

BOOK CHAPTER

PENGEMBANGAN UMKM DAN DESA WISATA DI KABUPATEN GIANYAR

Luh Komang Candra Dewi • L.K. Herindiyah Kartika Yuni
Ida Ayu Putu Sulastri • Sili Antari • Putu Santika • A.A. Ketut Sri Asih
I Gusti Agung Bagus • I Made Suwitra Wirya • I Ketut Budiasa
Ni Nyoman Nidya Trianingrum • Ni Luh Putu Yunik Anggreni • Putu Agus Prayogi
Luh Kadek Budi Martini • Ni Nyoman Ardani • Anak Agung Ayu Ratih Kesumadewi
I Putu Tiana Raditya • I Putu Agus Suarsana Ariesta • I Gusti Agung Bagus Wiantara
I Made Gede Darma Susila • Putu Guntur Pramana Putra • Ni Made Hartini
Ni Wayan Mekarini • I Gusti Nyoman Wiantara • Ida Ayu Putu Sulastri
Ni Luh Putu Sri Widhiastuty • Ni Nyoman Rusmiati • I Gusti Nyoman Wiantara
Fenny Sengkey • Rosvita Flaviana Osin • I Wayan Agus Anggayana

Dr. Luh Komang Candra Dewi, S.E., M.M.
L.K. Herindiyah Kartika Yuni, S.ST. Par., M.Par.
Ni Luh Sili Antari, S.E, M.Si.

Editor: Ariyanto



Edisi Asli
Hak Cipta © 2022 : Penulis
Diterbitkan : **Penerbit Mitra Wacana Media**
Telp. : (021) 824-31931
Faks. : (021) 824-31931
Website : <http://www.mitrawacanamedia.com>
E-mail : mitrawacanamedia@gmail.com
Office : Vila Nusa Indah 3 Blok KE.2 No.14
Bojongkulur-Gunung Putri. Bogor

Hak cipta dilindungi undang-undang. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini dalam bentuk apa pun, baik secara elektronik maupun mekanik, termasuk memfotokopi, merekam, atau dengan menggunakan sistem penyimpanan lainnya, tanpa izin tertulis dari Penerbit.

UNDANG-UNDANG NOMOR 28 TAHUN 2014 TENTANG HAK CIPTA

1. Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial **dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp100.000.000 (seratus juta rupiah).**
2. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial **dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).**
3. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf e, dan/atau huruf g untuk Penggunaan Secara Komersial **dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).**
4. Setiap Orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud pada ayat (3) yang dilakukan dalam bentuk pembajakan, **dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp4.000.000.000,00 (empat miliar rupiah).**

Dr. Luh Komang Candra Dewi, S.E., M.M., L.K.
Herindiyah Kartika Yuni, S.ST. Par., M.Par.
Ni Luh Sili Antari, S.E, M.Si.

Book Chapter: Pengembangan UMKM dan Desa Wisata di Kabupaten Gianyar

Edisi Pertama
—Jakarta: Mitra Wacana Media, 2022
1 jil., 17 × 24 cm, 244 hal.
Anggota IKAPI No: 410/DKI/2010

ISBN: 978-602-318-526-9

1. Pariwisata
 2. Pengembangan UMKM dan Desa Wisata di Kabupaten Gianyar
- I. Judul
II. Ni Luh Komang Candra Dewi dkk

KATA SAMBUTAN

KEPALA DINAS PARIWISATA KABUPATEN GIANYAR



Kabupaten Gianyar merupakan salah satu kabupaten dari 9 Kabupaten/Kota yang ada di Provinsi Bali yang kaya akan keanekaragaman seni, adat dan budaya yang masih tetap berkembang dan lestari sampai saat ini sehingga dikenal sebagai Kabupaten seni. Kabupaten Gianyar memiliki beberapa faktor yang dapat menunjang pembangunan kepariwisataan terdiri dari kebudayaan dan kehidupan masyarakat yang bersumber pada kebudayaan, keindahan alam, peninggalan sejarah dan purbakala sebagai objek wisata yang cukup mempesona dan tersedianya berbagai fasilitas transportasi dan telekomunikasi dan akomodasi yang memadai. Sampai saat ini, Kabupaten Gianyar memiliki 32 Desa Wisata unggulan yang tersebar di 7 Kecamatan.

Desa – Desa di Kabupaten Gianyar kaya akan berbagai potensi wisata dan UMKM. Namun masih banyak Kekayaan protensi alam dan budaya pada desa – desa di Kabuapten Gianyar yang masih belum dikenal sehingga perlu diangkat dan dikembangkan. Keberadaan dan peran serta stakeholder (pemerintah, masyarakat, aosisasi dan akademisi sangat penting dalam membantu mengangkat potensi wisata pada akhirnya mampu menjadi pendorong perekonomian masyarakat.

Kami menyambut baik kehadiran Universitas Triatma Mulya melalui karya-karya penelitian dan pengabdian yang dilakukan dan mengangkat pengembangan pariwisata berbagai wilayah di Kabupaten Gianyar. Pendampingan dan pembinaan serta hasil karya seperti ini kami nantikan sehingga kami lebih memahami apa yang menjadi faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman bagi pengembangan desa wisata sehingga dapat diambil langkah – langkah strategis dalam mewujudkan pariwisata yang berkelanjutan baik scra

ekonomi (*Economic sustainability*), keberlanjutan sosial (*social sustainability*), keberlanjutan budaya (*cultural sustainability*) dan keberlanjutan lingkungan (*environment sustainability*).

Kami mengharapkan kehadiran bookchapter “Pengembangan Desa wisata dan UMK di Kabupaten Gianyar” ini memberi gambaran berkembangnya desa wisata dan UMKM di Kabupaten Gianyar dan tentu keinginan kami agar lebih banyak lagi peran akademisi khususnya Universitas Triatma Mulya selalu hadir untuk mengembangkan desa-desa lainnya di Kabupaten Gianyar yang masih perlu diangkat dan memerlukan sentuhan akademisi sebagai pendamping dan pembina desa wisata di wilayah lainnya di Kabupaten Gianyar.

Semoga dengan diterbitkannya buku ini, memberi motivasi dan dorongan untuk desa-desa lainnya dalam mengembangkan potensi desanya secara optimal dan memberi manfaat ekonomi bagi masyarakat. Akhir kata kami berharap buku ini dapat memberi manfaat kepada semua pihak.



Anak Agung Gede Putrawan
Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Gianyar

KATA PENGANTAR

REKTOR UNIVERSITAS TRIATMA MULYA



Dr. Drs. I Ketut Putra Suarthana, M.M.

Saya selaku Rektor Universitas Triatma Mulya memberikan apresiasi tinggi terhadap karya para dosen sebagai hasil karya dan implementasi dari pelaksanaan Tri Darma Perguruan Tinggi pada Universitas Triatma Mulya. Karya ini sebagai salah satu bukti komitmen akademik bagi pengembangan desa wisata untuk mendukung program pemerintah dalam mengangkat potensi – potensi desa mewujudkan desa wisata yang mandiri dan bersinergi dengan UMKM yang berkembang pesat di pedesaan. Karya ini lahir dari kepercayaan pemerintah bagi Universitas Triatma Mulya untuk melakukan pendampingan dan pembinaan pada Desa Wisata Petak, Kabupaten Gianyar melalui program Hibah Riset Keilmuan yang diraih dan dimenangkan oleh para dosen sehingga menjadi universitas yang berdaya guna dan mengabdikan keilmuannya pada desa wisata yang memerlukan pendampingan dan pembinaan khususnya bagi UMKM yang tumbuh dan berkembang dalam menunjang keberadaan desa wisata

Oleh karena itu Universitas Triatma mulya senantiasa mendorong dan menciptakan iklim akademik yang kondusif bagi para dosen dan mahasiswa terus berkarya melakukan Tri Darma Perguruan Tinggi dengan mengimplementasikan program-program yang sejalan dan mendukung dengan kearifan lokal masyarakat sehingga keberadaan Perguruan tinggi dirasakan oleh masyarakat luas.

