

Indonesian Journal of

Society ^{@TM} Engagement



Terbit tiga kali setahun pada April, Agustus, dan Desember.
Berisi tulisan yang diangkat dari hasil kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM)
dalam berbagai bidang ilmu.

Editor in Chief

Syamruddin (ID Scopus: 57245744900) - (ID Scholar: _nrNbvKAAAAJ) - (ID Orcid: 0000-0002-8711-5788)
(ID Publon: 4727903), Universitas Pamulang, Banten, Indonesia

Editors

Retno Purwani Setyaningrum (ID Scopus: 57195427700) - (ID Scholar: qeG41DUAAAAJ),
Universitas Pelita Bangsa, Bekasi, Jawa Barat, Indonesia

Wahid Akbar Basudani (ID Scholar: y-kmEyKAAAAJ), Universitas Nusa Mandiri, Jakarta, Indonesia

Iman Lubis (ID Scholar: s0SsY-MAAAAJ), Universitas Pamulang, Banten, Indonesia

Gatot Kusjono (ID Scopus: 57219986237) - (ID Scholar: hQWXdEkAAAAJ), Universitas Pamulang, Banten, Indonesia

Hamdi Mahmud (ID Scholar: dConDzcAAAAJ), Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YPN, Karawang, Jawa Barat, Indonesia

Ahmad Nazir (ID Scholar: idnCqcwAAAAJ), Universitas Pamulang, Banten, Indonesia

Kusworo (ID Scholar: yJmihNAAAAJ), Universitas Pamulang, Banten, Indonesia

Oki Iqbal Khair (ID Scholar: uikOE2MAAAAJ), Universitas Pamulang, Banten, Indonesia

Angga Juanda (ID Scholar: MICJRw8AAAAJ), Universitas Pamulang, Banten, Indonesia

Arif Surahman (ID Scholar: M0iAYYUAAAAJ), Universitas Pamulang, Banten, Indonesia

Reviewers

Jumadil Saputra (ID Scopus: 57195569546) - (ID Scholar: dMU2OfAAAAJ), Universiti Malaysia Terengganu, Malaysia

Asep Kamaluddin Nashir (ID Scopus: 57205607634) - (ID Scholar: NQvAJ4sAAAAJ), Universitas Pembangunan Nasional Veteran, Jakarta, Indonesia

Abror (ID Scopus: 57201779260) - (ID Scholar: S7XEwfsAAAAJ), Universitas Negeri Padang, Indonesia

Prita Prasetya (ID Scopus: 57219125255) - (ID Scholar: HnHL9JcAAAAJ), Universitas Prasetiya Mulya, Indonesia

Melwin Syafrizal (ID Scholar: br0HlroAAAAJ), Universitas AMIKOM Yogyakarta, Indonesia

Ali Zaenal Abidin (ID Scopus: 57203998345) - (ID Scholar: _D0_5E4AAAAJ), Universitas Pamulang, Banten, Indonesia

Juhaeri (ID Scopus: 57223021697) - (ID Scholar: abr-6FQAAAAJ), Universitas Pamulang, Banten, Indonesia

Ahmad Fitriansyah (ID Scholar: _u9HgYMAAAAAJ), Institut Teknologi dan Bisnis Swadharma, Jakarta, Indonesia

Nefo Indra Nizar (ID Scholar: EHaTqjoAAAAJ), Universitas Pamulang, Banten, Indonesia

Achmad Nur Sholeh (ID Scholar: yOBROfwAAAAJ), Universitas Pamulang, Banten, Indonesia

Ivan Putranto (ID Scopus: 57245630200) - (ID Scholar: JNChT_QAAAAJ), Universitas Pamulang, Banten, Indonesia

Irwanyah (ID SINTA: 6658440), Universitas Pamulang, Banten, Indonesia

Ahmad Yani Nasution (ID Scholar: JgOOzEUAAAAJ), Universitas Pamulang, Banten, Indonesia

Alamat Penyunting dan Tata Usaha

Indonesian Journal of Society Engagement (IJSE)

dengan alamat Lembaga Kajian Demokrasi dan Pemberdayaan Masyarakat (LKD-PM)

Jalan Kiwi IV No. 7, Griya Pamulang Estate, Pamulang Timur, Tangerang Selatan 15417

Website : www.jurnal.lkd-pm.com

E-mail : journalsociety@lkd-pm.com

Telp./Faks. : 021-74771224

Indonesian Journal of Society Engagement (IJSE)

diterbitkan oleh Lembaga Kajian Demokrasi dan Pemberdayaan Masyarakat (LKD-PM)

sejak Agustus 2020. Terbit berkala tiga kali setahun.

Penanggung jawab Direktur LKD-PM.

Penerbit menerima sumbangan tulisan yang belum pernah diterbitkan oleh media atau jurnal lain. Tulisan dibuat sesuai template penulisan jurnal dan dikirim melalui submission. Tulisan yang masuk akan di-review substansinya dan disunting untuk keseragaman format, istilah, dan tata cara lainnya.

Pengantar Redaksi

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Segala puji dan syukur kami panjatkan kehadiran Allah SWT karena atas berkah, rahmat, taufiq, dan hidayah-Nya, *Indonesian Journal of Society Engagement (IJSE)*, akhirnya dapat terbit untuk yang kedelapan kalinya. Edisi kesebelas, Vol. 4, No. 3, Desember 2023 ini, merupakan pencapaian tersendiri bagi kami selaku pengasuh/pengelola. Adapun Jurnal yang lebih mengkhususkan pada kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini terbit setiap tiga bulan yaitu pada April, Agustus, dan Desember.

Adapun cakupan dalam *Indonesian Journal of Society Engagement (IJSE)* ini berfokus pada penelitian, pengabdian kepada masyarakat, implementasi, dan kebijakan tentang keterlibatan masyarakat. Kami berharap jurnal ini dapat menyebarkan isu-isu yang menyangkut pelibatan masyarakat di seluruh Indonesia.

Tentu, pada penerbitan edisi kesebelas ini masih banyak kekurangan di sana-sini. Untuk itu kami menerima masukan berupa kritikan dan saran guna perbaikan pada edisi-edisi berikutnya. Kritik dan saran dapat dikirimkan ke alamat redaksi atau melalui email *Indonesian Journal of Society Engagement (IJSE)*.

Sebagai penutup, kami mengundang Bapak/Ibu/Sdr., untuk dapat mengisi *Indonesian Journal of Society Engagement (IJSE)*.

Terima kasih dan selamat membaca.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Redaksi

DAFTAR ISI

4C Skills, Must Have untuk Generasi
“Gen Z” di Kampar, Provinsi Riau
oleh *Siti Tuti Alawiyah, Nico Harared* 128

Pengelolaan Sampah Pada Pondok
Pesantren Al-Muhajirin, Jayamukti,
Bekasi, Provinsi Jawa Barat
oleh *Windi, Ahmad Aguswin, Akhmad
Akromusyuhada, Dika Argiyan Syah* 165

Pelatihan Membangun Merek dengan
Pemasaran yang Berorientasi pada
Manusia Sebagai Daya Tarik pada
Ikatan Remaja RW 07 Margonda,
Depok, Provinsi Jawa Barat
oleh *Wahid Akbar Basudani, Muhammad
Abdullah, Ida Zuniarti, Valentine Theresia
Simamora* 141

Pendampingan Usaha Kecil Pengrajin
Batik Cirebon Dalam Self-Assesment
System Sesuai Peraturan Harmonisasi
Peraturan Pajak Pada Post Covid-19
Era
oleh *Ni Putu Eka Widiastuti, Diana Frederica,
Febriani Cristina Susianti Magdalena,
Susilawati, Saprudin* 176

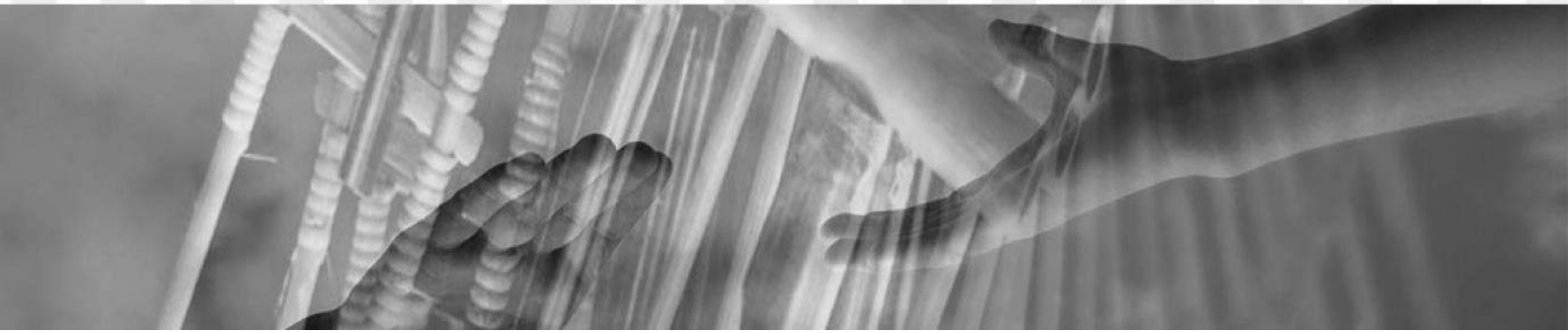
Menggali dan Membangun
Keunggulan Kompetitif Melalui
Kearifan Lokal Masyarakat Ciptagelar,
Sukabumi, Provinsi Jawa Barat
oleh *Agus Setyo Pranowo, Ida Zuniarti, Lia
Mazia, Windi, Priyo Sambodo, Nono Arief
Rachman, Yuhelmis Sienifa, Isbat Isbat, Ismet
Alimin, Nanang Qosim Yusuf,
Henry Lasut* 153



Indonesian Journal of

SocietyTM Engagement

www.jurnal.lkd-pm.com



4C Skills, Must Have untuk Generasi “Gen Z” di Kampar, Provinsi Riau

Siti Tuti Alawiyah¹, Nico Harared^{2*}

¹Fakultas Bahasa dan Sastra Universitas Nasional, Jl. Sawo Manila, Pejaten Ps. Minggu, Jakarta Selatan 12520, Indonesia

²Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Indraprasta, RT.1/RW.3, Gedong, Kec. Ps. Rebo, Jakarta Timur 13760, Indonesia

*nico.hrd@gmail.com

Kata Kunci:
abad 21;
gen Z;
era digitalisasi;
revolusi industri;
4C Skills

Abstrak Gen Z merupakan istilah untuk generasi yang lahir di tahun 1997-2012. Generasi ini memiliki karakter bersifat global dan menggunakan teknologi seperti kebutuhan primer mereka. Dengan kata lain Gen Z sudah memiliki kemampuan TIK/ICT lebih baik dibandingkan dengan generasi sebelumnya. Namun, belum semua Gen Z di nusantara yang sudah mahir memanfaatkan era digital ini dengan tepat. Selain itu, kemahiran yang dibutuhkan untuk menjadi individu yang berkompeten tidak hanya mumpuni menggunakan ICT, namun ada kecakapan-kecakapan lain yang harus dimiliki. Oleh karena itu, generasi yang hidup pada era ini harus memiliki keterampilan critical thinking dan problem solving, communication, collaboration, dan creativity. Melihat fakta di lapangan, ternyata masih banyak generasi muda yang belum memahami empat soft skills tersebut dan belum menyadari pentingnya memiliki soft skills yang dikenal dengan 4C skills itu. Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memperkenalkan 4C skills tersebut dan betapa pentingnya skills tersebut untuk dimiliki oleh generasi yang hidup di abad 21 ini, abadnya digitalisasi. Hasil pengabdian kepada masyarakat ini yaitu, (1) siswa-siswi MAN 2 Kampar-Riau memahami kecakapan critical thinking dan problem solving, communication, collaboration, dan creativity, (2) siswa-siswi meningkatkan 4C skills mereka, (3) Siswa-siswi mampu mengimplementasikan 4 keterampilan tersebut dalam kehidupan sehari-hari mereka sejak mereka mendapat pencerahan tentang pengetahuan dari PkM yang diberikan ini, (4). Tujuan lain dari PkM ini adalah menciptakan generasi muda khususnya Gen Z yang sadar akan perubahan massive pada era digital, cerdas berdigital dan mendorong mereka untuk berpikir kritis dan mampu mengatasi masalah, berkomunikasi dengan baik dan efektif, berkolaborasi dengan tim, inovatif dan kreatif.

Keywords:
21st century;
gen Z,
digitalization
era;
industrial
revolution;
4C skills

Abstract The phrase "Gen-z" refers to the generation born between 1997 and 2012. This generation has a global mindset and sees technology as their fundamental necessity. In other words, Gen-Z already outperforms the previous generation in terms of ICT/ICT skills. However, not all of the archipelago's Gen Z are yet proficient in navigating the digital age. Furthermore, the abilities required to become a competent individual include more than just being qualified to utilize ICT. As a result, today's youth must be capable of critical thinking and problem solving, as well as communication, teamwork, and creativity. According to the facts on the ground, many young people still do not comprehend the four soft skills and do not recognize the necessity of possessing the soft skills known as the 4C talents. This community service intends to introduce these 4C abilities and how crucial they are for the generation living in the twenty-first century, the digitalization century. The results of this Community Service are, (1) students of MAN 2 Kampar-Riau understand critical thinking and problem solving, communication, collaboration, and creativity skills, (2) students improve their 4C skills, (3) Students able to implement these 4 skills in their daily lives since they got enlightened about the knowledge from the given PkM, (4). Another goal of this PkM is to create the younger generation, especially Gen Z, who are aware of the massive changes in this digital era, are digitally savvy and encourage them to think critically and be able to solve problems, communicate well and effectively, collaborate with teams, be innovative and creative.

PENDAHULUAN

Badan Pusat Statistik (BPS) memberikan gambaran bahwa Indonesia akan mengalami bonus demografi di mana komposisinya merupakan Generasi Gen Z yang berada di posisi teratas. Hal ini berarti generasi Gen Z memiliki peranan penting terhadap perkembangan Indonesia saat ini dan satu atau dua dekade yang akan datang.

Dalam berbagai analisis, para ahli menyatakan bahwa Gen Z memiliki sifat dan karakteristik yang sangat berbeda dengan generasi sebelumnya. Generasi ini dilabeli sebagai generasi yang minim batasan (*boundary-less generation*).

Dalam artikelnya berjudul “Four Reasons Generation Z will be the Most Different Generation” (Jenkins, 2017) misalnya menyatakan bahwa Gen Z memiliki harapan, preferensi, dan perspektif kerja yang berbeda serta dinilai menantang bagi organisasi. Karakter Gen Z lebih beragam, bersifat global, dan memberikan pengaruh pada budaya dan sikap masyarakat kebanyakan.

Adapun di antara keunikannya yang lain, Gen Z mampu memanfaatkan perubahan teknologi dalam berbagai sendi kehidupan mereka (Poluakan et al., 2019). Tulisan mengenai Gen Z telah dirilis oleh (Christiani & Ikasari, 2020; Hastini et al., 2020; Kristyowati, 2021; Nasution, 2020; Purnomo et al., 2017; Zis et al., 2021). Salah satu hal yang dekat dengan mereka adalah teknologi, di mana mereka gunakan sama alaminya seperti mereka bernafas.

Abad 21, revolusi industri 4.0, dan era digitalisasi merupakan fakta nyata yang dihadapi saat ini. Semua sektor kehidupan umat manusia sudah pasti terintegrasi dengan teknologi informasi dan komunikasi, atau yang dikenal dengan *Information, Communication and Technology*.

Zainal dalam (Jaya et al., 2023) mengungkapkan perubahan teknologi yang semakin cepat yang memacu organisasi untuk selalu meningkatkan

produktivitasnya. Kebutuhan manusia untuk memperoleh dan mengakses informasi real time dibuktikan dengan semakin pesatnya perkembangan ICT (Harared & Utomo, 2020; Latifah et al., 2020; Parso & Darmawan, 2023; Rohida, 2018; Siregar et al., 2019; Syahyuri & Harared, 2022).

Pada sektor ekonomi misalnya, beberapa tahun lalu masih menggunakan *cash*, namun sekarang semua transaksi keuangan dapat dilakukan secara elektronik. Dulu orang tua memberikan uang jajan kepada anak-anaknya dalam bentuk uang tunai, kini cukup *top up* saldo melalui *smartphone*. Anak-anak dapat membelanjakannya melalui *e-wallet* seperti *Go-Pay*, *Shopee pay*, dan *Dana*. Dulu membeli produk pembeli harus membayar dengan *cash* atau debit kartu ATM, kini hanya menunjukkan QRIS transaksi sudah berhasil.

Selanjutnya (Alawiah et al., 2022) menyatakan dalam bidang pendidikan dulu hanya dikenal sistem tatap muka secara langsung dalam kelas, namun kini belajar dapat dilakukan secara *online* menggunakan *zoom*, *google meet*, maupun *platform* LMS lainnya.

Uraian di atas hanyalah contoh kecil dari pemanfaatan teknologi informasi komunikasi (TIK) dalam kehidupan sehari-hari. Senada dengan (Parso & Darmawan, 2023) yang menyatakan dengan adanya pemanfaatan teknologi informasi oleh lembaga apapun dalam melakukan layanan merupakan salah satu strategi dalam mengefektifkan pelayanan publik dan mendukung *e-government*.

Kim dalam (Baroya, 2018) mencatat bahwa perubahan standar kinerja akademik terjadi seiring dengan perkembangan TIK dan pertumbuhan ekonomi global. Perubahan standar tersebut berdampak pada kebutuhan sumber daya manusia yang cakap TIK.

