

**PEMBERDAYAAN EKONOMI PEREMPUAN
BERBASIS MAJLIS TA'LIM MELALUI
STRATEGI PEMASARAN *HOME INDUSTRY* KERUPUK**

Siti Rumilah dan Ummiy Fauziyah Laili
(Prodi Akuntansi – UIN Sunan Ampel Surabaya)
st.rumilah@gmail.com dan ummiyfauziyah@gmail.com

Abstract

This community service program is a form of campus academic activities to help overcome the economic problems of rural communities, especially village women who in fact in terms of the economy are less productive. The main aim of this program is to increase the economic potential of village women based on Majelis Ta'lim. This is done to face the challenges for Small and Median Enterprises (UKM) to increase competitiveness through increasing productivity and quality of products according to the Indonesian National Standard (SNI), especially for rural home industries, especially women farm laborers to use their time optimally to improve family welfare. They not only rely on rice fields (tandur) and the harvest period, which is approximately three months' waiting period. They not only depend on the natural and environmental conditions that exist, but also are able to take advantage of the existing potential to make a more economic contribution to the household. With the ABCD method, the companton made a change of mindset while conducting marketing strategy training on the production of crackers which had been carried out by several members of the Ta'lim Assembly, by providing training in marketing strategies with product targets, distribution, pricing, and promotion strategies that had followed developments (on line marketing), so that the selling power increases. Paying attention to the SWOT analysis, namely strengths, weaknesses, opportunities, and threats can generally be overcome because the people in Bakalan Village, Grogol Subdistrict, Kediri Regency, especially Majelis Ta'lim Muslimah have a strong and maintained network of friendship through routine recitation, so that this economic activity remains can be done.

Keyword : ABCD, Majelis Ta'lim, Marketing Strategy, Crackers

Pendahuluan

Perekonomian merupakan pilar utama jalannya kehidupan suatu negara, persaingan yang ketat menyebabkan beberapa negara mengambil kebijakan untuk mengatasi masalah ekonomi negara. Salah satu upaya negara Indonesia dalam menghadapi persaingan global dengan memberlakukan perdagangan kawasan Asia Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA). MEA ini menghasilkan beberapa kesepakatan, salah satunya membentuk pasar bebas ASEAN yang berbasis produksi dan terintegrasi sehingga akan terjadi arus pemasaran barang dan jasa, tenaga kerja ahli, modal, investasi, secara bebas. Untuk menyambut itu maka UKM (Usaha Kecil Menengah) harus semakin bersaing dengan melakukan berbagai upaya diantaranya adalah peningkatan dan pengembangan kualitas dan produktifitas produk. Harapan ini

disampaikan oleh Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah yang membidik peningkatan kualitas produk UKM dengan menyesuaikan produk UKM dengan kebutuhan pasar yang sesuai dengan Standar Nasional Indonesia (SNI).¹

Perguruan tinggi sebagai pihak akademisi bisa berperan penting dalam upaya perbaikan daya saing ekonomi masyarakat dan kualitas UKM terutama UKM yang berkembang di pedesaan merupakan tugas yang harus dibebankan pada semua pihak termasuk akademisi dan pemerintah, dengan sinergisitas yang efektif dari semua pihak inilah maka pengembangan dan peningkatan daya saing UKM dipedesaan yang secara umum ekonominya tertinggal akan lebih mudah dilaksanakan dan akan mencapai pemasaran yang professional.

Dosen sebagai akademisi perguruan tinggi dapat mengimplementasikan kewajiban tridharma perguruan tingginya dengan melakukan pengabdian masyarakat berupa pendampingan entrepreneur, riset, dan inkubasi usaha. Pada perguruan tinggi islam memiliki peran utama menjadi ganda yaitu dengan mengintegrasikan visi keislaman dan tugas pengabdianannya. Sehingga pemikiran dan energy yang harus disiapkan menjadi lebih besar.

Untuk itu maka pendampingan usaha kecil di desa sebagai bentuk riil pengabdian masyarakat berbentuk pendampingan usaha, bias diimplementasikan dalam berbagai bentuk, seperti pendampingan usaha kecil pada ibu-ibu yang berprofesi sebagai buruh tani di *Desa Bakalan Kecamatan Grogol Kabupaten Kediri*. Mereka awalnya hanya mengandalkan kegiatan *tandur* (menanam padi) saat musim tanam di desa tersebut. Setelah masa tanam selesai, mereka hanya menunggu masa panen tiba. Kurang lebih tiga bulan mereka menunggu.

Kondisi Masyarakat Sebelum Pendampingan

Jamaah Majelis Taklim Musholla Ar Royyan didominasi oleh ibu-ibu dan remaja putri di lingkungan musholla Ar-Royyan. Secara umum perekonomian jamaah adalah dikategorikan miskin dengan pekerjaan suami mereka rata-rata adalah buruh tani dan buruh bangunan, sedangkan sebagian besar para istri adalah ibu rumah tangga.

