

GUYUB

Journal of Community Engagement

Vol. 3, No. 3, Desember 2022



PKM Pengaplikasian Metode Makhraji di Rumah Qur'an Mahasiswa KKN
Desa Padang Luar dalam Pembelajaran Tahsin Al-Qur'an

Ridhatullah Assya'bani, Muhammad Ryan Maulana, Muhammad Rizki Maulana, Muhammad Jamil Jalal,
Sandy Aulia Rahman, Muhammad Fatih, Ahmad Salim

PKM Pelatihan dan Edukasi Manfaat Baby Spa untuk Pertumbuhan dan
Perkembangan Bayi bagi Ibu-Ibu di Desa Karanganyar Kecamatan Paiton

Harwin Holilah Desyanti, Ely Hasyim, Zulika Qismatul Khomariyah, Windy Ayu Oktavil Mahsusiah, Irma
Faulandia

PKM Penyuluhan Hukum Tentang Kekerasan pada Anak di Madrasah Aliyah
Zainul Bahar Wringin Bondowoso

Ismail Marzuki, Muhammad Jamhuri, Mohammad Ridwan Nawawi, Muhaimin Iskandar Al Farisi, Irfan

GUYUB

Journal of Community Engagement

GUYUB

Journal of Community Engagement

Vol. 3, No. 3, 2022

Editor in Chief

Achmad Fawaid, (SCOPUS ID: 57214837323)

Managing Editors

Hasan Baharun, (ID SCOPUS : 57200983602)

Sugiono Sugiono, (SCOPUS ID : 57199578160)

Ismail Marzuki, (SCOPUS ID: 57201500245)

Subhan Rachman, (SCOPUS ID: 57192937912)

Nurul Huda, (SINTA ID: 6119615)

Syamsuri, (SINTA ID: 6116825)

Ridhatullah Assya'bani, (SINTA ID: 6200862)

Peer Reviewers

Miftahul Huda, (SINTA ID: 6171566), University of Antwerp, Belgium

Achmad Naufal Irsyadi (SINTA ID: 6704870), Universitas Nurul Jadid, Indonesia

Sukamto Sukamto, (SINTA ID: 5979034), Universitas Widya Gama Malang, Indonesia

Deny Utomo, (SINTA ID: 6016108), Universitas Yudharta Pasuruan, Indonesia

Fariz Alnizar, (SCOPUS ID: 6659824), UNUSIA Jakarta, Indonesia

Fuad Rahman, (SCOPUS ID: 57201474778), UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, Indonesia

Saifuddin Zuhri Qudsy, (SCOPUS ID: 57213595165), UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Indonesia

Akhmad Anwar Dani, (SINTA ID: 14305), IAIN Surakarta, Indonesia

Maufur Maufur, (SINTA ID: 5989329), IAIN Kediri, Indonesia

Siti Mahmudah Noorhayati, (SINTA ID: 6726997), IAIN La Roiba Bogor, Indonesia

Busro Busro, (SCOPUS ID: 57205022652), UIN Sunan Gunung Djati Bandung, Indonesia

Akmal Mundi, (SCOPUS ID: 57205059378), UNUJA Probolinggo, Indonesia

Section Editor

Ahmad Zubaidi, Universitas Nurul Jadid, Probolinggo, Indonesia

GUYUB: Journal of Community Engagement is a multidisciplinary journal which aims to disseminate the conceptual thoughts and research results in the area of community service. This journal focuses on the main problems of the community engagement areas, such as (1) training, marketing, appropriate technology, design; (2) student community services; (3) community empowerment, social access; (4) education for sustainable development, etc.

GUYUB: Journal of Community Engagement is published three times a year (April, August, December) by Lembaga Penerbitan, Penelitian, dan Pengabdian kepada Masyarakat (LP3M) Universitas Nurul Jadid, Paiton, Probolinggo, Jawa Timur, Indonesia.

Editorial Office:

GUYUB: Journal of Community Engagement

Lembaga Penerbitan, Penelitian, dan Pengabdian kepada Masyarakat (LP3M) Universitas Nurul Jadid, Paiton, Probolinggo, Jawa Timur, Indonesia 67291.