METODE

Tim pelaksana Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) menyusun rencana dimulai dari penyusunan konsep kegiatan pengabdian. Konsep ini sangat diperlukan agar pelaksanaan kegiatan menjadi terstruktur, terukur, dan mencapai target yang diharapkan.

Tim pelaksana menentukan judul kegiatan yaitu “Strategi Bersiap Menghadapi Tantangan Hidup di Era 4.0”. Tim memilih judul ini karena temanya sangat tepat diberikan kepada generasi milenial untuk bersiap menghadapi hidup di era 4.0. Dengan memberikan pemahaman tentang isu-isu abad 21 disertai pengetahuan tentang *4C skills* yang harus dimiliki oleh generasi milenial.

Di samping itu, alasan pemilihan judul ini karena tim melihat masih banyak siswa-siswi di luar DKI Jakarta yang belum memahami isu-isu tersebut dan bagaimana mempersiapkan diri untuk menjadi sumber daya yang tangguh dan berkualitas. Oleh karena itu, tim pelaksana mencoba membuka forum diskusi untuk berbagi masalah dan mencari solusi terhadap masalah yang dihadapi.

Sebelum kegiatan PkM ini dilaksanakan, penulis bersama tim merancang skema sederhana. Hal yang pertama dilakukan yaitu tahap persiapan. Dalam tahap ini tim pelaksana menyusun rencana pelaksanaan kegiatan seperti penentuan mitra, korespondensi, dan penyusunan konsep kegiatan pengabdian. Konsep ini diperlukan agar pelaksanaan kegiatan menjadi lebih terstruktur, terukur, dan memperoleh target yang diharapkan kedua belah pihak.

Selain itu tim menyiapkan materi yang akan diberikan saat edukasi nanti. Dalam tahap ini mitra memberikan informasi situasi gambaran siswa-siswi MAN II Kampar, Riau kepada tim pelaksana. Dari informasi yang diberikan, tim pelaksana melakukan analisis situasi mitra sehingga pemateri mengidentifikasi permasalahan dan dapat menyampaikan materi yang juga mengakomodir kebutuhan mitra.

Tahap implementasi yaitu dilakukan dengan metode ceramah terlebih dahulu, di masns tim pelaksana mempresentasikan materi dalam format PPT menggunakan *tools laptop, smartphone/ camera, dan infocus*. Materi yang diberikan yaitu pengetahuan abad 21, lahirnya revolusi industri 4.0, generasi *Gen Z*, strategi bersiap mengatasi tantangan hidup di era 4.0. Presentasi berlangsung selama 30 menit, dilanjutkan sesi tanya jawab 20 menit, serta simulasi *4C skills* 20 menit. Pada sesi ini mitra berperan aktif selama diskusi interaktif dan simulasi mengaplikasikan *4C skills* pada kehidupan sehari-hari. Ketika simulasi tim dosen memberikan contoh kasus kepada mitra dan meminta mereka mensimulasikan contoh kasus dengan mengaplikasikan tiap skill.

Terakhir adalah tahap *review* dan evaluasi. Dalam tahap ini tim mengevaluasi kinerja kedua belah pihak, baik pihak pelaksana pengabdian, maupun pihak mitra. Tingkat keberhasilan dan pencapaian target kegiatan akan diukur sesuai dengan kriteria yang sudah disebutkan di atas. Pada tahap ini juga dilihat segala kelebihan dan kelemahan pelaksanaan kegiatan agar bisa dicarikan solusi dan untuk memberikan input positif bagi kedua belah. Selain itu dalam tahap ini mitra juga akan dilibatkan sebagai sumber utama informasi.

HASIL dan PEMBAHASAN

Tim pelaksana PkM menyusun rencana dimulai dari penyusunan konsep kegiatan pengabdian. Konsep ini sangat diperlukan agar pelaksanaan kegiatan menjadi terstruktur, terukur, dan mencapai target yang diharapkan.

Tim pelaksana menentukan judul kegiatan yaitu “Tips meraih sukses untuk Gen Z”. Tim memilih judul ini karena kami menilai tema ini sangat tepat diberikan kepada generasi Z untuk bersiap menghadapi hidup di era 4.0. Dengan memberikan pemahaman

tentang isu-isu abad 21 disertai pengetahuan tentang *4C skills* yang harus dimiliki oleh generasi milenial.

Di samping itu, alasan pemilihan judul ini karena tim melihat masih banyak siswa-siswi di luar DKI Jakarta yang belum memahami isu-isu tersebut dan bagaimana mempersiapkan diri untuk menjadi sumber daya yang tangguh dan berkualitas. Oleh karena itu, tim pelaksana mencoba membuka forum diskusi untuk berbagi masalah dan mencari solusi terhadap masalah yang dihadapi.



Gambar 1. Kegiatan PkM

Tim juga menyusun materi yang akan diberikan selama edukasi dalam bentuk materi PPT yang berisi tujuan, konsep dasar, pengetahuan tentang abad 21, era 4.0, dan

4C skills. Selain itu contoh kasus yang terkait pada penguatan karakter *4C skills*. Semua peserta akan menerima materi tersebut.

Pada tahap persiapan ini, mitra berperan sebagai objek yang memberikan informasi tentang situasi ril yang ada di lapangan. Mitra diminta untuk menjelaskan seberapa jauh mereka memahami konsep abad 21, industri 4.0, dan *4C skills*. Di samping itu karakter seperti apa yang harus dimiliki generasi milenial yang hidup di era digital agar mampu menjadi pribadi maupun generasi yang akan sukses di mana mereka hidup pada suatu kondisi semua aspek kehidupan terintegrasi dengan internet. Mereka juga diminta untuk mendeskripsikan dampak apa yang akan terjadi jika mereka tidak mampu beradaptasi dengan kondisi seperti itu.

Dari informasi yang diberikan oleh mitra, tim melakukan analisis situasi sehingga permasalahan teridentifikasi. Beberapa masalah yang dihadapi mitra meliputi permasalahan ketidaktahuan tentang terminologi tersebut, dan ide - ide apa yang terlintas dalam diri mereka terkait bagaimana menghadapi situasi seperti itu. Informasi yang diberikan oleh mitra menjadi *valuable input* bagi tim pelaksana khususnya dalam mengembangkan materi yang akan diberikan yang nantinya akan memberikan faedah bagi mitra serta target dari kegiatan ini dapat tercapai.

Tim juga membahas teknis pelaksanaan kegiatan dengan mitra. Teknis pelaksanaan ini meliputi pembuatan materi, waktu, *platform*, media pelaksanaan sosialisasi, peserta, pembicara, moderator. Pada tingkat koordinasi tim pelaksana kegiatan juga melibatkan guru MAN Kampar II, Wakil Kepala Sekolah, dan Kepala Sekolah MAN Kampar II, Riau. Mereka membantu menyiapkan peserta kegiatan, tempat, dan juga turut hadir pada acara tersebut. Wakil Kepala Sekolah juga berperan sebagai moderator. Bagian ini

menyajikan hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian, berupa bentuk luaran kegiatan pengabdian termasuk di dalamnya foto kegiatan pengabdian.

Implementasi

Setelah perencanaan selesai dilakukan dengan matang, selanjutnya adalah tahap pelaksanaan atau implementasi. Pelaksanaan dilakukan dalam bentuk sosialisasi edukasi dengan teknik presentasi/ceramah. Tahapan ini dilakukan dua tahap yaitu pemberian materi dan simulasi.

Pemberian materi adalah kegiatan yang bertujuan untuk memberikan konsep dasar untuk peserta tentang pengetahuan terminologi abad 21, era digitalisasi, 4.0, dan *4C skills* serta mendiskusikan strategi menghadapi tantangan di era 4.0. Sebelum presentasi dimulai, tim pelaksana memperkenalkan diri dan institusi asal, berkenalan dengan peserta, dan melakukan *ice breaking/warming up*. Hal ini bertujuan membangun komunikasi yang baik antara peserta dan tim pelaksana.

Selanjutnya, tim pelaksana mulai memberikan presentasi. Kemudian dilanjutkan dengan sesi tanya jawab terkait konsep terminologi tersebut di atas dan pemahaman mereka terkait isu-isu dan penyelesaiannya. Pada sesi diskusi awalnya kurang interaktif dikarenakan beberapa di antara peserta tampak kurang percaya diri untuk bertanya ataupun menjawab pertanyaan.

Setelah penyampaian materi, tim memberi kesempatan bagi peserta untuk melakukan simulasi langsung tentang. Pada simulasi ini peserta diminta berdiskusi dalam kelompok kecil untuk memberikan pandangan mereka terhadap contoh kasus yang diberikan dengan menerapkan *4C skills*. Selanjutnya mereka menciptakan contoh kasus dan kelompok lainnya menjawab dengan menerapkan *4C skills*.

Kendati hanya sebagian kecil peserta yang memperoleh kesempatan untuk melakukan simulasi karena keterbatasan waktu, namun semuanya tetap antusias memperhatikan simulasi yang dicontohkan oleh teman-temannya. Masalah umum yang dihadapi peserta yakni kecanggungan ketika tampil mensimulasikan dalam menjawab kasus dengan menerapkan *4C skills*.



Gambar 2. Sesi ceramah/presentasi dengan peserta

Review dan evaluasi

Tahap akhir dari pelaksanaan pengabdian ini adalah refleksi. Pada tahap ini tim melakukan evaluasi terhadap kinerja kedua belah pihak, baik pihak tim pelaksana Pengabdian Kepada Masyarakat maupun pihak mitra. Tingkat keberhasilan dan pencapaian target kegiatan diukur sesuai dengan kriteria yang sudah disebutkan di bagian target luaran.

Evaluasi dilaksanakan setelah kegiatan PkM selesai dengan memanfaatkan waktu luang di kantor kepala sekolah. Pada fase ini pihak sekolah memberikan kritik

membangun untuk tim pelaksana yang telah memberikan sosialisasi dan edukasi yang singkat ini. Mereka berharap akan ada kegiatan-kegiatan PkM selanjutnya. Pada dasarnya mereka sangat senang sekali dan terbuka memberikan kesempatan bagi UNAS untuk melakukan sosialisasi edukasi maupun pelatihan-pelatihan yang dapat menambah wawasan bagi siswa-siswi mereka. Mereka menambahkan bahwa kehadiran pengajar tamu dapat memberi warna baru bagi anak didik mereka, terlebih jika pengajar tamu berasal dari luar kota.

Selain itu kepala sekolah menambahkan bahwa tema yang dibawakan sangat dirasakan manfaatnya, mengingat mereka adalah siswa-siswi MAN II yang berlokasi di kabupaten, di mana terminologi tersebut masih awam bagi mereka. Tema ini pun tidak hanya cocok bagi siswa-siswi namun juga akan bermanfaat jika diberikan kepada guru-guru di MAN II Kampar. Tim pelaksana PkM juga berpendapat bahwa kegiatan seperti ini harus ditingkatkan dengan tema-tema yang menarik lainnya untuk mencerdaskan anak bangsa di Tanah Air.

SIMPULAN

Pelaksanaan kegiatan PkM ini pada dasarnya memberikan wawasan *global* tentang abad 21, era digitalisasi, industri 4.0, dan kecakapan meliputi *critical thinking dan problem solving, communication, collaboration, creativity dan innovation*. Selain itu strategi apa dan bagaimana beradaptasi hidup di era 4.0, mengatasi masalah-masalah global, dan apa yang harus dimiliki agar menjadi pribadi yang mampu bersaing dengan masyarakat global.

Dari hasil pelaksanaan kegiatan PkM ini dapat ditarik beberapa simpulan sebagai berikut: (1) mengenal dan memahami konsep terminologi abad 21, era digitalisasi,

industri 4.0, dan kecakapan meliputi *critical thinking dan problem solving, communication, collaboration, creativity dan innovation*, (2) memahami konsep *4C skills* dan mampu mengasah *skills* yang sudah dimiliki dan menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari, (3) siswa -siswi termotivasi untuk meningkatkan pengetahuan dan *4C skills* mereka.

PENGHARGAAN

Penghargaan setinggi-tingginya disampaikan kepada Rektor Universitas Nasional Jakarta dan LPPM Universitas Nasional atas dukungannya dalam pendanaan kegiatan PkM. Selanjutnya kepada Kepala Sekolah MAN 2 Kampar Riau beserta Dewan Guru yang telah memberikan kesempatan dan kerja sama kepada tim pelaksana untuk memberikan sosialisasi dan edukasi bagi siswa-siswi mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Alawiah, T., Yassi, A. H., & Pammu, A. (2022). Proposed 21st Century Learning Themes in English Classrooms. *Journal of Language Teaching and Research*, 13(3), 583–589.
- Baroya, E. H. (2018). Strategi pembelajaran abad 21. *As-Salam: Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Keislaman*, 1(1), 101–115.
- Christiani, L. C., & Iksari, P. N. (2020). Generasi Z dan pemeliharaan relasi antar generasi dalam perspektif budaya Jawa. *Jurnal Komunikasi Dan Kajian Media*, 4(2), 84–105.

- Harared, N., & Utomo, F. W. (2020). Tagxedo: Media Penulisan Teks Deskriptif. *E-Dimas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 11(1), 13. <https://doi.org/10.26877/e-dimas.v11i1.2658>
- Hastini, L. Y., Fahmi, R., & Lukito, H. (2020). Apakah Pembelajaran Menggunakan Teknologi dapat Meningkatkan Literasi Manusia pada Generasi Z di Indonesia? *Jurnal Manajemen Informatika (JAMIKA)*, 10(1), 12–28.
- Jaya, M., Sasongko, A. E. T., Umar, I., Sutrisno, E., Desanti, N., Rinaldi, H., & Anggita, A. (2023). Pengembangan Keterampilan Alumni Melalui Pelatihan Administrasi dan Pelayanan Hotel Bintang 4 Mercure, Pontianak. *Indonesian Journal of Society Engagement*, 4(2), 68–82.
- Jenkins, R. (2017). Four Reasons Generation Z will be the Most Different Generation. *Dapat Diakses Melalui: [https://Blog. Ryan-Jenkins. Com/2017/01/26/4-Reasons-Generation-z-Will-Be-the-Most-Different-Generation](https://Blog.Ryan-Jenkins.Com/2017/01/26/4-Reasons-Generation-z-Will-Be-the-Most-Different-Generation)*.
- Kristyowati, Y. (2021). Generasi “Z” Dan Strategi Melayaninya. *Ambassadors: Journal of Theology and Christian Education*, 2(1), 23–34.
- Latifah, N., Widayani, A., & Normawati, R. A. (2020). Pengaruh perceived usefulness dan trust terhadap kepuasan konsumen pada e-commerce Shopee. *Bisma: Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 14(1), 82–91.
- Nasution, A. K. P. (2020). Integrasi media sosial dalam pembelajaran generasi z. *Jurnal Teknologi Informasi Dan Pendidikan*, 13(1), 80–86.
- Parso, P., & Darmawan, S. N. (2023). Dampak Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Pajak di Kalangan Generasi Milenial Wilayah Jakarta dan Sekitarnya. *Jurnal Madani: Ilmu Pengetahuan, Teknologi, Dan Humaniora*, 6(1), 17–31. <https://doi.org/10.33753/madani.v6i1.250>

- Poluakan, M. V., Dikaywana, D., Wibowo, H., & Raharjo, S. T. (2019). Potret generasi milenial pada era revolusi industri 4.0. *Focus: Jurnal Pekerjaan Sosial*, 2(2), 187–197.
- Purnomo, A., Ratnawati, N., & Aristin, N. F. (2017). Pengembangan pembelajaran blended learning pada generasi Z. *Jurnal Teori Dan Praksis Pembelajaran IPS*, 1(1), 70–76.
- Rohida, L. (2018). Pengaruh era revolusi industri 4.0 terhadap kompetensi sumber daya manusia. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 6(1), 114–136.
- Siregar, M., Sereati, C. O., Nur, T., & Manalu, F. R. G. (2019). Pengenalan dasar internet dan media sosial untuk mendukung proses bisnis budidaya lele di Desa Sampora, Cisauk. *SABDAMAS*, 1(1), 379–383.
- Syahyuri, S., & Harared, N. (2022). Membumikan Platform Digital CANVA Untuk Mendesain Bahan Ajar Melalui Digitalisasi Guna Akselerasi Minat Baca di Dinas Pendidikan Kabupaten Bekasi. *Jurnal Ilmiah Pangabdhi*, 8(2), 91–95.
- Zis, S. F., Effendi, N., & Roem, E. R. (2021). Perubahan perilaku komunikasi generasi milenial dan generasi z di era digital. *Satwika: Kajian Ilmu Budaya Dan Perubahan Sosial*, 5(1), 69–87.