Pada awalnya ibu-ibu umumnya bekerja sebagai buruh tani untuk menopang kebutuhan perekonomian keluarga. Namun, secara nyata pekerjaan tersebut semakin berkurang seiring berkurangnya lahan sawah dan modernisasi alat pertanian yang ada. Mereka cukup bisa membantu memenuhi kebutuhan makan sehari-hari. Rata-rata pendapatan sehari sebagai buruh tani mendapat upah Rp 25.000,00 Pekerjaan ini tidak selalu ada karena para ibu-ibu hanya bisa bekerja ketika musim tanam padi dan

¹ News Online, "Peran UMKM hadapi MEA", dikutip dari www.jatengprov.go.id/ diakses 8 Maret 2018

jagung saja. Jika tidak pada saat musim tanam maka ibu-ibu tidak bisa bekerja dan hanya mengandalkan penghasilan suami saja.

Seiring dengan semakin berkembangnya teknologi pertanian maka pekerjaan sebagai buruh tanipun makin tergeser. Lahan sawah yang semakin berkurang karena banyaknya lahan yang dijadikan bangunan menyebabkan pekerjaan buruh tani tidak lagi bisa diandalkan. Lahan sawah tempat mereka bekerja sebagian sudah berganti perumahan.

Selain dengan berkurangnya lahan sawah, pekerjaan para buruh tani pun juga mulai tergantikan dengan peralatan teknologi pertanian yang semakin berkembang dan dinilai lebih efektif daripada dengan menggunakan tenaga manusia. Alat-alat pertanian untuk tanam padi dan jagung pun sudah mulai banyak digunakan. Hal ini menyebabkan para ibu-ibu buruh tani kehilangan lapangan pekerjaan yang mereka andalkan untuk menopang perekonomian keluarga.

Bermula dengan kondisi dampungan tersebut, mereka memanfaatkan masa tunggu panen tersebut untuk memanfaatkan waktu dengan memproduksi krupuk dari bahan dasar tahu dan memasarkannya secara tradisioanal. Mereka hanya menjajakan di depan rumah atau menjualnya kepada anggota masyarakat setempat untuk mengenalkan produknya. Kondisi inilah yang menjadi perhatian sekaligus motivasi bagi peneliti bersama-sama masyarakat mitra untuk bergerak dan mewujudkan kehidupan masyarakat di desa tersebut untuk menemukan solusinya, terutama terkait strategi pemasaran hasil produksi. Sehingga mampu meningkatkan perekonomian masyarakat.

Peneliti memilih dampungan Perempuan Buruh Tani berbasis Majelis Ta'lim antara lain dengan beberapa pertimbangan, yaitu:

- a. Mayoritas mereka adalah ibu-ibu rumah tangga dengan pekerjaan tidak tetap, yakni menjadi buruh tani saat musim tanam.
- b. Selama menunggu masa panen, mereka menganggur.
- c. Sebagian dari mereka tidak bekerja, sehingga mereka mencari alternatif kerja lain untuk menopang kehidupan keluarga yaitu dengan mengemas krupuk goreng.
- d. Peluang kerja di desa tersebut sangat minim
- e. Mereka memiliki skill entrepreneurship yang minim
- f. Penghasilan mereka tidak memenuhi kebutuhan sehari-hari.
- g. Usaha krupuk goreng hanya dipasarkan di depan rumah atau dijajakan kepada anggota jamaah saja, sehingga strategi pemasaran perlu dioptimalkan.

Berdasarkan pertimbangan tersebut, perlu langkah-langkah konkret guna memberikan kesadaran sekaligus tindakan nyata bagi masyarakat untuk melakukan perubahan pola pikir sekaligus tindakan riil agar perekonomian masyarakat terjadi

peningkatan. Mereka tidak hanya bergantung pada kondisi alam dan lingkungan yang ada, namun juga mampu memanfaatkan potensi yang ada guna lebih memberikan kontribusi ekonomi rumah tangga, sehingga kesejahteraan masyarakat pun tercapai.

Pada saat proses pendampingan pada ibu-ibu jamaah mushalla, muncul kesadaran akan masalah yang dihadapi, modal utama yang bias dijadikan sumber energy adalah adanya kemauan untuk berubah, munculnya sikap yang mendukung, kerjasama dan antusiasme dalam mendapatkan informasi untuk mendorong kemajuan dan perbaikan usaha selama kegiatan pendampingan ini dilaksanakan.

Sedangkan pasca pendampingan ibu-ibu jama'ah Mushalla, maka output dari kegiatan pendampingan ini nantinya ibu-ibu jama'ah musholla diharapkan mampu mampu memproduksi, packing, dan memberi label produk aneka kerupuk dan camilan kemasan secara profesional sesuai standar SNI, melakukan manajemen usaha meliputi pencatatan, distribusi, pelaporan, dan evaluasi, memperluas target pemasaran produk kerupuk dan camilan kemasan berbasis pemasaran, dan terwujud kelompok usaha aneka kerupuk dan camilan kemasan berbasis majlis ta'lim, sehingga komunitas usaha setidaknya dapat mengimplementasikan usaha sesuai dengan prinsip-prinsip dan kaidah etika bisnis Islam dan komunitas usaha dapat dengan mudah mendapatkan akses dukungan baik dari pemerintah desa setempat, pemerintah daerah, maupun dinas koperasi dan UMKM setempat.