Phone: 0888 30 77077, Hp: 082318007953

Email: jurnal.guyub@gmail.com

Website: <https://ejournal.unuja.ac.id/index.php/guyub/index>

Tables of Content

221-230

PKM Pengaplikasian Metode Makhraji di Rumah Qur'an Mahasiswa KKN Desa Padang Luar dalam Pembelajaran Tahsin Al-Qur'an

Ridhatullah Assya'bani, Muhammad Ryan Maulana, Muhammad Rizki Maulana, Muhammad Jamil Jalal, Sandy Aulia Rahman, Muhammad Fatih, Ahmad Salim

231-245

PKM Sosialisasi Pengelolaan Sampah dengan Alat Pintar Mikrokontroler Sistem IOT dan Kontrol Telegram di SMK Zainul Hasan Genggong

Ahmad Hudawi, Muhammad As'adi, Muhammad Haikal Ath Thaariq, Muhammad Amir, Muhammad Ali Ridho

246-267

PKM Pendampingan Pengembangan Bakat dalam Meningkatkan Prestasi Siswa SD Islam Miftahul Ulum Pakuniran Probolinggo

Moh. Rifa'i, Ach. Muchyiddin, Mohammad Hosen, Moh. Mabruur, Syamsul Aimmah Burhanuddin, Usamah bin Muhammad, Moh. Yusni Fatoni, Asy'ari

268-288

PKM Akselerasi Baca Tulis Al-Quran terhadap Anak Usia Dini dalam Meningkatkan Kemampuan Baca Tulis Al-Quran dengan Metode Iqra' dan Tartila di Madrasah Diniyah Raudlatul Muta'allimin Kraksaan

Ainul Yakin, Ferdiansyah Ferdiansyah, Fikri Ahmad Ghani, Candra Revan Daus

289-301

PKM Pendampingan Menulis Konten Public Speaking untuk Siswa dalam Menghadapi Olimpiade Nasional

Durratul Hikmah, Siti Fadilah Ulfa, Ratna Yunita

302-312

PKM Sosialisasi Pengenalan Bahasa Inggris Menyenangkan dengan Media Wayang di Yayasan Al-Ikhlas

Mohammad Sofyan Adi Pranata, Dzurratul Afra Afifah

313-319

PKM Sosialisasi Program GEMAS (Gerakan Madrasah Sehat) di Madrasah Ibtidaiyah Azzainiyah II Karanganyar Paiton Probolinggo

Vivin Nur Hafifah, Irsi Hajar Aflahah, Khairin Nisa', Muh. Kamaruzzaman, Khalidah Multazamah, Sri Wahyuni, Lailatul Masrurah

320-330

PKM Pelatihan dan Edukasi Manfaat Baby Spa untuk Pertumbuhan dan Perkembangan Bayi bagi Ibu-Ibu di Desa Karanganyar Kecamatan Paiton

Harwin Holilah Desyanti, Ely Hasyim, Zulika Qismatul Khomariyah, Windy Ayu Oktavil Mahsusiah, Irma Faulandia

331-339

PKM Penyuluhan Hukum Prosedur dan Pendampingan Pengurusan Akte Tanah bagi Masyarakat Miskin di Desa Betek Taman Kecamatan Gading Probolinggo

Mushafi, Wahyu Wildani Diasputra, M. Nuzulul Quráni, Khoiron Mazidan

340-353

PKM Pelatihan Kepemimpinan Dasar untuk Membentuk Jiwa Kepemimpinan yang Responsif dan Inovatif pada Siswa Kelas Akhir di Sekolah Menengah Atas (SMA) Nurul Jadid Paiton Probolinggo

Abdurrahman, Surianto, Moh Marsuki, Muhammad Arifin Ainul Fatah, Syamsul Arifin, Nurdi Ansyah, Masrur Lu'ai Sa'dullah

354-371

PKM Pendampingan dan Implementasi Aplikasi Kasir Berbasis Mobile Menggunakan Appsheet UMKM Mie Ayam dan Bakso Solo Budiman Probolinggo

Eko Purnomo, Ika Rhomadhoni, Nadsifatul Fitriyah Hanif, Noer Cahyati

372-382

PKM Pelatihan dan Pendampingan Penggunaan Sistem Informasi berbasis Web pada Pelanggaran Santri di Pondok Pesantren Nurul Jadid Probolinggo

Ahmad Khairi, Jovi Irawan, Ahmad Hasanuddin Fibrian, Achmad Nasruddin Sholeh, Washil Khoiril Tio Pratama, Ahmad Taufiq Ali Usman Efendi, Zainur rahman, Muhammad Ikbal

383-396

PKM Pengembangan Wisata Edukasi Pedesaan Berbasis Budaya Berkelanjutan di Desa Kedung Caluk Krejengan Probolinggo

Achmad Febrianto, Robiyono, Zainullah, Abdul Wafi, Fauzan Firmansyah

397-406

PKM Pengembangan Kemampuan Sumber Daya Manusia melalui Pelatihan Microsoft Excel untuk Meningkatkan Kinerja Perangkat Desa Besuk Agung Probolinggo

Ratri Enggar Pawening, Ayu Basirotul Muzayyanah, Raudhah Lailatul Mufidah, Nurul Wasilatul Laili