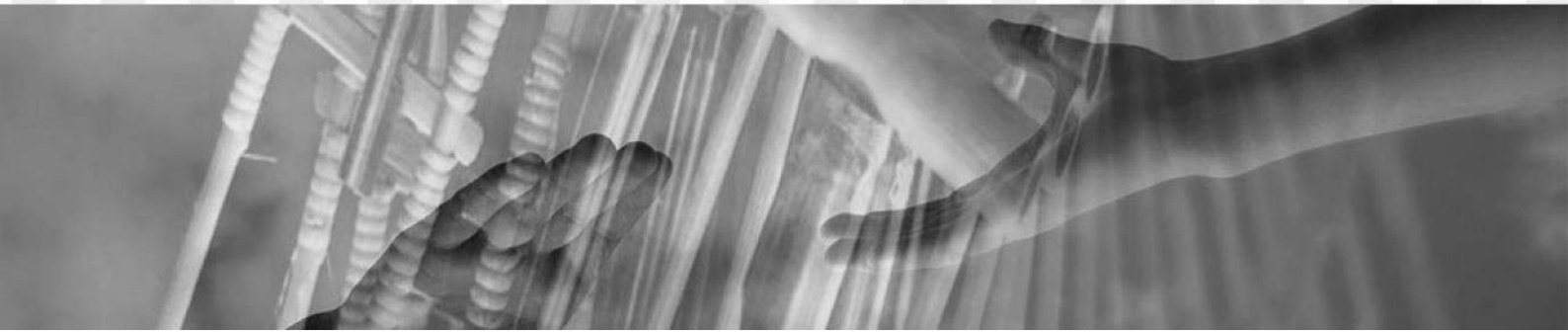




Indonesian Journal of

SocietyTM Engagement

www.jurnal.lkd-pm.com



Pelatihan Membangun Merek dengan Pemasaran yang Berorientasi pada Manusia Sebagai Daya Tarik pada Ikatan Remaja RW 07 Margonda, Depok, Provinsi Jawa Barat

Wahid Akbar Basudani*, Muhammad Abdullah, Ida Zuniarti, Valentine Theresia Simamora
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Nusa Mandiri, Jl. Raya Jatiwaringin No. 2 RT 08 RW 13,
Cipinang Melayu, Kec. Makasar, Kota Jakarta Timur, Indonesia

*wahidakbarbasudani@gmail.com

Kata Kunci:
pelatihan;
remaja;
merek

Abstrak Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pelatihan bagi para remaja yang tergabung dalam organisasi Ikatan Remaja RW 007 Margonda, Depok, Jawa Barat dimana para remaja ini memerlukan pengetahuan mengenai bagaimana membangun sebuah merek dalam berwirausaha. Perkembangan zaman pada era digitalisasi membuat para konsumen dapat berkomunikasi dengan mudah melalui media sosial yang mana hal ini menuntut para pemilik usaha untuk membangun sebuah merek yang dapat berorientasi kepada manusia. Membangun merek yang berorientasi kepada manusia sebagai pelanggan dapat dilakukan dengan memahami para konsumen melalui metode social listening, netnografi dan emphatic research. Dengan mengetahui konsep membangun merek yang berorientasi kepada manusia ini para remaja tersebut dapat dengan mudah menangkap tanggapan para konsumen dan melakukan inovasi produk sesuai dengan kebutuhan para pelanggannya.

Keywords:
training;
teenager;
brand

Abstract This Community Service activity aims to provide training for teenagers who are members of the RW 007 Margonda Youth Association organization, Depok, West Java, where these teenagers need knowledge about how to build a brand in entrepreneurship. Current developments in the era of digitalization mean that consumers can communicate easily by social media, which requires business owners to build a brand that is human-oriented. Building a brand that is oriented towards humans as customers can be done by understanding consumers through social listening, netnography and empathic research methods. By knowing the concept of building a human-oriented brand, these teenagers can easily capture consumer responses and innovate products according to their customers' needs.

PENDAHULUAN

Ikatan Remaja RW 007 (IKRAR 007) Margonda merupakan komunitas karang taruna yang berada di wilayah RW 07 Margonda. Tujuan Ikrar 007 yaitu terbentuknya pelajar yang bertakwa kepada Allah SWT, berilmu, berakhlak mulia, berwawasan kebangsaan serta bertanggung jawab atas tegak dan terlaksananya syari'at Islam menurut faham ahlussunnah wal jama'ah yang berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945.

IKRAR 007 beranggotakan para remaja yang terdiri dari pelajar dan mahasiswa selalu berkomitmen untuk menjadi sebuah organisasi remaja yang berbasis karang taruna dengan prinsip belajar, berjuang, dan bertakwa (Trilogi IPNU).

Berlokasi di Jalan Cemara Margonda Raya Pondok Cina Kecamatan Beji Kota Depok Jawab Barat, Ikatan Remaja RW 07 ini merupakan organisasi yang aktif dalam kegiatan agama dan sosial dengan beranggotakan pemuda-pemudi Islam. Organisasi ini memiliki visi membentuk kesempurnaan remaja Indonesia yang bertakwa, berakhlaqul karimah, berilmu, dan berwawasan kebangsaan.

Salah Satu kegiatan sosial yang dilakukan IKRAR yakni membangun kesadaran berwirausaha bagi anggotanya dan juga masyarakat RW 07 Kelurahan Pondok Cina. Permasalahan yang dihadapi oleh Ikatan Remaja RW 07 adalah masih belum memahami bagaimana cara membangun sebuah *brand* atau merek dalam dunia wirausaha.

Dewasa ini pelaku usaha saling bersaing dalam membangun sebuah merek. Alasannya, semakin positif citra sebuah merek di masyarakat maka merek tersebut akan mempengaruhi tingkat pembelian masyarakat terhadap produk dengan merek tersebut (Permata et al., 2019).

Merek dilihat sebagai sebuah aset strategis dan berharga yang menggerakkan organisasi bisnis di zaman modern di mana meningkatnya persaingan dalam lingkungan bisnis, komoditisasi produk dan meningkatnya informasi pelanggan di zaman sekarang telah memaksa dunia usaha untuk fokus pada atribut hedonis dalam penawaran produk mereka (Febrian & Ahluwalia, 2020).

Nilai merek menjadi pertimbangan utama bagi klien dalam menentukan keputusannya untuk membeli suatu barang dari suatu organisasi, di mana tingginya nilai merek yang diklaim oleh organisasi tersebut sebenarnya akan berdampak pada loyalitas

konsumen yang mempunyai saran terhadap tujuan pembelian barang tersebut. (Setyaningsih et al., 2020).

Para remaja Ikatan Remaja RW 07 haruslah memahami akan pentingnya membangun merek dalam usaha mereka. Membangun sebuah merek sangat diperlukan oleh produsen. Sebab dengan membangun merek produsen sedang membuat target konsumen mengenal produk yang mereka sajikan (Mulitawati & Retnasary, 2020).

Merek atas produk yang nantinya akan menginjakkan kaki ke pasar haruslah memiliki nilai agar diminati oleh pelanggan. Merek yang menandai suatu barang dan merupakan wujud dari sesuatu yang dipromosikan menjadi penanda suatu barang sekaligus pembeda dari barang lain di mana sebenarnya merek berfungsi sebagai tanda nilai yang berarti, lebih spesifiknya menyikapi cara kuatnya produk tersebut. nilai diperkenalkan kepada klien (Setiawati et al., 2019).

Membangun merek bukanlah perihal yang mudah, namun harus direncanakan dengan baik. Sebab merek dapat mempengaruhi penerimaan pasar terhadap produk yang nantinya akan dipasarkan oleh Ikatan Remaja RW 07 Margonda.

Merek harus dapat memposisikan diri sebagai manusia yang memiliki kandungan citra tertentu dalam benak konsumen di mana seorang konsumen merasakan tingkat kesesuaian yang cukup besar antara citra dalam diri mereka dengan citra yang ditampilkan oleh merek sehingga menganggap positif merek tersebut (Soedionon et al., 2020).

Ketika konsumen merasakan hal positif terhadap merek akan sebuah produk maka konsumen akan mulai percaya dalam mengkonsumsi produk. Kepercayaan pembeli yang dipengaruhi oleh citra merek dapat menjadikan dedikasi terhadap merek itu sendiri sebenarnya (Tamindael & Ruslim, 2021).

Para remaja yang tergabung dalam Ikatan Remaja RW 07 Margonda juga perlu untuk mengetahui peranan media sosial dalam membangun merek produk dalam berwirausaha. Pada era disrupsi 4.0 ini para konsumen saling terkoneksi satu sama lain dan mudah dalam mengakses sebuah merek akan produk tertentu sehingga para Remaja RW 07 perlu mengaktifkan media sosial dalam membangun merek produk atas kegiatan berwirausaha mereka.

Media sosial merupakan wadah bagi pembeli untuk bertukar pikiran, mencari informasi tentang merek atau barang yang mereka minati, dan berkomunikasi dengan organisasi yang dapat memberikan informasi tentang barang atau layanan tertentu (Adrian & Mulyandi, 2020).

Dalam mewujudkan hasrat dalam pengembangan diri dalam berwirausaha, para remaja dalam Ikatan Remaja RW 07 Margonda juga kerap kali memiliki keraguan dalam permodalan. Hal yang mereka tidaksadari adalah ketika merek akan produk mereka juga dapat menyokong perkembangan usaha yang hendak mereka bangun. Semua produk dari perusahaan kecil dan menengah berupa barang maupun jasa memiliki kekayaan materiil dan immaterial yang mana salah satu kekayaan immaterial tersebut adalah merek (Verawati, 2022).

Dengan membangun merek atau *branding* yang baik maka para Remaja RW 07 akan memperoleh peluang dalam mengakses permodalan dari lembaga-lembaga keuangan. Banyak studi yang telah meneliti sebuah hak cipta dan merek dagang dapat digunakan sebagai jaminan pinjaman di industri perbankan sehubungan dengan hak kekayaan intelektual (Kurniawan, 2020).

Untuk menunjang kegiatan berwirausaha khususnya dalam membangun sebuah *brand* anggota IKRAR, Tim Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) memberikan pelatihan membangun merek dengan pemasaran yang berorientasi pada manusia sebagai

daya tarik pada Ikatan Remaja RW 07 Margonda. Sebab pada zaman milenial ini para remaja dituntut untuk berpikir kreatif dan inovatif.

METODE

Pelaksanaan PkM dilakukan di Kampus Nusa Mandiri Margonda pada 2 Desember 2023.

Metode yang dilakukan pada kegiatan PkM ini berupa ceramah untuk menyampaikan teori, sedangkan untuk metode praktikumnya yaitu simulasi dan tanya jawab kepada peserta.

Adapun durasi kegiatan ini selama \pm 4 jam dengan tahapan sebagai berikut:

1. Pembuatan modul atau materi pengabdian masyarakat.
2. Panitia menyiapkan cetakan modul agar memberikan kemudahan bagi peserta untuk membaca teori yang disampaikan.
3. Pembuatan proposal PkM yang diajukan ke LPPM Universitas Nusamandiri.
4. Pelaksanaan PkM dengan rencana kegiatan sebagai berikut:
 - a. Selama 30 menit persiapan *live zoom meeting* dan persiapan luring bagi peserta.
 - b. Selama 150 menit untuk pemaparan materi dalam bentuk ceramah dan praktik pembuatan blog.
 - c. Selama 30 menit untuk diskusi dan tanya jawab.
 - d. Selama 30 menit *review* materi dengan memberikan latihan yang bisa dikerjakan secara mandiri.
5. Pembuatan luaran dan laporan hasil kegiatan PkM sebagai bukti kegiatan tersebut sudah terlaksana dengan baik dan lancar. Metode ini diterapkan agar peserta dapat memahami materi yang disampaikan, sehingga dapat mengimplementasikan dengan baik dan tepat.

HASIL dan PEMBAHASAN

IKRAR 007 Margonda yang merupakan komunitas berbasis karang taruna memiliki minat yang tinggi dalam berwirausaha, di mana dalam membangun sebuah usaha mereka menyadari akan esensi dari sebuah merek akan produk yang akan mereka pasarkan.

Oleh karena itu tim PkM Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusa Mandiri memberikan materi pelatihan dengan judul: “Pelatihan Membangun Merek Dengan Pemasaran Yang Berorientasi pada Manusia Sebagai Daya Tarik Pada Ikatan Remaja RW 07 Margonda”.

Merek adalah karakter yang merupakan kumpulan pengalaman dari apa yang konsumen rasakan dan pikirkan ketika mendengar dan melihat sebuah produk. Membangun sebuah merek bukan hanya masalah membuat desain, nama, logo, *tagline*, maupun elemen visual lainnya.

Membangun merek membutuhkan konsistensi dalam mengintegrasikan elemen visual, servis dalam bisnis, performa dan atribut produk. Selain itu juga merupakan cara pemasaran yang akan memberikan sebuah janji dan persepsi yang kemudian menciptakan pengalaman dan *value* dari *brand* tersebut kepada para calon konsumen.

Para pengusaha yang hendak memasarkan produknya perlu beradaptasi dengan keadaan di mana pelanggan merasa rentan terhadap strategi pemasaran. Oleh sebab itu melalui penerapan strategi pemasaran maka para konsumen membangun komunitas untuk memperkuat posisi mereka di mana pemasar harus berupaya menciptakan merek yang berperilaku seperti manusia dapat didekati dan disukai, tetapi juga rentan.

Merek tidak boleh mengintimidasi. Merek harus autentik dan jujur, mengakui kekurangan, dan berhenti mencoba terlihat sempurna. Didorong oleh nilai inti, merek yang berorientasi pada manusia memperlakukan pelanggan sebagai teman dan menjadi

bagian integral dari gaya hidup mereka. Merek perlu menunjukkan atribut manusia yang dapat menarik pelanggan dan membangun hubungan antar manusia.

Pergeseran zaman ke era digitalisasi juga merupakan hal yang harus diperhatikan oleh para anggota Ikatan Remaja 07 Margonda dalam membangun merek dari usaha mereka di mana pada era ini para pelanggan dapat dengan mudah berkomunikasi dan membangun sebuah komunitas satu sama lain melalui media social tanpa batasan jarak.

Pada era digital, pemasaran yang berorientasi pada manusia akan menjadi penting untuk daya tarik merek karena bisnis yang berorientasi pada manusia pasti akan menonjol dari yang lain. Bidang studi yang dikenal sebagai "antropologi digital" berfokus pada bagaimana manusia berinteraksi dengan teknologi digital. Teknologi ini menyelidiki cara manusia berinteraksi dengan antarmuka digital, bagaimana mereka berperilaku dalam konteks teknologi, dan bagaimana teknologi digunakan oleh manusia untuk berinteraksi satu sama lain.

Selain itu teknologi ini juga dapat digunakan untuk memahami bagaimana orang mempersepsikan merek dalam komunitas digital mereka dan apa yang membuat orang tertarik pada merek tertentu. Keahlian ini relatif baru di bidang antropologi, namun penerapan yang baru-baru ini dilakukan untuk menemukan wawasan pasar menjadikan pengetahuan ini populer di kalangan para pemasar. Metode yang banyak diketahui saat ini digunakan oleh para pemasar adalah *social listening*, *netnografi*, dan *emphatic research*.



Gambar 1. Pemaparan materi pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat

Sumber: Dokumen pribadi, 2023.

Social listening

Untuk melacak percakapan seputar informasi yang disebarluaskan, penilaian pemasaran konten menggunakan *social listening*, yaitu metode proaktif yang melacak pembicaraan tentang suatu merek di internet (media sosial dan komunitas online). *Social listening* juga biasa digunakan dalam manajemen hubungan pelanggan sosial untuk mengidentifikasi percakapan yang mengandung keluhan atau sentimen negatif dan dapat menyebabkan dampak buruk dalam suatu merek.

Melalui *social listening* para remaja yang tergabung dalam Ikatan Remaja RW 007 Margonda dapat mengamati percakapan para konsumen produk mereka. memberikan tanggapan secara responsif terhadap hal-hal yang disampaikan oleh pelanggan mereka.

Netnografi

Metode yang dibuat oleh Robert Kozinets, *netnografi* (etnografi yang berpusat pada web) adalah strategi yang menyesuaikan praktik etnologis untuk mengetahui perilaku manusia dalam sebuah jaringan elektronik atau jaringan online. Seperti halnya *etnografi*, *netnografi* berarti berkonsentrasi pada masyarakat dengan memasukkan diri mereka ke dalam jaringan reguler dari sebuah komunitas pelanggan dengan cara yang halus.

Netnografer bergabung dengan jaringan dan komunitas, membenamkan diri dalam koneksi. Hal ini mengambil bagian dalam diskusi, dan bersimpati dengan individu pelanggan dan pembeli. Dengan metode *netnografi* para remaja yang tergabung dalam Ikatan Remaja RW 007 Margonda dapat memberikan tanggapan secara responsif terhadap hal-hal yang disampaikan oleh pelanggan mereka.

Emphatic Research

Emphatic research merupakan sebuah metode yang mencakup pengamatan partisipatif dan pencurahan diri dalam konteks komunitas pelanggan dengan tujuan mencari tahu kebutuhan terpendam pelanggan di mana tidak seperti *social listening* dan *netnografi*. *Emphatic research* membutuhkan pengamatan perseorangan, dialog, curah pendapat, dan kolaborasi di kalangan peneliti dan anggota komunitas pelanggan untuk menyatukan wawasan yang paling relevan. Dengan menggunakan *emphatic research* para remaja yang tergabung dalam Ikatan Remaja RW 007 Margonda dapat membangun produk serta melakukan inovasi produk yang sesuai dan relevan terhadap kebutuhan pelanggan yang menjadi sasaran mereka.



Gambar 2. Foto bersama dan penutupan kegiatan pengabdian masyarakat

Sumber: Dokumen pribadi, 2023.

SIMPULAN

Ikatan Remaja RW 007 (IKRAR 007) Margonda yang merupakan komunitas berbasis karang taruna dapat memahami sosialisasi materi dengan judul kegiatan pelatihan membangun merek dengan pemasaran yang berorientasi pada manusia sebagai daya tarik pada Ikatan Remaja RW 07 Margonda dengan baik dan acara pelatihan tersebut berjalan dengan lancar.

