

Peningkatan Kualitas Sdm Bagi Karang Taruna di Wisata Kampung Kelengkeng Desa Simoketawang, Kecamatan Wonoayu, Kabupaten Sidoarjo

Arga Christian Sitohang^a, Febby Rahmatullah Masruchin^b, Salvia Rahma^c, Maudy Priya^d, Rica N Halimatus^e, Candra Pramesti Lilabilah^f, Fitriana Dewi Silaen^g
^{a,b,c,d,e,f,g}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Ekonomi Pembangunan, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

*corresponding author: argasitohang@untag-sby.ac.id

Abstract

The matching fund is a program that helps youth organizations in Simoketawang village to increase their economic productivity. Universitas 17 August 1945 or Untag Surabaya through the Matching Fund program seeks to connect the world through the business world in Simoketawang village. A real effort to equip new businesses in preparing youth content creators to enter the online world media so that they can help them create creative and interesting content. We will create media content in simoketawang village. We have trained them in product creation, innovation and design and also provided new ideas in their media content productivity so that they become reliable content creators in online social media. This matching fund activity is to improve the quality of youth human resources through content media products in Kelengkeng Simoketawang Tourism Village, Wonoayu District, Sidoarjo Regency. The method of implementing this activity is carried out collaboratively between the implementers of the Companion Fund program, the Community Empowerment & Village Development Agency, and is divided into three stages, namely preliminary surveys, training and marketing with target youth groups. The results of these activities include increasing practical knowledge that is easy to apply in production for the creation of media content on social media content. In this training, youth organizations know how to create media content properly and in accordance with social media rules in publications. The youth organizations are very enthusiastic and enthusiastic in supporting the program in the longan tourism village and participating in this training can be seen from the success of producing quality content media after they held an independent exercise.

Key words: matching fund, media konten, innovation, design, training

1. Pendahuluan

Banyaknya ragam Teknologi digital memberikan dampak pada masyarakat modern saat ini. Di Indonesia, dampak dari pengaruh teknologi digital terutama pada pemberdayaan masyarakat belum dirasakan secara signifikan. Kusuma dan Sugandi (2018) berpendapat bahwa di era digital saat ini, seiring dengan perkembangan teknologi komunikasi dan informasi, membuat perkembangan Internet semakin melaju pesat. Dampak teknologi digital memiliki beragam dimensi yang saling terkait, dan membutuhkan perhatian tersendiri. Misalnya saja, berbicara mengenai penetrasi Internet dan teknologi digital di Indonesia tentunya tidak dapat dilepaskan dari permasalahan akses. Hadirnya media sosial memungkinkan pengguna untuk saling bertukar informasi tanpa mengenal batas ruang dan waktu (Mendayun dan Sjuchro, 2018). Meskipun penetrasi Internet terus naik tiap tahun, kesenjangan infrastruktur masih sangat terasa, terutama di berbagai wilayah bagian timur Indonesia. Sebagian besar pengakses Internet berada di kota-kota besar seperti Jakarta, Bandung, Yogyakarta, Surabaya, dan kota-kota besar lain di pulau Jawa. Begitu pula dengan industri komunikasi dan media yang hingga kini juga masih sangat terpusat di Jakarta yang menyebabkan potensi pemberdayaan masyarakat lewat teknologi digital masih sangat bersifat Jakarta atau Jawa- sentris (Jurriëns dan Tapsell, 2017).

Banyak desa di wilayah negara Indonesia saing bahu membahu membentuk desa wisata. Hal ini sesuai dengan apa yang menjadi tujuan pemerintah antara lain dalam pemberdayaan masyarakat, melakukan meningkatkan perekonomian pada warga desa. Dengan adanya pemanfaatan dana desa yang dimiliki suatu desa Aparat Desa berusaha melakukan pengembangan desanya dengan masyarakat sesuai pada potensi yang dimiliki desa tersebut. Lapangan pekerjaan di desa akan meningkat apabila mereka sanggup memenuhi kebutuhan masyarakat di desa dengan memanfaatkan sumber daya alam dan sumber daya manusia yang dimiliki desa tersebut melalui konsep pembangunan berkelanjutan pada desanya.