407-418

PKM Family Centered Care sebagai Solusi Keamanan Finansial dan Pencegahan Amputasi pada Penderita Luka Ganggren di Paiton Kabupaten Probolinggo

Setiyo Adi Nugroho, Amanda Virga Pratidina, Sofil Widad, Afifatuz Rizqiyah, Nurul Hasanah, Rike Nur Safitri

419-429

PKM Pelatihan dan Pendampingan Penggunaan Aplikasi Reservasi Jadwal Kunjungan Santri Berbasis Android bagi Wali Santri dan Pengurus Pondok Pesantren Nurul Jadid Probolinggo

Fathur Rizal, Dumairi Dumairi, Dwi Setyo Aditya Nugroho, Febrian As Shella Yuniyanto, Fendi Prabowo, Hafidul Hasan

430-438

PKM Pelatihan Penggunaan Sistem Informasi Desa Berbasis Digital kepada Perangkat Desa Mengen Kecamatan Tamanan Bondowoso

Andi Wijaya, Sinta Dewi, Sholehatul Amalia, Septia Anis Khoiriyah, Nur Muhammad Ian Bima Singgih

439-448

PKM Peningkatan Edukasi Ekonomi Kreatif melalui UMKM Kampong Snack dalam Mewujudkan Kemandirian Ekonomi Masyarakat di Kabupaten Probolinggo

Alvan Fathony

449-460

PKM Pelatihan serta Pendampingan Perangkat Pembelajaran Berbasis Digital sebagai Alat Guru pada Era Digital di SDN Sukodadi 2 Probolinggo

Fathorazi Nur Fajri, Abd Rahman, Afiqur Rahman, Uky Oktavia Risti Permatasari, Uswatun Hasanah, Dewi Sholehatin, Indri Ratna Sugianti, Musfiroh

461-467

PKM Pelatihan dan Pendampingan Youtube Content Creation bagi Pemuda Majelis Al-Fadholi Probolinggo

Ahmad Supriadi, Moh. Syahroni, Abdul Qodir Rifqianto

468-480

PKM Pendampingan dan Pelatihan JIBAS untuk Meningkatkan Digitalisasi Akademik Madrasah Aliyah Nurul Jadid Probolinggo

Moh. Sukron, Maulana Afnani Dzulqarnain, Miftahul Huda, Miftahul Jannah, Moh. Arif Syahroni, Moh. Riski Maulana Ishak, Moh. Syaiful Andi, Moh. Affandi Zamahsyari Dhofir

481-490

PKM Pelatihan Merawat Jenazah pada Siswa MI Tarbiyatul Wathan Sidomukti Kraksaan Probolinggo

M Mahbubi, Muhammad Fadil Multazam, Ash-Shiddiqi Ramadhoni

491-503

PKM Pendampingan Pembelajaran Furudhul Ainiyah melalui Media Pembelajaran di Madrasah Tsanawiyah (MTs) Negeri 1 Probolinggo

Abdullah, Ahmad Zubaidi, A. Khoirur Roziqin, Muhammad Abdul Latif

504-516

PKM Pendampingan Manajemen Pengawasan Keuangan di Badan Pengawasan Pondok Pesantren Nurul Jadid ProbolinggoMuh

Hamzah, Moh Solihin

517-535

PKM Penyuluhan Hukum Tentang Kekerasan pada Anak di Madrasah Aliyah Zainul Bahar Wringin Bondowoso

Ismail Marzuki, Muhammad Jamhuri, Mohammad Ridwan Nawawi, Muhaimin Iskandar Al Farisi, Irfan

PKM Peningkatan Edukasi Ekonomi Kreatif melalui UMKM Kampung Snack dalam Mewujudkan Kemandirian Ekonomi Masyarakat di Kabupaten Probolinggo

Alvan Fathony

Universitas Nurul Jadid, Probolinggo
{guzithonk01@gmail.com}

Submission: 2022-12-04

Received: 2022-12-19

Published: 2022-12-26

Keywords:

Education,
Economy,
Creative

Abstract. Local potential is a national asset which, if utilized optimally, can increase national income for people's welfare. However, Indonesian society is still dominated by people who practically live on the poverty line. Data from the Central Statistics Agency show that the poverty rate has increased to 28.95 million or 12.25 percent of the total population in Indonesia. One of the reasons is the lack of socialization and implementation of creative economy education in communities in remote areas, such as Probolinggo Regency in East Java Province which has a variety of local potentials in various UMKM sectors. UMKM are products that support the economy for the people of Alastengah Village. Ironically, during the formation of this UMKM, sales results always decreased, so a creative and innovative innovation was needed for the local community. Therefore, the team initiated a Community Service program entitled "Increasing Creative Economy Education Through Kampung Snack UMKM to create community economic independence", a program that can form a society that has an entrepreneurial and competitive spirit by providing education related to the creative economy. So that it is not only limited to marketing strategies through E-Commerce. This aims to shape the competitiveness of the Alastengah community in marketing the UMKM Kampung Snack product.