Harapan kami agar lebih banyak lagi dosen memiliki komitmen melakukan penelitian dan pengabdian masyarakat dan mendedikasikan ilmu dan keahliannya melalui hasil karya yang didedikasikan dan dikontribusikan bagi pengembangan desa wisata dan UMKM pada berbagai wilayah di Bali.

Teriring Salam



Dr. Drs. I Ketut Putra Suarthana, M.M.
Rektor Universitas TRIATMA MULYA

DAFTAR ISI

Kata Sambutan Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Gianyar	lii
Kata Pengantar Rektor Universitas Triatma Mulya	V
Daftar Isi	Vii
Peran Entrepreneurial Marketing Dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM Di Desa Petak Gianyar Bali	1
<i>Luh Komang Candra Dewi; Universttas Triatma Mulya</i>	
Create Traditional Coconut Oil Sebagai Wisata Kreatif di Desa Tradisional Delod Sema, Desa Wisata Taro Kabupaten Gianyar.....	14
<i>L.K. Herindiyah Kartika Yuni; Ida Ayu Putu Sulastri; Ni Nyoman Ardani; Universtas Triatma Mulya</i>	
Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat Desa Petak Melalui Edukasi <i>Entrepreneurship</i>	34
<i>Sili Antari, Putu Santika, A.A Ketut Sri Asih; Universitas Triatma Mulya</i>	
Pengembangan UMKM di Desa Wisata Petak Kabupaten Gianyar Berbasis Tata Ruang Tradisional Bali	50
<i>I Gusti Agung Bagus Widiantera; Universitas Triatma Mulya</i>	
Homestay Sebagai Pengembangan Usaha Masyarakat di Desa Wisata Sayan Ubud Gianyar	65
<i>I Made Suwitra Wirya, I Ketut Budiasa; Universitas Triatma Mulya</i>	
Dampak Edukasi Pokdarwis Dalam Agrowisata Desa Petak Kecamatan Gianyar.....	81
<i>Ni Nyoman Nidya Trianingrum; Ni Luh Putu Yunik Anggreni; Putu Agus Prayogi; Universitas Triatma Mulya</i>	
Perencanaan Suksesi Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) di Desa Petak Gianyar Bali.....	94
<i>Luh Kadek Budi Martini; Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bali International Institute of Tourism Management</i>	
Pemberdayaan Perempuan Melalui UMKM Kerajinan Rajutan di Desa Wisata Manukaya.....	108
<i>Ni Nyoman Arini; Anak Agung Ayu Ratih Kesumadewi; I Putu Tiana Raditya; Fakultas Pariwisata Universitas Triatma Mulya</i>	
Aspek Legalitas Dalam Mendukung Desa Wisata & UMKM Di Kabupaten Gianyar (Studi Kasus Di Banjar Penestanan Kaja, Sayan, Ubud)	123
<i>I Putu Agus Suarsana Ariesta, I Gusti Agung Bagus Widiantera; Universitas Triatma Mulya</i>	
Pengembangan Potensi Wisata Desa Petak Di Kabupaten Gianyar	143
<i>I Made Gede Darma Susila;Putu Guntur Pramana Putra; Universitas Triatma Mulya</i>	

Peran Harga Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Produk Kuliner UMKM Desa Petak, Gianyar, Bali)	162
<i>Ni Made Hartini; Universitas Triatma Mulya</i>	
Pura Agung Gunung Raung Sebagai Rujukan Kearifan Lokal Bagi Masyarakat Desa Wisata Taro Kabupaten Gianyar	170
<i>Ni Wayan Mekarini, Ni Putu Yunik Anggreni, Ni Nyoman Nidya Trianingrum; Fakultas Bisnis dan Pariwisata Universitas Triatma Mulya</i>	
Pelatihan Table Manner Bagi Pemandu Wisata Lokal Desa Wisata Taro Gianyar-Bali	181
<i>I Gusti Nyoman Wiantara; Ida Ayu Putu Sulastri; Universitas Triatma Mulya</i>	
Kiat yang Dilakukan Oleh Pemandu Wisata Desa Wisata Taro Kabupaten Gianyar Bali Dalam Masa Pandemi Covid 19	194
<i>Ni Luh Putu Sri Widhiastuty ; Ni Nyoman Rusmiati; I Gusti Nyoman Wiantara; Fakultas Pariwisata Universitas Triatma Mulya Bali</i>	
Wisata Kreatif Masyarakat Pedesaan Bali	215
<i>Fenny Sengkey; Rosvita Flaviana Osin; I Wayan Agus Anggayana; Akademi Komunitas Manajemen Perhotelan Indonesia</i>	
Tentang Penulis	232

PENINGKATAN KESEJAHTERAAN MASYARAKAT DESA PETAK MELALUI EDUKASI ENTREPRENEURSHIP

Sili Antari¹

Putu Santika²

A.A Ketut Sri Asih

sili.antari@triatmamulya.ac.id

Universitas Triatma Mulya

ABSTRACT

The tourism sector is the leading sector of Balinese society. The implementation of the policy to limit the entry of international tourist arrivals related to controlling the Covid-19 pandemic has an impact on the lack of foreign tourist arrivals to Bali. The impact is that many hotels have stopped operating. Termination of Employment (PHK) is an option for tourism business. Workers who have an impact on termination of employment are forced to return to their villages. One of the workers who have an impact on the termination of employment is a resident of Gianyar Regency, especially the resident of Petak Village. Entrepreneurship education is carried out with the aim of improving the welfare of the Petak Village community. Entrepreneurship education has a concept as a solution to the problems faced by the people of Petak Village at this time. Entrepreneurship education is education for potential entrepreneurs to have the courage, independence, and skills so as to minimize failure in business. Through this education, people get enlightenment related to entrepreneurial ideas. The method used in this service activity is to provide counseling and training. Extension activities using the lecture method, question and answer, and discussion methods. Furthermore, the training was carried out by making processed products, packaging techniques and marketing techniques. The result of this activity is that the Petak Village community has opened up about the importance of entrepreneurship in improving the welfare of the Petak Village community. With this training, the public has been able to hone and optimize their potential for entrepreneurship.

Keywords: *Welfare, Education, Entrepreneurship, Petak Village*

ABSTRAK

Sektor pariwisata adalah sektor unggulan masyarakat Bali. Pemberlakuan kebijakan pembatasan masuknya kunjungan wisatawan internasional terkait pengendalian pandemi Covid-19 berdampak terhadap minimnya kedatangan wisatawan mancanegara ke Bali. Dampaknya adalah banyak hotel-hotel yang berhenti beroperasi. Pemutusan Hubungan Kerja (PHK) menjadi opsi yang dilakukan oleh para pelaku usaha pariwisata. Tenaga kerja yang

berdampak terhadap pemutusan hubungan kerja, terpaksa harus kembali ke kampung mereka. Salah satu pekerja yang berdampak terhadap pemutusan hubungan kerja adalah merupakan penduduk Kabupaten Gianyar khususnya Penduduk Desa Petak. Edukasi *entrepreneurship* dilakukan dengan tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat Desa Petak. Edukasi *entrepreneurship* memiliki konsep sebagai solusi menyelesaikan permasalahan yang dihadapi masyarakat Desa Petak saat ini. Edukasi *entrepreneurship* merupakan pendidikan bagi calon pengusaha agar memiliki keberanian, kemandirian, serta ketrampilan sehingga meminimalkan kegagalan dalam usaha. Melalui edukasi ini masyarakat mendapatkan pencerahan terkait dengan ide kewirausahaan. Metode yang dilakukan dalam kegiatan pengabdian ini adalah dengan mengadakan penyuluhan dan pelatihan. Kegiatan penyuluhan dengan menggunakan metode ceramah, tanya jawab, dan metode diskusi. Selanjutnya pemberian pelatihan dilakukan dengan membuat produk olahan, tehnik pengemasan dan tehnik pemasaran. Hasil dari kegiatan ini adalah masyarakat Desa Petak telah terbuka betapa pentingnya *entrepreneurship* dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat Desa Petak. Adanya pelatihan ini, masyarakat telah secara nyata dapat mengasah dan mengoptimalkan potensi diri untuk berwirausaha.