Salah satu, konsep mewujudkan pembangunan desa berkelanjutan dibutuhkan pengembangan desa mandiri yaitu dengan melakukan pemanfaatan sumberdaya yang

tersedia pada desa. Desa mandiri merupakan desa yang dapat memenuhi kebutuhan desanya sendiri pada prasarana dasar, kebutuhan pokok, dan dapat mensejahterakan masyarakatnya secara berkelanjutan. Desa mandiri dapat dikembangkan sesuai dengan potensi desa tersebut antara lain pertanian, peternakan, pertambangan, pariwisata alam atau desa sebagai destinasi wisata dan lain sebagainya. Salah satu potensi peningkatan ekonomi bagi warga desa, kawasan desa dapat dijadikan sebagai daerah tujuan wisata atau desa wisata.

Desa Simoketawang Kecamatan Wonoayu Kabupaten Sidoarjo merupakan desa potensial untuk pengembangan wisata, sehingga terciptalah nama Wisata Kampung Kelengkeng. Pengembangan wisata Kampung Kelengkeng juga dapat membantu meningkatkan perekonomian desa hingga menjadi desa mandiri.

Demi memberikan pelayanan dan kualitas terbaik, Wisata Kampung Kelengkeng terus membenahi dan mengoptimalkan semua sektor, salah satu sektor yang paling penting yaitu SDM. Konten creator penting diberikan bagi pengelola wisata. Yang paling banyak dan paling sering berhuungan dengan konten kreator tentunya adalah anak muda, sehingga penting bagi karang taruna untuk dibekali materi terkait konten kreator untuk dokumentasi desa wisata.

Kegiatan pelaksanaan program kemitraan masyarakat ini masih terdapat tahapan selanjutnya yang harus dilaksanakan antara lain :

- 1. Melanjutkan rencana yang berkelanjutan dengan mendampingi mitra dalam hal pengembangan konten kreator yang berinovasi dengan macam macam konten yang baru.*
- 2. Membantu peningkatan media konten pada kalangan akademisi mitra serta luar daerah untuk meningkatkan kualitas media konten yang dihasilkan.*

Dalam rangka membantu para pelaku usaha pemula untuk meningkatkan produktifitas ekonominya, Untag Surabaya beserta tim dosen serta praktisi dan didampingi mahasiswa

nya berusaha menghubungkan dunia pendidikan dan dunia usaha serta melakukan upaya-upaya nyata untuk membekali para konten creator di desa simoketawang dalam mempersiapkan diri memasuki dunia online sehingga dapat membantu pelaku usaha pemula untuk meningkatkan produktifitas ekonominya sehingga menjadi pelaku-pelaku usaha yang handal. Adapun upaya untuk meraih hal tersebut, antara lain adalah menciptakan iklim dan budaya yang mendukung spirit kewirausahaan pelaku usaha pemula serta pengembangan konten media sosial yang positif dalam membangun Wisata Kampung Kelengkeng di desa Simoketawang.

Pada aktivitas pembangunan yang dilakukan pada desa tentunya melibatkan masyarakat maka ada beberapa modal atau aset yang mencerminkan sisi kelebihan dari masyarakat dan juga menjadi kekurangan dari masyarakat yang tentunya harus diperbaiki. Modal yang dimaksud antara lain a) Modal sosial, b) Modal manusia, c) Modal finansial, d) modal alam, e) modal fisik, f) modal teknologi. Investasi pada modal manusia sebagai modal dasar yang bisa menggerakkan pertumbuhan perekonomian suatu wilayah. Melalui investasi dalam bidang kesehatan dan pendidikan, kualitas manusia dan produktivitasnya akan meningkat.

