



# Empowering migrant groups to improve competitiveness of featured products in Kendalrejo Village, Banyuwangi Regency

Pemberdayaan kelompok migran untuk meningkatkan daya saing produk unggul di Desa Kendalrejo Kabupaten Banyuwangi

Nuraini Lusi<sup>1</sup>, Asmaul Khusna<sup>2</sup>, Mohammad Nur Shodiq<sup>3</sup>, Adetiya Prananda Putra<sup>4</sup>, Wartini Wartini<sup>5</sup>

<sup>1</sup>Departemen Teknik Mesin, <sup>2</sup>Departemen Teknologi Pengolahan Hasil Ternak, <sup>3</sup>Departemen Teknik Informatika,

<sup>4</sup>Departemen Teknik Informatika, Politeknik Negeri Banyuwangi

Jl. Raya Jember Km. 13. Banyuwangi, 68461, Indonesia

<sup>5</sup>Departemen Akuntansi, Politeknik Mitra Global

Jl. Hasanudin No. 08 Cluring, Banyuwangi, 68482, Indonesia

## ARTICLE INFO:

Received: 2021-09-27

Revised: 2021-10-25

Accepted: 2021-11-05

## Keywords:

Bag, Featured products, Migrants, Webbing

## ABSTRACT

*Pelangi Migrant is a community consisting of former female workers who work abroad, and it is established at the end of 2018. This group has superior products, namely woven bags made from plastic and various processed foods based on home industries. The average production created in 2019 was around 1500 bags per month, and during this Covid-19 Pandemic, the Pelangi Migrant group could only produce about 500 per month. The production of processed dragon fruit lunthead is also affected by the Covid-19 pandemic, which originally made 70 Kg/month. During this pandemic, it was only able to produce 25 Kg/month. The main objective of this activity is not only to focus on increasing income but for the village, a village identity or village characteristic will also be formed, which will become a branding in the formation of superior village products focused on the center of woven bag crafts. The activities carried out were training on woven bags made from jali, business management training, branding, digital marketing, and appropriate technology in the production process of processed Dodol. This activity results in increased creativity and productivity of the community, and income also increases.*

©2022 Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Merdeka Malang

This is an open access article distributed under the CC BY-SA 4.0 license

(<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>)

**How to cite:** Lusi, N., Khusna, A., Shodiq, M. N., Putra, A. P., & Wartini, W. (2022). Empowering migrant groups to improve competitiveness of featured products in Kendalrejo Village, Banyuwangi Regency. *Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Merdeka Malang*, 7(2), 344-357. <https://doi.org/10.26905/abdimas.v7i2.6450>

## 1. PENDAHULUAN

Pelangi Migran merupakan kelompok masyarakat (POKMAS) yang berada di Desa Kendalrejo Kecamatan Tegaldlimo Kabupaten Banyuwangi. Kelompok masyarakat ini berdiri pada tahun 2018 yang

keanggotaannya adalah para ibu-ibu Eks Buruh Migrant Indonesia yang telah Kembali ke tempat tinggal masing-masing. Ibu-ibu kelompok ini dahulunya telah bekerja di luar negeri selama 5 sampai dengan 8 tahun sebagai tenaga kerja Wanita (TKW) seperti Arab Saudi, Hongkong, dan Taiwan dan saat ini memiliki 15 anggota. Awal mula berdirinya kelompok ini adalah keinginan dari Desa Kendalrejo untuk memberikan pembinaan dan keterampilan kepada ibu-ibu tersebut dimana sebelumnya berada di bawah binaan *migran care*. Tujuan dari *migran care* adalah bagaimana memberikan sebuah keterampilan yang dapat meningkatkan perekonomian sehingga ibu-ibu tersebut tidak ada keinginan untuk kembali menjadi pejuang devisa. Membangun keterampilan untuk mendirikan sebuah usaha dengan melihat potensi, peluang, modal, manajemen dan prospek yang baik akan sangat dibutuhkan bagi para TKW yang sudah kembali ke tanah air (Saptono *et al.*, 2016). Dalam menjalankan aktivitasnya Pelangi Migran sudah berjalan hampir 2 (dua) tahun, dimana kelompok ini mempunyai produk unggulan yakni tas anyaman yang berbahan baku dari jenis *plastic strapping*, selain itu kelompok Pelangi Migran juga mempunyai keterampilan berbagai olahan makanan yang diproduksi dengan cara sederhana berbasis rumah tangga. Pemberdayaan ibu-ibu Pelangi Migran ini merupakan Langkah kongkrit dari desa dalam usaha pemberdayaan perempuan dalam meningkatkan derajat, perekonomian, serta kualitas hidup perempuan yang juga berperan bagi kesejahteraan keluarga (Saugi & Sumarno, 2015).

Pandemi COVID-19 memberikan dampak terhadap perekonomian di Indonesia dan salah satunya terhadap UMKM, sehingga penting untuk dilakukan kegiatan dalam mendukung eksistensi dari suatu UMKM (Pakpahan, 2020). Kelompok Pelangi Migran merasakan dampak yang cukup signifikan, dimana permintaan pasar turun drastis mengingat daya beli masyarakat sangat berpengaruh terhadap usaha kelompok ini. Dari rata-rata produksi yang dihasilkan oleh kelompok ini di tahun 2019 sekitar 1500 buah tas per bulan, dan di masa Pandemi COVID-19 ini kelompok Pelangi Migran hanya bisa memproduksi sekitar 500 per bulan. Dari permasalahan ini, dampaknya adalah pendapatan kelompok Pelangi Migran sudah tentu mengalami penurunan.