Kata kunci: Kesejahteraan, Edukasi, Entrepreneurship, Desa Petak

1. PENDAHULUAN

Pandemi covid-19 merupakan peristiwa menyebarnya virus Sars-CoV-2 melalui partikel cairan kecil ketika batuk, bersin, berbicara, bernyanyi atau bernafas. Covid-19 awalnya mewabah pada akhir Desember 2019 di Wuhan, Cina. Kemudian dalam waktu yang sangat singkat telah menyebar keseluruh negara termasuk Indonesia. Berdasarkan data jumlah pasien positif terinfeksi Covid-19 di Indonesia mencapai 4.353.370 orang per 2 Pebruari 2022 (covid19.go.id).

Sektor pariwisata merupakan salah satu sektor unggulan selain sektor pertanian dan industri kecil dan menengah. Pariwisata Bali telah tumbuh dan berkembang sedemikian rupa memberikan sumbangan yang besar terhadap pembangunan daerah dan masyarakat Bali baik secara langsung maupun tidak langsung (Merdeka, 2020). Sektor ini menjadi salah satu langkah didalam menciptakan kesejahteraan masyarakat. Berbagai upaya dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten/Kota yang ada di Bali telah bergiat mengembangkan potensi-potensi lokal untuk membuat wisatawan domestik maupun mancanegara tetap tertarik mengunjungi pulau dewata.

Pemberlakuan kebijakan pembatasan masuknya kunjungan internasional terkait pengendalian pandemi Covid-19 berdampak terhadap minimnya kedatangan wisatawan mancanegara ke "Pulau Dewata". Berdasarkan data BPS jumlah wisatawan mancanegara (wisman) yang datang langsung ke Provinsi Bali pada periode Januari-Oktober 2021 tercatat sebanyak 45 kunjungan, turun 99,996 persen dibandingkan periode yang sama di

tahun sebelumnya yang tercatat sebanyak 1.069.270 kunjungan. Ekonomi Bali mengalami kontraksi hingga 12,28% pada kuartal III-2020, dan kontraksi 12,21% pada kuartal IV-2020 jika dibandingkan dengan periode yang sama di tahun 2019. Secara kumulatif, ekonomi Bali sepanjang 2020 mengalami kontraksi 9,31% (finance.detik.com, 2021). Hal ini membuat fakta sejarah yang sebelumnya belum pernah terjadi dimana biasanya dalam keadaan normal, pertumbuhan ekonomi Bali selalu berada di atas pertumbuhan ekonomi nasional. Dampak dari turunnya kunjungan wisatawan, banyak hotel-hotel yang berhenti beroperasi. Keputusan penghentian operasi diambil karena sulit untuk menutupi biaya operasional jika terus beroperasi. Biaya operasional hotel yang mencapai 50% dari total pendapatan, sedangkan tingkat hunian setelah Covid-19 mewabah adalah dibawah 10% bahkan kurang. Mitigasi kerugian harus dilakukan oleh beberapa perusahaan perhotelan di Bali yang mengalami dampak penyebaran Covid-19. Pemutusan Hubungan Kerja (PHK) menjadi opsi yang dilakukan oleh para pelaku usaha pariwisata (khususnya perhotelan) untuk menekan biaya operasional sehingga diharapkan perusahaan dapat bertahan. Akan tetapi dari sisi kemanusiaan melihat situasi saat ini, PHK belum tentu dapat dibenarkan. Merujuk pada survei yang telah dilakukan terkait jumlah tenaga kerja, perlambatan sektor pariwisata di Bali pasca wabah COVID-19 berdampak pada pendapatan sekitar 1.285.000 orang. Rinciannya, sebanyak 300 ribu pekerja di sektor hotel dan restoran, 550 ribu pekerja di sektor perdagangan, dan 75 ribu pekerja di sektor transportasi (Bali Post, 2020).

Tenaga kerja yang berdampak terhadap pemutusan hubungan kerja, terpaksa harus kembali ke kampung mereka. Salah satu pekerja yang terdampak terhadap pemutusan hubungan kerja adalah merupakan penduduk Kabupaten Gianyar khususnya Penduduk Desa Petak. Pada tahun 2021 jumlah penduduk yang tidak bekerja mengalami peningkatan dengan jumlah 960 orang. Peningkatan ini diakibatkan adanya pandemi covid dimana banyak penduduk Desa Petak mengalami pemutusan hubungan kerja. Selain itu, berdasarkan data menemukan bahwa rasio *entrepreneurship* di Indonesia masih rendah jika dibandingkan negara lain di Asia Tenggara. Di mana, jumlah wirausaha Indonesia sekitar 3,47 persen dari total penduduk (merdeka.com, 2021). Adanya permasalahan tersebut, edukasi *entrepreneurship* saat ini penting untuk diterapkan, dalam upaya meningkatkan pemberdayaan masyarakat.

Kata *entrepreneur* berasal dari bahasa Prancis, *entre* berarti 'antara' dan *prande* berarti 'mengambil'. Kata ini pada dasarnya digunakan untuk menggambarkan orang-orang yang berani mengambil resiko dan memulai sesuatu yang baru. Selanjutnya, pengertian *entrepreneurship* diperluas hingga mencakup inovasi. Melalui inovasi munculah kebaruaran yang dapat berbentuk produk baru hingga sistem distribusi baru. Produk baru misalnya, tidak mesti terkait dengan teknologi canggih karena produk yang sederhana juga dapat menyajikan kebaruaran (Wijatno, 2009).

Edukasi *entrepreneurship* merupakan pendidikan bagi calon pengusaha agar memiliki keberanian, kemandirian, serta ketrampilan sehingga meminimalkan kegagalan dalam usaha.

Hal ini dilakukan untuk membentuk spirit terkait kewirausahaan sebab kewirausahaan tidak bisa langsung terbentuk ketika dewasa tetapi kewirausahaan bisa dibangun sedari dini (Poon, *et al.*, 2006). Dalam kondisi pandemic saat ini, *entrepreneurship* menjadi jalan yang paling efektif untuk membangkitkan perekonomian masyarakat.

Pemberdayaan masyarakat bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dengan menggali potensi masyarakat yang mempunyai nilai jual tinggi. Seperti yang diamanatkan dalam Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 dan PP Nomor 72 Tahun 2005 yakni untuk mempercepat terwujudnya kesejahteraan dan pemberian pelayanan yang semakin baik kepada masyarakat berbasis pemberdayaan masyarakat dan pemerintahan desa itu sendiri. Pemberdayaan masyarakat dimaksudkan untuk mengembangkan kemampuan dan kemandirian masyarakat dalam seluruh aspek kehidupannya agar masyarakat mampu memperoleh dan memanfaatkan hak-haknya sehingga masyarakat mampu mewujudkan jati diri, harkat dan martabatnya secara maksimal untuk bertahan dan mengembangkan diri secara mandiri baik di bidang ekonomi, sosial budaya, politik dan lingkungan (Widjaja, 2003:169). Pemberdayaan masyarakat yang baik, pada umumnya mensyaratkan adanya proses pendampingan dan pelatihan. Pendampingan diperlukan karena objek pemberdayaan masyarakat adalah masyarakat yang memiliki dinamika yang beragam sedangkan pelatihan merupakan suatu upaya yang digunakan untuk meningkatkan keterampilan yang dibutuhkan untuk melaksanakan pekerjaan sekarang (Panggabean S,2004).