2. Metode

Pada dasarnya proses pembangunan masyarakat mengandung tiga unsur yang disebut konsep dasar yang terdiri dari: (a) proses perubahan, (b) pergerakan sumber daya: (c) peningkatan pada kapasitas masyarakat. Banyak kegiatan pemberdayaan yang dicanangkan oleh pemerintah, salah satunya Program Matching Fund sebagai program pendanaan dari Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi yang melibatkan insan perguruan tinggi dan DUDI untuk bersama-sama terlibat dalam membentuk ekosistem Kampus Merdeka–Merdeka Belajar, dan sebagai upaya untuk menyelesaikan berbagai isu sosial, tantangan DUDI dan masyarakat, serta masalah perguruan tinggi melalui kemitraan perguruan tinggi dengan DUDI.

Salah satu kegiatan dalam Program Matching Fund Untag Surabaya yang melibatkan dosen dan mahasiswa sebanyak 5 orang dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis adalah dengan meningkatkan kualitas Sumber Daya Manusia pada Wisata Kampung Kelengkeng Desa Simoketawang. Pelaksanaan program pengembangan desa wisata dilaksanakan secara kolaboratif antara pelaksana program Matching Fund. Bagian pengembangan media konten sebagai kegiatan yang difokuskan kali ini.

3. Hasil dan Diskusi

1. Cara membuat media konten

Buat Konten Berkualitas, pada poin pertama mungkin sudah sering terdengar dan faktanya masih sering terlupakan pada konten yang berkualitas. Konten yang dibagikan harus berkualitas tinggi. Jika sudah berfokus pada topik yang dangkal dan tidak berinvestasi dalam pembuatannya, jangan harap untuk dapat menarik calon audiens. Pembuatan konten yang berkualitas tentunya membutuhkan waktu dan tenaga, tetapi konten ini akan bekerja lebih baik dalam jangka panjang.

Tambahkan Value dalam Konten, Konten informative memang bagus, tetapi jika pengguna tidak dapat mempraktikkan isi konten yang dibagikan, para audiens tidak akan mendapatkan manfaat apa-apa Tujuan utama dari konten yaitu untuk memecahkan sebuah masalah pengguna dan menunjukkan bagaimana cara mengatasinya. Cara ini tidak hanya akan membangun loyalitas para audiens, tetapi juga akan membuat para audiens kembali lagi pada pembuat konten. Selama konten yang dibuat benar-benar bermanfaat, tentunya para audiens mungkin juga akan membagikannya kepada pengguna lain untuk melihat konten media yang disajikan.

- 2. Ingat Audiens Anda, Sebelum membuat atau berbagi konten yang telah dibuat, maka perlu pikirkan tentang audiens Anda miliki. Tanyakan pada diri Anda apakah sebuah konten yang di buat merupakan sesuatu yang ingin mereka lihat dan bagikan kepada teman mereka. Setelah Anda memiliki beberapa ide, maka anda bisa melakukan polling terhadap audiens untuk menghasilkan sebuah interaksi. Cara ini tidak hanya*

menciptakan keterlibatan, tetapi memberikan Anda wawasan spesifik tentang apa yang benar-benar audiens inginkan.