Tas hasil produksi POKMAS Pelangi Migran yang dijual bervariasi mulai dari ukuran 28x17x27 cm dengan harga Rp23.000,- dan ukuran 32x20x30 cm dengan harga Rp30.000, untuk ukuran paling kecil dijual dengan harga Rp10.000-Rp13.000,-. Pemasaran dilakukan secara konvensional yaitu dijual kepada pengepul yang ada di pasar seperti di Daerah Kecamatan Tegaldlimo Kecamatan Muncar, dan Kecamatan Purwoharjo. Sebuah usaha atau industri selain mampu menghasilkan produk yang berkualitas, industri tersebut juga harus memperhatikan bagaimana cara memasarkan produk agar para konsumen tertarik dan membeli produk yang ditawarkan. Produk-produk yang berkualitas dan bermutu baik dengan didukung pemasaran yang tepat pada akhirnya akan dapat memberikan nilai kepuasan yang lebih tinggi kepada pelanggan (Assauri, 2010). Dalam melaksanakan proses produksi, kelompok ini memanfaatkan peralatan seadanya dan belum pernah mendapat bantuan dari pihak pemerintah, baik bantuan modal ataupun peralatan. Gambar 1 menunjukkan aktivitas POKMAS Pelangi Migran dalam proses pembuatan tas anyaman.



**Gambar 1.** Ibu-ibu Pelangi Migran sedang membuat produk tas anyaman

Tas anyaman plastik yang dihasilkan oleh Pelangi Migran tidak hanya dijual di dalam kota Banyuwangi, menurut mitra permintaan untuk produk tas anyaman ini sekarang sudah banyak dari luar kota seperti dalam provinsi dan diluar provinsi. Tas yang dibuat berupa tas keranjang belanja, tas untuk souvenir dan tas dengan model sesuai permintaan pembeli. Adapun produk tas anyaman adalah seperti pada Gambar 2.



**Gambar 2.** Produk tas anyaman plastik berbahan *strapping*

Kelompok Pelangi Migran juga mempunyai keterampilan dalam mengolah makanan, yang sampai hari ini masih fokus sebagai makanan khas yaitu dodol buah Naga dan dodol buah pisang, produksi olahan makanan ini juga terdampak Pandemi COVID-19, yang semula bisa memproduksi 70 Kg/bulan ditengan pandemi COVID-19 ini kelompok Pelangi Migran hanya mampu memproduksi 25 Kg/bulan. Di situasi pandemi ini kelompok tidak bisa memproduksi dalam jumlah banyak. Di samping itu, teknis dalam pengolahan dodol buah, masih menggunakan peralatan seadanya, sehingga akan mempengaruhi produktivitas makanan olahan dari kelompok Pelangi Migran. Berkenaan dengan hal tersebut kelompok Pelangi Migran sangat membutuhkan peralatan dalam rangka untuk mendukung produktivitas makanan olahan (dodol buah) seperti pada Gambar 3.



**Gambar 3.** Produk hasil olahan dodol buah naga dan pisang

Adanya pandemi membuat permintaan akan produk dodol menurun, biasanya permintaan datang dari pusat oleh-oleh di tempat wisata untuk dijadikan sebagai oleh-oleh khas Banyuwangi. Saat ini produk dodol hanya dibuat berdasarkan permintaan dan permintaan paling banyak hanya pada saat Hari Raya Idul Fitri. Metode pemasaran dan penjualan yang dilakukan juga masih sederhana seperti melalui WhatsApp dan Facebook. Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan, dapat diambil beberapa lingkup permasalahan yang dicari solusinya untuk membantu *sustainability* POKMAS Pelangi Migran dalam melakukan produksi.

Adapun permasalahan tersebut adalah: (1) Aspek manajemen. Selama 2 tahun menjalankan usaha, POKMAS Pelangi Migran belum memiliki pembukuan/laporan keuangan sehingga belum bisa

melakukan manajemen usaha secara baik dan benar. Laporan keuangan masih sederhana dengan hanya mencatat modal serta keuntungan. sistem pencatatan keuangan yang dilakukan POKMAS perlu dilakukan perbaikan sehingga pelaku usaha dapat melakukan *monitoring* terhadap arus keuangan usaha. Pencatatan keuangan yang kurang baik akan mengakibatkan tercampurnya harta pribadi dengan harta perusahaan (Winarno *et al.*, 2020); (2) Aspek peningkatan kapasitas teknologi. POKMAS Pelangi Migran ini masih menerapkan teknologi sederhana secara manual dalam proses pengadukan adonan bahan baku dodol. Pengadukan adonan bahan dodol buah dengan kepekatan yang sangat kental bila dilakukan secara manual (tradisional) dengan tenaga tangan manusia terasa sangat berat dan melelahkan. Peralatan dan fasilitas yang terbatas dalam memproduksi dodol buah yang juga merupakan produk olahan dari POKMAS memberikan dampak kapasitas produksi yang belum optimal, sehingga dibutuhkan teknologi dalam proses peningkatan produksi; (3) Aspek pemodal. Modal yang digunakan mitra masih bersifat swadaya dari anggota dan belum pernah mendapatkan bantuan modal dari pemerintah, selain itu modal masih terbatas karena kurangnya akses informasi atas dana pinjaman modal/kredit bank. Untuk mendapatkan bantuan modal maka POKMAS perlu membuat laporan berupa pencatatan keuangan dan arus kas; (4) Aspek teknologi pemasaran dan promosi. Selama ini promosi yang dilakukan oleh mitra masih tergolong kurang, teknik pemasaran yang dilakukan bagi produknya masih sangat lemah. Dibutuhkan pendampingan dalam proses pemasaran secara digital bagi POKMAS agar dapat memasarkan produk tidak hanya di dalam Kabupaten Banyuwangi saja tetapi juga dapat dipasarkan lebih banyak lagi di luar Kabupaten Banyuwangi. Salah satu strategi pemasaran adalah dengan penerapan media sosial dimana pemanfaatan media sosial (Rakhmawati, 2021) dapat mengurangi biaya promosi, melengkapi *brand/*merk. Teknologi pemasaran dengan media sosial juga memiliki peran untuk membantu mengidentifikasi pelanggan, berbagi informasi untuk mengetahui objek yang disukai pelanggan, keberadaan pelanggan berdasarkan lokasi dan pola interaksi, reputasi perusahaan berkenaan dengan opini pelanggan dan kelompok pelanggan yang telah mapan (Febrianty & Divianto, 2017); (5) Aspek pengembangan sentra POKMAS. Variasi produk kerajinan yang dihasilkan masih sebatas kerajinan tas anyaman berbahan plastik, adanya permintaan dari pembeli untuk jenis tas bahan jali menjadi tantangan bagi POKMAS, selain kualitas tas yang harus baik, juga dibutuhkan adanya ciri khas dari produk tas yang dihasilkannya.