Tujuan kegiatan pengabdian ini diharapkan dengan edukasi *entrepreneurship*, masyarakat dapat hidup mandiri dan bertahan sekalipun ditengah situasi sulit pada pandemic-covid 19 saat ini. *Entrepreneurship* memiliki dampak positif bagi suatu perekonomian dan masyarakat, salah satu dampak terpenting dari *entrepreneurship* adalah penyediaan lapangan pekerjaan. Dengan hal tersebut secara tidak langsung akan berdampak pada peningkatan kesejahteraan khususnya masyarakat Desa Petak.

2. KAJIAN PUSTAKA

Kesejahteraan Masyarakat

Kesejahteraan merupakan aspek penting untuk menjaga stabilitas sosial dan ekonomi. Percepatan pertumbuhan ekonomi masyarakat memerlukan kebijakan ekonomi atau peranan pemerintah dalam mengatur perekonomian sebagai upaya menjaga stabilitas perekonomian Kesejahteraan dalam literatur konvensional yakni tujuan dari manusia dalam memenuhi kebutuhannya atas barang dan jasa untuk mencapai kesejahteraan (Syakur, 2011). Kesejahteraan ditandai dengan kemakmuran, meningkatnya konsumsi seiring meningkatnya pendapatan.

Kesejahteraan masyarakat merupakan suatu keadaan terpenuhinya kebutuhan hidup yang layak bagi masyarakat, sehingga mampu mengembangkan diri dan dapat melaksanakan fungsi sosialnya yang dapat dilakukan pemerintah, pemerintah daerah dan masyarakat dalam bentuk pelayanan sosial yang meliputi rehabilitasi sosial, jaminan sosial, pemberdayaan sosial, dan perlindungan sosial (UU No 11 Tahun 2009 pasal 1 dan 2). Menurut Swasono (2004), kesejahteraan masyarakat/sosial dapat didefinisikan sebagai suatu kondisi kehidupan individu dan masyarakat yang sesuai dengan standar kelayakan hidup yang dipersepsikan masyarakat.

Kesejahteraan masyarakat adalah suatu kondisi yang memperlihatkan tentang keadaan kehidupan masyarakat yang dapat dilihat dari standar kehidupan masyarakat. Menurut Sen dalam Pressman (2000), kesejahteraan masyarakat adalah jumlah dari pilihan yang dimiliki masyarakat dan kebebasan untuk memilih di antara pilihan-pilihan tersebut dan akan maksimum apabila masyarakat dapat membaca, makan, dan memberikan hak suaranya. 2) Menurut Suryanto *et al.* (2005) dan Soesilowati *et al.* (2000), kesejahteraan masyarakat adalah kondisi terpenuhinya kebutuhan dasar yang tercermin dari rumah yang layak, tercukupinya kebutuhan sandang dan pangan, biaya pendidikan dan kesehatan yang murah dan berkualitas atau kondisi dimana setiap individu mampu memaksimalkan utilitasnya pada tingkat batas anggaran tertentu dan kondisi dimana tercukupinya kebutuhan jasmani dan rohani.

Menurut Todaro dan Stephen C. Smith (2006), kesejahteraan masyarakat menunjukkan ukuran hasil pembangunan masyarakat dalam mencapai kehidupan yang lebih baik meliputi; a) peningkatan kemampuan dan pemerataan distribusi kebutuhan dasar seperti makanan, peningkatan tingkat kehidupan, tingkat pendapatan, pendidikan lebih baik, dan peningkatan atensi terhadap budaya dan nilai-nilai kemanusiaan, dan c) memperluas skala ekonomi dan ketersediaan pilihan sosial dari individu dan bangsa.

Tingkat kesejahteraan seseorang sangat tergantung pada tingkat kepuasan dan kesengangan yang diraih dalam kehidupannya. Tingkat kesejahteraan yang tinggi dapat dicapai apabila suatu perilaku mampu memaksimalkan tingkat kepuasan sesuai dengan sumber daya yang dimiliki. Kesejahteraan masyarakat digambarkan sebagai suatu keadaan yang tidak menempatkan satu aspek lebih penting daripada lainnya. Kesejahteraan masyarakat tidak hanya berhubungan dengan hal yang bersifat ekonomi namun berhubungan dengan beberapa faktor non ekonomi seperti faktor sosial, budaya, dan politik.

Kesejahteraan dapat dilihat dari 2 sisi yaitu kesejahteraan individu dan kesejahteraan sosial. Kesejahteraan individu adalah suatu cara mengaitkan kesejahteraan dengan pilihan-pilihan obyektif untuk kehidupan pribadinya. Sedangkan kesejahteraan sosial merupakan cara mengaitkan kesejahteraan dengan pilihan sosial secara obyektif yang diperoleh dengan cara menjumlahkan kepuasan seluruh individu dalam masyarakat (Badrudin: 2012). Adapun kesejahteraan masyarakat adalah suatu kondisi yang memperlihatkan tentang keadaan kehidupan masyarakat yang dapat dilihat dari standar kehidupan masyarakat (Badrudin: 2012).

Edukasi

Menurut kamus besar bahasa Indonesia (KBBI) edukasi adalah proses perubahan sikap dan tata laku seseorang atau kelompok orang dalam usaha mendewasakan manusia melalui upaya pengajaran dan pelatihan. Edukasi atau pendidikan merupakan pemberian pengetahuan dan kemampuan seseorang melalui pembelajaran, sehingga seseorang atau kelompok orang yang mendapat pendidikan dapat melakukan sesuai yang diharapkan pendidik, dari yang tidak tahu menjadi tahu dan dari yang tidak mampu mengatasi kesehatan sendiri menjadi mandiri. Menurut Mubarak dan Chayatin (2009), edukasi adalah suatu proses perubahan perilaku yang dinamis, dimana perubahan tersebut bukan sekedar proses transfer materi atau teori dari seseorang ke orang lain dan bukan pula seperangkat prosedur, akan tetapi perubahan tersebut terjadi karena adanya kesadaran dari dalam individu, kelompok atau masyarakat sendiri.

Edukasi atau disebut juga dengan pendidikan merupakan segala upaya yang direncanakan untuk mempengaruhi orang lain baik individu, kelompok, atau masyarakat sehingga mereka melakukan apa yang diharapkan oleh pelaku pendidikan (Notoadmojo, 2003). Pendidikan merupakan kebutuhan yang sangat penting bagi kehidupan manusia, sudah semestinya usaha dalam menumbuh kembangkan pendidikan secara sistematis dan berkualitas perlu terus di upayakan, sehingga tujuan dari proses pendidikan dapat dicapai secara optimal. Pendidikan memiliki arti penting bagi individu, pendidikan lebih jauh memberikan pengaruh yang besar terhadap kemajuan suatu bangsa. Tujuan adanya edukasi menurut Mubarak dan Chayatin (2009) adalah

1. Menetapkan masalah dan kebutuhan mereka sendiri
2. Memahami apa yang dapat mereka lakukan terhadap masalahnya, dengan sumber daya yang ada pada mereka ditambah dengan dukungan dari luar.
3. Memutuskan kegiatan apa yang paling tepat guna untuk meningkatkan taraf hidup sehat dan kesejahteraan masyarakat.