Beberapa penelitian sejenis (terdahulu) yang pernah dilakukan di berbagai daerah menunjukkan adanya manfaat yang positif pada peningkatan ekonomi masyarakat. Terlebih pada pemanfaatan potensi alam dan potensi tenaga kerjanya untuk meningkatkan perekonomian masyarakat. Beberapa penelitian tersebut antara lain terdapat pada beberapa judul berikut:

- a. Pemberdayaan Usaha Kecil Berbasis Produk Pertanian Studi kasus Kelompok Wanita Tani (KWT) Krindo Wanito Dusun Kadipolo Sendangtirto Berbah Sleman.²
- b. Pemberdayaan Ekonomi Perempuan Tani Berbasis Kelembagaan.³
- c. Diversifikasi menjadi produk selai dan peningkatan mutu Jus Aloe vera di SIGMA food Sawangan Depok.⁴

² Nurul Hidayah, "Pemberdayaan Usaha Kecil Berbasis Produk Pertanian Studi kasus Kelompok Wanita Tani (KWT) Krindo Wanito Dusun kadipolo Sendangtirto Berbah Sleman", *Laporan Penelitian*, Universitas Islma Negeri Sunan Kalijaga (2012).

³ Bambang Susilo, "Pemberdayaan Ekonomi Perempuan Tani Berbasis Kelembagaan", *Jurnal Muwazah*, Vol.2, No.2, Desember (2010),1

⁴ Ismiyati dkk, "Diversifikasi menjadi produk selai dan peningkatan mutu Jus Aloe vera di SIGMA food Sawangan Depok", *Jurnal Pengabdian Masyarakat UGM* diakses dari <https://jurnal.ugm.ac.id/jpkm> tanggal 11 Agustus 2018, Vol.3, No.2, Maret (2018),1

Kajian Pustaka

Secara umum pengembangan masyarakat (*Community Development*) adalah kegiatan pengembangan masyarakat yang dilakukan secara sistematis, terencana, dan diarahkan untuk memperbesar akses masyarakat guna mencapai kondisi sosial, ekonomi, dan kualitas kehidupan yang lebih baik. Selain itu, ada beberapa definisi pengembangan masyarakat menurut para ahli. Dalam pendampingan ini menggunakan pendekatan pengembangan masyarakat berbasis aset atau biasa dikenal dengan sebutan pendekatan ABCD (*Asset Based Community Development*).

Pada hakikatnya pemberdayaan merupakan penciptaan suasana atau iklim yang memungkinkan potensi masyarakat berkembang (*enabling*). Logika ini didasarkan pada asumsi bahwa tidak ada masyarakat yang sama sekali tanpa memiliki daya. Setiap masyarakat pasti memiliki daya, akan tetapi kadang-kadang mereka tidak menyadari atau daya tersebut masih belum diketahui secara eksplisit. Oleh karena itu daya harus digali dan kemudian dikembangkan. Jika asumsi ini berkembang maka pemberdayaan adalah upaya untuk membangun daya, dengan cara mendorong, memotivasi dan membangkitkan kesadaran akan potensi yang dimiliki serta berupaya untuk mengembangkannya. Selain itu, hendaknya pemberdayaan jangan menjebak masyarakat dalam perangkap ketergantungan (*charity*), pemberdayaan sebaliknya harus mengantarkan pada proses kemandirian.

Menurut Undang-undang Republik Indonesia Nomor 11 tahun 2009, kesejahteraan Sosial adalah kondisi terpenuhinya kebutuhan material, spiritual, dan sosial warga negara agar dapat hidup layak dan mampu mengembangkan diri, sehingga dapat melaksanakan fungsi sosialnya, dan penyelenggaraan kesejahteraan sosial adalah upaya yang terarah, terpadu, dan berkelanjutan yang dilakukan Pemerintah, pemerintah daerah, dan masyarakat dalam bentuk pelayanan sosial guna memenuhi kebutuhan dasar setiap warga negara, yang meliputi rehabilitasi sosial, jaminan sosial, pemberdayaan sosial, dan perlindungan sosial. Dimana dalam penyelenggaraannya dilakukan atas dasar kesetiakawanan, keadilan, kemanfaatan, keterpaduan, kemitraan, keterbukaan, akuntabilitas, partisipasi, profesionalitas dan keberlanjutan.