Pada kegiatan PKM ini akan dilaksanakan kegiatan berupa pendampingan dan pelatihan kepada kelompok Pelangi Migran dalam menjalankan usahanya agar dapat bersaing dengan usaha sejenis. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk meningkatkan produktivitas dan variasi produk, kemampuan manajerial, pengetahuan tentang branding serta peningkatan strategi pemasaran produk agar dapat meningkatkan perekonomian para ibu-ibu eks tenaga kerja wanita di Desa Kendalrejo.

## **2. METODE**

### **Metode Kegiatan**

Dalam pelaksanaan kegiatan ini dilakukan melalui pelatihan dan pendampingan yang pada pelaksanaannya diselenggarakan secara daring karena beberapa kegiatan dilaksanakan saat peraturan PPKM (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat) level 4 dan diselenggarakan secara luring di Desa Kendalrejo Kecamatan Tegaldlimo berdasarkan protokol kesehatan yang ketat. Jumlah mitra yang terlibat berdasarkan jumlah anggota Pelangi Migran adalah 15 orang selama kegiatan. Pelaksanaan kegiatan pemberdayaan POKMAS Pelangi Migran melalui tahapan-tahapan sebagai berikut: (1) Melakukan indentifikasi permasalahan dan kebutuhan masyarakat mitra (proses ini telah dilakukan). Proses ini merupakan tahapan awal dalam pengelompokan permasalahan masyarakat, tim pelaksana melakukan

diskusi dengan mitra sehingga diperoleh data dan permasalahan yang dihadapi oleh Mitra; (2) Sosialisasi program kepada mitra sehingga diharapkan mitra akan berpartisipasi aktif serta menyediakan waktu dan tempat selama kegiatan; (3) Berkoordinasi dengan perangkat desa, terutama dengan pihak-pihak terkait dengan kegiatan, hal ini dilakukan dengan tujuan agar nantinya mendapatkan legitimasi dan dukungan semua pihak. Proses ini merupakan salah satu bentuk sosialisasi kegiatan kepada perangkat desa setempat; (4) Perancangan dan pembuatan mesin pengaduk dodol buah; (5) Pelatihan manajemen keuangan; (6) Pelatihan *branding*; (7) Implementasi atau penerapan mesin-mesin pengaduk dodol buah yang telah difabrikasi dalam bentuk pelatihan penggunaan mesin dan teknik perawatan; (8) Pedampingan operasional selama kegiatan yang akan dilakukan secara berkala. Proses ini berguna untuk mengatasi permasalahan yang terjadi selama penerapan teknologi ke mitra; (9) Pelatihan pembuatan tas anyaman berbahan jali; dan (10) Pelatihan *marketing* dan pemasaran secara *online* dan Pelatihan pemanfaat media sosial dan *marketplace*.

**Tabel 1.** Metode pelaksanaan kegiatan

Kegiatan	Tujuan	Deskripsi Kegiatan	Metode dan Waktu Kegiatan
Pelatihan Manajemen keuangan dan pembukuan	Mitra mampu membuat laporan keuangan dan <i>cash flow</i>	Pada pelatihan ini mitra diberikan materi tentang pembuatan laporan keuangan dan arus kas	Presentasi dan Tanya Jawab (daring <i>via zoom meeting</i> ), dilaksanakan pada tanggal 14 Agustus 2021
Aplikasi Teknologi Tepat Guna	Meningkatkan efektivitas dan efisiensi dalam proses produksi	Pelatihan operasional alat/mesin pengaduk dodol guna memudahkan dalam proses produksi dodol buah naga	Presentasi dan praktik dilaksanakan secara luring pada tanggal 31 Agustus 2021
<i>Branding</i> Produk	Untuk promosi dengan metode <i>branding</i> produk agar lebih dikenal oleh masyarakat	Pelatihan ini menjelaskan tentang pentingnya merek, proses pendaftaran merek serta Hak Kekayaan Intelektual	Presentasi dan Tanya Jawab (daring <i>via Zoom meeting</i> ), dilaksanakan pada tanggal 2 September 2021
Pelatihan pembuatan tas anyaman berbahan jali	POKMAS mendapatkan keterampilan baru dan mampu menghasilkan produk tas dengan bahan berbeda serta model yang menarik	Pelatihan bekerja sama dengan salah satu grosir tas dan dilakukan praktik langsung membuat tas anyaman berbahan jali oleh peserta	Praktik secara luring di Rakhis Grosir pusat anyaman tas di Genteng pada tanggal 4 September 2021
Pelatihan <i>Digital Marketing</i> , pemanfaatan media sosial dan <i>market place</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Memberikan pemahaman tentang konsep marketing dan cara atau strategi dalam mempromosikan produknya</li> <li>Memberikan pengetahuan dan pengalaman tentang cara berbisnis online melalui media social &amp; <i>market place</i>.</li> </ol>	Mitra akan diberikan pelatihan tentang memanfaatkan media internet dan media sosial. Luaran dari kegiatan ini adalah terbentuknya <i>marketplace</i> sebagai sarana pemasaran produk Pelangi Migran.	Pelatihan dan praktik secara luring di Program Studi Teknik Informatika Politeknik Negeri Banyuwangi pada 24 September 2021