Katakunci:

Edukasi, Ekonomi,
Kreatif

Abstrak. Potensi lokal merupakan suatu aset nasional yang jika dimanfaatkan secara maksimal dapat menambah pendapatan nasional untuk kesejahteraan rakyat. Namun, masyarakat Indonesia masih didominasi oleh kalangan yang secara praktis masih berada pada garis kemiskinan. Data Badan Pusat Statistik menunjukkan angka kemiskinan meningkat hingga 28,95 juta atau mencapai 12,25 persen dari total penduduk di Indonesia. Salah satu penyebabnya, yaitu kurangnya sosialisasi dan penerapan pendidikan ekonomi kreatif di lingkungan masyarakat yang berada di wilayah pelosok, seperti Kabupaten Probolinggo di Provinsi Jawa Timur yang memiliki beragam potensi lokal diberbagai sektor UMKM. UMKM merupakan produk sumber penunjang ekonomi bagi masyarakat Desa Alastengah. Ironisnya, selama terbentuknya UMKM ini, hasil penjualan selalu mengalami penurunan, maka diperlukan sebuah

inovasi kreatif dan inovatif bagi masyarakat setempat. Oleh karena itu, tim menggagas program Pengabdian Masyarakat dengan judul “Peningkatan Edukasi Ekonomi Kreatif Melalui UMKM Kampoeng Snack guna mewujudkan kemandirian ekonomi masyarakat”, sebuah program yang dapat membentuk masyarakat yang memiliki jiwa entrepreneurship dan kompetitif dengan pemberian edukasi terkait ekonomi kreatif. Sehingga tidak hanya terbatas pada strategi pemasaran lewat E-Commerce saja. Hal ini bertujuan untuk membentuk daya saing masyarakat Alastengah dalam memasarkan produk UMKM Kampoeng Snack ini.

1 Pendahuluan

Potensi usaha lokal merupakan suatu aset nasional yang jika dimanfaatkan dengan maksimal dapat menambah pendapatan nasional dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Apabila berbicara mengenai potensi produk lokal, Indonesia salah satu negara dengan sumber daya kekayaan alam yang melimpah tentulah memiliki banyak potensi lokal yang ada disetiap daerahnya (Yarmaliza et al., 2022a). Namun, fakta memperlihatkan bahwa masyarakat Indonesia masih didominasi oleh kalangan yang secara praktis masih berada pada sebuah garis kemiskinan (Agung, 2015). Data Badan Pusat Statistik menunjukkan angka kemiskinan meningkat hingga 28,95 juta atau mencapai 12.25 persen dari total penduduk di Indonesia (Rika Pristian Fitri A, Ali Mujahidin, Meiga Ratih T, Siti Ermawati, 2021). Hal ini terjadi bukan semata-mata berasal dari pengaruh aspek perekonomian, melainkan adanya gabungan permasalahan yang melibatkan berbagai aspek seperti persoalan politik, sosial dan budaya serta sumberdaya manusia (Dewi Mahrani Rangkuty, Mesra B, 2020).

Paradigma dan pola berfikir masyarakat di modern ini yang juga menjadi salah satu momok dari adanya keterpurukan ekonomi. Masyarakat pada umumnya hanya bersandar pada kegiatan yang sudah ada tanpa adanya proses pembaharuan ataupun penambahan ide-ide kreatif terhadap apa yang telah menjadi sumber pendapatannya (Hasan, Noercahyo, Rani, Salshabilla, & Izzati, 2021). Hal ini dikarenakan kurangnya kesadaran dan pemahaman masyarakat terkait pendidikan ekonomi kreatif. Menurut data dari Menteri Perdagangan, Ekonomi kreatif sendiri adalah sebuah konsep di era ekonomi baru yang mengintensifkan informasi dan kreativitas dengan mengandalkan ide dan pengetahuan dari sumber daya manusia sebagai faktor produksi yang utama (Rahmawati, Lestari, & Fahrurrobi, 2022).