Konsep pemberdayaan perempuan pada dasarnya merupakan paradigma baru pembangunan yang lebih mengasentusiasikan sifat-sifat "*people centered, participatory empowering sustainable*". Walaupun pengertiannya berbeda namun tetap mempunyai tujuan yang sama, yaitu untuk membangun daya, dengan mendorong, memotivasi, dan membangkitkan kesadaran akan potensi yang dimilikinya, serta adanya upaya mengembangkan kearah yang lebih baik. Ini berarti perempuan tidak lagi hanya berperan sebagai ibu rumah tangga yang menjalankan fungsi reproduksi, mengurus

anak dan suami atau pekerjaan domestik lainnya, tetapi sudah aktif berperan diberbagai bidang kehidupan, baik sosial, ekonomi maupun politik.⁵

Strategi Pendekatan ABCD (*Asset Based Community Development*)

Pendekatan ABCD merupakan pendekatan yang mengarah pada pemahaman dan internalisasi asset, potensi, kekuatan, dan pendaayagunaannya secara mandiri dan maksimal. Asset adalah segala sesuatu yang berharga, bernilai sebagai kekayaan atau perbendaharaan. Segala yang bernilai tersebut memiliki guna untuk memenuhi kebutuhan.

Strategi yang digunakan oleh fasilitator yang dilakukan bersama masyarakat untuk terwujudnya pendampingan adalah:

a. *Discovery* (penemuan)

Tahap *Discovery* adalah proses pencarian yang mendalam tentang hal-hal positif, hal-hal terbaik yang pernah dicapai, dan pengalaman-pengalaman keberhasilan di masa lalu. Proses ini dilakukan dengan wawancara apresiatif. Beberapa contoh pertanyaan apresiatif yang dilakukan pada tahap ini antara lain: a) Ceritakan pengalaman terbaik yang pernah ada?, b) Hal apa yang sangat bernilai dari diri Anda?, c) Hal-hal apa yang menjadi sumber kehidupan Anda, yang tanpa hal tersebut Anda akan mati?, d)Sebutkan 3 harapan yang Anda miliki untuk meningkatkan kekuatan dan efektifitas Anda?

b. *Dream* (impian)

Berdasarkan informasi yang diperoleh dari tahap sebelumnya, orang kemudian mulai membayangkan masa depan yang diharapkan. Pada tahap ini, setiap orang mengeksplorasi harapan dan impian mereka baik untuk diri mereka sendiri maupun untuk organisasi. Inilah saatnya orang-orang memikirkan hal-hal besar dan berpikir *out of the box* serta membayangkan hasil-hasil yang ingin dicapai.

c. *Design* (merancang)

Pada tahap *Design* ini, orang mulai merumuskan strategi, proses dan sistem, membuat keputusan dan mengembangkan kolaborasi yang mendukung terwujudnya perubahan yang diharapkan. Pada tahap ini semua hal positif di masa lalu ditransformasi menjadi kekuatan untuk mewujudkan perubahan yang diharapkan (*dream*).

⁵ R., Saptari dan & Holzner, B. *Perempuan Kerja dan Perubahan Sosial: Sebuah Pengantar Studi Perempuan*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti, 1997

d. **Define (menentukan)**

Pada tahap *Define* ini, orang mulai menentukan langkah apa yang harus dilakukan untuk merealisasikan strategi yang telah dirancang untuk mewujudkan perubahan yang diharapkan

e. **Destiny (memastikan)**

Tahap *Destiny* adalah tahap dimana setiap orang dalam organisasi mengimplementasikan berbagai hal yang sudah dirumuskan pada tahap *Design*. Tahap ini berlangsung ketika organisasi secara kontinyu menjalankan perubahan, memantau perkembangannya, dan mengembangkan dialog, pembelajaran dan inovasi-inovasi baru.

Prinsip pengembangan masyarakat berbasis aset (ABCD) sebagai berikut: Setengah terisi lebih berarti, Semua punya potensi, Partisipasi, Kemitraan, Penyimpangan positif, Berasal dari dalam masyarakat, dan Mengarah pada sumber energi.⁶

Metode

Kegiatan pendampingan dilakukan berdasarkan pendekatan ABCD (*Asset Based Community Development*). Dalam pendekatan tersebut terdapat tahapan-tahapan dan juga langkah-langkah yang harus dilakukan. Langkah-langkah pendampingan antara lain; 1) Mempelajari dan Mengatur Skenario, 2) Menemukan Masa Lampau, 3) Memimpikan Masa Depan, 4) Memetakan Aset, 5) Menghubungkan dan Menggerakkan Aset/Perencanaan Aksi, dan 6) Pemantauan, Pembelajaran dan Evaluasi.

Sedangkan langkah-langkah pendampingan sebagaimana tersebut di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

Tahap 1 : Mempelajari dan Mengatur Skenario.

Dalam *Appreciative Inquiry* (AI) Pendamping tahap ini tim memanfaatkan waktu untuk mengenal orang-orang dan tempat di mana perubahan akan dilakukan. Artinya Tim melakukan inkulturasi dengan lingkungan dan masyarakat dalam hal ini komunitas majelis taklim muslimat fatayat NU Desa Bakalan Kecamatan Grogol Kabupaten Kediri serta jajaran struktur elitis desa. Tujuan dari tahap ini adalah membangun kepercayaan komunitas dan memfasilitasi kelompok komunitas untuk menjadi *agent of change*.