Kegiatan PkM yang diselenggarakan oleh Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusa Mandiri pada Ikatan Remaja RW 007 (IKRAR 007) Margonda diharapkan dapat secara rutin dilaksanakan kepada para remaja yang tergabung dalam organisasi tersebut. Dengan demikian para remaja dapat menambah wawasan dalam berwirausaha terutama bagaimana membangun sebuah merek yang menjamin kelangsungan bisnis di masa depan.

PENGHARGAAN

Tim PkM Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusa Mandiri menyampaikan ucapan terima kasih kepada Ikatan Remaja Rw. 007 Margonda baik kepada pengurus maupun anggota. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada mahasiswa/mahasiswi Program Studi Manajemen yang berperan serta dalam kegiatan ini. Kegiatan PkM ini diselenggarakan dengan dana mandiri dari para Dosen Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusa Mandiri.

DAFTAR PUSTAKA

Adrian, D., & Mulyandi, M. R. (2020). Manfaat Pemasaran Media Sosial Instagram Pada Pembentukan Brand Awareness Toko Online. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 2(2), 215–222. <https://doi.org/10.36418/jiss.v2i2.195>.

- Febrian, A., & Ahluwalia, L. (2020). Analisis Pengaruh Ekuitas Merek pada Kepuasan dan Keterlibatan Pelanggan yang Berimplikasi pada Niat Pembelian di E-Commerce. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan/ Journal of Theory and Applied Management*, 13(3), 254. <https://doi.org/10.20473/jmtt.v13i3.19967>.
- Kurniawan, I. G. A. (2020). Valuasi Merek sebagai Jaminan Kredit Perbankan: Relevansi dalam Pembentukan Lembaga Penilai Kekayaan Intelektual. *Jurnal Magister Hukum Udayana (Udayana Master Law Journal)*, 9(4), 767. <https://doi.org/10.24843/jmhu.2020.v09.i04.p08>.
- Mulitawati, I. M., & Retnasary, M. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Membangun Brand Image Melalui Sosial Media Instagram (Studi kasus deskriptif komunikasi pemasaran prodak polycrol forte melalui akun instagram @ahlinyaobatmaag). *Komunikologi: Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi Dan Sosial*, 4(1), 23. <https://doi.org/10.30829/komunikologi.v4i1.7616>.
- Permata, R. R., Safiranita, T., & Utama, B. (2019). Pentingnya Merek Bagi Pelaku Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Di Jawa Barat. *Dialogia Iuridica: Jurnal Hukum Bisnis Dan Investasi*, 10(2), 33–38. <https://doi.org/10.28932/di.v10i2.1133>.
- Setiawati, S. D., Retnasari, M., & Diny Fitriawati. (2019). Strategi membangun branding bagi pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah. *JURNAL ABDIMAS BSI Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 125–136.
- Setyaningsih, G., Dianingrum, M., & ... (2020). Pengembangan Branding Strategy dan Pemasaran Online pada Usaha Catering RABJ. *JPMM (Jurnal ...)*, 2(1), 9–17. <http://ejournal.amikompurwokerto.ac.id/index.php/jpmm/article/view/920>.
- Soedionon, W., Wedanaji Prasastyo, K., & ADELIN, M. (2020). Pengaruh Brand Experience, Brand Image-Congruence, Brand Affect Dan Brandtrust Terhadap Repurchase Intention Pada Produk Fashion Berrybenka Secara Online Di Jakarta.

Media Bisnis, 12(1), 57–66. <https://doi.org/10.34208/mb.v12i1.881>.

Tamindael, M., & Ruslim, T. S. (2021). Pengaruh Komunikasi Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Merek Dengan Kepercayaan Sebagai Mediasi. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 3(1), 236. <https://doi.org/10.24912/jmk.v3i1.11317>.

Verawati, D. E. (2022). Pentingnya Pendaftaran Merek Bagi Usaha Mikro Kecil Menengah di Jawa Timur. *Jurnal Abdikarya: Jurnal Karya Pengabdian Dosen Dan Mahasiswa E-ISSN: 2655-9706*, 5(2), 154–158.

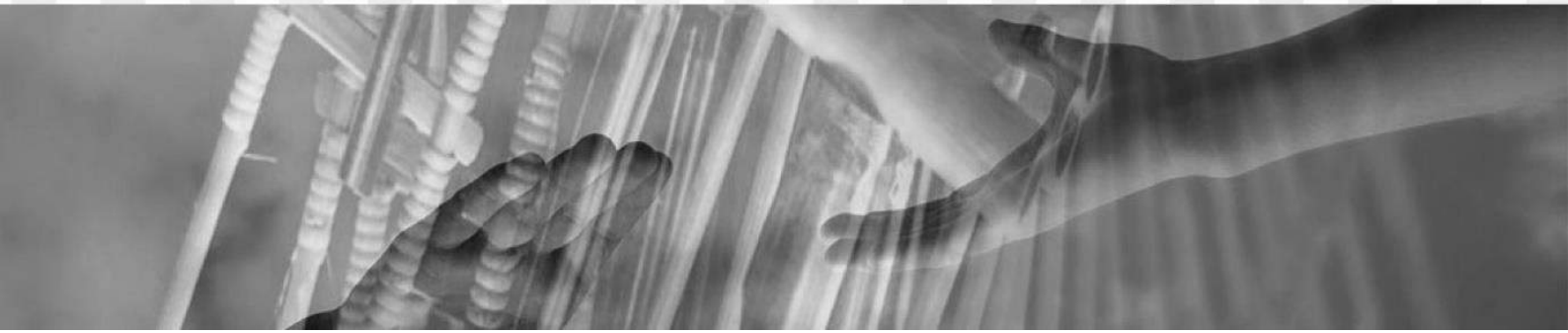




Indonesian Journal of

SocietyTM Engagement

www.jurnal.lkd-pm.com



Menggali dan Membangun Keunggulan Kompetitif Melalui Kearifan Lokal Masyarakat Ciptagelar, Sukabumi, Provinsi Jawa Barat

Agus Setyo Pranowo, Ida Zuniarti, Lia Mazia*, Windi, Priyo Sambodo, Nono Arief Rachman, Yuhelmis Sienifa, Isbat, Ismet Alimin, Nanang Qosim Yusuf, Henry Lasut
Program Studi Ilmu Manajemen (S3) Sekolah Pasca Sarjana, Universitas Pakuan, Jl. Pakuan PO Box 452
Bogor 16143, Indonesia

*mazia.lmz@gmail.com

Kata Kunci:
abah ugi;
keunggulan kompetitif;
kearifan lokal;
kasepuhan;
ciptagelar

Abstrak Kegiatan pengabdian kepada masyarakat bertujuan untuk memberikan sosialisasi tentang strategi mencapai keunggulan kompetitif bagi Masyarakat Ciptagelar, Sukabumi, Jawa Barat tanpa harus meninggalkan kearifan lokal dan budaya yang telah dianut kuat oleh Masyarakat Ciptagelar. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat untuk masyarakat Ciptagelar bertujuan untuk meningkatkan peran kearifan lokal dalam memberdayakan masyarakat dan membangun keunggulan kompetitif di tingkat lokal. Pendekatan pengabdian dilakukan melalui kerjasama aktif dengan komunitas setempat. Kegiatan pengabdian dilakukan dengan cara sosialisasi untuk menggali dan mengenali kearifan lokal yang termanifestasi dalam Ciptagelar di Sukabumi. Partisipasi aktif masyarakat menjadi landasan utama dalam proses ini, sehingga peningkatan pengetahuan dan keterampilan lokal dapat memberikan kontribusi positif terhadap pembangunan ekonomi dan keberlanjutan di daerah tersebut. Hasil pengabdian menunjukkan bahwa melalui pendekatan kolaboratif dan pemberdayaan masyarakat, kearifan lokal masyarakat Ciptagelar dapat diintegrasikan dalam berbagai sektor, termasuk usaha mikro dan kecil, pariwisata, serta industri kreatif. Peningkatan partisipasi masyarakat dalam pemanfaatan Ciptagelar sebagai sumber daya lokal dapat membuka peluang baru untuk pengembangan ekonomi berkelanjutan di Sukabumi. Artikel ini memberikan gambaran praktis tentang bagaimana pengabdian kepada masyarakat dapat menjadi instrumen efektif dalam menggali dan membangun keunggulan kompetitif melalui kearifan lokal. Implikasi dari kegiatan pengabdian ini dapat menjadi model bagi pengembangan strategi partisipatif dalam memanfaatkan potensi lokal untuk meningkatkan daya saing dan kesejahteraan masyarakat di berbagai wilayah.

Keywords:
abah ugi;
competitive advantage;
local wisdom;
comfortable;
ciptagelar

Abstract Community service activities aim to provide socialization about strategies to achieve competitive advantage for the Ciptagelar Community, Sukabumi, West Java without having to abandon local wisdom and culture that has been strongly adhered to by the Ciptagelar Community. Community Service Activities for the Ciptagelar community aim to increase the role of local wisdom in empowering the community and building competitive advantages at the local level. The service approach is carried out through active collaboration with the local community. Service activities are carried out by means of outreach to explore and recognize local wisdom which is manifested in Ciptagelar in Sukabumi. Active community participation is the main basis in this process, so that increasing local knowledge and skills can make a positive contribution to economic development and sustainability in the area. The results of the service show that through a collaborative approach and community empowerment, the local wisdom of the Ciptagelar community can be integrated into various sectors, including micro and small businesses, tourism and creative industries. Increasing community participation in utilizing Ciptagelar as a local resource can open up new opportunities for sustainable economic development in Sukabumi. This journal provides a practical overview of how community service can be an effective instrument in exploring and building competitive advantages through local wisdom. The implications of this service activity can be a model for developing participatory strategies in utilizing local potential to increase the competitiveness and welfare of communities in various regions.

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara kepulauan dengan keanekaragaman budaya. Masyarakat di Indonesia mayoritas hidup dengan tradisi-tradisi yang berbeda-beda dan unik serta bahasa yang tentunya memiliki ciri khas kebudayaan di masing-masing daerah. Hal ini juga terjadi di Provinsi Jawa Barat khususnya masyarakat yang hidup di wilayah Kasepuhan Ciptagelar yang memiliki tradisi-tradisi yang telah diwariskan secara turun-temurun.

Menurut (Muharam et al., 2023), Kasepuhan Ciptagelar merupakan sebuah desa yang merupakan induk dari beberapa kasepuhan yang bernama Kesatuan Adat Banten Kidul yang berlokasi di Kecamatan Cisolok Kabupaten Sukabumi. Kasepuhan ini terletak di sekitar Taman Nasional Gunung Halimun yang masih memegang teguh kebudayaan peninggalan leluhur yang diwariskan secara turun-temurun sejak 1368. Warga kasepuhan yang tergabung dalam Kesatuan Adat Banten Kidul ini masih memegang nilai-nilai tradisi tetapi tidak sepenuhnya terasing dari pengaruh nilai-nilai dari luar. Hal inilah yang membedakan antara masyarakat Kasepuhan Ciptagelar dengan masyarakat Baduy di Banten.

Kasepuhan Ciptagelar merupakan salah satu kampung adat yang termasuk dalam kesatuan adat Banten Kidul. Kasepuhan Ciptagelar ini sendiri dahulu berasal dari kerajaan yang dipimpin oleh Prabu Siliwangi yang bertempat di Cipatat, Bogor. Kemudian, karena alasan yang tidak dijelaskan, para tokoh adat di kerajaan tersebut berpencar untuk mendirikan kampung/kasepuhan sendiri-sendiri dengan wewenang yang berbeda-beda dan harus selalu dilestarikan secara turun temurun. Para sesepuh mendapat wewenang untuk tetap melestarikan sistem pertanian tradisional secara turun-temurun. Hal inilah yang kemudian menjadi cikal bakal suku Ciptagelar yang sangat erat dan identik dengan sistem pertanian tradisional yang bagus (Khomsan et al., 2013).

Masyarakat adat pada umumnya memiliki sistem pengetahuan dan pengelolaan lokal yang diwariskan dan ditumbuhkembangkan terus-menerus secara turun-temurun. Kearifan atau *wisdom* pada masyarakat merupakan pengetahuan asli suatu masyarakat yang tinggal di pedesaan. Pengetahuan asli itu bermanfaat untuk mengatur kehidupan manusia baik mengatur hubungan antar manusia dalam suatu masyarakat, hubungan manusia dengan alam, maupun hubungan manusia dengan Tuhan. Pengetahuan asli itu dahulu diwariskan secara turun-temurun, dari satu generasi ke generasi lain. Masyarakat adat Kasepuhan Ciptagelar masih pengkuh (kuat) memegang tradisi dan adat istiadat yang sudah diwariskan secara turun temurun (Kosasih et al., 2023).

Secara derivasional istilah kearifan lokal (*local wisdom*) terdiri atas dua kata yaitu kearifan (*wisdom*) dan lokal (*local*). Kata kearifan (*wisdom*) berarti kebijaksanaan dan lokal (*local*) berarti setempat. Dengan demikian, kearifan lokal atau *local wisdom* berarti gagasan gagasan dan pengetahuan setempat yang bersifat bijaksana, penuh kearifan, bernilai baik dan berbudi luhur, yang dimiliki, dipedomani, dan dilaksanakan oleh anggota masyarakat.

Kearifan lokal diperoleh dari tradisi budaya atau tradisi lisan, karena merupakan kandungan tradisi lisan atau tradisi budaya yang secara turun-temurun diwarisi dan dimanfaatkan untuk menata kehidupan komunitas (Utama, 2013). Selain itu terdapat nilai-nilai sosial (etika dan rasa syukur) yang menjadi nilai utama dan terdapat nilai-nilai pendukung lainnya antara lain: nilai religius dan cinta terhadap alam sekitar (Jaelani, Endang; Supriatna, Mamat; Peniasiani, 2023).

Sebagai wilayah adat, Ciptagelar dan masyarakatnya sangat lekat dan memegang teguh kebudayaan dan tradisi dari peninggalan leluhur dan nenek moyang yang diwariskan sejak sekitar 644 silam. Salah satu kekayaan budaya dan tradisi yang sangat dipegang teguh adalah budaya dalam memperlakukan padi. Melalui tradisi dan kearifan

lokal yang dimiliki, masyarakat Ciptagelar juga telah berhasil mewujudkan ketahanan pangan.

Simpanan padi yang dimiliki bahkan cukup untuk pasokan hingga bertahun-tahun. Hasil panen Masyarakat Ciptagelar ini disimpan dalam lumbung padi atau *leuit*. Aturan adat juga menyediakan leuit komunal untuk memenuhi kepentingan bersama. *Leuit* dijadikan lambang ketahanan pangan. Bahkan gabah yang tersimpan dalam *leuit* ini konon dapat memiliki daya tahan hingga puluhan tahun.

Keaslian dan keunikan budaya yang terpelihara dengan baik, keindahan alam, pakaian tradisional, makanan khas, hingga upacara adat yang dimiliki masyarakat Ciptagelar tentunya menjadi magnet dan destinasi wisatawan atau pengunjung yang ingin menyaksikan langsung berbagai atraksi budaya. Seperti tarian tradisional, pertunjukan musik tradisional, dan bercengkerama dengan penduduk setempat. Selain itu, wisatawan juga dapat membeli kerajinan tangan khas kampung ini sebagai kenang-kenangan.

Walaupun masyarakat Ciptagelar menjunjung tinggi warisan budaya leluhur dan nenek moyang, mereka tidak anti dengan teknologi. Masyarakat Ciptagelar memperkuat kearifan lokal mereka dengan memanfaatkan teknologi dan berkomunikasi dengan budaya luar.

Bahkan masyarakat Ciptagelar memiliki stasiun televisi sendiri yaitu CIGA TV dan stasiun radio bernama Radio Swara Ciptagelar. Sehingga, masyarakat Ciptagelar dapat memanfaatkan teknologi dan tidak ketinggalan zaman. Jaringan internet pun saat ini telah dapat dimanfaatkan oleh masyarakat Ciptagelar.

Berdasarkan fenomena tersebut maka dilaksanakan satu kegiatan kunjungan dalam rangka menggali dan membangun kearifan lokal masyarakat Kasepuhan Ciptagelar. Hal ini sebagai bagian dari upaya berkelanjutan Universitas Pakuan Bogor untuk mendorong pemanfaatan kearifan lokal guna membangun keunggulan kompetitif.

METODE

Menurut (Abdullah, 2015), metode memberi jawaban atas berbagai macam pertanyaan. Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Metode ini diperoleh berdasarkan peristiwa-peristiwa nyata yang menggambarkan suatu kondisi secara apa adanya (Jaelani, Endang; Supriatna, Mamat; Peniasiani, 2023).

Selain itu bahwa metode kualitatif merupakan suatu cara yang digunakan untuk menjawab masalah penelitian yang berkaitan dengan data berupa narasi yang bersumber dari aktivitas, wawancara, pengamatan, penggalian dokumen.

Pelaksanaan kegiatan diawali dengan identifikasi kearifan lokal yang dimiliki oleh masyarakat Ciptagelar. Kegiatan ini dilaksanakan melalui studi pustaka dan observasi oleh tim pelaksana. Berdasarkan hasil observasi dan kajian pustaka, tim pelaksana merumuskan tema kegiatan yaitu “Menggali dan Membangun Keunggulan Kompetitif melalui Kearifan Lokal Masyarakat Ciptagelar”.