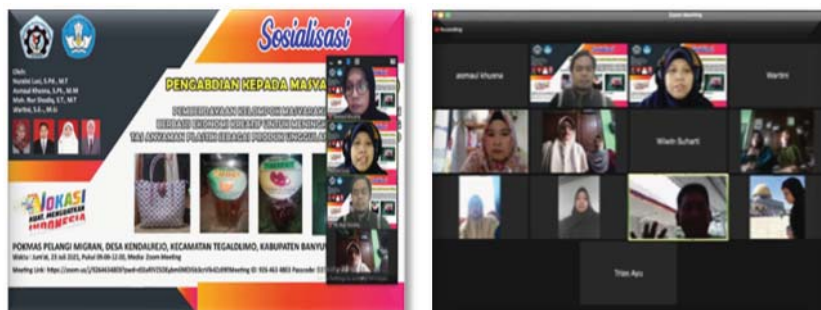
Untuk mencapai target yang diharapkan, maka dalam pelaksanaan kegiatan ini melibatkan beberapa pihak, yaitu: (1) Mitra adalah masyarakat eks buruh migran/tenaga kerja wanita (TKW) yang tergabung dalam kelompok POKMAS Pelangi Migran yang berperan dalam menyiapkan tempat, memberikan informasi terkait kebutuhan proses produksi dan teknologi tepat guna yang diharapkan. Selain itu mitra juga akan ikut berpartisipasi dalam semua kegiatan yang dilaksanakan; (2) Pengusul adalah tim yang terdiri dari ketua dan anggota dari Politeknik Negeri Banyuwangi dan Politeknik Mitra Global dengan pembagian tugas yang disesuaikan dengan kompetensi masing-masing yang berperan untuk membuat inovasi, kegiatan pendampingan dan perancangan teknologi sesuai kebutuhan mitra, memberikan pelatihan, pendampingan, serta *monitoring* hasil kegiatan; (3) Perangkat desa di antaranya adalah Perangkat Desa Kendalrejo, Pendamping Lokal Daerah (PLD), dan Pendamping Lokal Wilayah (PLW) dari Kabupaten Banyuwangi; (4) Rakhis Grosir pusat tas anyaman plastik sebagai narasumber dalam pelatihan pembuatan tas anyaman jali. Adapun metode yang digunakan dari setiap kegiatan dapat dilihat pada Tabel 1.

Evaluasi yang akan dilakukan dalam kegiatan ini adalah melalui pertemuan dengan mitra, serta mendiskusikan berbagai persoalan yang dihadapi. Evaluasi dilaksanakan oleh tim secara berkala, yaitu pada bulan pertama setelah penerapan TTG dan pada akhir kegiatan nantinya. Evaluasi pada tahap awal berguna melihat kendala yang dihadapi setelah implementasi program. Sedangkan evaluasi akhir dilakukan untuk melihat tingkat keberhasilan dan keberlanjutan program setelah masa kegiatan berakhir. Indikator evaluasi berupa: (1) Peran masyarakat mitra dalam kegiatan; (2) Kemampuan masyarakat mitra dalam melakukan pengoperasian, perawatan, dan perbaikan atau mengatasi kendala selama pengoperasian TTG; (3) Peningkatan produktivitas masyarakat mitra sebagai dampak dari pelatihan pemasaran dan pembuatan *marketplace*; (4) *Monitoring cash flow* dan laporan keuangan sesuai dengan materi yang diberikan.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### Sosialisasi Kegiatan

Sebagai langkah awal pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, dilakukan sosialisasi kegiatan oleh tim dengan dihadiri oleh mitra dan Pendamping Inovasi Desa (PID) Desa Kendalrejo. Dalam kegiatan ini, ketua tim kegiatan memberikan pemaparan tentang deskripsi kegiatan yang akan dilaksanakan, waktu pelaksanaan, metode, tujuan, serta indikator keberhasilan dari kegiatan. Berdasarkan kesepakatan yang diperoleh kegiatan yang akan dilaksanakan antara lain pelatihan manajemen dan pembuatan laporan keuangan, pelatihan operasional teknologi tepat guna mesin pengaduk dodol buah, pelatihan *branding* produk, pelatihan pembuatan tas anyaman dengan bahan jali, pelatihan *digital marketing*, dan *monitoring* serta evaluasi. Kegiatan sosialisasi ini dilaksanakan secara daring seperti pada Gambar 4.



Gambar 4. Sosialisasi kegiatan kepada mitra

Pada kegiatan ini, pendamping desa juga menyampaikan beberapa permasalahan terkait dengan keberlangsungan usaha yang dilakukan oleh Pelangi Migran. Masalah yang dihadapi adalah tempat produksi yang belum memungkinkan bagi mitra untuk mengajukan izin PIRT produk, mitra sudah diberikan penyuluhan oleh desa tentang persyaratan untuk mendapatkan PIRT. Selain itu, terkait pemodalan, permasalahan yang dihadapi adalah belum adanya pembukuan dan laporan keuangan yang menjadi syarat wajib mitra untuk mendapatkan bantuan modal yang diberikan oleh pihak Desa Kendalrejo. *Output* dari sosialisasi ini adalah adanya kesepakatan antara tim dan mitra tentang waktu kegiatan, tempat kegiatan, serta kebutuhan alat dan bahan pada setiap kegiatan.

### **Pelatihan Manajemen Keuangan dan Pembukuan**

Laporan keuangan diperlukan oleh setiap orang yang menjalankan usaha karena merupakan salah satu bagian yang penting bagi usaha kecil (mikro) ataupun usaha makro. Pengelolaan transaksi keuangan selama proses produksi wajib dilakukan sebagai langkah dalam meminimalisir risiko dan menjaga arus kas (Kusjono *et al.*, 2021). Pelatihan ini dilaksanakan dengan memberi materi kepada mitra tentang tujuan dan fungsi manajemen keuangan yang terdiri dari *planning*, *budgeting*, *controlling*, *auditing*, dan *reporting*. Kegiatan ini dilaksanakan secara daring seperti pada Gambar 5.