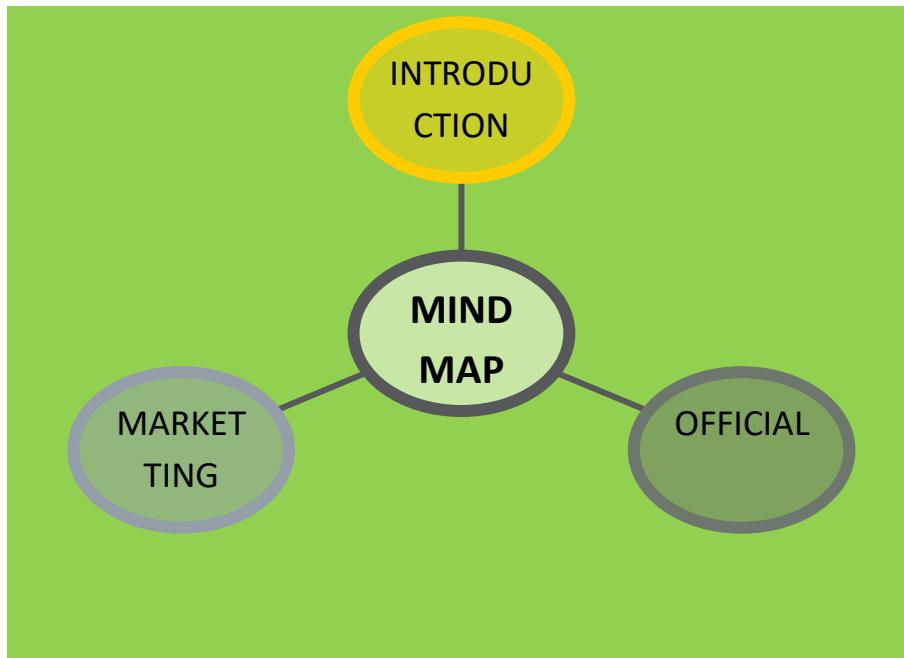
Objek dalam penelitian ini yaitu UMKM Kampoeng Snack yang berlokasi di wilayah Desa Alastengah Kecamatan Paiton Kabupaten Probolinggo. Kampoeng Snack merupakan salah satu pusat distributor penjualan dari seluruh produk UMKM yang dihasilkan oleh masyarakat desa Alastengah. UMKM ini telah berdiri sejak bulan Maret tahun 2021. Selama masa terbentuknya UMKM ini, penghasilan yang didapatkan terus mengalami penurunan setiap bulannya. Pendapatan yang terus mengalami pemerosotan ini, dapat diidentifikasi adanya problem yang dihadapi Kampoeng Snack selama proses pengembangan usaha.

Maka berangkat dari permasalahan tersebut, penulis berupaya untuk memberikan solusinya yakni melalui program Peningkatan Edukasi Ekonomi Kreatif Melalui UMKM Kampoeng Snack, dimana masyarakat dapat dibentuk menjadi manusia yang memiliki jiwa entrepreneurship dan kompetitif dengan pemberian edukasi terkait ekonomi kreatif yang sangat menjanjikan peningkatan ekonomi bagi masyarakat. Sehingga tidak hanya terbatas pada pengolahan produk UMKM saja, tapi dapat lebih kreatif memasarkan dan mengemas produk supaya menjadi daya jual produk yang bernilai ekonomis.

Produk yang dibuat oleh masyarakat Desa Alastengah melalui hasil edukasi ekonomi kreatif yang diberikan ini nantinya dapat menjadi sarana memenuhi kebutuhan dan secara ekonomi makro, produk ini dapat membentuk sebuah usaha rumahan yang dapat dikelola langsung oleh masyarakat Desa Alastengah Kecamatan Paiton itu sendiri. Melihat realita sosial dan potensi alam yang sebenarnya dapat dikembangkan dalam masyarakat Desa Alastengah Kecamatan Paiton Kabupaten Probolinggo ini maka kemandirian ekonomi dapat diwujudkan.

2 Metode

Dalam menjalankan Program Peningkatan Edukasi Ekonomi Kreatif Melalui UMKM Kampoeng Snack ini memiliki beberapa metode pelaksanaan yang terdiri dari 3 (tiga) bagian yaitu pengenalan dan pemantauan lokasi, marketing learning strategy dan peresmian sebagai pengakuan, dan penjelasannya sebagai berikut:



a. Pengenalan dan Pemantauan Lokasi

Metode yang digunakan dalam pelaksanaan Program Peningkatan Edukasi Ekonomi Kreatif ini berupa pengenalan secara langsung wilayah yang akan menjadi objek kajian atau penelitian yang dilakukan (wilayah yang akan diberdayakan), dan dilakukan pula pemantauan lokasi di desa Alastengah, baik dari pemantauan masyarakat, pemantauan sarana dan prasarana sosialisasi dan pelatihan, pemantauan potensi lokal serta keadaan atau kondisi psikology masyarakat setempat. Metode ini dilaksanakan selama 2 kali pertemuan yaitu pada saat cek lokasi dan pendataan masyarakat (Pra Pelaksanaan Program Peningkatan Edukasi Ekonomi Kreatif Melalui UMKM Kampoeng Snack).