Selanjutnya tim pelaksana menyusun rencana kegiatan dan konsep untuk menggali, mengembangkan, dan membangun keunggulan kompetitif masyarakat Ciptagelar berdasarkan kearifan lokal. Sebelum kegiatan dilaksanakan, tim pelaksana berkoordinasi dengan pihak terkait, seperti tokoh masyarakat, pemangku kepentingan lokal, dan Universitas Pakuan Bogor untuk memastikan dukungan dan partisipasi agar kegiatan dapat dilaksanakan dengan baik dan lancar.

Terakhir adalah tahap publikasi dan dokumentasi kegiatan. Tahap ini dilakukan melalui penyusunan laporan kegiatan, artikel ilmiah, dan publikasi pada media sosial serta media massa *online* untuk meningkatkan visibilitas kegiatan.

HASIL dan PEMBAHASAN

Budaya Gelaralam dipimpin oleh Abah Ugi Sukia *kasepuhan* yang kharismatik, di mana merupakan keturunan *kasepuhan* yang ke-9 sejak 655 tahun yang silam berdirinya adat dan budaya Gelaralam. Warga Gelaralam sudah mengalami tiga kali perpindahan tempat, berawal dari Sinaresmi berpindah ke Ciptagelar kemudian pindah ke Gelaralam.

Perpindahan dilakukan tidak sembarangan melainkan berdasarkan *wangsit* (petunjuk) yang diterima oleh *kasepuhan* Warga Gelaralam, setiap pindah lokasi, namanya pun ikut berubah. *Sepuh lembur* yang menginduk kepada Gelaralam ada 565 orang yang tersebar di berbagai daerah, mereka selalu meminta petunjuk dan berkoordinasi dengan *kasepuhan* Gelaralam.

Menurut (Agung Citra Resmi Wulangsih et al., 2022) nilai kearifan lokal yang merupakan identitas atau kepribadian serta ciri khas etika dan nilai budaya dalam masyarakat *Kasepuhan Ciptagelar* yang menjadi pandangan hidup, masih dipegang teguh dan menjadi teladan yang baik dalam menyelaraskan diri dengan alam.



Gambar 1. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat

Penduduk Gelaralam merupakan warga yang memiliki keunikan budaya dengan memadukan budaya tradisional dengan budaya modern. Abah Ugi Sukia sebagai kasepuhan merupakan lulusan S2 di salah satu perguruan tinggi di Bandung mengambil jurusan kesehatan. Meskipun sudah mengenyam pendidikan modern, beliau tetap memimpin menjalankan tradisi adat dan budaya yang ditaati oleh semua warganya.

Warga Gelaralam semuanya beragama Islam. Selain mentaati adat istiadat, mereka juga memiliki semua data kependudukan yang lengkap seperti KTP, KK, buku nikah dan lain-lain seperti warga-warga daerah lain. Anak-anak warga gelaralam diberikan kebebasan mengenyam pendidikan dari tingkat Sekolah Dasar sampai ke jenjang pendidikan yang lebih tinggi. Begitu juga perihal jodoh, mereka diberikan kebebasan menentukan sendiri, diperbolehkan menikah dengan warga lain di luar daerah. Warga juga diperbolehkan bekerja apapun dan dimanapun.

Warga Gelaralam terdiri dari 75 *suhunan* (kepala keluarga) dengan jumlah warga sekitar 300 orang, hidup dengan damai dan tenteram, jauh dari hiruk pikuk perkotaan, namun memiliki karakter budaya yang luar biasa baiknya dan bisa menjadi percontohan budaya yang positif bagi semua orang yang berkunjung ke daerah tersebut. Adapun struktur budaya warga gelaralam terdiri dari bagian *Pemakayan, Kedukunan, Indung Berang, Parajian, Bengkong, Amil/pengulu*, dan lain-lain.

Budaya yang dijalani warga Gelaralam antara lain: selalu diselenggarakan hiburan setiap bulan hari ke-14, jenis hiburannya berupa wayang golek, dangdut, topeng, jipeng tanpa saron, kecapi, krinding dan lain-lain. Kemudian selalu diselenggarakan panen raya setiap satu tahun sekali sebagai bentuk tasyakuran kepada Yang Maha Pencipta yang sudah memberikan rezeki kepada mereka. Selain itu ada adat yang dilakukan berupa mandi di sungai yang belum pernah dikunjungi oleh siapapun. Menyalakan api selama

dua hari dua malam yang dijaga oleh 300 warga secara bergantian agar api tetap menyala dan tidak boleh mati.

Hal-hal menarik dari budaya setempat yaitu warga sangat terbuka dan ramah dalam menyambut dan menghormati semua tamu yang berkunjung, dengan disediakan jamuan selama 24 jam tanpa dikenakan biaya. Kasepuhan Ciptagelar mempunyai keunikan adat dan budaya yang masih dipertahankan hingga saat ini dan tidak menutup diri dari perkembangan zaman, namun menerimanya dengan sadar (Saputro & Wibisono, 2023).

Kemudian ada hal-hal unik yang harus ditaati oleh warga Gelaralam, antara lain saat panen raya tiba maka semua warga, baik yang ada di Gelaralam maupun di luar daerah wajib hadir, semua warga wajib bertani, semua warga wajib punya *leuit* (lumbung padi), tidak boleh jual beli beras tetapi hanya diperbolehkan meminta dan memberi, warga yang mau menikah wajib menghadap dan minta izin kepada kesepuhan. Khusus menanak nasi harus di atas tungku dan menggunakan *haseupan*, *dulang*, *seeng* atau alat tradisional lainnya. tidak diperbolehkan masak nasi memakai megiccom.

Selain itu, perabot dan dekorasi yang ada di tempat menumbuk padi merupakan hasil kearifan lokal yang masih memiliki nilai tradisi yang kuat baik dari segi material, dan teknik pembuatannya. Sehingga dari setiap wujud perabot yang ada di tempat menumbuk padi sangat berkaitan satu sama lain dengan tatanan kebudayaan yang ada di Kasepuhan Ciptagelar.

Oleh karena itu, dilihat dari data fisik bahwa bangunan tempat menumbuk padi yang terbagi menjadi 3 kriteria yaitu material, proses pembuatan dan fasilitas (perabot dan dekorasi) memenuhi dalam upaya pelestarian preservasi (Purnama et al., 2020).

Fasilitas yang dimiliki warga Gelaralam di antaranya tenaga listrik milik sendiri yang bersumber dari tenaga air sederhana bukan dari PLN. Menurut (Studi et al., 2019)

alasan kuat masyarakat adat Kasepuhan Ciptagelar dalam beinovasi mengembangkan teknologi madya adalah karena kebutuhan pasokan listrik untuk rumah tangga, serta diperkuat dengan pernyataan Abah Encup Sucipta (Ketua Adat sebelumnya) agar tidak tergerus zaman.

Proses pengembangan turbin air pembangkit listrik sebagai teknologi madya dengan memanfaatkan sumber daya air sungai di Cicemet, Cibadak, dan Sukamulya. Selain itu panel surya yang mulai dikembangkan untuk cadangan listrik. Manfaat hasil teknologi madya ini dirasakan oleh masyarakat adat selain mampu memenuhi kebutuhan rumah tangga juga biaya bulanan yang lebih murah dari biaya bulanan PLN.

Selain itu tersedia sarana toilet yang cukup representatif dengan ketersediaan air yang memadai. Warga juga diperbolehkan memiliki dan menggunakan alat komunikasi berupa *Hand Phone* (HP) dengan ketersediaan Wifi yang cukup untuk keperluan semua warga, dan juga disediakan voucher Wifi bagi pengunjung.

Menurut salah satu warga Gelaralam, setiap harinya banyak pengunjung yang datang baik perorangan maupun rombongan dengan berbagai kepentingan, ada juga dari kalangan artis dan pejabat yang berkunjung ke Gelaralam, seperti H. Mandra sampai membeli rumah di Gelaralam.

Tamu yang berkunjung ke Gelaralam memiliki tujuan bermacam-macam, baik sekedar bermain, pengabdian oleh mahasiswa, maupun bertujuan khusus seperti meminta syariat buat berdagang, jabatan, dan lain sebagainya. Semuanya dilayani dengan baik oleh *kasepuhan* Gelaralam tanpa dibeda-bedakan dan tanpa mematok biaya, seikhlasnya dan sedikasihnya oleh pengujung.

Pada akhir kegiatan warga Gelaralam berharap dan berlapang dada seandainya Tim Dosen mau berkunjung kembali, dengan harapan silaturahmi tetap terjaga dan warga Gelaralam bisa menerima manfaat berupa pengalaman dan ilmu yang diberikan

mahasiswa untuk keberlangsungan dan kemajuan warga Gelaralam. Tim juga banyak menerima pengalaman yang sangat berharga dari warga Gelaralam. Kendati dengan berbagai keterbatasan akses dan sarana jalan, warga Gelaralam tetap semangat, hidup rukun, dan terlihat tetap bahagia.

SIMPULAN

Budaya Gelaralam yang dipimpin oleh Abah Ugi Sukia sebagai keturunan kesepuhan ke-9 sejak 655 tahun yang lalu, memiliki sejarah yang kaya. Perpindahan tempat sebanyak tiga kali, diawali dari Sinaresmi ke Ciptagelar, kemudian ke Gelaralam, selalu dipandu oleh wangsit (petunjuk) dari kesepuhan. Warga Gelaralam, terdiri dari 75 suhunan dan sekitar 300 orang, hidup damai dengan karakter budaya yang luar biasa.

Meskipun Abah Ugi Sukia memiliki latar belakang pendidikan modern, beliau tetap memimpin dengan memegang teguh tradisi adat dan budaya yang dihormati oleh seluruh warga. Warga Gelaralam beragama Islam, menjalankan adat istiadat, dan memiliki data kependudukan lengkap. Mereka memberikan kebebasan kepada anak-anaknya untuk mengenyam pendidikan dan memilih jodoh di luar daerah. Pekerjaan dan tempat tinggal pun dibiarkan bebas.

Budaya warga Gelaralam mencakup berbagai kegiatan, seperti hiburan bulanan, panen raya tahunan, mandi di sungai yang jarang dikunjungi, dan tradisi menyalakan api selama dua hari dua malam. Warga Gelaralam terkenal karena keramahannya, dengan menyediakan jamuan 24 jam kepada tamu tanpa meminta bayaran. Adat unik warga Gelaralam termasuk kewajiban hadir saat panen raya, larangan jual beli beras, persyaratan menikah, dan cara tradisional menanak nasi.

Fasilitas di Gelaralam mencakup listrik dari tenaga air, toilet representatif, komunikasi melalui HP, dan Wifi serta penerimaan tamu yang ramah. Warga Gelaralam juga sering menerima kunjungan dari berbagai kalangan, termasuk artis dan pejabat. Setiap tamu dilayani dengan baik tanpa memandang status, dan mereka sering berkunjung untuk berbagai tujuan, dari hiburan hingga permohonan syariat.

Warga Gelaralam berharap agar silaturahmi tetap terjaga, dan mereka terbuka untuk menerima manfaat dari kunjungan, termasuk pengalaman dan ilmu yang dibawa. Meskipun dengan keterbatasan akses, warga Gelaralam tetap semangat, rukun, dan bahagia sehingga menjadi contoh budaya yang positif bagi pengunjung.

PENGHARGAAN

Penghargaan setinggi-tingginya disampaikan kepada Rektor Universitas Pakuan Bogor, Jawa Barat dan LPPM Universitas Pakuan atas dukungannya sehingga kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat terlaksana sesuai dengan rencana dan mencapai target. Selanjutnya kepada Ketua Adat Kasepuhan Ciptagelar Abah Ugi Sugriana dan masyarakat Ciptagelar yang telah memberikan kesempatan dan kerja sama kepada tim pelaksana untuk melakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan sumber pendanaan mandiri tanpa melibatkan pihak lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, P. M. (2015). Living in the world that is fit for habitation : CCI's ecumenical and religious relationships. In Aswaja Pressindo.
- Agung Citra Resmi Wulangsih, Ahmad Ainul Anam, & Nita Apriyatin. (2022). Sistem Nilai Masyarakat Adat Kasepuhan Cipta Gelar. *NALAR: Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan*, 1(1), 36–45. <https://doi.org/10.56444/nalar.v1i1.131>.
- Jaelani, Endang; Supriatna, Mamat; Peniasiani, D. (2023). Makna “Mipit Amit Ngala Menta” Pada Panen Padi di Masyarakat Desa Kosambi, Subang, Jawa Barat. *Jurnal Pendidikan Indonesia*, Vol. 12 No.
- Khomsan, A., Riyadi, H., & Marliyati, S. A. (2013). Ketahanan Pangan dan Gizi serta

- Mekanisme Bertahan pada Masyarakat Tradisional Suku Ciptagelar di Jawa Barat (Food Security and Nutrition and Coping Mechanism in Ciptagelar Traditional Community in West Java). *Jurnal Ilmu Pertanian Indonesia (JIPI)*, 18(3), 186–193.
- Kosasih, D., Hendrayana, D., Firdaus, W., Nurhuda, A., Kosasih, D., Hendrayana, D., Firdaus, W., Nurhuda, A., No, J. S., Sukasari, K., Bandung, K., Barat, J., Gatot, J., No, S., Rw, R. T., & Selatan, K. J. (2023). *Naming System of Ciptagelar Indigenous Communities Universitas Pendidikan Indonesia Badan Riset dan Inovasi Nasional PENDAHULUAN Manusia, baik secara langsung maupun tidak, bahkan seringkali tanpa disadarinya (untuk tetap dapat melangsungkan kehidupann. 12(1), 101–112.*
- Muharam, H., Gursida, H., Ramdan, M., & Hasyim, W. (2023). *Journal of Community Service and Engagement (JOCOSAE) Kasepuhan Ciptagelar: Kebudayaan tradisional di Gelar Alam, . 3(6), 14–23.*
- Purnama, S., Joedawinata, A., & Rianingrum, C. J. (2020). Kajian Penataan Arsitektur Kampung Adat Kasepuhan Ciptagelar Dalam Upaya Pelestarian Budaya. *Jurnal Seni Dan Reka Rancang: Jurnal Ilmiah Magister Desain*, 2(2), 173–190. <https://doi.org/10.25105/jsrr.v2i2.8228>.
- Saputro, S. N., & Wibisono, B. H. (2023). Peran Budaya dalam Perubahan Penggunaan Lahan di Permukiman Adat Kasepuhan Ciptagelar Sukabumi. *Jurnal Lanskap Indonesia*, 15(2), 136–143. <https://doi.org/10.29244/jli.v15i2.46131>.
- Studi, P., Masyarakat, P., Dakwah, F., Komunikasi, D. A. N., Islam, U., & Sunan, N. (2019). *Inovasi Teknologi Madya*.
- Utama, B. (2013). Bertani dengan Arif: Pertanian Organik sebagai Alternatif Mewujudkan Kedaulatan Pangan. *Kearifan Lokal Dan Lingkungan*, 61–78. [http://repositori.kemdikbud.go.id/398/1/Bunga Rampai Kearifan Lokal 2013.pdf](http://repositori.kemdikbud.go.id/398/1/Bunga+Rampai+Kearifan+Lokal+2013.pdf).

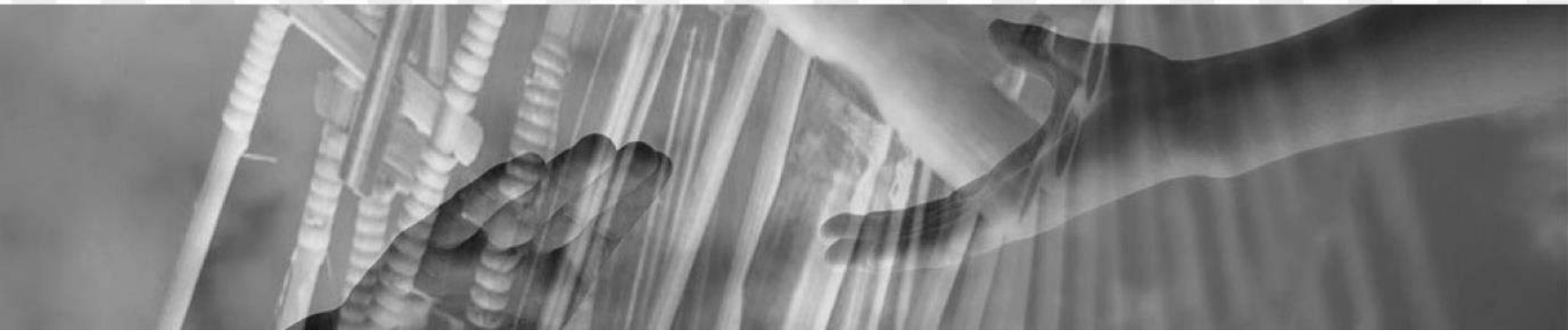




Indonesian Journal of

SocietyTM Engagement

www.jurnal.lkd-pm.com



Pengelolaan Sampah Pada Pondok Pesantren Al-Muhajirin, Jayamukti, Bekasi, Provinsi Jawa Barat

Windi^{1*}, Ahmad Aguswin², Akhmad Akromusyuhada³, Dika Argiyan Syah⁴

^{1,4}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pelita Bangsa

^{2,3}Fakultas Teknik, Universitas Pelita Bangsa

Jl. Inspeksi Kalimalang No.9, Cibatu, Cikarang Sel., Kabupaten Bekasi, Jawa Barat 17530, Indonesia

*windi@pelitabangsa.ac.id

Kata Kunci:
pondok
pesantren;
pemilahan
sampah;
potensi ekonomi

Abstrak Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan pada pondok pesantren Al-Muhajirin, Kabupaten Bekasi merupakan salah satu bentuk kepedulian terhadap lingkungan di wilayah pondok pesantren. Sampah yang dihasilkan pondok pesantren Al-Muhajirin masih belum dilakukan pengolahan, tetapi langsung dikumpulkan dan dibuang. Dalam proses pengumpulan sampah tersebut sering terjadi permasalahan kenyamanan terutama dari polusi sampah yang menghasilkan bau kurang sedap. Hal tersebut berpotensi karena kurangnya kepedulian/kesadaran santri terhadap pengolahan sampah di lingkungan pondok pesantren. Untuk mengatasi permasalahan tersebut kegiatan pengabdian dilakukan melalui pelatihan kepada para santri tentang kepedulian/kesadaran terhadap lingkungan berdasarkan sistem pengelolaan sampah. Pelatihan tersebut dilakukan di dalam dan di luar kelas, berupa pemilahan sampah yang dihasilkan kemudian dilanjutkan dengan pengolahan sampah dan potensi ekonominya. Praktik pengolahan sampah yang bernilai ekonomi dilakukan guna menumbuhkan wawasan dan penumbuhan jiwa kewirausahaan. Proses kegiatan tersebut juga menciptakan kenyamanan dan menghasilkan lingkungan yang lebih bersih karena tidak terjadi penumpukan sampah di lingkungan pondok pesantren.