⁶ Nadhir Salabuddin, dkk, *Panduan KKN ABCD UIN Sunan Ampel Surabaya*, (LPPM IAIN Sunan Ampel Surabaya, 2015), hal. 26.

Sementara inkulturasi dengan jajaran elitis tujuannya adalah untuk menginformasikan adanya rencana pendampingan kepada komunitas dan menginformasikan tentang keberadaan, kondisi, serta problem usaha yang dikelola ibu-ibu jamaah musholla dan peluangnya dalam penguatan perekonomian keluarga dan desa. Serta perlunya upaya edukasi, pendampingan, dan pelebagaan usaha kecil yang dikelola dalam sebuah kelompok usaha.

Tahap 2 : Menemukan Masa Lampau

Pada tahap ini tim berusaha mengungkap (*discover*) hal-hal apa yang memberi kemampuan komunitas untuk tiba di titik ini dalam rangkaian perjalanannya dan menelaah sukses dan kekuatan, elemen dan sifat khusus apa yang muncul dari telaah cerita-cerita yang disampaikan oleh komunitas.

Tahap 3 : Memimpikan Masa Depan

Tahap ini, tim mendorong komunitas menggunakan imajinasinya untuk membuat gambaran positif tentang masa depan mereka.

Tahap 4: Memetakan Aset

Pemetaan aset ini bertujuan agar komunitas belajar kekuatan yang sudah mereka miliki sebagai bagian dari kelompok. Apa yang bisa dilakukan dengan baik sekarang dan siapa di antara mereka yang memiliki keterampilan atau sumber daya alam yang ada di desa. Perwakilan kelompok diundang untuk berbagi kekuatan demi kebaikan seluruh kelompok atau komunitas.

Pemetaan dan seleksi aset dilakukan dalam 2 (dua) tahap, yaitu :

- a. Memetakan aset komunitas atau bakat, kompetensi dan sumber daya sekarang.
- b. Seleksi mana yang relevan dan berguna untuk mulai mencapai mimpi komunitas.

Tahap 5 : Menghubungkan dan Menggerakkan Aset/Perencanaan Aksi

Tujuan penggolongan dan mobilisasi aset adalah untuk langsung membentuk jalan menuju pencapaian visi. Hasil dari tahapan ini harusnya adalah suatu rencana kerja yang didasarkan pada apa yang bisa langsung dilakukan. Kunci dari tahapan ini, tim meyakinkan komunitas bahwa mereka bisa mulai memimpin proses pembangunan lewat kontrol atas potensi aset yang tersedia dan tersimpan.

Tahap 6 : Pelibatan Stakeholder

Pihak-pihak yang terlibat dalam pendampingan antara lain Kepala desa, Pengurus Mushalla, Pengurus Muslimat, Fatayat Desa Bakalan Kecamatan Grogol Kabupaten Kediri, Dinas Koperasi, UKM dan Disperindag Kabupaten Kediri melalui program-

program yang terkait dengan pemberdayaan kelompok usaha masyarakat. Masing-masing berperan sebagai berikut:

- a. Pemerintah desa sebagai pihak yang mempunyai wilayah dampingan. Mereka memberi dukungan dalam kegiatan ini dan selanjutnya memberikan support untuk dilakukan pendampingan dan pembentukan kelompok usaha perempuan.
- b. Pengurus Musholla Ar-royyan sebagai pihak penyedia tempat pelatihan dan koordiantor kegiatan Musholla serta menjadi motor penggerak ibu-ibu jamaah untuk terlibat dalam pelatihan tentang strategi Pemasaran.
- c. Pengurus Muslimat dan Fatayat desa selaku penanggung jawab kegiatan pemberdayaan perempuan di Desa Bakalan Kecamatan Grogol Kabupaten Kediri, sekaligus motor penggerak dalam terbentuknya kelompok usaha ibu-ibu jamaah musholla Arro'yan.
- d. Dinas Koperasi, UKM dan Disperindag Kabupaten Kediri melalui program-program yang terkait dengan pemberdayaan kelompok usaha masyarakat.

Tahap 7: Pemantauan, Pembelajaran dan Evaluasi

Tahap akhir pemberdayaan dengan metode ABCD adalah pemantauan, pembelajaran, dan evaluasi. Pemantauan disertai dengan refleksi yang berbentuk narasi.