**Gambar 5.** Pelatihan manajemen keuangan dan pembukuan

*Output* dari kegiatan ini adalah pemahaman dari mitra tentang pentingnya pembukuan dan laporan keuangan, sehingga mitra dapat membuat laporan secara sederhana dan memiliki pembukuan yang jelas untuk dapat diajukan kepada investor atau lembaga pemodalan dalam usaha mencari modal. Untuk kegiatan selanjutnya adalah pelatihan pembuatan laporan keuangan sederhana di antaranya laporan laba-rugi, laporan arus kas, serta mempersiapkan buku kas, buku persediaan barang, buku pembelian barang, buku penjualan, buku biaya, buku utang, dan buku piutang.

### **Pelatihan Operasional Alat/Mesin Pengaduk Dodol Buah**

Dalam meningkatkan produktivitas usaha olahan makanan berupa dodol buah, maka dilakukan pembuatan teknologi tepat guna mesin pengaduk dodol yang memiliki kapasitas 10 kg. Proses pembuatan dodol buah naga misalnya, jika dilakukan secara manual maka untuk membuat 5 kg dodol maka dibutuhkan waktu kurang lebih 4 jam. Kekurangan dari proses manual adalah selain waktu yang dibutuhkan cukup lama, juga dibutuhkan tenaga yang kuat untuk mampu mengaduk dodol sampai pada kekentalan dan kepadatan yang diinginkan.

Berdasarkan hasil diskusi dengan mitra, maka dirancang sebuah teknologi yang mampu memproses pengolahan dodol dengan kapasitas yang lebih banyak, serta diperoleh waktu proses pengerjaan

## Empowering migrant groups to improve competitiveness of featured products in Kendalrejo Village, Banyuwangi Regency

Nuraini Lusi, Asmaul Khusna, Mohammad Nur Shodiq, Adetiya Prananda Putra, Wartini Wartini

yang lebih singkat. Dari hasil perancangan didapatkan mesin dengan kecepatan pengaduk 350 rpm, daya motor yang dibutuhkan sebesar 450 Watt dimana telah disesuaikan dengan kondisi mitra dimana kapasitas daya listrik masih menggunakan skala rumah tangga. Mesin yang dibuat memiliki prinsip kerja yang dapat mudah dimengerti oleh mitra dan memudahkan operator saat menggunakan alat tersebut. Terdapat dudukan panci yang dapat diatur posisinya, pengaduk yang mudah dilepas dan dibersihkan, serta terdapat kompor sebagai sumber panas dalam proses pengolahan dodol. Mitra juga diberikan kesempatan untuk praktik langsung membuat dodol buah dengan bahan baku buah naga seperti ditunjukkan pada Gambar 6.



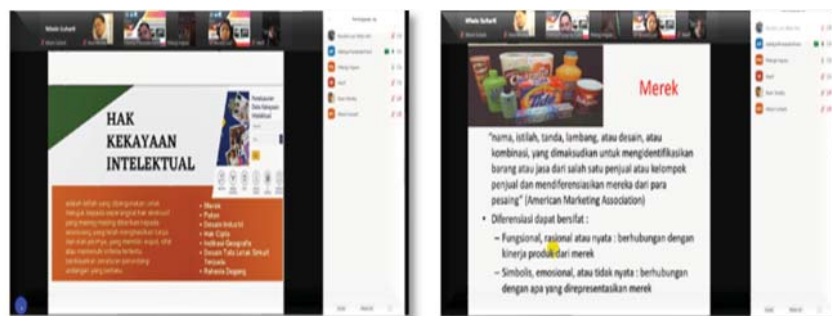
Gambar 6. Proses pembuatan dodol buah naga dengan mesin

Gambar 7. Serah terima alat oleh tim kepada mitra

Pada pelatihan operasional alat, mitra diberikan materi tentang prinsip kerja mesin, perawatan mesin serta beberapa *troubleshoot* yang mungkin terjadi saat proses pengolahan dodol. *Output* dari kegiatan ini adalah mitra memiliki kemampuan dalam mengoperasikan mesin dan menggunakan mesin secara mandiri. Setelah dilakukan praktik pembuatan dodol buah naga, maka dilakukan serah terima alat yang dihadiri oleh kepala Desa Kendalrejo yang didampingi oleh sekretaris dan PID (Gambar 7).

### Pelatihan Branding

Dalam memelihara *sustainability* dari usaha yang dijalankan oleh mitra, maka dibutuhkan strategi usaha untuk dapat bersaing dengan kompetitor usaha produk sejenis. Salah satu aktivitas yang dilakukan adalah dengan metode *branding* produk (Krisnawati, 2021). Pelatihan *branding* produk ini dilakukan secara daring dengan narasumber dari salah satu dosen Program Studi Manajemen Bisnis Pariwisata. Materi yang diberikan di antaranya adalah pentingnya merek, Hak Kekayaan Intelektual (HKI), dan langkah-langkah pendaftaran merek. Metode pelatihan ini menggunakan metode diskusi seperti pada Gambar 8.



Gambar 8. Pelatihan branding



Dalam menjual produknya, mitra sudah memiliki merek dan kemasan baik produk makanan atau produk tas anyaman. Kemasan yang dibuat masih sederhana dan mereknya juga belum terdaftar. Dalam hal ini juga dijelaskan tentang fasilitas yang diberikan oleh pemerintah Kabupaten Banyuwangi yaitu rumah kreatif sebagai tempat UMKM dapat berkonsultasi dan mendesain logo serta merek produk UMKM secara gratis.