Keywords:
islamic boarding
school;
waste sorting;
economic
potential

Abstract Community service activities carried out at the Al-Muhajirin Islamic boarding school, Bekasi Regency are a form of concern for the environment in the Islamic boarding school area. The waste produced by the Al-Muhajirin Islamic boarding school has not yet been processed, but is immediately collected and thrown away. In the waste collection process, comfort problems often occur, especially from waste pollution which produces unpleasant odors. This is potentially due to a lack of concern/awareness among students regarding waste processing in the Islamic boarding school environment. To overcome this problem, service activities are carried out through training for students regarding environmental concern/awareness based on a waste management system. The training is carried out inside and outside the classroom, in the form of sorting the waste produced and then continuing with waste processing and its economic potential. Waste processing practices that have economic value are carried out to foster insight and develop an entrepreneurial spirit. This activity process also creates comfort and produces a cleaner environment because there is no accumulation of rubbish in the Islamic boarding school environment.

PENDAHULUAN

Pondok Pesantren merupakan asrama tempat santri atau tempat murid-murid belajar mengaji. Pesantren diasuh oleh para ustadz/kiai yang mengajar dan membimbing santri dalam bidang keagamaan.

R. Fitri (2022) menyebutkan bahwa pondok pesantren merupakan salah satu lembaga pendidikan berbasis Islam yang di dalamnya mengajarkan berbagai macam pelajaran keagamaan dan memberi peran dalam pendidikan moral dan akhlak mulia bagi santri di dalamnya (Fitri & Ondeng, 2022).

Sebuah pondok pesantren dapat menampung ratusan bahkan ribuan santri yang bermukim sekaligus belajar ilmu keagamaan. Pondok pesantren diharapkan mampu menghasilkan santri yang ahli dalam bidang agama dan sekaligus sebagai penerus dakwah keagamaan di Indonesia (Zulfa et al., 2022).

Salah satu pondok pesantren di Kabupaten Bekasi yakni Pondok Pesantren Al-Muhajirin. Pondok Pesantren Al-Muhajirin didirikan oleh H. Ana Bin H. Sanin pada tanggal 23 Mei 2003 yang berlokasi di Jl. Raya Tegal Danas Desa Jayamukti Kecamatan Cikarang Pusat Bekasi. Pondok pesantren ini mempunyai santri kurang lebih 600 baik putra maupun putri.

Sebuah pondok pesantren yang menampung ratusan santri tentunya mempunyai banyak masalah terutama masalah kebersihan. Kebersihan lingkungan pondok sangat menunjang kenyamanan para santri dalam belajar ilmu keagamaan. Salah satu masalah kebersihan yang masih sering terjadi adalah masalah sampah.

Soemirat dalam C. Aulia (2021) mendefinisikan bahwa sampah merupakan bahan sisa yang dihasilkan dari suatu kegiatan baik pada skala terkecil yaitu rumah tangga, industri, hingga instansi yang dilakukan oleh manusia (Clasissa Aulia et al., 2021).

Apabila pengelolaan sampah perkotaan tidak maksimal, dapat menyebabkan pencemaran lingkungan yang memiliki dampak buruk pada kesehatan (Shofi et al., 2023).

Pondok Pesantren yang mempunyai banyak santri pastinya juga menghasilkan sampah yang sangat banyak. Oleh karena itu, perlu pengelolaan sampah yang baik agar kebersihan di lingkungan pondok dapat terjaga dengan baik pula.

Masalah utama yang dihadapi Pondok Pesantren Al-Muahajirin yaitu kesadaran tentang keberadaan dan dampak yang ditimbulkan akibat pengelolaan sampah yang tidak baik masih rendah dikarenakan masih minimnya pengetahuan dan wawasan tentang sampah dan cara-cara pengelolaannya. Penanganan sampah saat ini yang ada di Pondok Pesantren Al-Muhajirin belum sampai pada tahap memikirkan pengelolaan sampah, terutama dengan daur ulang kembali menggunakan sampah tersebut. Cara penanganan sampah di pondok pesantren ini dengan cara dikumpulkan dan dibuang begitu saja.

METODE

Metode pelaksanaan dalam Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini antara lain ceramah, diskusi, dan praktik. Peserta merupakan perwakilan dari masing-masing kelompok kamar di Pondok Pesantren Al-Muhajirin.

Tahap pertama, para peserta mengikuti kegiatan ceramah dan diskusi mengenai sampah dan pengelolaannya kemudian mempraktikkan pengelompokan sampah berdasarkan jenisnya. Tahap kedua, setelah sampah dikelompokkan para peserta dilatih membuat kompos dengan menggunakan komposter sederhana dari drum bekas. Tahap ketiga, para peserta dilatih dalam budidaya magot dengan limbah sampah sebagai salah satu media perkembangbiakannya.

Adapun langkah-langkah pelaksanaan program secara detail sebagai berikut:

1. Melakukan koordinasi dengan pengurus pondok pesantren mengenai rencana program kegiatan. Program kegiatan disusun berdasarkan masukan di lingkungan pondok pesantren.
2. Sosialisasi dan penyuluhan kepada santri mengenai sampah, dampak, dan manfaat sampah bagi lingkungan.
3. Pelatihan pengolahan sampah organik menjadi pupuk organik padat dan pupuk organik cair.
4. Pelatihan pengolahan sampah organik menjadi bahan pakan untuk budidaya magot.

HASIL dan PEMBAHASAN

Hasil

Dalam kegiatan pengabdian ini, dilakukan observasi atau pengamatan bagaimana pengelolaan sampah yang ada di Pondok Pesantren Al-Muhajirin. Hasanah (2017) menjelaskan observasi merupakan proses pengamatan sistematis dari aktivitas manusia dan pengaturan fisik di mana kegiatan tersebut berlangsung secara terus menerus dari lokus aktivitas bersifat alami untuk menghasilkan fakta (Hasanah, 2017). Fungsi dari pengamatan sendiri adalah untuk mengetahui dan menganalisa sejauh mana jumlah sampah yang dihasilkan dari aktivitas santri, pengurus, penjaga toko dan keluarga besar Pondok pesantren Al-Muhajirin.

Pengolahan sampah di Pondok Pesantren Al-Muhajirin ini meliputi pewardahan, pengumpulan, dan pengangkutan sampah. Pertama, sebelum melakukan pendataan sampah perlu mengetahui dari jumlah santri, penjaga toko, dan keluarga besar pondok. Hal ini digunakan dalam proses perhitungan jumlah dan jenis sampah per harinya. Kondisi terkini yang sangat penting untuk menangani besarnya suatu sampah di Pondok Pesantren Al-Muhajirin adalah melakukan pengelolaan mulai dari sumber.

Salah satu tindakan sederhana adalah mengurangi aktivitas yang menghasilkan sampah berlebihan. Sebagai contoh membawa kantong sendiri saat belanja begitupun dengan aktivitas lainnya. Upaya tersebut juga dapat mengurangi timbulan sampah plastik, di mana tujuan mengurangi penggunaan kantong plastik di kehidupan sehari-hari karena penumpukannya dapat memberikan dampak buruk terhadap lingkungan di masa mendatang (Lestari & As'ari, 2022).

Di sini santri Pondok Pesantren Al-Muhajirin dirasa cukup bisa dalam memahami dalam hal pemilahan sampah di tempat, walaupun hanya sampah organik dan anorganik. Namun tidak dapat dipungkiri bahwa keadaan di lapangan justru kebalikannya, karena sampah belum dipilah, di mana masih banyak sampah yang beserakan di area pondok.

Pembahasan

Setelah berdiskusi dan bermusyawarah dengan pengasuh dan pengurus Pondok Pesantren Al-Muhajirin, diperoleh sambutan dan respon yang sangat baik dan positif. Betapa penting terkait adanya pengelolaan sampah karena sampah yang dihasilkan hanya berakhir pembakaran. Untuk sampah santri putra dan untuk sampah putri setiap hari dikumpulkan di tempat penampungan sementara dan pada Minggu sore dilakukan pembuangan langsung ke tempat pembuangan akhir.

Setelah didapatkan mengenai data komposisi dan volume sampah di Pondok Pesantren Al-Muhajirin, maka dapat direncanakan pengelolaan sampah yang meliputi konsep 3R (*reuse, reduce, dan recycle*) atau (gunakan kembali, kurangi, dan daur ulang). Ernyaningsih (2020) menegaskan bahwa melalui pengelolaan sampah 3R, santri akan mendapatkan pemahaman mengenai pengolahan sampah sehingga dapat meningkatkan kesadaran dalam pengolahan sampah yang benar dengan pendekatan 3R (Ernyasih et al., 2020).

Perencanaan pengelolaan sampah

Langkah-langkah yang ditempuh untuk dapat melaksanakan 3R di Pondok Pesantren Al-Muhajirin yakni dengan memberikan pemahaman terlebih dahulu tentang 3R. Kemudian bagaimana mengimplementasikannya dalam kehidupan sehari-hari di Pondok Pesantren Al-Muhajirin. Setelah memahami pengertian *reuse*, *reduce*, dan *recycle*, santri dan keluarga besar Pondok Pesantren Al-Muhajirin dapat berkontribusi dengan mempelajari dan mempraktikkan terkait yang sudah dijelaskan mengenai apa itu *reuse*, *reduce*, dan *recycle*. Kemudian mempraktikkan ketiga kegiatan itu setiap hari.

Langkah untuk menerapkan *reuse*, *reduce*, dan *recycle* sebagai berikut:

1. Hindari penggunaan barang sekali pakai.
2. Beli produk yang terbuat dari bahan daur ulang.
3. Gunakan tas kain.
4. Gunakan wadah yang bisa digunakan kembali.
5. Gunakan cangkir kopi atau botol air pribadi.
6. Gunakan kertas daur ulang untuk kertas fotokopi, kop surat dan buletin.
7. Hindari barang-barang yang dikemas secara berlebihan.
8. Belajar menggunakan kembali produk dengan cara yang berbeda.
9. Gunakan kain meja yang bisa dicuci kembali dari pada kain dari kertas.

Penyuluhan dan pelatihan pengelolaan sampah

Setelah santri dan keluarga besar Pondok Pesantren Al-Muhajirin mengetahui dan menjalankan 3Rnya, kemudian melakukan pelatihan pengelolaan sampah dari hasil sistem 3R tersebut. Dalam hal ini, pengelolaan sampah yang dipakai adalah dengan kolaborasi budidaya maggot. Materi yang disampaikan pada kegiatan penyuluhan yaitu pengelolaan sampah dan pembuatan pupuk organik cair.

Berdasarkan hasil diskusi dan tanya jawab, selama ini para santri dan keluarga besar Pondok Pesantren Al-Muhajirin belum melakukan pemisahan sampah. Namun, setelah diberikan penjelasan mengenai cara pengelolaan sampah dan cara memilah sampah, para santri dan keluarga besar Pondok Pesantren Al-Muhajirin telah melakukan pemisahan sampah.

Sampah yang dibuang dan diambil oleh petugas sampah hanyalah sampah yang tidak dapat dibuat pupuk. Para santri dan keluarga besar Pondok Pesantren Al-Muhajirin juga sudah mengetahui mengenai manfaat dari maggot dan pupuk organik cair sehingga berminat untuk budidaya maggot dan membuat pupuk organik cair. Selain karena bahan yang mudah diperoleh yaitu dari sampah rumah tangga yang sudah dianggap tidak berguna dan akan dibuang. Dengan membuat sampah menjadi sumber makanan maggot dan pupuk organik cair juga dapat mengurangi jumlah sampah yang ada di lingkungan pondok pesantren sehingga dapat memberikan nilai ekonomi.

Hasil kegiatan pemanfaatan sampah dan barang bekas dapat meningkatkan kreativitas para santri, sekaligus menjadi usaha alternatif untuk meningkatkan ekonomi pondok (Effendi, 2016). Dengan adanya kegiatan ini, para santri dan keluarga besar Pondok Pesantren Al-Muhajirin yang memiliki hobi bercocok tanam dan peternakan di lingkungan pekarangan, menjadi lebih bersemangat lagi dalam memelihara tanaman dan peternakannya.

Maggot dan pupuk organik cair memang bermanfaat dalam menyuburkan tanaman dan peternakan, serta dikenal lebih ramah lingkungan dan tidak memberikan residu seperti halnya penggunaan pupuk kimia.



Gambar 1. Budidaya maggot



Gambar 2. Pembuatan pupuk kompos

Budidaya maggot menjadi solusi tepat untuk menyelesaikan permasalahan sampah organik di masyarakat (Siswanto et al., 2022). Di samping itu, melihat potensi yang begitu besar tetapi belum dimanfaatkan secara maksimal maka salah satu rekomendasi solusi yang dapat dilakukan adalah dengan melakukan pelatihan manajemen dan kewirausahaan, yang mencakup: motivasi berwirausaha, inovasi dan kreativitas, pengelolaan keuangan dan manajemen pemasaran.

Dengan adanya pelatihan manajemen dan kewirausahaan ini diharapkan pondok pesantren dapat meningkatkan kemampuan manajerialnya dalam mengelola usaha. Sehingga pondok pesantren dapat semakin berkembang dan mandiri (Zaman et al., 2021).

SIMPULAN

Berdasarkan pelaksanaan pengabdian yang telah dilaksanakan dapat ditarik kesimpulan yaitu terciptanya perubahan *mindset* di lingkungan Pondok Pesantren Al-Muhajirin mengenai pengelolaan sampah yang baik. Sehingga secara tidak langsung dapat mengurangi volume sampah yang dibuang ke Tempat Pembuangan Akhir (TPA).

Hasil pengelolaan sampah dapat dimanfaatkan dengan baik, di mana sampah organik dapat dimanfaatkan pada budidaya magot dan pembuatan pupuk kompos. Sedangkan sampah non organik dapat dimanfaatkan untuk kerajinan tangan dan lain-lain.

PENGHARGAAN

Penghargaan setinggi-tingginya disampaikan kepada Rektor Universitas Pelita Bangsa, Jawa Barat dan DPPM Universitas Pelita Bangsa atas dukungannya sehingga kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini dapat terlaksana sesuai dengan rencana dan mencapai target. Selanjutnya kepada Pimpinan Pondok Pesantren Al-Muhajirin dan santri telah memberikan kesempatan dan kerja sama untuk melakukan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini menggunakan sumber pendanaan mandiri tanpa melibatkan pihak lain.