Dari tahapan di atas, maka dapat dirinci dalam matriks pelaksanaan pemberdayaan Pendampingan Manajemen Usaha Kecil bagi Jamaah Musholla Ar-royyan sebagai berikut:

Tabel 1
Pelaksanaan Pendampingan Strategi Pemasaran
Home Industry Krupuk dengan Berbasis Majelis Ta'lim
Desa Bakalan - Kecamatan Grogol - Kabupaten Kediri

Tahap	Tujuan	Kegiatan	Alat/Media	Bukti
Inkulturasasi	Komunitas mengetahui maksud kehadiran Tim pengabdian	Silaturahmi ke Kepala Desa, Pengurus Muslimat dan Fatayat, Majelis Taklim muslimah mushalla putri, dan tokoh masyarakat	alat tulis dan telephon genggam	Catatan Lapangan dan foto
	Munculnya kepercayaan dari komunitas terhadap tim pengabdian	Mengikuti majelis Taklim atau kegiatan yang diadakan muslimat dan fatayat		Catatan Lapangan dan foto
	Tim pengabdian, memfasilitasi kelompok masyarakat yang ada sebagai <i>coregroup</i>	Pembentukan <i>coregroup</i>		Susunan personalia <i>core group</i>

Discovery	Tim pengabdian mengidentifikasi aset dan potensi desa	Melakukan pemetaan aset melalui FGD dan interview	<i>Appreciative inquiry, community map, transect, individual skill inventory</i> , analisa sirkulasi keuangan masyarakat	Hasil pemetaan fisik, <i>field note</i>
Design	Mengetahui aset yang dimiliki	Mensosialisasikan hasil pemetaan aset kepada masyarakat dan aparat desa setempat	Low hanging fruit, diagram venn, diagram alur	Foto dan hasil FGD
	Mengidentifikasi peluang	Mengidentifikasi peluang dan komitmen		Pelatihan Gerai dan Web Ar-royyan Shop
		Merencanakan program kerja		Tabel program kerja
Define	Terlaksananya prioritas program kerja	Memfasilitasi pelaksanaan program pilihan masyarakat	Lembar monitoring/ evaluasi, <i>design</i> program kerja	<i>Field note</i> kegiatan, Gerai, dan Web Ar-royyan Shop
Refleksi	Mengetahui sejauh mana Program membawa dampak perubahan	Melakukan monitoring kegiatan	Lembar monitoring	Hasil monitoring dan jurnal refleksi.

Berdasarkan tabel 1 di atas, maka dapat disajikan ke dalam bagan proses pendampingan strategi pemasaran usaha bagi jamaah Mushalla Ar-royyan sebagai berikut:

Gambar 1.
Skema Pendampingan Strategi Pemasaran Usaha Kecil



Inkulturasasi

Sebagai orang luar yang datang ke suatu daerah dengan tujuan untuk melakukan pendampingan terhadap pola kehidupan masyarakat untuk mengembangkan potensi yang ada di daerah tersebut. Maka memperkenalkan diri, menyampaikan maksud dan tujuan serta dari mana kita berasal. Hal itulah yang dilakukan oleh Pendamping di

Desa Bakalan. Perkenalan tersebut penting dilakukan agar kedatangan Pendamping bisa diterima dan juga mendapat dukungan dari masyarakat sekitar.

Langkah awal yang dilakukan oleh pendamping dengan cara memperkenalkan diri kepada perangkat desa Bakalan, kemudian dilanjutkan silaturahmi dengan warga sekitar khususnya anggota jamaah putri Musalla ar-Royyan di desa bakalan. Adapun masing-masing pertemuan mendapatka informasi yang dipaparkan sebagai berikut:

Pertama: Melakukan perkenalan non-formal dan mengajukan beberapa pertanyaan tentang kegiatan yang ada di desa Bakalan, kegiatan ekonomi masyarakat, khususnya untuk kaum perempuan. Selain itu terkait jumlah penduduk, profesi, agama, dan tradisi juga tidak lupa sebagai awal penggalian data. Selanjutnya pertemuan kepada anggota jamaah musalla Ar-royyan juga dilakukan. Kebetulan anggota tersebut adalah anggota muslimat di desa Bakalan.

Kedua: Pertemuan bersama jamaah Ar-royyan. Beliau juga anggota Muslimat. Disini pendamping mendapat informasi tentang kegiatan jamaah di musallah Ar-royyan di Desa Bakalan. Selain itu, Pendamping juga mendapat informasi tentang aktivitas ekonomi perempuan di desa Bakalan. Pendamping juga disarankan bersilaturahmi dengan Ketua Fatayat dan kader-kader lainnya untuk mendapatkan informasi yang lebih lengkap tentang kegiatan kerohanian sekaligus kegiatan ekonomi anggota muslimat maupun fatayan di Desa Bakalan.

Ketiga: Pertemuan dengan beberapa perempuan buruh tani yang mempunyai usaha home industry kerupuk di Desa Bakalan. Pendamping mendapat informasi tentang mulai dari kegiatan yang dilakukan warga sekitar seperti yasin dan tahlil seminggu sekali yang dilakukan secara bergilir serta aktivitas harian. Di Desa ini juga mempunyai organisasi diantaranya PKK, Koperasi Wanita, dan lain-lain.