3. *Bagikan Konten Buatan Pengguna, Cara termudah dan bisa menarik pengguna sosial media adalah dengan membagikan ulang konten buatan pengguna atau repost. Konten buatan pengguna sangat bagus karena dapat melibatkan audiens secara langsung dan menciptakan brand awareness yang lebih besar. Cara ini juga memiliki tingkat keterlibatan yang baik karena audiens Anda percaya bahwa konten ini dibuat oleh mereka yang telah memiliki pengalaman melakukan bisnis dengan Anda. Konten tersebut dapat berbentuk sebuah gambar, video, ulasan, atau bentuk testimoni.*
4. *Memanfaatkan Trending Topic, Tetap up to date dengan topik yang sedang trendi merupakan hal yang wajib bagi semua bisnis. Bisnis harus selalu mengikuti berita terbaru dari industri bisnisnya dan menggunakannya untuk membuat konten bila perlu. Cara ini memicu minat banyak pengguna dan membuat mereka ingin memahaminya lebih banyak atau bahkan membagikannya ke pengguna lain. Anda bisa menggunakan cara ini untuk membuat konten media sosial tetapi tetap berhati-hatilah untuk tidak melenceng dari bisnis Anda.*
5. *Giveaway, Orang-orang menyukai barang gratis dan Anda dapat memberikan hadiah atau giveaway kepada para audiens. Cara ini banyak digunakan untuk meningkatkan minat pada produk dan layanan dalam bisnis. Sering kali dalam sosial media, bisnis akan menawarkan hadiah secara random dengan hanya meminta pengguna untuk follow, like, atau comment pada akun mereka. Cara ini tidak hanya membuat orang berinteraksi dengan konten yang dibuat, tetapi juga bisa meningkatkan engagement.*
6. *Gunakan Konten Video, Saat ini video menjadi sebuah bentuk konten paling dominan dalam konten sosial media. Oleh karena itu harus membuat konten video yang menarik serta relevan untuk para audiens. Misalnya jika memiliki produk kecantikan, maka audiens yang dituju adalah orang-orang yang tertarik pada produk kecantikan*

dan bisa membuat video tutorial make up atau tutorial skincare yang pastinya ideal untuk para audiens.

Hasil yang dicapai dari kegiatan media konten pada Kampung Wisata klengkeng Simoketawang Kecamatan Wonoayu Kabupaten Sidoarjo sangat memuaskan para peserta karena kegiatan ini membantu peserta menambahkan pengetahuan dan ketrampilan mengenai bagaimana membuat media konten pada konten media sosial yang baik.

Tahap I merupakan survey awal terhadap kondisi terkini dari Kampung Wisata klengkeng Simoketawang Kecamatan Wonoayu Kabupaten Sidoarjo. Pada tahapan ini, diperoleh informasi mengenai kondisi dari pengetahuan para pembuat media konten di Kampung Wisata Klengkeng Simoketawang



Tahap II merupakan kegiatan pelatihan dari narasumber media konten, dan penulisan media konten, diikuti dosen Untag Surabaya serta mahasiswa yang dilakukan pada Aula Balai Desa diikuti 10 orang karang taruna desa Simoketawang.



Hasil tahap II ini antara lain :

Media konten yang dihasilkan benar – benar memuaskan serta memenuhi kriteria informasi yang bernilai sebagai pendamping media konten yang dihasilkan.



Pemberian pelatihan tentang proses produksi media konten yang baik agar dapat mempertahankan dan meningkatkan kualitas produksi media konten serta dapat meningkatkan para audiens yang bersaing. Target kegiatan yang harus terlaksana dalam pendampingan terhadap mitra guna meningkatkan kuantitas dan kualitas media konten adalah dengan pendampingan penulisan media konten yang dibutuhkan, pendampingan

dalam peningkatan kualitas dengan desain dan inovasi hingga monitoring dan evaluasi hasil pendampingan. Pendekatan yang ditawarkan untuk meningkatkan pengembangan karang taruna terkait media konten di Desa wisata adalah dengan memberikan pelatihan, pendampingan strategi pembuatan media konten dengan tepat.