Metode edukasi umumnya terdiri dari dua bentuk yaitu ceramah dan diskusi kelompok. Penjelasan dari kedua metode edukasi tersebut adalah sebagai berikut:

1. **Ceramah:** metode ini dominan digunakan hampir di seluruh macam-macam edukasi. Ceramah adalah suatu cara yang dilakukan oleh tenaga pendidik dengan menyajikan dan menjelaskan materi secara lisan kepada peserta didik. Metode ceramah memiliki ciri informasi yang disampaikan hanya satu arah sehingga dapat berjalan efektif untuk mengkondisikan situasi belajar yang tenang dan konsentrasi yang terpusat. Namun, kekurangan dari ceramah yaitu terkesan monoton.
2. **Diskusi kelompok:** metode yang dilakukan dengan membuat kelompok kemudian melakukan diskusi dan kerja sama tim di dalamnya untuk memperoleh jawaban dan pemecahan masalah terhadap suatu kasus edukasi. Manfaat dari metode ini adalah peserta didik dapat berpikir kritis, analitis, dan melatih belajar mandiri.

Entrepreneurship

Kata *entrepreneur* berasal dari bahasa Prancis, *entreprendre*, yang sudah dikenal sejak abad ke-17, yang berarti berusaha. Dalam hal bisnis, maksudnya adalah memulai sebuah bisnis. Kamus Merriam-Webster menggambarkan definisi *entrepreneur* sebagai seseorang yang mengorganisir dan menanggung risiko sebuah bisnis atau usaha. *Entrepreneurship* berasal dari Bahasa Perancis, yakni *entreprendre* yang berarti melakukan (*to under take*), dalam arti melakukan kegiatan mengorganisir dan mengatur (Antoni, 2014). Istilah ini diperkenalkan pertama kali oleh Richard Cantillon pada tahun 1755 dalam tulisannya *Essai Sur la Nature du Commerce en General* (Bula, 2012). Pada masa itu istilah *entrepreneur* merupakan sebutan bagi para pedagang yang membeli barang di daerah-daerah dan kemudian menjualnya dengan harga yang tidak pasti (Suryana, 2013). Kewirausahaan (*entrepreneurship*) adalah kemampuan seseorang dalam menciptakan sesuatu yang baru dan unik serta dibuat secara kreatif dan inovatif untuk memberikan manfaat bagi banyak orang. Orang yang terjun di dunia kewirausahaan disebut sebagai pengusaha (*entrepreneur*).

Berdasarkan definisi ini, inti dari *entrepreneurship* adalah kreativitas dan inovasi. Kreativitas adalah kemampuan untuk membuat ide baru dengan mengkombinasikan, mengubah, atau merekonstruksi ide-ide lama (Okpara, 2007). Sedangkan inovasi merupakan penerapan dari penemuan suatu proses produksi baru atau pengenalan akan suatu produk baru (Rutherford, 2002). Dari berbagai definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa *entrepreneurship* adalah proses penerapan kreativitas dan inovasi dalam memanfaatkan peluang untuk menciptakan perubahan, baik berupa sesuatu yang baru ataupun berbeda, sehingga menghasilkan nilai tambah bagi diri sendiri dan orang lain. Jika *entrepreneurship* merujuk pada proses, atau kegiatannya, maka *entrepreneur* lebih merujuk pada pelakunya, yaitu orang yang mempunyai kreativitas dan inovasi untuk mengubah peluang menjadi bisnis nyata yang mendatangkan keuntungan. Ada tahap-tahap yang dilakukan oleh seorang entrepreneur dalam menjalankan usahanya. Secara umum tahap-tahap dalam melakukan entrepreneurship:

1. Tahap memulai
Tahap di mana seseorang yang berniat untuk melakukan usaha mempersiapkan segala sesuatu yang diperlukan, diawali dengan melihat tantangan atau peluang usaha baru dan dilanjutkan dengan kemungkinan dan adanya keinginan untuk membuka usaha baru. Tahap ini juga memilih jenis usaha yang akan dilakukan apakah di bidang pertanian, industri, atau jasa atau usaha yang lain.
2. Tahap melaksanakan usaha
Dalam tahap ini seorang entrepreneur mengelola berbagai aspek yang terkait dengan usahanya, mencakup aspek-aspek: menjalankan bentuk usaha, pembiayaan, SDM, kepemilikan, organisasi, kepemimpinan yang meliputi bagaimana mengambil risiko dan mengambil keputusan, pemasaran, dan melakukan evaluasi.

3. Tahap mempertahankan usaha

Tahap di mana entrepreneur berdasarkan hasil yang telah dicapai melakukan analisis untuk mengatasi segala masalah dan hambatan dalam menjalankan usahanya. Entrepreneur yang berhasil adalah yang mampu mempertahankan usahanya dari segala hambatan, tantangan, dan masalah yang ada sehingga usahanya dapat berjalan dengan lancar.

4. Tahap mengembangkan usaha

Tahap ini adalah di mana entrepreneur berdasarkan hasil yang telah dicapai melakukan analisis perkembangan dan inovasi untuk ditindaklanjuti sesuai dengan kondisi yang dihadapi. Dalam perkembangannya bisa dengan memperbanyak relasi, memperbarui metode dan sistem, memperbarui produk yang dihasilkan, memperbesar dan memperluas usaha, menambah kualitas, menambah pelayanan, menambah tenaga kerja. Dalam tahap ini entrepreneur melakukan kontribusi ekonomi dalam jangka panjang terhadap manusia, alam dan lingkungan. Dari manfaat pengembangan usaha ini dapat diperoleh secara jelas, kontribusi untuk masalah lapangan kerja, yaitu akan ada penambahan tenaga kerja.

Proses *entrepreneurship* diawali dengan suatu aksioma, yaitu adanya tantangan. Dari tantangan tersebut timbul gagasan, kemauan dan dorongan untuk berinisiatif, yang tidak lain adalah berfikir kreatif dan bertindak inovatif sehingga tantangan tadi teratasi dan terpecahkan. Semua tantangan pasti memiliki risiko, yaitu kemungkinan berhasil atau tidak berhasil. Oleh sebab itu entrepreneur adalah seorang yang berani menghadapi risiko dan menyukai tantangan (Suryana, 2006).

Ciputra mengemukakan lima alasan penting mengapa perlu mempromosikan entrepreneurship untuk negara berkembang seperti Indonesia (Nugroho, 2009) yaitu

1. Budaya “pegawai” atau “pekerja”

Ciputra (2009) mengemukakan fakta bahwa kebanyakan generasi muda Indonesia tidak dibesarkan dalam budaya *entrepreneur*, melainkan dalam budaya “pegawai” atau “pekerja” dan ambtenaar atau “pegawai negeri”. Mereka lahir dari kalangan pegawai negeri, petani, nelayan, buruh, hingga pekerja serabutan. *Entrepreneurship* tidak ada dalam pendidikan keluarga, tidak mengherankan jika setelah dewasa mereka memiliki pola pikir “mencari kerja” dan tidak dalam pola pikir “menciptakan kerja”.

2. *Entrepreneurship* tidak eksis di pendidikan formal

Jika pendidikan *entrepreneurship* tidak eksis dalam pendidikan keluarga, demikian juga dalam pendidikan formal. Inspirasi dan latihan entrepreneurship tidak tercermin atau tidak kita lihat dalam materi ajar kebanyakan sekolah, sebagian besar pendidikan entrepreneurship diberikan di Balai Latihan Kerja atau *vocational education* dan program-program kemitraan dari pelaku usaha besar.