Stakeholder yang terlibat dalam pendampingan antara lain Kepala desa, Pengurus Mushalla, Pengurus Muslimat, Fatayat Desa Bakalan Kecamatan Grogol Kabupaten Kediri, Dinas Koperasi, UKM dan Disperindag Kabupaten Kediri melalui program-program yang terkait dengan pemberdayaan kelompok usaha masyarakat. Beberapa pertimbangan yang mendasari pengabdian ini adalah:

a. *Resources* yang dimiliki dari Tim Pengabdian

Tim pengabdian merupakan personal yang mempunyai pengalaman dalam pendampingan dan pengabdian masyarakat. Beberapa tahun menjadi pembimbing KKN berbasis ABCD dan PAR yang diterjunkan ke masyarakat desa yang fokusnya adalah pemberdayaan masyarakat. Selain sebagai dosen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang aktif di laboratorium bisnis dan usaha, juga mempunyai keilmuan yang selaras dengan fokus pengabdian yaitu ekonomi Islam yang di dalamnya mengkaji ekonomi Islam dan manajemen bisnis Islam.

b. *Resources* yang dimiliki dari masyarakat dampingan

Resources yang dimiliki dari masyarakat, antara lain:

1. Pengurus mushalla dan jamaah proaktif dalam setiap kegiatan
2. Beberapa dari jamaah menjadi anggota Fatayat Kecamatan.

c. *Resources* Mitra

Dinas Koperasi, UMKM, dan Disperindag Kabupaten Kediri pada divisi pembinaan UKM

Hasil dan Pembahasan**a. Pemberdayaan Ekonomi Majelis Ta'lim Perempuan**

Asset Based Community Development (ABCD) adalah metodologi penelitian yang bertujuan menggali sumber daya dan potensi masyarakat sebagai upaya untuk pembangunan dan perubahan masyarakat yang berkesinambungan. Pemberdayaan Masyarakat dengan Metode ABCD adalah tindakan metode penelitian yang berkonsentrasi membidik potensi, aset internal, potensi kekuatan, dan pendaayagunaannya secara mandiri dan berkualitas. Aset adalah segala sesuatu yang memiliki nilai sebagai kekayaan, berharga. Segala yang memiliki nilai tersebut bermanfaat untuk mencukupi kebutuhan hidup.⁷

Langkah utama dalam upaya pembangunan ini adalah menilai sumber potesi masyarakat melalui inventarisasi kapasitas atau melalui proses lain berkomunikasi dengan warga masyarakat untuk merencanakan apa saja kegiatan, pengalaman dan kemampuan yang dimiliki, dengan mendorong masyarakat, untuk mengidentifikasi apa yang cukup mereka peduli untuk bertindak. Selanjutnya dengan menentukan bagaimana warga negara dapat bekerja bersama-sama untuk mencapai tujuan tersebut.

Dasar ide mengenai *Asset Based Community Development* (ABCD) yaitu *Asset Based Community Development Institute* yang terletak di Northwestern University di Evanston, Illinois. *Asset Based Community Development Institute* (ABCD) adalah pusat dari gerakan besar dan berkembang yang menganggap aset lokal sebagai blok bangunan utama dari pembangunan masyarakat yang berkelanjutan. Untuk itu partisipasi masyarakat menjadi sangat penting dalam kegiatan ABCD ini. Partisipasi merupakan tindakan emosi dan keterlibatan psikologi seseorang untuk mencapai tujuan dan turut serta bertanggungjawab.

⁷ Agus Afandi, dkk, *Modul Participatory Action Research*, (Surabaya: LPPM UIN Sunan Ampel, 2014), 308.

Sebagian ilmuwan berpendapat berbeda mengenai konsep partisipasi.⁸ Partisipasi membangun keterampilan penduduk setempat, kekuatan organisasi dan komunitas lokal, serta fungsi mendukung pemerintah dan lembaga lokal, pembangunan masyarakat yang berbasis aset mengacu pada potensi masyarakat untuk memperbaiki diri, masyarakat lebih berkelanjutan kuat untuk masa depan. Para pendirinya yaitu John Kretzmann dan John L. McKnight, yang berpengaruh dalam mengembangkan filosofi pengembangan masyarakat ini.

Metode ABCD membahas tentang orang-orang lokal yang bekerja bersama-sama untuk kesejahteraan tempat rumah mereka. ABCD terutama membangun hubungan tindakan untuk tujuan kolektif, jalan untuk mengorganisir kelompok-kelompok dan orang-orang dalam sebuah komunitas untuk bertindak bersama-sama untuk kebaikan bersama. Fokusnya adalah pada membangun kekuatan (kemampuan untuk bertindak secara efektif) melalui hubungan.