DAFTAR PUSTAKA

Clasissa Aulia, D., Kiswanto Situmorang, H., Fauzy Habiby Prasetya, A., Fadilla, A., Safira Nisa, A., Khoirunnisa, A., Farhan, D., Nur, D., Nindya, aini, Purwantari, H., Octaviani Dwi Jasmin, I., Aulia Akbar, J., Mesrina Cicionta Ginting, N. B., Fadhilah Lubis, R., Pangestiara Program Studi Ilmu Kesehatan Maskarakat, Z. G.,

- & Kesehatan Masyarakat, F. (2021). Peningkatan Pengetahuan dan Kesadaran Masyarakat tentang Pengelolaan Sampah dengan Pesan Jepang. *Jurnal Pengabdian Kesehatan Masyarakat (Pengmaskemas)*, 1(1), 62–70. <https://doi.org/10.31849/pengmaskemas.v1i1/5516>.
- Effendi, L. M. (2016). Sampah, barang bekas dan simulasi. *Institut Agama Islam Negeri Mataram*, 12(2), 134–148.
- Ernyasih, E., Fajrini, F., Elyasa, L. B., & Alfiana, Q. (2020). Edukasi Dan Pendampingan Pengolahan Sampah Berbasis 3R (Reduce, Reuse, Recycle) Pada Santri Di Pesantren Sabilunnajat, Ciamis. *AS-SYIFA: Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Kesehatan Masyarakat*, 1(1), 16. <https://doi.org/10.24853/assyifa.1.1.16-22>.
- Fitri, R., & Ondeng, S. (2022). Pesantren Di Indonesia: Lembaga Pembentukan Karakter. *Jurnal Al-Urwatul Wutsqa*, 2(1), 42–54. <https://journal.unismuh.ac.id/index.php/alurwatul>.
- Hasanah, H. (2017). TEKNIK-TEKNIK OBSERVASI (Sebuah Alternatif Metode Pengumpulan Data Kualitatif Ilmu-ilmu Sosial). *At-Taqaddum*, 8(1), 21. <https://doi.org/10.21580/at.v8i1.1163>.
- Lestari, N., & As'ari, H. (2022). Implementasi Kebijakan Pengurangan Penggunaan Kantong Plastik di Kabupaten Siak (Studi Pada Kawasan Objek Wisata , Pasar Tradisional dan Kantor Pemerintah). *PUBLIKA: Jurnal Ilmu Administrasi Publik*, 8(1), 43–58. [https://doi.org/10.25299/jiap.2022.vol8\(1\).9213](https://doi.org/10.25299/jiap.2022.vol8(1).9213).
- Shofi, N. C., Auvaria, S. W., Nengse, S., & Karami, A. A. (2023). Analisis Aspek Teknis Pengelolaan Sampah di TPS 3R Desa Janti Kecamatan Waru Sidoarjo. *Jurnal Teknik Sipil Dan Lingkungan*, 8(1), 1–8. <https://doi.org/10.29244/jsil.8.1.1-8>.
- Siswanto, A. P., Yulianto, M. E., Ariyanto, H. D., Pudiastutiningtyas, N., Febiyanti, E.,

- & Safira, A. S. (2022). Pengolahan Sampah Organik Menggunakan Media Maggot Di Komunitas Bank Sampah Polaman Resik Sejahtera Kelurahan Polaman , Kecamatan Mijen , Kota Semarang. *Universitas Diponegoro : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 02, 193–197.
- Zaman, B., Pancasakati K, H., Hersugondo, H., Idris, I., & Kegiatan, A. (2021). Pengelolaan Sampah Di Lingkungan Pondok Pesantren Attauhiddiyah Giren Talang Kabupaten Tegal. *Jurnal Pasopati*, 3(4), 209–213.
- Zulfa, M. C., Akbar, A. S., & Azzat, N. N. (2022). Pengelolaan Sampah Organik Dan Anorganik Dalam Upaya Pemberdayaan Santri Di Pondok Pesantren Al-Mustaqim. *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat UNSIQ*, 9(2), 167–172. <https://doi.org/10.32699/ppkm.v9i2.954>.

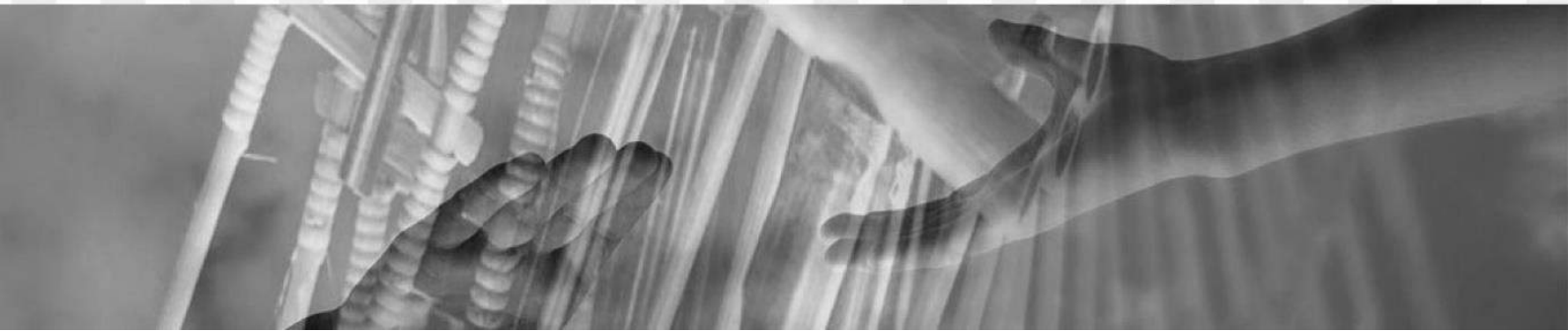




Indonesian Journal of

SocietyTM Engagement

www.jurnal.lkd-pm.com



Pendampingan Usaha Kecil Pengrajin Batik Cirebon Dalam *Self-Assesment System* Sesuai Peraturan Harmonisasi Peraturan Pajak Pada Post Covid-19 Era

Ni Putu Eka Widiastuti^{1*}, Diana Frederica², Febriani Cristina Susianti Magdalena³, Susilawati⁴, Saprudin⁵

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, Jl. RS. Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta Selatan, DKI Jakarta, 12450, Indonesia

^{2,3}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Kristen Krida Wacana, Jl. Tanjung Duren Raya, Grogol Petamburan, Jakarta Barat, DKI Jakarta, 11470, Indonesia

⁴Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pancasila, Jl. Raya Lenteng Agung, Jagakarsa, Jakarta Selatan, DKI Jakarta, 12640, Indonesia

⁵Program Studi Akuntansi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Jayakarta, Jl. Salemba Raya, Tanah Abang Petamburan, Jakarta Pusat, DKI Jakarta 10440, Indonesia

*putueka@upnvj.ac.id

Kata Kunci:
UMKM;
batik cirebon;
covid-19;
kepatuhan
perpajakan;
self assessment
system

Abstrak Sejak Pandemi Covid-19 melanda, industri-industri usaha di Indonesia mengalami ketidakberdayaan dalam menghidupkan kembali usahanya. Kontribusi pembayaran pajak UMKM di era Covid-19 juga mengalami kemunduran, di mana dari total 64,2 juta UMKM, hanya 2,3 juta yang memiliki NPWP dan aktif membayar pajak. Kegiatan pengabdian ini merupakan kerja sama anggota Ikatan Akuntan Indonesia Kompartemen Akuntan Pendidik DKI Jakarta kepada para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Batik Cirebon. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk membantu para pelaku UMKM Batik Cirebon terkait perencanaan, pencatatan kas pembukuan sederhana, penentuan harga pokok produksi, penjualan produk, dan pengenalan pajak di post Covid-19 era. Metode pelaksanaan pengabdian dilakukan dengan melaksanakan pelatihan pengusaha dan pemasaran *e-commerce*, sosialisasi kepatuhan pajak dalam skema *self-assessment tax system* kepada UMKM Batik, dan konsultasi bisnis untuk para pelaku UMKM Batik. Hasil pelaksanaan pengabdian menunjukkan adanya peningkatan pemahaman terkait perencanaan, pencatatan kas pembukuan sederhana, penentuan harga pokok produksi, penjualan produk, dan pengenalan pajak pasca Covid-19 oleh para pelaku UMKM Batik Cirebon. Hasil pengabdian ini diharapkan bermanfaat bagi peningkatan kualitas tata kelola menuju perbaikan kinerja UMKM Batik Cirebon di post Covid-19 era.

Keywords:
MSMEs;
batik cirebon;
covid-19;
tax compliance;
self assessment
system

Abstract Since the Covid-19 pandemic hit, business industries in Indonesia have struggled to revive their operations. The contribution of tax payments from Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) during the Covid-19 era has also declined. Out of a total of 64.2 million UMKM, only 2.3 million have a Taxpayer Identification Number and are actively paying taxes. In response to this situation, a community service initiative was undertaken by members of the Ikatan Akuntansi Indonesia, Department of Educator Accountants, DKI Jakarta, to assist MSMEs in the Batik Cirebon sector. The aim of this community service was to provide support to Batik Cirebon MSMEs in various areas, including planning, simple cash bookkeeping, determining production costs, sales of products, and introducing tax practices in the post Covid-19 era. The community service was executed through entrepreneur and *e-commerce* marketing training, tax compliance awareness sessions under the *self-assessment tax system* scheme for Batik MSMEs, and business consultations tailored for the Batik MSMEs. The outcome of this initiative showed an improved understanding among Batik Cirebon MSMEs in areas such as planning, cash bookkeeping, determining production costs, product sales, and tax practices after the Covid-19 pandemic. The results of this service are expected to be useful for improving the quality of governance towards improving the performance of Cirebon Batik MSMEs in the post-Covid-19 era.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) telah menjadi tulang punggung ekonomi bangsa yang terbukti tangguh menghadapi krisis keuangan nasional (Jubaedah & Destiana, 2016). Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM tahun 2021, jumlah UMKM di Indonesia mencapai 64,2 juta dengan kontribusi terhadap PDB sebesar 61,07% atau senilai Rp8.573,89 triliun.

Kontribusi UMKM terhadap perekonomian Indonesia meliputi kemampuan menyerap 97% dari total tenaga kerja yang ada serta menghimpun sampai 60,4% dari total investasi. Keberadaan UMKM hingga kini menopang perekonomian Indonesia dan berkontribusi besar dalam penerimaan devisa negara karena produk-produk UMKM mampu bersaing bukan saja di tingkat regional, tetapi juga internasional (Jubaedah & Destiana, 2016; Komite Pengawas Perpajakan, 2023). Namun dari 64,2 juta pelaku UMKM tersebut, hanya 2,3 juta UMKM yang telah memiliki NPWP. Bahkan dari UMKM yang telah memiliki NPWP tersebut, tidak semua dari mereka yang rutin membayar pajak (Hamida & Wijaya, 2022).

Dari informasi tersebut dapat dilihat bahwa jumlah pelaku UMKM yang membayar PPh Final belum maksimal dan tidak sebanding dengan jumlah PDB UMKM yang terus bertambah dari tahun ke tahun. Rendahnya kontribusi UMKM dalam kepatuhan perpajakan ini disinyalir terjadi karena banyak tantangan seperti lemahnya akses modal, kurangnya manajemen keuangan, kesulitan mengakses pasar, sumber daya manusia (SDM) yang terbatas, adanya regulasi yang rumit, kelemahan dalam akses inovasi teknologi, dan kurangnya akses pendidikan para pengusaha (Fujianti et al., 2019). Tantangan yang dirasakan oleh UMKM dalam kepatuhan perpajakan semakin terasa mulai tahun 2019, di mana Pandemi *Coronavirus Disease 2019* atau Pandemi Covid-19 melanda (Marlyna et al., 2022). Dampak ekonomi akibat pandemi ini mengalami

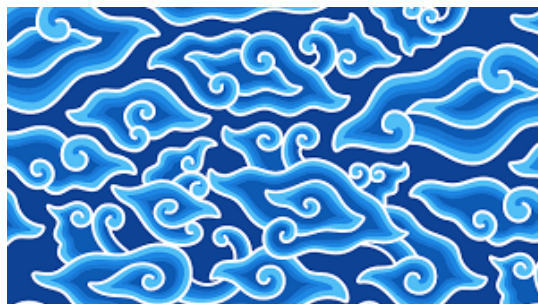
kontraksi pada triwulan II tahun 2020 dengan pertumbuhan ekonomi -5,3% (Sasongko, 2020).

Pada periode Covid-19, hampir semua pelaku UMKM (terutama pelaku usaha mikro) mengalami kendala melaksanakan kewajiban perpajakannya, karena pengembangan usaha membutuhkan modal, dan di era Covid-19 mayoritas UMKM defisit modal, seperti halnya yang dirasakan oleh UMKM Batik (Suardi et al., 2019).

Batik merupakan produk garmen yang menjadi kebanggaan Indonesia, terbukti dengan pakaian batik yang dijadikan sebagai salah satu pakaian resmi di Indonesia. Sektor UMKM Batik juga menjadi suatu usaha yang ikut berkontribusi besar dalam perekonomian Indonesia. Batik yang saat ini sudah mendunia menjadikan peranan UMKM-nya sangat penting terhadap perekonomian dan penyerapan tenaga kerja, serta penerimaan pajak negara (Inasius, 2015; Yuniato, 2023).

UMKM batik Indonesia mempunyai karakteristik yang sangat khusus, dan merupakan kebudayaan Indonesia yang tetap bertahan secara konsisten, bahkan penikmatnya hingga kini telah sampai ke mancanegara. Dengan pengaruh motif daerah tertentu, batik berkembang dan menyebar terutama di Pulau Jawa, misalnya yang dikenal dengan Batik Cirebon, Batik Pekalongan, Batik Kedungwuni, Batik Solo, Batik Yogyakarta, Batik Tanjung Bumi Bangkalan, Batik Podhek Pamekasan, dan Batik Kraton Sumenep (Baidawi & Rahayu, 2016).

Sebagai salah satu UMKM yang memproduksi batik, UMKM Batik Cirebon juga memiliki kekhasan desainnya yang cenderung bermotif simpel dan memiliki sedikit warna, namun elegan, seperti motif batik mega mendung yang memiliki makna 'setiap manusia harus dapat menahan amarah pada dirinya pada saat dalam kondisi terpuruk, sedih dan tertekan'.



Gambar 1. Motif Mega Mendung Khas Cirebon

(Sumber: Disbudparpora Cirebon, 2013).

UMKM dan Pengrajin Batik Cirebon sampai tahun 2020 tercatat sebanyak 4.679 pelaku usaha, dengan daerah penghasil produksi dan pengrajin batik Cirebon utama di 5 (lima) wilayah desa yang berbeda, tepatnya daerah-daerah yang ada di sekitar desa Trusmi (pusat batik Cirebonan). Desa-desa yang berada di sekitar Desa Trusmi di antaranya Desa Gamel, Kaliwulu, Wotgali, Kalitengah dan Panembahan. Pertumbuhan batik di Trusmi bergerak dengan cepat mulai tahun 2000 (Yusbardini et al., 2018).

Peningkatan jumlah UMKM Batik Cirebon tentunya akan membantu dalam menghasilkan devisa negara, karena semakin tinggi jumlah UMKM, semakin banyak produk yang dapat dihasilkan, dan semakin luas target pemasaran yang berdampak pada neraca perdagangan nasional dan penerimaan pajak negara. Namun, pada era Covid-19, UMKM Batik Cirebon juga sempat mati suri dikarenakan menurunnya pemasaran, seperti kota-kota besar di Jakarta atau sekitar Jabodetabek (Hidayat, 2015).

Kondisi pandemi yang membatasi pergerakan manusia dari satu tempat ke tempat lainnya mengakibatkan pemasaran Batik Cirebon menurun signifikan. Hal ini akhirnya berdampak pada jumlah PDB UMKM dan kepatuhan perpajakan yang dihasilkan. Sektor perpajakan UMKM Batik Cirebon masih belum mencerminkan kontribusi yang maksimal sebagaimana pengaruhnya terhadap perekonomian dan penyerapan tenaga kerja (Mahadianto et al., 2020).

Di samping itu, pelaku UMKM Batik Cirebon belum melakukan pembukuan usaha dengan baik, belum melakukan perencanaan kas, dan belum memiliki strategi pemasaran yang baik, sehingga seringkali kekurangan modal. Untuk membantu mengatasi masalah UMKM Batik Cirebon terkait tata kelola, terutama di bidang pengelolaan keuangan dan kepatuhan perpajakannya, maka dibutuhkan pendampingan pengelolaan UMKM. Oleh karena itu, di post Covid-19 era ini, Ikatan Akuntan Indonesia Kompartemen Akuntan Pendidik Forum Dosen Akuntansi DKI Jakarta bersama dengan beberapa Universitas di Indonesia melaksanakan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) untuk membantu pelaku UMKM Batik Cirebon guna mengatasi permasalahan yang ada.

Tujuan yang diharapkan dari adanya kegiatan PkM oleh Forum Ikatan Akuntan Indonesia ini adalah untuk meningkatkan kemampuan pelaku UMKM Batik Cirebon dalam tata kelola UMKM. Adapun tema PkM: “Peningkatan Kualitas Tata Kelola Menuju Perbaikan Kinerja UMKM Batik Cirebon Pasca Pandemi Covid-19”. Secara khusus manfaat PkM ini untuk meningkatkan edukasi khususnya dalam bidang perencanaan dan pencatatan kas, pembukuan sederhana, penentuan harga pokok produksi dan penjualan produk serta pengenalan pajak kepada UMKM Batik Cirebon.

METODE

Kegiatan PkM ini dilaksanakan mulai dari menentukan tema besar hingga menghasilkan *output* bagi para pelaku UMKM Batik Cirebon dalam bidang tata kelola, pemasaran, dan kepatuhan perpajakan. Kegiatan Abdimas diawali dengan para anggota menentukan lokasi pengabdian, di mana Desa Kalitengah, selaku 5 (lima) besar desa pengrajin Batik Cirebon terpilih menjadi lokus. Paska penentuan lokus pengabdian, para anggota merancang strategi tata kelola UMKM Batik Cirebon, yang semula bersifat sederhana kearah multiguna.

Kegiatan PkM ini dilaksanakan pada 14-15 Juli 2023 di Desa Kalitengah, Komplek Alun-alun Nyi Mas Ayu Danawati, Tengah Tani, Kabupaten Cirebon, Jawa Barat. Sebanyak 24 dosen pendidik dari universitas yang berbeda, yang tergabung dalam Forum Dosen Akuntansi Perguruan Tinggi Ikatan Akuntan Indonesia Kompartemen Akuntan Pendidik wilayah DKI Jakarta terlibat dalam tim PkM. Dari berbagai rangkaian metode yang dilaksanakan diharapkan mampu memperluas jangkauan pasar dan penanaman modal UMKM.