3. Terlalu banyak pencari kerja
Ciputra (2009) menegaskan bahwa sudah waktunya untuk menyampaikan fakta kepada generasi muda sejak bangku sekolah dasar bahwa saat ini kita terlalu banyak memiliki pencari kerja dan sebaliknya memiliki terlalu sedikit pencipta kerja. Bahkan sekarang kita juga semakin banyak memiliki penganggur terdidik. Sehingga dengan fakta ini kita dapat memberikan keyakinan kepada generasi muda agar dapat memikirkan pilihan menjadi *entrepreneur* secara matang dan mereka tahu bagaimana mempersiapkan diri menjadi *entrepreneur*.
4. Mendidik kemampuan menciptakan pekerjaan
Ciputra (2009) mengemukakan apabila kita tidak dapat menyediakan lapangan pekerjaan bagi generasi muda, kewajiban kita adalah mendidik dan melatih generasi muda untuk memiliki kemampuan menciptakan lapangan pekerjaan bagi diri mereka sendiri.
5. Penciptaan kesejahteraan masyarakat lebih luas
Pertumbuhan jumlah *entrepreneur* bukan hanya akan menolong generasi muda, melainkan secara keseluruhan akan mendorong penciptaan kesejahteraan masyarakat yang lebih luas.

3. METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan pengabdian ini bertempat di Desa Petak Gianyar. Pengabdian utama terdiri dari: pertama memberikan materi penyuluhan secara global tentang edukasi *entrepreneurship*. Peserta dalam program edukasi ini adalah masyarakat Desa Petak yang terkena dampak pandemic covid-19 sebanyak 15 jiwa. Teknik dan cara pelaksanaan kegiatan pemberdayaan masyarakat Desa Petak melalui edukasi *endpreneurship* dilakukan dengan memberikan penyuluhan dan pelatihan. Pemberian penyuluhan yaitu dengan menggunakan metode ceramah, tanya jawab, dan metode diskusi. Pemberian pelatihan dalam membuat produk olahan, teknik pengemasan dan teknik pemasaran. Indikator keberhasilan diukur dengan cara: adanya respon dari peserta penyuluhan; peserta mampu untuk melakukan identifikasi jenis usaha yang akan dilakukan; pemodelan kegiatan kewirausahaan dengan memberikan contoh jenis usaha atau praktek pembuatan produk makanan, dan peserta mengetahui proses pengemasan produk, pemberian merek dan strategi pemasaran menggunakan *digital marketing*.

4. PEMBAHASAN

Desa Petak adalah salah satu desa yang berada di Kabupaten Gianyar Bali. Luas wilayah Desa Petak 3,50 km². Desa Petak terdiri dari 6 dusun yaitu Benawah Kangin, Benawah Kawan, Bonnyuh, Madangan Kaja, Madangan Kelod, dan Umah Anyar. Jumlah penduduk Desa

Petak Gianyar pada tahun 2021 sebanyak 4.233 jiwa. Mata pencarian penduduk desa Petak sebagai petani, pegawai swasta, buruh, wiraswasta dan sebagai pegawai negeri sipil (PNS). Pendidikan penduduk desa Petak didominasi oleh masyarakat dengan pendidikan SMP. Saat ini, terdapat 960 jiwa penduduk yang berstatus tidak bekerja. Hal ini disebabkan sebagian penduduk mengalami pemutusan hubungan kerja (PHK) dan juga penduduk yang baru menyelesaikan pendidikannya. Melalui edukasi *entreperenership* ini diharapkan penduduk Desa Petak yang saat ini tidak bekerja, dapat menggali kreativitas dan inovasi yang dimiliki, agar dapat berwirausaha untuk meningkatkan kesejahteraannya.

Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk memberikan edukasi kepada masyarakat Desa Petak dalam membentuk pola pikir yang kreatif dan inovatif yaitu melalui penyuluhan dengan metode ceramah, tanya jawab, dan diskusi. Kegiatan penyuluhan ini dilakukan dengan metode yang menyenangkan, dan peserta pelatihan dapat dengan semangat mengikuti penyuluhan tersebut. Berdasarkan dari hasil penyuluhan menemukan bahwa, mayoritas penduduk Desa Petak masih mengutamakan untuk mencari kerja dibandingkan untuk membuka usaha. Hal ini dikarenakan, adanya ketakutan yang dirasakan masyarakat dalam memulai menjadi wirausaha seperti kurangnya modal, kurang mampu berinovasi, dan takut gagal. Melalui penyuluhan ini, edukasi *entrepreneursip* dilakukan dengan lebih banyak memberikan pemahaman-pemahaman betapa pentingnya kewirausahaan bagi masyarakat dan juga bagi negara. Masyarakat juga disadarkan agar selalu termotivasi dalam penciptaan ide-ide segar untuk berwirausaha. Selama pelaksanaan kegiatan penyuluhan, mendapat respon yang sangat positif. Komunikasi yang terjalin sangat efektif, dimana para peserta dapat dengan mudah memahami isi konten yang dibahas.



Gambar 1 Edukasi Entrepreneurship Desa Petak

Kegiatan penyuluhan juga memberikan gambaran kepada masyarakat Desa Petak tentang bagaimana dampak adanya *entrepeneur*. Dampak dari edukasi *entrepreneurship* ini adalah:

1. Peningkatan kesejahteraan masyarakat.
Kesejahteraan merupakan sejumlah kepuasan yang diperoleh seseorang dari hasil mengkonsumsi pendapatan yang diterima. Menurut Sunarti (2012), Kesejahteraan adalah suatu tata kehidupan dan penghidupan sosial, material, maupun spiritual yang diliputi rasa keselamatan, kesusilaan dan ketentraman lahir batin yang memungkinkan setiap warga negara untuk mengadakan usaha-usaha pemenuhan kebutuhan jasmani, rohani dan sosial yang sebaik-baiknya bagi diri, rumah tangga serta masyarakat. Melalui edukasi *entrepreneurship* akan tercipta generasi yang memiliki jiwa entrepreneur yang kreatif dan inovatif. Dapat melihat peluang menciptakan produk-produk yang dibutuhkan oleh masyarakat, sehingga dapat meningkatkan perekonomian.
2. Meningkatkan lapangan pekerjaan
Saat ini pada masa pandemic covid-19, tingkat pengangguran khususnya di Bali telah menjadi masalah yang sangat serius. Jumlah penduduk yang semakin meningkat, adanya pemutusan hubungan kerja (PHK) adalah salah satu penyebab tingginya angka pengangguran. Selain itu adanya keterbatasan pemerintah dalam penyediaan lapangan pekerjaan khususnya sektor formal juga menjadi faktor yang dapat menyumbang peningkatan angka pengangguran. Untuk itu, adanya edukasi *entrepreneurship* ini dapat membuka pemahaman masyarakat, bahwa peluang usaha di sektor informal masih sangat banyak. Syarat utama dalam membuka usaha adalah dengan meningkatkan kreativitas dan inovasi individu yang tinggi.
3. Mengkombinasikan Faktor-Faktor Produksi
Menjadi seorang wirausaha harus memiliki jiwa yang kreatif dan inovatif. Seorang wirausaha dapat menciptakan produk yang memiliki pertambahan nilai yang lebih baik. Seorang wirausaha mampu untuk mengatur dan mengolah, serta menggabungkan antara SDM dan SDA menjadi bermanfaat. Seorang wirausaha mampu mencari peluang-peluang yang baru dan tidak pernah ragu untuk mencoba atau menciptakan hal-hal baru.
4. Membawa pengaruh positif pada kesehatan mental
Seorang wirausaha, dapat memiliki kesempatan untuk membuat jam kerja sendiri. Seorang wirausaha bisa memulai kegiatan lebih pagi atau lebih siang. Semua bersifat fleksibel, bergantung pada jadwal yang buat. Beberapa penelitian menyebutkan bahwa memiliki jadwal fleksibel yang berorientasi pada hasil mampu membawa dampak positif pada Kesehatan mental. Itu karena Anda akan lebih rileks dalam menjalankannya dan akan merasa puas pada hasil kerja yang telah dijadwalkan.
5. Meningkatkan taraf hidup masyarakat
Seorang wirausaha, dapat membantu meningkatkan taraf hidup masyarakat disekitarnya. Pelaku wirausaha dapat mendorong masyarakat untuk secara mandiri menjawab semua masalah yang ada dengan berpikir kreatif tanpa harus menunggu tindakan pemerintah.