### **Pelatihan Pembuatan Tas Anyaman Jali**

Inovasi produk perlu dilakukan agar produk yang dihasilkan semakin bervariasi. Pada produk tas anyaman, bahan baku merupakan hal yang penting untuk menghasilkan produk yang menarik sehingga harapannya mampu meningkatkan penjualan produk. Bahan baku yang digunakan oleh mitra hanya satu jenis yaitu plastik *strapping*, untuk membuat inovasi produk maka digunakan bahan baku yang berbeda yaitu bahan jali. Adanya ide untuk membuat tas berbahan dasar jali adalah karena permintaan konsumen kepada mitra, tas anyaman jali memiliki keunggulan dibandingkan tas bahan *strapping*, di antaranya adalah harga jual produk yang lebih mahal, model tas yang lebih bervariasi, dan pasar yang lebih luas. Untuk memenuhi permintaan tersebut, maka mitra harus diberikan pelatihan terlebih dahulu dalam proses anyaman bahan jali, karena juga memiliki tingkat kerumitan berbeda dari pembuatan tas berbahan *strapping*. Dalam memberikan solusi yang dihadapi oleh mitra ini kemudian tim mengundang narasumber dari salah satu pengusaha tas anyaman jali di Banyuwangi yaitu dari pusat tas anyaman Rakhis Grosir yang berlokasi di Kecamatan Genteng (Gambar 9).



**Gambar 9.** Pelatihan pembuatan tas anyaman jali

Mitra melakukan praktik dengan dibantu oleh pegawai di Rakhis Grosir. Dalam *output* dari pelatihan ini, mitra mendapatkan pengetahuan tentang membuat tas, keranjang, tempat tisu, dan dompet. Antusiasme mitra saat pelatihan terlihat sangat baik, hal ini dibuktikan dengan peran aktif peserta yang serius dalam memahami teknik dalam proses anyaman jali yang memiliki kesulitan yang lebih tinggi jika dibanding dengan tas anyaman berbahan *strapping*.

### **Pelatihan Digital Marketing**

Adanya pandemi COVID-19, memberikan dampak pada metode jual beli oleh masyarakat. Peraturan pemerintah tentang pembatasan aktivitas di luar rumah membuat masyarakat kini lebih memilih untuk berbelanja secara *online* melalui beberapa *platform marketplace* ataupun *social media* lainnya (Sasa *et al.*, 2021). Selain memberikan kemudahan bagi pembeli, berbelanja secara *online* memberikan banyak keuntungan seperti pembeli dapat menemukan banyak variasi produk dengan

harga yang bersaing, mendapatkan potongan harga, dan bebas biaya pengiriman, serta keuntungan utama adalah pembeli dengan mudah membeli barang tanpa membutuhkan tenaga untuk datang ke toko atau pusat perbelanjaan. Peluang ini harus dimanfaatkan oleh pengusaha agar produknya dapat bersaing dan tetap bertahan di masa pandemi ini. Saat ini, mitra melakukan aktivitas jual beli dengan hanya menggunakan Facebook pribadi dan melalui WhatsApp, sehingga untuk meningkatkan promosi produk dilakukan pelatihan *digital marketing*.



**Gambar 10.** Pelatihan *digital marketing*

Pada kegiatan ini, mitra diberikan pengetahuan tentang strategi *digital marketing* dengan metode praktik dan pendampingan oleh tim. Mitra didampingi dalam membuat toko *online* di salah satu *marketplace* dan membuat akun toko di media sosial Instagram. Dalam pembuatan akun, mitra diberi pengetahuan tentang membuat konten *marketing* (Rifai & Meiliana, 2020) yaitu bagaimana mengambil foto yang menarik, membuat *caption*, cara *memposting* serta memberi *hashtag* produk. *Output* dari kegiatan ini adalah terbentuknya toko *online* yang diharapkan dapat dikelola secara mandiri oleh mitra, sehingga akan memberikan dampak dalam peningkatan penjualan dan omzet produk. Sebagai administrator dari toko *online* adalah putera dari ketua mitra, selanjutnya sebagai pengelola akun dan toko *online* mitra.

## **Pembahasan**

Agenda kegiatan yang telah direncanakan dapat terlaksana dengan baik dan mendapatkan respon positif dari institusi, pemerintah desa, serta dari kelompok mitra yaitu Pelangi Migran. Pemanfaatan berbagai produk lokal yang potensial dilakukan oleh tim melalui kegiatan-kegiatan yang telah diberikan kepada mitra yang mendukung program pemerintah desa khususnya Desa Kendalrejo sebagai sebuah strategi dalam upaya mencegah dan mengurangi keinginan para mantan TKW untuk kembali berangkat kerja ke luar negeri. Potensi usaha yang dijalankan ini memiliki prospek untuk membantu mantan TKW agar tetap dapat produktif serta dapat membantu keluarganya tanpa meninggalkan anak-anaknya, sehingga lebih fokus dalam mendidik anaknya yang sebelumnya telah ditinggal dan terabaikan (Jumaiyah *et al.*, 2017)

Untuk mengetahui dampak kegiatan yang telah dilakukan oleh tim, maka dilakukan evaluasi kegiatan dengan analisis menggunakan angket yang diberikan kepada peserta kegiatan. Angket berisi beberapa pernyataan dengan skor yang digunakan berdasarkan Skala Likert (Astriani *et al.*, 2020). Adapun isi angket tersebut adalah seperti pada Tabel 2. Skala penilaian yang digunakan yaitu (1) Sangat Tidak Setuju, (2) Tidak Setuju, (3) Ragu-Ragu, (4) Setuju, dan (5) Sangat Setuju (Riyono & Pujiastuti, 2020).