Dalam upaya meningkatkan pemahaman perencanaan, pencatatan kas pembukuan sederhana, penentuan harga pokok produksi, penjualan produk, dan pengenalan pajak bagi pelaku UMKM Batik Cirebon, maka diterapkan beberapa metode anggota PkM, antara lain:

1. Pelatihan pengusaha dan pemasaran *e-commerce*. Pada program pelatihan ini para anggota melakukan pengajaran kepada 30 pelaku UMKM dan pengrajin Batik Cirebon tradisional dan membekali peserta dengan pemahaman digitalisasi pemasaran produk, sehingga UMKM dapat melakukan pemasaran di sosial media dan *marketplace* yang cakupannya luas.
2. Sosialisasi kepatuhan pajak dalam skema *self assessment tax system* kepada para pengrajin batik. Tim PkM juga memberikan sosialisasi dan pemahaman baru terkait sistem pemungutan pajak untuk pelaku usaha yang sesuai dengan Peraturan Harmonisasi Peraturan Pajak UMKM No 7 Tahun 2021, guna membentuk UMKM yang taat pajak.
3. Konsultasi bisnis, di mana anggota PkM selaku ahli bisnis yang berpengalaman dalam industri dapat diandalkan oleh UMKM untuk berkonsultasi mengenai masalah atau tantangan produksi mereka, mulai dari memberikan panduan dan saran yang sesuai

dengan kebutuhan UMKM, membantu mengidentifikasi area perbaikan serta merumuskan strategi produksi yang efisien.

HASIL dan PEMBAHASAN

Kegiatan PkM disambut baik oleh Kabag. Pemerintahan Pemkab Cirebon Yadi, Camat Tedy Tengahtani, dan Kepala Desa Kalitengah Siti Asiyah Kuwu. Dalam rangka memahami kondisi awal peserta PkM dilakukan survei kepada para pelaku UMKM di Desa Kalitengah. Hasil survei awal, dari 30 peserta terdapat 5 orang yang telah memiliki NPWP. Namun hanya satu orang yang paham tentang tarif pajak, cara menghitung pajak, cara membayar dan melaporkan pajak. Belum ada pelaku UMKM yang memperhitungkan PPN saat melakukan transaksi karena belum dikukuhkan menjadi Pengusaha Kena Pajak. Peserta juga belum memahami kategori usaha mikro, kecil, dan menengah. Peserta belum memiliki strategi pemasaran produk yang dapat meningkatkan penjualan ke luar daerah Cirebon, pencatatan kas tidak dipisahkan antara uang pribadi dengan uang usaha, bahkan sebagian besar tidak mencatat penerimaan dan pengeluaran kasnya. Peserta belum memahami cara menghitung harga pokok produksi secara tepat.

Berdasarkan saran dari Kepala Desa dan mempertimbangkan hasil survei awal tersebut, maka dilakukan penyuluhan kepada pelaku UMKM Batik Cirebon terkait hal-hal tersebut. Tim penyuluh terdiri dari 26 dosen dari 16 Perguruan Tinggi di wilayah DKI Jakarta. Berikut adalah foto tim Abdimas.



Gambar 2. Tim PkM

Kegiatan PkM dibagi menjadi lima sesi/topik penyuluhan, yaitu: (1) edukasi perencanaan dan pencatatan kas, (2) edukasi pembukuan sederhana, (3) edukasi penentuan harga pokok produksi, (4) edukasi perpajakan, dan (5) edukasi pemasaran berbasis digital. Materi yang disampaikan tidak hanya berupa teori, tetapi juga studi kasus cara menghitung sehingga peserta dapat lebih memahami cara mencatat dan menghitung untuk usahanya sendiri.



Gambar 3. Suasana PkM

Peserta PkM sangat antusias mengikuti edukasi yang diberikan. Mereka juga membuka stand untuk menawarkan produk UMKM nya, baik berupa makanan, minuman, dan batik.

Beberapa hal yang menjadi perhatian para peserta di antaranya permasalahan:

1. Mengapa perlu dipisahkan pencatatan kas untuk usaha dan untuk rumah tangga?
Perencanaan dan pengelolaan keuangan sangat penting baik bagi kelangsungan usaha maupun bagi kebutuhan pendanaan rumah tangga. Apabila pencatatan dapat dipisahkan, maka dapat dianalisis kondisi keuangan usaha dan rumah tangganya. Hal ini dapat menghindari risiko tergerusnya kas usaha karena terpakai untuk memenuhi kebutuhan rumah tangga atau pengeluaran pribadi yang konsumtif.
2. Apa yang membedakan antara biaya tetap dengan biaya variabel saat menghitung harga pokok produksi? Biaya tetap dan biaya variabel merupakan dua jenis biaya produksi yang berbeda. Biaya tetap tidak bergantung pada proses produksi dan tetap diperhitungkan sebagai biaya perusahaan saat tidak ada aktivitas bisnis. Sedangkan biaya variabel, berhubungan langsung dengan produksi dan menjadi salah satu faktor dalam menentukan harga barang. Biaya variabel akan meningkat seiring dengan jumlah unit produksi.
3. Apa manfaat membuat pembukuan sederhana? Pembukuan sederhana bertujuan untuk mengetahui kondisi keuangan usaha, terkhusus untuk kondisi untung atau rugi sebuah usaha. Apabila diketahui usaha merugi, maka pemilik usaha dapat mengambil tindakan tertentu agar tidak merugi terus menerus.
4. Mulai kapan seorang pengusaha dikenakan pajak? Menurut UU HPP No.7 tahun 2021, seorang pengusaha yang omsetnya tidak melebihi 500 juta per tahun, maka tidak diwajibkan membayar pajak. Pajak akan dikenakan untuk omset 500 juta ke atas. Contoh: seorang pengusaha batik memiliki omset 40 juta per bulan. Dikarenakan 40 juta dikali 12 bulan belum mencapai 500juta, maka pengusaha tersebut tidak diwajibkan untuk membayar pajak. Namun apabila seorang pengusaha memiliki omset 50 juta per bulan, dengan kata lain omset mencapai 600 juta dalam satu tahun, maka

pengusaha tersebut dikenakan pajak 0,5% dari omsetnya yang 100 juta, sehingga pengusaha tersebut wajib membayar pajak sebesar 500.000. Para pelaku UMKM masih sangat memerlukan sosialisasi terkait peraturan perpajakan (Novelia et al., 2021).

5. Bagaimana membuat calon pembeli tertarik untuk membeli produk kita melalui media sosial? Dalam memasarkan produk, perlu diketahui kategori target pembeli. Apakah mereka menggunakan media sosial Instagram, Facebook, Tiktok, atau media sosial lainnya. Ketika membuat sebuah foto produk, hendaknya produk di foto dari berbagai sudut, memilih *background* dengan warna netral, dan perlu pencahayaan yang memadai. Pengusaha juga perlu mengetahui strategi optimalisasi pemasaran digital, yakni maksimalkan pencarian toko dan produk di media sosial atau *marketplace*, gunakan kata kunci yang sering digunakan oleh pembeli, tampilkan foto yang menarik. Kompetisi bisnis semakin ketat ketika para pelaku bisnis memanfaatkan teknologi secara optimal (Frederica et al., 2022).

Pada akhir acara, untuk melihat keberhasilan program maka dilakukan kembali survei. Hasil survei menyatakan bahwa peserta memahami akan pentingnya pemisahan pencacatan kas antara uang untuk usaha dan uang untuk kebutuhan rumah tangga.

Peserta mengetahui bagaimana membuat pembukuan sederhana untuk usahanya dan pentingnya membuat pembukuan untuk mengajukan pinjaman ke bank. Peserta memahami bahwa terdapat perbedaan karakteristik biaya antara biaya tetap dan biaya variabel untuk menghitung harga pokok produksi sehingga mereka dapat menentukan harga jual yang kompetitif.

Peserta juga memahami kewajibannya dalam hal perpajakan, seperti perlunya memiliki NPWP, berapa tarif pajak, bagaimana cara membayar pajak, dan bagaimana

cara melaporkan pajak. Dalam rangka meningkatkan daya saing produk UMKM, peserta telah tereduksi bagaimana melakukan pemasaran secara digital.

SIMPULAN

Pelaksanaan PkM di Desa Kalitengah untuk meningkatkan kualitas tata kelola menuju perbaikan kinerja UMKM Batik Cirebon pasca Pandemi Covid-19 memiliki peran yang penting dalam edukasi perencanaan, pencatatan kas pembukuan sederhana, penentuan harga pokok produksi, penjualan produk, dan pengenalan pajak. Dengan memanfaatkan metode seperti pelatihan sosialisasi dan konsultasi bisnis dalam industri batik, UMKM dapat mencapai hasil yang positif.

Terkait peningkatan pemahaman dan perhitungan produksi, UMKM dapat mengoptimalkan penggunaan sumber daya yang tersedia, mengurangi pemborosan, dan meningkatkan output produksi tanpa meningkatkan biaya secara signifikan. Mereka juga dapat mengendalikan biaya produksi dengan lebih efektif, meningkatkan kualitas produk, dan meningkatkan daya saing di pasar. Melalui langkah-langkah ini, UMKM di Desa Kalitengah dapat mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan, menciptakan lapangan kerja, dan berkontribusi memberikan pertanggungjawaban kepada negara dalam bentuk kepatuhan perpajakan sesuai Peraturan Pajak UMKM No 7 Tahun 2021.

Kegiatan PkM ini juga sangat bermanfaat bagi pengembangan bahan ajar untuk mata kuliah Pengantar Akuntansi, Akuntansi Biaya, Dasar Perpajakan, dan Pemasaran Digital.

PENGHARGAAN

Tim PkM mengucapkan terima kasih atas kontribusi Ikatan Akuntan Indonesia Kompartemen Akuntan Pendidik Forum Dosen Akuntansi DKI Jakarta dalam kegiatan ini. Penghargaan yang setinggi-tingginya juga disampaikan kepada universitas-universitas anggota Akuntan Pendidik Forum Dosen Akuntansi se-Jabodetabek yang telah berkontribusi memberikan dukungan finansial. Sehingga kegiatan PkM ini dapat terlaksana sesuai dengan rencana dan mencapai target.

DAFTAR PUSTAKA

- Baidawi, M., & Rahayu, Y. N. (2016). *Program pengabdian Ipteks bagi Produk Ekspor (IBPE) pada tahun pertama ini*. Senarpo (Seminar Nasional Dan Gelar Produk).
- Frederica, D., et al. (2022). Counseling On The Importance of Business Licenses, Online Marketing and The Use of Accounting Software for MSMES in North Tanjung Duren Urban Village, West Jakarta. *International Conference on Community Development (ICCD)*, 4(1), 275–281. <https://doi.org/10.33068/iccd.v4i1.477>.
- Fujianti, L., Wulandjani, H., & Susilawati. (2019). Peningkatan Keterampilan Akuntansi Berbasis Teknologi Informasi Bagi UMKM Batik Cirebon. *SULUH: Jurnal Abdimas*, 1(1), Article 1. <https://doi.org/10.35814/suluh.v1i1.947>.
- Hamida, Y. A., & Wijaya, S. (2022). Kepatuhan Perpajakan UMKM Dengan Optimalisasi Data Online System (Studi Di Yogyakarta). *JURNAL PAJAK INDONESIA (Indonesian Tax Review)*, 6(2), Article 2. <https://doi.org/10.31092/jpi.v6i2.1883>.
- Hidayat, A. S. (2015). Optimalisasi Ekspor Batik Cirebon, Pasca Pelaksanaan Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) Pada Tahun 2015. *Proceeding of International Conference*

- Sustainable Competitive Advantage*, 5(1), Article 1.
<http://jp.feb.unsoed.ac.id/index.php/sca-1/article/view/557>.
- Inasius, F. (2015). Pajak Penghasilan Orang Pribadi Usaha Mikro dan Kecil di Indonesia: Kebijakan dan Implikasi. *Binus Business Review*, 6(1), Article 1.
<https://doi.org/10.21512/bbr.v6i1.983>.
- Jubaedah, S., & Destiana, R. (2016). Kinerja Keuangan UMKM di Kabupaten Cirebon Sebelum dan Sesudah Mendapatkan Pembiayaan Syariah. *Jurnal Riset Keuangan Dan Akuntansi*, 2(2), 93–103.
- Komite Pengawas Perpajakan. (2023). *Pajak Penghasilan (PPh) UMKM*. Kementerian Keuangan. <https://komwasjak.kemenkeu.go.id/in/post/pajak-penghasilan-umkm>.
- Mahadianto, M. Y., Astuti, R. P., & Hidayat, F. (2020). Pendampingan Pembuatan Laporan Keuangan Dan Laporan Perpajakan Bagi UMKM Di Kota Cirebon. *Dimasejati: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), Article 2.
<https://doi.org/10.24235/dimasejati.v2i2.7112>.
- Marlyna, D., Mareta, A. R., & Yufantria, F. (2022). Evaluasi kepatuhan pajak UMKM selama pandemi covid 19. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(11), Article 11. <https://doi.org/10.32670/fairvalue.v4i11.1832>.
- Novelia, C., Frederica, D., & Iskandar, D. (2021). Kepatuhan Wajib Pajak Usaha Mikro Kecil Menengah Di Jakarta Pada Awal Masa Pandemi Covid. *Jurnal Penelitian Teori & Terapan Akuntansi (PETA)*, 6(2), Article 2.
<https://doi.org/10.51289/peta.v6i2.486>.
- Sasongko, D. (2020). *UMKM Bangkit, Ekonomi Indonesia Terungkit*. Kementerian Keuangan. <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/13317/UMKM-Bangkit-Ekonomi-Indonesia-Terungkit.html>.

- Suardi, S., Nasution, M. A., & Nasution, U. H. (2019). Pengembangan Serta Pemberdayaan Usaha Menengah Kecil dan Mikro (UMKM) (Kelompok Usaha Pengerajin Kulit Kerang di Kelurahan Pematang Pasir, Kecamatan Teluk Nibung, Kota Tanjungbalai). *Jurnal Bisnis Corporate*, 4(1), Article 1. <https://doi.org/10.46576/jbc.v4i1.456>.
- Yunianto, T. K. (2023). *Ekspor Batik Ditargetkan Tembus US\$ 100 Juta pada Tahun 2023*. Marketeers.com. <https://www.marketeers.com/ekspor-batik-ditargetkan-tembus-us-100-juta-pada-tahun-2023/>.
- Yusbardini, Y., Nawawi, M. T., & Purwanto, P. (2018). Pelatihan Manajemen Keuangan Bagi Pelaku Usaha UMKM Batik Trusmi di Desa Trusmi Kabupaten Cirebon. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*, 1(1), Article 1. <https://doi.org/10.24912/jbmi.v1i1.1887>.



Call for Papers

INDONESIAN JOURNAL OF SOCIETY ENGAGEMENT (IJSE) diterbitkan oleh Lembaga Kajian Demokrasi dan Pemberdayaan Masyarakat (LKD-PM). Terbit sebanyak tiga kali dalam setahun (April, Agustus, dan Desember). **IJSE** merupakan jurnal tahunan yang membahas praktik dan proses keterlibatan masyarakat. Untuk itu kami menyediakan forum bagi para akademisi, praktisi, dan perwakilan masyarakat untuk mengeksplorasi isu-isu dan merefleksikan praktik-praktik yang berkaitan dengan rangkaian penuh aktivitas masyarakat yang diikutsertakan. Jurnal ini merupakan online peer-review yang didedikasikan untuk publikasi penelitian berkualitas yang berfokus pada penelitian, implementasi, kebijakan tentang keterlibatan masyarakat. Kami berharap jurnal ini dapat menyebarkan isu-isu pelibatan masyarakat di seluruh Indonesia. Jurnal ini memberikan kesempatan untuk berbagi wawasan terperinci dari berbagai pemahaman dan praktik yang terkait dengan layanan masyarakat. Keterlibatan masyarakat berarti pengembangan masyarakat, layanan masyarakat, pemberdayaan masyarakat, penjangkauan masyarakat, dan penelitian tindakan. Adapun edisi yang kesebelas telah diterbitkan pada Desember 2023. Edisi yang berikutnya yaitu Vol. 5, No. 1, akan terbit pada April 2024.

ADAPUN SYARAT dan KETENTUAN PENULISAN:

1. Artikel merupakan karya ilmiah orisinal yang belum pernah dipublikasikan.
2. Artikel ditulis dalam Bahasa Indonesia/ Bahasa Inggris.
3. Artikel meliputi : Judul, Nama lengkap penulis, Instansi Penulis, E-mail, Abstrak (Indonesia/Inggris), Kata-kata kunci, PENDAHULUAN, METODE, HASIL dan PEMBAHASAN, SIMPULAN, PENGHARGAAN (jika ada) serta DAFTAR PUSTAKA (menggunakan *APA Style*).
4. Artikel dikirim dalam bentuk *Microsoft Word* melalui *Make A Submission* pada link : <http://www.jurnal.lkd-pm.com/index.php/IJSE/about/submissions>.
5. Template Penulisan dalam bentuk *Microsoft Word* dapat di *download* pada *website IJSE* : www.jurnal.lkd-pm.com.
6. Konfirmasi pengiriman naskah tulisan bisa melalui e-mail : journalsociety@lkd-pm.com atau melalui WhatsApp: +62 859-6040-1451.

ALAMAT REDAKSI :

Indonesian Journal of Society Engagement (IJSE)

Lembaga Kajian Demokrasi dan Pemberdayaan Masyarakat (LKD-PM)
Jalan Kiwi IV No. 7,
Griya Pamulang Estate,
Pamulang Timur,
Tangerang Selatan 15417
Telp./Faks. : 021-74771224
Website : www.jurnal.lkd-pm.com
E-mail : journalsociety@lkd-pm.com
Kontak Person :
Admin J.SOCIETY
(WhatsApp: +62 859-6040-1451)

KEPUTUSAN DEWAN REDAKSI :

Penyunting berhak menyeleksi dan mengedit naskah yang masuk. Untuk informasi kepastian proses selanjutnya akan diberitahukan kepada penulis. Substansi tulisan atau artikel sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis. Naskah yang tidak dimuat tidak akan dikembalikan.

