsung mendorong penciptaan produk dan jasa unggulan daerah yang memiliki keunikan dan keunggulan dengan wilayah lainnya. Keunikan ini bahkan mampu menjadi salah satu nilai jual daerah yang mampu pula menarik animo wisatawan untuk berkunjung suatu daerah seperti Bandarlampung.

Kesadaran pariwisata di masyarakat sebagai jantung dari sektor ini memiliki beberapa peran penting. *Pertama*, kesadaran mendorong keterbukaan sehingga masyarakat mampu toleran atas perbedaan identitas. *Kedua*, kesadaran pariwisata juga akan mendorong munculnya *spirit of hospitality* yaitu semangat masyarakat daerah untuk memberikan pelayanan dan pengalaman prima bagi tamu atau pendatang ke daerahnya. Kelompok pemuda yang merupakan bagian masyarakat dalam model ini diposisikan sebagai kunci kesuksesan jalannya pembangunan pariwisata yang dimulai dari sinergitas hubungan antar stakeholder. Kelompok pemuda dengan begitu juga berperan secara langsung atau tidak langsung dalam memampukan daerah untuk bersaing tidak hanya di pasar domestik namun juga di pasar mancanegara.



Gambar 1.Model Kesadaran Daya Saing Pariwisata Bandarlampung.¹

KESIMPULAN

Kesadaran masyarakat khususnya kelompok pemuda di Bandarlampung memperlihatkan belum maskimalnya pemahaman mengenai peran penting kesadaran wisata termasuk daya saing internasional serta implementasinya bagi kemajuan sektor pariwisata dan bagi Kota Badarlampung dan Provinsi Lampung. Kegiatan PKM ini telah mampu meningkatkan pemahaman di kelompok pemuda mengenai hal tersebut, serta menghasilkan rencanapembentuka kelompok sadar wisata pemuda Bandarlampung yang diinisiasi oleh kelompok mahasiswa. Pembinaan kelompok pemuda menjadi penting untuk mendorong keterlibatan aktif kelompok tersebut dalam membangun kesiapan masyarakat, menjadi jembatan antara pemerintah dan pelaku bisnis, serta terlibat aktif dalam pembangunan dan mengkampanyekan promosi pariwisata secara domestik maupun internasional.

DAFTAR PUSTAKA

BPS RI. (2019). *Statistik Objek Daya Tarik Wisata Tahun 2019*. BPS.RI. <https://www.bps.go.id/publication/2020/06/26/94ceb011540bd0cd73e3474c/statistik-kunjungan-wisatawan-mancanegara-2019.html>

¹ Model *Branding* Perkopian Lampung hasil kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat 2022.

- BPS RI. (2020). *Statistik Kunjungan Wisatawan Mancanegara Tahun 2020*. BPS.RI.
<https://www.bps.go.id/publication/2021/06/30/ddea1823bc9cd63789d51b05/statistik-kunjungan-wisatawan-mancanegara-2020.html>
- UNWTO *Annual Report 2012*. (2013). World Tourism Organization (UNWTO).
<https://doi.org/10.18111/9789284415373>
- Wonderful Indonesia Raih “Best Creative Destination” di Ajang Creative Tourism Awards*. (2021, February 6). Sekretariat Kabinet Republik Indonesia.
<https://setkab.go.id/wonderful-indonesia-raih-best-creative-destination-di-ajang-creative-tourism-awards/>
- World Bank. (2022). *International tourism, number of arrivals*. Worldbank.
<https://data.worldbank.org/indicator/ST.INT.ARVL>
- World Economic Forum. (2018). *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017*. World Economic Forum.
- World Economic Forum. (2020). *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019*. World Economic Forum.