Tabel 2. Rangkuman angket respon mitra terhadap kegiatan PKM

Pernyataan	Skala Penilaian					Jumlah
	STS	TS	R	S	SS	
Materi kegiatan sesuai dengan kebutuhan peserta	0	0	0	2	4	28
Kegiatan yang dilaksanakan sesuai harapan Mitra	0	0	0	4	2	26
Cara pemateri menyajikan materi menarik	0	0	0	4	2	26
Materi yang disajikan jelas dan mudah dipahami	0	0	0	4	2	26
Waktu yang disediakan sesuai untuk penyampaian materi dan kegiatan	0	0	0	5	1	25
Mitra berminat untuk mengikuti kegiatan selama sesuai kebutuhan peserta	0	0	0	4	2	26
Anggota yang terlibat dalam kegiatan pengabdian masyarakat memberikan pelayanan sesuai dengan kebutuhan	0	0	0	5	1	25
Kegiatan dilakukan secara berkelanjutan	0	0	0	4	2	26
Setiap keluhan/pertanyaan/permasalahan yang diajukan ditindaklanjuti dengan baik oleh narasumber/anggota pengabdian yang terlibat	0	0	0	4	2	26
Mitra mendapatkan manfaat langsung dari kegiatan yang dilaksanakan	0	0	0	4	2	26
Kegiatan berhasil meningkatkan kesejahteraan/ kecerdasan mitra	0	0	0	3	3	27
Secara umum, mitra puas terhadap kegiatan PkM	0	0	0	3	3	27
Jika kegiatan ini diselenggarakan kembali, saya bersedia untuk berpartisipasi/terlibat	0	0	0	4	2	26
<b>TOTAL SKOR</b>						<b>340</b>

Berdasarkan total skor yang diperoleh adalah 340 dengan skor tertinggi untuk kategori sangat setuju adalah  $5 \times 6$  (skor tertinggi likert x jumlah responden) = 30, untuk skor tertinggi kategori tidak setuju adalah  $1 \times 6 = 6$ . Penilaian indeks (%) interpretasi responden terhadap kegiatan ini adalah respon setuju sebesar 64% dan sangat setuju sebesar 36% seperti terlihat pada diagram *pie* Gambar 11.



Gambar 11. Diagram presentase responden

Dari hasil pengisian angket responden diketahui bahwa mitra sangat mendukung kegiatan yang telah dilakukan oleh tim PKM. Mitra memberikan respon positif selama kegiatan berlangsung, keterlibatan mitra dalam kegiatan mendukung terwujudnya *output* kegiatan yang diharapkan. Selama pelaksanaan kegiatan tidak ada kendala yang berarti, peserta selalu antusias dan memiliki ketertarikan dalam setiap kegiatan. Mitra mengharapkan bahwa kegiatan seperti ini dapat dilaksanakan secara kontinyu karena masih memerlukan bantuan dan dukungan baik berupa modal, *skill*, ataupun peralatan dalam mendukung usaha yang dilakukan agar tetap produktif dan dapat mandiri secara ekonomi sehingga mampu membantu keluarganya.

Selain kegiatan, mitra juga diberikan bantuan modal berupa bahan baku tas anyaman plastik *strapping* dan jali. Pendampingan dilakukan setelah kegiatan pelatihan sebagai tindak lanjut dari kegiatan yang dilakukan oleh tim. Dalam proses pembuatan laporan keuangan, mitra masih memerlukan pendampingan extra karena memulai belajar mencatat keuangan dengan benar dan sesuai neraca. Mitra rata-rata berpendidikan SMA, sehingga dengan sumber daya yang terbatas diperlukan pelatihan tambahan mengenai dasar-dasar pengelolaan keuangan. Melalui pengelolaan yang baik berdasarkan prinsip akuntansi, diharapkan mitra dapat berkomunikasi dengan baik dengan pihak-pihak terkait pemodal seperti calon investor, BUMDES, koperasi simpan pinjam, perbankan dan sejenisnya. Dari pihak desa Kendalrejo juga sebaiknya memberikan perhatian lebih khusus terkait pemodal, karena nantinya usaha yang terus berkembang dengan baik dan pesat akan mendukung perekonomian lokal (Suyono, 2018).

#### **4. SIMPULAN DAN SARAN**

Program Pengabdian Kepada Masyarakat ini dilaksanakan sejak bulan Juli-September secara luring dan daring. Kegiatan yang dilaksanakan berupa pelatihan dengan metode praktik, diskusi, dan tanya jawab. Adapun hasil yang dicapai pada kegiatan ini adalah: (1) Adanya laporan keuangan yang sistematis serta pembukuan yang berkaitan dengan *cash flow*; (2) Meningkatnya pengetahuan peserta tentang *branding* produk; (3) Penerapan teknologi tepat guna yang dapat meningkatkan Kapasitas produksi dari olahan dodol buah menjadi dua kali lebih banyak daripada proses secara manual; (4) Adanya variasi produk yang dihasilkan oleh mitra dari pelatihan tas anyaman jali berupa tas, dompet, dan produk souvenir; (5) Inovasi di bidang promosi produk yaitu dengan melakukan pemasaran pada toko *online* di *marketplace* serta akun Instagram (IG); (6) Adanya peningkatan penjualan dan orderan yang masuk kini mulai dalam kuantitas banyak dan pembeli berasal dari luar daerah. Berdasarkan evaluasi kegiatan yang dilakukan, didapatkan bahwa mitra mengharapkan kegiatan ini terus dilakukan dengan melihat potensi serta permasalahan yang masih dihadapi oleh mitra dan memerlukan solusi serta inovasi untuk meningkatkan perekonomian di Desa Kendalrejo.