b. Marketing Learning Strategy

Tujuan dari metode ini ialah memberikan pemahaman dan pengetahuan secara langsung terkait prosedural pemasaran produk UMKM Kampoeng Snack melalui E-Commerce berupa tutorial yang diperankan dan diperagakan oleh tim pelaksana program (Peneliti), dimana setelah menyaksikan tutorial, masing-masing kelompok usaha langsung mempraktekkan untuk memasarkan UMKM Kampoeng Snack yang didampingi setiap timnya oleh satu orang anggota pelaksana.

Praktek memasarkan UMKM Kampoeng Snack secara langsung ini sendiri dilakukan sebanyak empat kali, dan diakhir dilakukan evaluasi untuk menentukan kelompok usaha yang memiliki kreatifitas dalam menyajikan produk UMKM Kampoeng Snack (Amaliyah, Rezky Amalia Syafiin, 2018).

c. Peresmian sebagai Pengakuan

Metode ini ialah bagian dari proses pelaksanaan Program Peningkatan Edukasi Ekonomi Kreatif Melalui UMKM Kampoeng Snack, yaitu pada saat pameran dilakukan, sekaligus dirangkaikan dengan peresmian oleh aparat pemerintahan Kabupaten Probolinggo dan Desa Alastengah, dengan dalih bahwa setelah dipamerkan dan diresmikan maka UMKM Kampoeng Snack desa Alastengah dapat dikenal dan mendapat pengakuan secara resmi oleh pihak Pemerintahan.

3 Hasil dan Pembahasan

UMKM Kampoeng Snack merupakan unit usaha desa yang bergerak dibidang jasa distributor bagi produk UMKM pelaku usaha di desa. UMKM ini mulai beroperasi pada bulan Maret 2021 yang berlokasi di desa Alastengah Paiton. Saat pengabdian ini dilakukan, Kampoeng Snack sudah memasuki hampir 2 tahun masa operasionalnya, terhitung dari bulan Maret hingga Desember 2022. Pelaku usaha yang telah tergabung dalam Kampoeng Snack berjumlah 5 pelaku usaha yang berasal dari masyarakat asli desa. Dengan hasil olahan produk yang lebih mendominasi dalam kategori makanan ringan serta minuman siap saji.

Setiap perusahaan mempunyai tujuan untuk dapat tetap hidup dan berkembang, tujuan tersebut hanya dapat dicapai melalui usaha mempertahankan dan meningkatkan tingkat keuntungan/laba perusahaan. Usaha ini hanya dapat dilakukan apabila perusahaan dapat mempertahankan dan meningkatkan penjualannya melalui usaha mencari dan membina langganan, serta usaha menguasai pasar. Tujuan ini hanya dapat dicapai apabila bagian pemasaran perusahaan melakukan strategi yang mantap untuk dapat menggunakan kesempatan atau peluang yang ada dalam pemasaran, sehingga posisi atau kedudukan perusahaan di pasar dapat dipertahankan dan sekaligus ditingkatkan (Yarmaliza et al., 2022b).

Strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberikan arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah. Oleh karena itu penentuan strategi pemasaran harus didasarkan atas analisis lingkungan dan internal perusahaan melalui analisis keunggulan dan kelemahan perusahaan, serta analisis kesempatan dan ancaman yang dihadapi perusahaan dari lingkungannya (Putri, Husin, Muzaki, & H, 2021). Di samping itu strategi pemasaran yang telah ditetapkan dan dijalankan, harus dimulai kembali, apakah masih sesuai dengan keadaan/kondisi pada saat ini. Penilaian atau evaluasi ini menggunakan analisis keunggulan, kelemahan, kesempatan dan ancaman. Hasil pengabdian atau evaluasi ini digunakan sebagai dasar untuk menentukan apakah strategi yang sedang dijalankan perlu diubah, sekaligus digunakan sebagai landasan untuk menyusun atau menentukan strategi yang akan dijalankan pada masa yang akan datang (Amaliyah, Rezky Amalia Syafiin, 2018).