Dengan begitu secara langsung masyarakat dapat meningkatkan taraf hidupnya melalui usaha yang dikembangkan.

6. Mengurangi kesenjangan ekonomi dan sosial

Kesenjangan ekonomi dan sosial tidak hanya disebabkan adanya peningkatan jumlah kemiskinan, tetapi juga disebabkan kurangnya lapangan pekerjaan. Masyarakat terbiasa untuk menunggu adanya lowongan kerja baru sesuai dengan kualifikasi yang dimiliki. Namun dengan adanya kondisi covid saat ini, lowongan pekerjaan baru sangat minim. Untuk itu perlu adanya konsep kewirausahaan untuk membuka lapangan kerja. Sehingga secara tidak langsung dapat mengurangi kesenjangan ekonomi dan sosial.

Di samping pelaksanaan penyuluhan mengenai edukasi *entrepreneurship*, masyarakat Desa Petak juga diberikan pelatihan dalam mengolah produk makanan. Dalam kegiatan ini, masyarakat Desa Petak dilatih dalam membuat produk olahan yang dapat memberikan penambahan nilai yaitu keripik ldrang dan keripik pare. Alasan mengajarkan keripik ldrang dan keripik pare dimana kedua keripik ini merupakan produk cemilan yang dapat masuk ke semua kalangan. Keripik pare juga merupakan olahan produk makanan yang masih baru dimasyarakat, sehingga peluang usahanya masih sangat baik. Tahapan yang dilakukan dalam pelatihan mencakup: 1) memberikan resep, komposisi yang tepat untuk membuat camilan sehat, 2) mengaplikasikan resep dengan mempraktekkan membuat camilan, 3) melakukan pengemasan produk, pengemasan dilakukan agar produk mempunyai nilai jual yang tinggi, 4) pemasaran produk, pelatihan pemasaran produk menggunakan *digital marketing*.

Melalui kegiatan ini dapat memberikan keterampilan kepada masyarakat Desa Petak untuk membuat suatu produk camilan sehat, yang merupakan produk inovasi dengan menggunakan pare dan tepung terigu sebagai bahan baku sehingga meningkatkan keterampilan hidup masyarakat, menghasilkan pendapatan tambahan dan menumbuhkan motivasi berwirausaha. Adapun bahan-bahan yang dibutuhkan dalam membuat keripik ldrang adalah 1 kg tepung terigu, 2 butir kuning telur, 6 buah daun jeruk, 500 gram bawang merah, 300 gram bawang putih, 300 gram cabe, secukupnya penyedap rasa, garam, air secukupnya dan minyak untuk menggoreng. Proses pembuatan keripik ldrang adalah sebagai berikut: 1) iris tipis bawang merah, bawang putih, cabai, dan daun jeruk; 2) campurkan semua irisan tadi dengan tepung terigu; 3) masukkan garam, telur, penyedap rasa, adu-aduk sampai rata; 4) masukkan air sedikit demi sedikit jangan sampai adonan dapat diiris; 5) iris adonan tipis-tipis; 6) goreng adonan dengan minyak yang panas sampai adonan berwarna kekuningan; 7) angkat dan sajikan.

Adapun bahan-bahan yang dibutuhkan dalam membuat keripik pare adalah 6 buah pare, 6 sdm air kapur sirih, 4 sendok garam, 2 liter air. Bahan pelatis basah: 7 siaung bawang putih, 4 buah kemiri, 2 sdt ketumbar, garam, penyedap rasa, 200 gr tepung beras, 4 sdm tepung tapioca, 250 ml air. Bahan pelapis kering: 250 gr tepung terigu, 50 gr tepung maisena, penyedap rasa dan minyak untuk menggoreng. Proses pembuatan adalah sebagai berikut: 1)

pare dipotong, buang bijinya kemudian iris tipis-tipis pare, 2) rendam pare kedalam air yang telah diisi garam dan kapur sirih selama 1 jam; 3) haluskan semua bumbu dan campurkan semua bahan pelapis basah; 4) campurkan semua bahan pelapis kering; 5) setelah 1 jam pare ditiriskan dan cuci dengan air bersih; 6) setelah dicuci bersih siram dengan air panas dan diamkan selama 15 menit; 7) setelah 15 menit, tiriskan pare, masukkan ke dalam adonan basah, kemudian masukkan ke adonan kering; 8) goreng adonan dengan minyak yang panas sampai adonan berwarna kekuningan; 9) angkat dan sajikan

Setelah mengajarkan tentang pengolahan produk, selanjutnya diberikan pelatihan mengenai teknik pengemasan. Teknik pengemasan atas produk yang dihasilkan menjadi hal yang penting agar mempunyai nilai optimal terhadap produk, nilai kadaluarsa yang lama (keawetan). Kemasan produk adalah salah satu hal yang sangat penting dan juga tidak bisa dipisahkan dari proses pemasaran dan distribusi pada suatu produk. Kemasan produk secara umum adalah suatu wadah ataupun pembungkus yang memiliki fungsi untuk mencegah ataupun meminimalisir terjadinya kerusakan pada produk yang dikemas. Kemasan produk adalah suatu material pembungkus produk yang memiliki fungsi untuk menampung, melindungi, mengidentifikasi, dan mempromosikan produk. Pengemasan adalah aktivitas merancang dan memproduksi kemasan atau pembungkus untuk produk. Untuk pengemasan sesuai dengan produk yang dihasilkan, maka bentuk kemasan, warna, corak huruf, menyesuaikan tujuan pemasaran produk dan bentuk produk utamanya. Adapun manfaat pengemasan produk adalah untuk melindungi produk, dapat membangun kepercayaan, menambah daya Tarik produk, untuk mempromosikan produk dan untuk menunjukkan perbedaan produk.



Gambar 2 Pengemasan Cemilan Keripik Ladrang Dan Keripik Pare

Kegiatan pelatihan selanjutnya adalah memberikan pelatihan tentang strategi pemasaran produk menggunakan digital marketing. Pada era pandemic covid saat ini, adanya pembatasan masyarakat, berdampak terhadap penjualan produk. Pembatasan masyarakat ini merubah pola

konsumsi masyarakat beralih ke digital. Kondisi ini, membuat seorang wirausaha mau tidak mau harus menggunakan digital marketing dalam strategi pemasarannya. Menurut Sanjaya & Tarigan (2009), *Digital marketing* adalah kegiatan pemasaran termasuk *branding* yang menggunakan berbagai media. Sebagai contoh yaitu *blog*, *website*, *e-mail*, *adwords*, dan berbagai macam jaringan media sosial. Kleindl dan Burrow (2005) *digital marketing* adalah suatu proses perencanaan dan pelaksanaan dari konsep, ide, harga, promosi dan distribusi. Secara sederhana dapat diartikan sebagai pembangunan dan pemeliharaan hubungan yang saling menguntungkan antara konsumen dan produsen.