Tabel 1. Kegiatan dan Hasil yang telah dicapai

No	Kegiatan yang dilakukan	Hasil yang dicapai
1	<i>Koordinasi antara anggota Tim pelaksana dengan pihak mitra kelompok karang taruna</i>	<i>Kesepakatan rencana kegiatan dan bentuk partisipasi mitra untuk pelaksanaan pengabdian masyarakat Matching Fund kepada kelompok karang taruna wisata klengkeng Simoketawang.</i>
2	<i>Pelatihan pembuatan media konten yang baik.</i>	<i>Mitra memahami dan menerapkan dalam produksi batik ecoprint untuk bahan baku yang dipergunakan untuk batik daun kelengkeng.[8]</i>
5	<i>Penyerahan hasil media konten yang dihasilkan untuk latihan secara mandiri pada pembuatan media konten wisata klengkeng desa Simoketawang Sidoarjo.</i>	<i>Melalui pelatihan dari nara sumber pembuatan media konten.</i>
6	<i>Monitoring evaluasi dari pendampingan berkelanjutan</i>	<i>Pengawasan kualitas dengan terus mendampingi melalui grup whatsapp agar dapat membantu pengawasan kualitas media konten ke banyak pelanggan di tempat lokasi mitra pendamping terutama kepada kalangan masyarakat serta akademisi di universitas..</i>

Pengendalian Proses Produksi Batik Ecoprint Fungsi Aktivitas Pengendalian Produksi antara lain:

1. *Memaksimalkan tingkat media konten yang dihasilkan agar dapat meningkatkan para audiens.*
2. *Meminimumkan investasi dengan pengerjaan produk berdasarkan pesanan dari konsumen.*
3. *Efisiensi operasi produksi setelah barang mulai berkurang.*

Manfaat yang didapatkan bagi konsumen :

1. **Mempromosikan Konten.** *Mempromosikan produk/jasa pada media sosial sebagai cara yang baik untuk menampilkan pesan Anda kepada khalayak luas. Tak hanya pelanggan eksisting, di media sosial dapat juga menjangkau pelanggan-pelanggan baru potensial. Dengan kata lain, upaya ini berpotensi menumbuhkan jumlah pelanggan Anda. Selain itu, mempromosikan konten melalui media sosial cenderung lebih cost-efficiency dibandingkan berpromosi melalui media konvensional.*
2. **Mendekatkan Audiens** *Pesan yang didistribusikan melalui media sosial bisa mendekatkan diri antara merek dan audiens. Namun, hal ini bisa digapai dengan tidak mudah. Jangan jadikan media sosial sebagai ‘etalase dagangan’ secara membabi-butu. Tidak semua pengguna sosial merupakan orang yang hendak berbelanja saat berselancar di media sosial. Konten informatif dan edukatif terkadang memiliki keterikatan emosional yang lebih tinggi daripada konten-konten berbau marketing. Sesekali, tanyakan kepada audiens Anda apa yang mereka inginkan. Berbagi cerita atau knowledge sharing—meski terdengar remeh-temeh—bisa mendorong audiens Anda semakin dekat dengan Anda. Kuis atau giveaway juga menjadi selingan menarik di tengah rutinitas audiens.*
3. **Ketepatan Waktu Penyelesaian.** *Dengan tepatnya waktu penyelesaian barang sebagai hasil adanya perencanaan dan pengawasan produksi, maka konsumen tidak perlu menunda-nunda kebutuhan mereka.*
4. **Membuat Viral.** *Saat ini, mendistribusikan pesan melalui media sosial belum tentu cukup. Makin banyaknya merk yang menjejalkan konten di media sosial—seiring pertumbuhan pengguna media sosial—membuat satu posting-an cepat ‘tenggelam’ dengan berbagai*

posting-an baru. Namun, beda halnya dengan konten viral yang akan bertahan lebih lama di jejaring sosial. Saat orang-orang share produk/jasa Anda dengan jaringan mereka, dan jaringan mereka mengikuti, konten Anda menyebar secara masif di internet, berpotensi mendapatkan ribuan atau bahkan jutaan ‘likes’ atau ‘comments’. Di sinilah tantangan bagi merk untuk menjadi viral yang tentu saja bukanlah tugas yang mudah, tetapi tanpa media sosial, itu hampir tidak mungkin..

Tahap III merupakan kegiatan pendampingan melalui survey langsung untuk mengkonfirmasi apakah pelaku usaha telah mampu membuat produksi sendiri dan memasarkan serta dapat memanager bisnis yang telah berjalan.