Sebelum mengetahui hasil yang telah dicapai dalam pelaksanaan program, maka perlu diketahui bahwa dari 14 indikator ketercapaian target, Program Peningkatan Edukasi Ekonomi Kreatif Melalui UMKM Kampoeng Snack sudah mencapai keberhasilan dengan rata-rata yang baik. Dalam Tabel 1 telah menggambarkan proses ketercapaian pelaksanaan program ini terdiri dari 14 tahapan, dimana dari keseluruhan tahapan tersisa 4 tahap yang masih dalam proses penyelesaian, yaitu melakukan uji kelayakan 10%, mengajukan pendaftaran hak merek 15%, menyusun artikel 50% dan penyusunan akhir 85%. Sehingga dari 100% ukuran ketercapaian pelaksanaan program ini baru 88% yang telah dilakukan, sisanya ialah 12% dalam tahap proses perampungan.

Tabel 1

No	Target	Ketercapaian 100%	
		Tercapai	Belum
1	Melakukan peninjauan Desa Alastengah	100%	-
2	Mengadakan diskusi dan kerjasama dengan Kepala Desa	100%	-
3	Pendataan masyarakat	100%	-
4	Menyusun jadwal kegiatan program	100%	-

5	Penyusunan dan pematapan materi Sosialisasi	100%	-
6	Menyelenggarakan sosialisasi di kantor Desa	100%	-
7	Pembagian Kelompok Usaha	100%	-
8	Pembelian alat dan bahan Pelaksanaan Program Peningkatan Edukasi Ekonomi Kreatif	100%	-
9	Melakukan praktek strategi pemasaran lewat E-Commerce	100%	-
10	Evaluasi Produk dari Pelaksanaan Program	100%	-
11	Melakukan Uji Kelayakan	-	10%
12	Mengajukan Pendaftaran Hak Merek	-	15%
13	Menyusun Artikel Ilmiah	-	50%
14	Laporan Akhir	85%	-
	Jumlah	88%	12%

Program Peningkatan Edukasi Ekonomi Kreatif Melalui UMKM Kampoeng Snack ini adalah program pengabdian yang dilakukan selama beberapa minggu yang terhitung menjadi delapan kali pertemuan, maka berdasarkan hasil pengamatan sebelum terlaksana dan setelah dilakukan beberapa rangkaian kegiatan di desa Alastengah, dapat disimpulkan hasil yang telah dicapai oleh penyelenggaraan program ini yaitu sesuai dengan harapan atau target luaran yang telah diajukan sebelumnya, hasil yang tercapai tersebut antara lain:

a. Masyarakat Paham akan Pengetahuan Ekonomi Kreatif

Masyarakat yang telah di data sebelumnya dan setuju ikut berpartisipasi dengan program ini sedari awalnya tidak mengetahui tentang edukasi ekonomi kreatif dan apa potensi lokal yang dimiliki wilayahnya. Tetapi setelah dilaksanakannya Marketing Learning Strategy ini memberikan dampak positif bagi masyarakat, dimana masyarakat sudah paham akan arti dari ekonomi kreatif, mengetahui sebenarnya desa Alastengah memiliki potensi lokal yang perlu dikembangkan dan dikelola secara kreatif dan inovatif.

b. Terbentuknya Kelompok Usaha

Dalam pelaksanaan program ini juga telah dibentuk sebuah kelompok usaha di desa Alastengah, dimana kelompok usaha yang telah terbentuk yaitu ada lima kelompok dengan masing-masing beranggotakan lima orang dari perwakilan tujuh dusun yang terdapat

dalam ruang lingkup desa Alastengah, dan melihat perkembangannya serta himbauan secara terus menerus, terbukti beberapa kelompok usaha telah banyak mendapatkan pesanan lewat E-Commerce, hal ini membuktikan bahwa kelompok usaha yang terbentuk telah aktif berjalan dan sesuai dengan harapan.

c. Memiliki Produk Khas Alastengah

Produk UMKM Kampoeng Snack ini juga juga merupakan hasil yang dicapai dalam pelaksanaan program di desa Alastengah, hal ini dikarenakan produk UMKM Kampoeng Snack yang dibuat telah mendapat persetujuan dan diresmikan oleh pemerintah setempat. Bukan hanya itu, produk UMKM ini menjadi komoditi khas dari desa Alastengah dikarenakan hanya masyarakat Alastengah yang memiliki kelompok usaha UMKM Kampoeng Snack. Hal lainnya, alasan ini dapat dikategorikan sebagai produk kelompok UMKM Kampoeng Snack, karena hingga saat ini belum ada pihak atau wilayah yang telah memiliki kelompok usaha UMKM serupa dan belum ada yang mendaftarkan sebagai hak merk bagi produk yang ada di UMKM Kampoeng Snack semacam ini.

d. Adanya Upaya Mewujudkan Kemandirian Ekonomi

Point yang penting dalam menjalankan Program Peningkatan Edukasi Ekonomi Kreatif Melalui UMKM Kampoeng Snack selama delapan kali pertemuan ini ialah meminimalisir kemiskinan di desa Alastengah, dimana produk ini telah dijual pada saat pameran dan dijual sesuai dengan pesanan oleh konsumen yang diterima masing-masing kelompok usaha yang telah dibentuk. Dengan kata lain, pendapatan dari penjualan UMKM Kampoeng Snack ini sudah menjadi salah satu penghasilan bagi masyarakat desa Alastengah, dan secara gramatikal sudah dapat dikategorikan bahwa ini adalah upaya untuk meminimalisir kemiskinan dan upaya mewujudkan kemandirian ekonomi di desa Alastengah.