Adapun saran yang dapat diberikan pada kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini adalah sebagai berikut: (1) Kelompok Pelangi Migran membuat produk yang bervariasi, mulai dari usaha makanan, kerajinan tas, konveksi, serta *catering* sehingga diharapkan kegiatan serupa nanyinya tetap dapat dilakukan kepada usaha lainnya tidak hanya pada tas dan dodol saja; (2) Jumlah peserta yang mengikuti dapat ditingkatkan agar dapat lebih banyak lagi masyarakat yang dapat menerima dampak dari program ini; (3) Usaha yang dilakukan oleh Pelangi Migran memiliki potensi yang bagus untuk dikembangkan, sehingga menjadi peluang bagi pihak Desa untuk dapat membantu dalam hal modal ataupun peralatan yang dibutuhkan untuk proses produksi; (4) Permasalahan yang dihadapi oleh mitra tidak dapat sepenuhnya dipenuhi oleh tim karena begitu kompleks, sehingga diharapkan untuk selanjutnya dapat diberikan pelatihan dari sumber dana lain ataupun kegiatan serupa dari pihak-pihak terkait di Desa Kendalrejo.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada Unit Pusat Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (P3M) Politeknik Negeri Banyuwangi yang telah memberikan kesempatan kepada tim untuk melakukan kegiatan Tri dharma ini dengan Skema PKM Internal sumber anggaran PNBP Tahun Anggaran 2021 dengan Nomer Kontrak 2674.65/PL36/PG/2021. Terima kasih kepada pihak-pihak yang terlibat, kelompok masyarakat Pelangi Migran, pendamping inovasi Desa Kendalrejo, Kepala Desa Kendalrejo, dan pendamping inovasi wilayah Kabupaten Banyuwangi.

---

## DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, S. (2010). *Manajemen pemasaran: Dasar, konsep, dan strategi*. Jakarta: Grafindo.
- Astriani, N. M. D. Y., Purwantara, I. K. G. T., & Maryam, S. (2020). PKM: Diversifikasi produk jamu serbuk instan dari Herbal Usadha Bali pada Kelompok Sari Pertiwi Desa Nyalian Kecamatan Banjarangkan. *JPAI: Jurnal Perempuan Dan Anak Indonesia*, 2(2), 1-9. <https://doi.org/10.35801/jpai.2.2.2020.30281>
- Febrianty, F., & Divianto, D. (2017). Pengaruh pemahaman pelaku UKM dalam menyusun laporan keuangan terhadap implementasi laporan keuangan berdasar SAK ETAP dengan persepsi pelaku UKM sebagai moderating variable. *International Journal of Social Science and Business*, 1(3), 166–176. <http://dx.doi.org/10.23887/ijssb.v1i3.11318>
- Jumaiyah, J., Wahidullah, W., & Fauzi, M. (2017). Menggagas semangat kewirausahaan berbasis partisipasi perempuan ex TKW di Kabupaten Kendal. *Monex: Journal Research Accounting Politeknik Tegal*, 6(1), 233-238. <http://dx.doi.org/10.30591/monex.v6i1.451>
- Krisnawati, W. (2021). Pelatihan personal branding dan product branding pada karang taruna dalam meningkatkan pemasaran serta penjualan produk UMKM Desa Klanganon Gresik Gresik. *DedikasiMU: Journal of Community Service*, 3(3), 961-969. <http://dx.doi.org/10.30587/dedikasimu.v3i3.3011>
- Kusjono, G., Sunanto, S., Azwina, D., Sulistyani, T., & Lesmono, M. A. (2021). Pelatihan manajemen keuangan sebagai upaya meningkatkan daya saing UMKM Kelurahan Benda Baru Pamulang. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (JPKM) - Aphelion*, 1(2), 224. <http://dx.doi.org/10.32493/jpka.v1i2.9150>
- Pakpahan, A. K. (2020). Covid-19 implications for micro, small, and medium enterprises. *Jurnal Ilmiah Hubungan Internasional*, 1(1), 59–64.
- Rakhmawati, A. (2021). Pelatihan strategi pemasaran produk komoditas unggulan bagi masyarakat Desa Ngunggan Wonogiri melalui unggahan media sosial. *Journal of Human and Education (JAHE)*, 1(1), 14–17. <https://doi.org/10.31004/jh.v1i1.7>
- Rifai, Z., & Meiliana, D. (2020). Pendampingan dan penerapan strategi digital marketing bagi UMKM terdampak pandemi Covid-19. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(4), 604–609. <https://doi.org/10.31949/jb.v1i4.540>
- Riyono, J., & Pujiastuti, C. E. (2020). Evaluasi pelatihan pembuatan forecasting untuk perancangan produk berorientasi pasar dengan minitab kepada karang taruna di Bekasi. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 348. <https://doi.org/10.24198/kumawula.v3i2.28534>

**Empowering migrant groups to improve competitiveness of featured products in Kendalrejo Village, Banyuwangi Regency**

*Nuraini Lusi, Asmaul Khusna, Mohammad Nur Shodiq, Adetiya Prananda Putra, Wartini Wartini*

- Saptono, A., Dewi, R. P., & Suparno, S. (2016). Pelatihan manajemen usaha dan pengelolaan keuangan UKM bagi Tenaga Kerja Indonesia (TKI) Purna di Sukabumi Jawa Barat. *Sarwahita*, 13(1), 6–14. <https://doi.org/10.21009/sarwahita.131.02>
- Sasa, S., Sapto Adi, D., Triono, M. A., & Supanto, F. (2021). Optimalisasi Usaha Kecil Menengah melalui pelatihan digital marketing. *Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Merdeka Malang*, 6(3), 358–371. <https://doi.org/10.26905/abdimas.v6i3.5366>
- Saugi, W., & Sumarno, S. (2015). Pemberdayaan perempuan melalui pelatihan pengolahan bahan pangan lokal. *JPPM (Jurnal Pendidikan Dan Pemberdayaan Masyarakat)*, 2(2), 226–238. <https://doi.org/10.21831/jppm.v2i2.6361>
- Suyono, E. (2018). Pentingnya sistem pengendalian manajemen dalam pengelolaan Usaha Kecil dan Menengah di Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah. *Kompartemen: Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 16(1), 64–83. <https://doi.org/10.30595/kompartemen.v16i1.2416>
- Winarno, A., Agustina, Y., Wijjayanti, T., Churiyah, M., & Subagyo, S. (2020). Pelatihan manajemen dan pembukuan dasar bagi IKM Sanan Kota Malang. *Jurnal KARINOV*, 3(1), 58. <https://doi.org/10.17977/um045v3i1p58-63>
-