4. Kesimpulan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang berupa matching fund ini bertujuan untuk memberdayakan masyarakat khususnya Para konten creator di Wisata kelengkeng di Desa Simoketawang Kecamatan Wonoayu Kabupaten Sidoarjo khususnya meningkatkan pengetahuan tentang peningkatan sumber daya manusia, serangkaian kegiatan telah dilakukan di dalam salah satu pelaksanaan program matching fund Untag Surabaya. Mulai dari kegiatan pelatihan hingga menghasilkan produk yang berdaya jual tinggi. Dalam pelaksanaan kegiatan matching fund ini mitra menunjukkan antusiasme dan semangat yang luar biasa dalam mendukung kampung wisata kelengkeng dan mengikuti pelatihan ini, Kegiatan yang dilaksanakan dapat memberikan solusi terhadap permasalahan didalam produksi media konten. Untuk semakin mengembangkan produk media konten dari Kampung wisata kelengkeng kedepannya perlu juga diberikan berbagai pelatihan lain seperti bagaimana menulis media konten yang baik dan menghasilkan media konten yang positif. Diharapkan melalui pelatihan tersebut, proses produksi media konten yang dilakukan dapat menjadi lebih efisien dan para calon audiens akan meningkat.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terimakasih diberikan kepada Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Rektor UNTAG Surabaya, Kepala Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) UNTAG Surabaya

dan perangkat pemerintahan Desa Simoketawang yang telah memfasilitasi kegiatan pengabdian masyarakat *matching fund* di Kampung Wisata Kelengkeng Desa Simoketawang Kecamatan Wonoayu Kabupaten Sidoarjo. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada para karang taruna yang telah mengikuti kegiatan pengabdian kepada masyarakat.

Referensi

- Adinda F.D., I Putu G.S., Ni Nyoman K.Y. (2017). **Peran Inovasi Produk Memediasi Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran IMK Sector Industri**. *eJurnal Manajemen*. Unud vol 6 No.9 ,2017: 4978-5004, ISSN: 2302-8912. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unud Bali.
- Afifah dan Gustina. (2016). **Investigasi Orientasi dan Pengembangan Model Penguatan Untuk Pengusaha Kecil dan Menengah: Sebuah Kajian Empirik**. *Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis dan Kewirausahaan*, 10(1)
- Arsyad, L. (2015). **Ekonomi Pembangunan**. Edisi Kelima. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- As'ari, A H. (2015). **Peran UKM Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia**. <http://ariejayuz.blogspot.com>
- Erna, F.S. & Pantja D. (2015). **Upaya mencapai loyalitas konsumen dalam perspektif sumber daya manusia**. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan published by Faculty of Business and economics, Petra Christian University*. ISSN:1411-143,P.e.ISSN 2338-8234. DOI.HTTTPS://DOI.ORG/10.9744/MK.6.1
- Frinces, Z.Heflin (2011) **Be An Entreprenneur (jadilah Seorang Wirausaha) Kajian Strategis Pengembangan Kewirausahaan**. Yogyakarta . Graha Ilmu
- Irawan, B.R. (2015). **Dampak inovasi produk Terhadap kinerja pemasaran**. *Jurnal S Agora*, 3(1): 127-137.
- Jurriëns, E., & Tapsell, R. (2017). *Challenges and opportunities of the digital “revolution” in Indonesia*. In E. Jurriëns & R. Tapsell (Ed.), *Digital Indonesia: Connectivity and Divergence* (hal. 1–18). Singapore: ISEAS Publishing.
- Kusuma, D. F., & Sugandi, M. S. (2018). **Strategi pemanfaatan Instagram sebagai media komunikasi pemasaran digital yang dilakukan oleh Dino Donuts**. *Jurnal Manajemen*

Komunikasi, 3(1)

Mendayun, I., & Sjachro, W. (2018). Efek komunikasi massa program Citizen Report di radio PRFM Bandung. Kajian Jurnalisme, 02, 98–114.