4 Kesimpulan

Kurangnya pendidikan ekonomi kreatif kepada masyarakat menjadi salah satu faktor tidak terwujudnya kemandirian ekonomi yang berujung pada kemiskinan. Desa Alastengah yang terletak di Kabupaten Probolinggo yang memiliki potensi lokal berupa UMKM Kampoeng Snack juga mengalami hal ini. Pemanfaatan potensi lokal yang hanya sebatas memproduksi produk UMKM Kampoeng Snack belum mampu mengantarkan Desa Alastengah pada titik kemandirian ekonomi. Hadirnya Program strategi pemasaran E-Commerce ini sebagai sebuah edukasi ekonomi kreatif dalam memasarkan produk UMKM Kampoeng Snack telah membawa perubahan dari sisi ekonomi masyarakat Alastengah, antara lain: adanya pemahaman masyarakat tentang ekonomi kreatif, terbentuknya kelompok usaha, dan adanya lapangan pekerjaan baru yang terbentuk sebagai wujud kemandirian ekonomi masyarakat Alastengah.

5 Referensi

- Agung, A. A. G. (2015). Pengembangan model wisata edukasi-ekonomi berbasis industri kreatif berwawasan kearifan lokal untuk meningkatkan ekonomi masyarakat. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 4(2), 585–597. Retrieved from <https://doi.org/10.23887/jish-undiksha.v4i2.6380>
- Amaliyah, Rezky Amalia Syafiin, K. A. A. A. (2018). PENINGKATAN EDUKASI EKONOMI KREATIF MELALUI PANCAKE. *Jurnal Dinamika Pengabdian*, 4(November), 133–140.
- Dewi Mahrani Rangkuty, Mesra B, A. A. (2020). Pemberdayaan Ekonomi Perempuan Melalui Edukasi Konsep Ekonomi Kreatif Industri Rumah Tangga Di Kecamatan Binjai Kota. *Jurnal Pasca Dharma Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 57–62.
- Hasan, M., Noercahyo, A., Rani, A. E., Salshabilla, N. A., & Izzati, S. N. (2021). Pengembangan Ekonomi Kreatif Sektor UMKM Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 9(2), 125–138. <https://doi.org/10.26740/jepk.v9n2.p125-138>
- Putri, S. R., Husin, M., Muzaki, N., & H, D. F. R. (2021). Edukasi Tentang Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan Kreativitas Mahasiswa UTP Surakarta (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Tunas

Pembangunan Surakarta). *Pengabdian Masyarakat Tunas Membangun*, 1(2), 1–4.

Rahmawati, I., Lestari, H., & Fahrurrobi, N. (2022). Peningkatan Ekonomi Kreatif Melalui Pendampingan dan Edukasi Usaha. *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(3), 356–361. <https://doi.org/10.47467/elmujtama.v2i3.2015>

Rika Pristian Fitri A, Ali Mujahidin, Meiga Ratih T, Siti Ermawati, P. N. (2021). Peningkatan Ekonomi Kreatif Masyarakat Melalui Pembuatan Kerajinan Bunga Dari Bahan Dasar Sabun Mandi Di Desa Kedaton Kecamatan Kapas. *J-ADIMAS (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 9(2), 106–111.

Yarmaliza, Y., Nih Farisni, T., Fitriani, F., Zakiyuddin, Z., Reynaldi, F., Syahputri, V. N., & Rinaldy, R. (2022a). Edukasi Ekonomi Kreatif Masyarakat Pesisir Menuju Ketahanan Pangan Keluarga Di Masa Pandemi Covid 19. *Empowerment: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(3), 397–402. <https://doi.org/10.55983/empjcs.v1i3.142>

Yarmaliza, Y., Nih Farisni, T., Fitriani, F., Zakiyuddin, Z., Reynaldi, F., Syahputri, V. N., & Rinaldy, R. (2022b). Edukasi Ekonomi Kreatif Masyarakat Pesisir Menuju Ketahanan Pangan Keluarga Di Masa Pandemi Covid 19. *Logista : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(3), 397–402. <https://doi.org/10.55983/empjcs.v1i3.142>