Menurut Wardhana (2015) strategi digital marketing berpengaruh hingga 78% terhadap keunggulan bersaing UMKM dalam memasarkan produknya. Strategi tersebut terdiri dari sosialisasi strategi digital marketing dalam bentuk pemanfaatan media sosial sangatlah penting karena dapat memberi pengetahuan kepada para pelaku wirausaha mengenai cara maupun tahapan dalam memperluas jaringan konsumen melalui pemanfaatan media sosial dalam memasarkan produknya sehingga dapat meningkatkan keunggulan bersaing. Terdapat beberapa kelebihan dalam pemasaran melalui digital marketing adalah:

1. Kecepatan penyebaran promosi produk. Strategi pemasaran dengan menggunakan media digital dapat dilakukan dengan sangat cepat, bahkan dalam hitungan detik.
2. Kemudahan evaluasi. Dengan menggunakan media *online*, hasil dari kegiatan pemasaran dapat langsung diketahui. Informasi seperti berapa lama produk ditonton, berapa banyak orang yang melihat produk, berapa persen konversi penjualan dari setiap iklan dan sebagainya. Dengan informasi tersebut, selanjutnya dapat melakukan evaluasi sehingga dapat memperbaiki strategi pemasaran berikutnya.
3. Jangkauan Lebih Luas. Kelebihan berikutnya yaitu jangkauan geografis yang luas. Strategi marketing dengan menggunakan media sosial dapat menyebarkan *brand* atau produk ke seluruh dunia hanya dengan beberapa langkah mudah dengan memanfaatkan internet.
4. Murah dan Efektif. Dibandingkan dengan pemasaran tradisional, tentu saja *digital marketing* jauh lebih murah dan efektif.
5. Membangun Nama *Brand*. *Digital marketing* dapat membantu membangun nama *brand* dengan baik. Eksistensi dunia maya dengan keberadaan *brand* sangat penting karena orang akan melakukan pencarian *online* sebelum membeli produk.

Tahapan dalam pelatihan *digital marketing* adalah dengan membuat deskripsi singkat tentang produk. Deskripsi ini harus dapat dengan mudah dimengerti oleh calon konsumen, membuat username sesuai dengan nama brand, dan menggunakan hastag setelah deskripsi agar calon konsumen mengetahui apa yang dijual. Adapun kendala yang dihadapi dalam proses pelatihan adalah masyarakat Desa Petak kurang memahami mengenai pentingnya digital marketing. Kurangnya pengetahuan mengenai teknologi informasi dan komunikasi serta cara-cara penggunaan dan pemanfaatan media sosial yang baik. Kendala selanjutnya adalah kurangnya pemahaman untuk menciptakan “postingan” produk yang menarik. Melalui

kegiatan pelatihan ini, pengetahuan dan keterampilan dalam memasarkan produk dengan *digital marketing* pada masyarakat Desa Petak pada meningkat.



Gambar 3 Pelatihan Digital Marketing Masyarakat Desa Petak

5. SIMPULAN

Simpulan dalam kegiatan ini adalah dengan pelaksanaan penyuluhan ini masyarakat telah terbuka betapa pentingnya *entrepreneurship* dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat Desa Petak. Adanya pelatihan, masyarakat Desa Petak dapat lebih kreatif ke depannya untuk berinovasi menciptakan produk-produk yang dibutuhkan masyarakat, dapat meningkatkan kemasan produk lebih menarik dan dapat memperluas pangsa pasar melalui digital marketing. Melalui kegiatan ini juga, telah secara nyata memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk mengasah dan mengoptimalikan potensi diri untuk berwirausaha.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Antoni. (2014). Muslim Entrepreneurship: Membangun Muslimpreneurs Characteristics Dengan Pendekatan Knowledge Based Economy. *El-Hikam*, Vol. VII. No. 2. Hal. 332.
- Badrudin, R. (2012). *Ekonomika Otonomi Daerah*. Yogyakarta: UPP STIM. YKPN.
- Bagong, S. (2005). *Metode Penelitian Sosial Berbagai Alternatif Pendekatan*. Yogyakarta: Pustaka.
- Brad, K., & James, L. B. (2005). *E-Commerce Marketing*. Lakewood, Ohio: Top Floor.
- Bula, H. O. (2012). Evolution and Theories of Entrepreneurship: A Critical Review on the Kenyan Perspective. *International Journal of Business and Commerce*, Vol. 1. No.11. Hal. 82.

- Ciputra. (2009). *Mengubah Masa Depan Bangsa dan Masa Depan Anda*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Covid-19. (2022). Data Sebaran Pasien Covid-19. Retrieved from <https://covid19.go.id/>
- Detik.com. (2020). Wisata Belum Pulih, 3.000 Pekerja Pariwisata di Bali Kena PHK. Retrieved from <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-5524637/wisata-belum-pulih-3000-pekerja-pariwisata-di-bali-kena-phk>
- Mubarak, W, I & Chayatin, N (2009). Ilmu Keperawatan Komunitas Pengantar dan Teori. Jakarta : Salemba Medika.
- Merdeka.com. (2021). Jumlah Wirausaha Indonesia Jauh Dibawah Malaysia dan Thailand. Retrieved from <https://www.merdeka.com/uang/jumlah-wirausaha-indonesia-jauh-dibawah-malaysia-dan-thailand.html>
- Notoatmodjo, S. (2003). Pengembangan Sumber Daya Manusia. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Nugroho, A., & Susanti. (2009). Mediasi Sebagai Alternatif Penyelesaian Sengketa. Jakarta: Telaga Ilmu Indonesia.
- Okpara, F. O. (2007). *The Value of Creativity and Innovation in Entrepreneurship*. *Journal of Asia Entrepreneurship and Sustainability*.
- Panggabean, M. S. (2004). Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Poon, J. M., Ainuddin, R. A., & Junit, S. H. (2006). *Effects of self-concept traits and entrepreneurial orientation of firm performance*. *International Small Business Journal*.
- Post, B. (2020). "COVID-19, Sejutaan Naker Di Bali Diprediksi Alami Penurunan Kesejahteraan. Retrieved from <https://www.balipost.com/news/2020/04/03/113452/COVID-19,Sejutaan-Naker-diBali/>
- Pressman, S. (2000). Lima Puluh Pemikir Ekonomi Dunia. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Rutherford, D. (2002). *Dictionary of Economics*. London: Routledge.
- Sanjaya, R., & Josua, T. (2009). *Creative Digital Marketing*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Serian, W. (2009). Pengantar *Entrepreneurship*. Jakarta: PT Gramedia.
- Siboykasaci. (2015). *Teori Kesejahteraan*. Retrieved from <http://siboykasaci.wordpress.com/teori-kesejahteraan/>
- Suryana. (2013). Kiat dan Proses Menuju Sukses. Jakarta: Salemba Empat.
- Swasono, S.-E. (2004). Ekspose Ekonomika: Mewaspadaai Globalisme dan Pasar Bebas. Yogyakarta: Pustep- UGM.
- Syakur, A. (2011). Dasar-dasar Pemikiran Ekonomi Islam. Kediri: STAIN Kediri Press.
- Todaro, M., & Smith, S. (2006). Pembangunan Ekonomi. Jilid I Edisi Kesembilan. (M. Haris, Trans.) Jakarta: Erlangga.
- wardhana, A. (2015). Strategi Digital Marketing dan Implikasinya PadaKeunggulan Bersaing UMKdi Indonesia. In Seminar Nasional Keuangan dan Bisnis IV.
- Widjaja. (2003). Otonomi Daerah. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.