ABCD adalah sebuah metode pendekatan untuk menemukan asset masyarakat yang ada. Pemetaan merupakan kegiatan inti (*main project*) pada proses pendampingan ABCD. Yang terpenting pada ABCD adalah "praktek dan prinsip" untuk menggerakkan komunitas agar pindah ketindakan dengan berfokus pada masyarakat pusat, bukan orang luar. Masyarakat adalah aktor utama bukan klien. prinsip utama pengabdian pada masyarakat berbasis aset adalah memperbarui mainset masyarakat terhadap potensi dirinya sendiri. berpaku pada ketidakmampuan dan permasalahan itulah yang harus diminimalisir dengan memaksimalkan perhatian kepada potensi yang dimiliki dan sikap positif pada keadaan.⁹

Cara mobilisasi masyarakat melalui hubungan yaitu pertama menemukan apa yang cukup orang pedulikan untuk segera diberikan tindakan dalam masyarakat lokal? Apa komitmen masyarakat untuk melakukan tindakan? Motivasi untuk bertindak dapat ditemukan melalui komunikasi dengan masyarakat. Apa motivasi untuk bertindak? Apa tujuan kolektif masyarakat yang ingin diwujudkan bersama-sama? Siapa yang berkomitmen untuk bertindak? Kedua, menemukan dan melibatkan para pemimpin konektor khusus (orang yang merupakan pemimpin dalam arti masyarakat yang berarti orang dengan kepercayaan dan pengaruh) untuk membentuk kelompok pemimpin konektor. Ini adalah kelompok inti untuk melakukan tindakan kolektif yang dapat menggunakan koneksi dan

⁸ Suranto Aw, *Komunikasi Sosial Budaya*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009), 18.

⁹ Christopher Dureau, *Pembaru dan Kekuatan Lokal Untuk Pembangunan*, Australian Community Development and Civil Society Strengthening Scheme (ACCESS) Tahap II, (Agustus 2013), 14.

mereka terlibat dalam sekelompok masyarakat setempat yang bekerja sama. ABCD adalah pengorganisasian masyarakat, prinsip-prinsip dan praktek-praktek untuk membawa orang kehubungan yang berkomitmen untuk tindakan kolektif terhadap apa yang benar-benar masyarakat pedulikan untuk segera diberikan tindakan. Setiap komunitas adalah tempat yang penuh dengan hadiah yang diberikan dan peduli untuk ditemukan.

b. Pemberdayaan Ekonomi Melalui Strategi Pemasaran

Berbagai macam permasalahan ekonomi jama'ah majlis ta'lim muslimah Ar-Royyanharusnya mulai dianalisis dan disikapi dengan baik. Salah satu upaya penyikapannya adalah memetakan kembali permasalahan yang sudah ada dan mencari solusinya. Jika dilihat dari penjelasan sebelumnya maka permasalahan utamanya adalah pada penerapan strategi pemasaran pruduk kerupuk yang dihasilkan.

Berikut adalah strategi pemasaran yang selama ini menjadi target utama pada pendampingan Pemasaran Home Industri Produk Kerupuk Jama'ah Majelis Ta'lim Muslimah Musholla Ar-Royyan Desa Bakalan Kecamatan Grogol Kabupaten Kediri

1. *Segmenting*

Segmenting pada dasarnya adalah cara atau strategi untuk memetakan struktur pasar. Proses memilih nasabah berdasarkan keinginan, kekuatan, dan daya beli. Dengan *segmentation* seorang akan lebih mudah memasarkan produk sesuai kebutuhan konsumennya.

2. *Targetting*

Targetting adalah perilaku bagaimana menyeleksi, memilih, dan menguasai pasar. *Targetting* membidik upayamenseleksi pasar, tentunya hal ini sangat dipengaruhi mainset dan cara pandang seseorang terhadap pasar itu sendiri. sehingga pasar yang dinilai oleh satu orang dengan orang yang lain pastinya berbeda, yang dilakukan dengan metode segmentasi yang beragam. Sehingga dinilai penting penting untuk memahami skema dan kelompok-kelompok yang mendominasi pasar.

3. *Positioning*

suatu strategi untuk memasuki *mainset* dan pemikiran konsumenlah yang paling mendasari *positioning*. *Positioning* umumnya tidak begitu dihiraukan jika produk barang dan jasa yang ada dipasar tidak melebihi kebutuhan pasar, sehingga persaingan tidak mendominasi utama didalam pasar. dan persaingan

belum menjadi suatu yang penting. Jika persaingan sengit dah mendominasi pasar maka *positioning* akan berperan penting disini ¹⁰

Pemilihan strategi pemasaran produk *home industry* kerupuk kepada Jama'ah Majelis Ta'lim Muslimah Musholla Ar-Royyan dilakukan dengan beberapa langkah-langkah sebagai berikut :

a. Menetapkan target pemasaran

Langkah awal dalam proses pengembangan strategi pemasaran adalah segmentasi pasar. Segmentasi pasar merupakan cara memetakan pasar dengan berdasarkan kebutuhan konsumen, golongan konsumen, cara berfikir konsumen, perilaku konsumen, dan kebiasaan konsumen dalam membeli barang, cara pemakaian produk dan tujuan pembelian barang tersebut. Melalui pemetaan dan segmentasi pasar, adanya sumber daya yang terbatas mampu dioptimalkan untuk menghasilkan barang yang bias memenuhi permintaan dan kebutuhan pasar, dan juga dapat memprioritaskan kepada kegiatan yang memaksimalkan profit, serta dapat menentukan cara-cara *marketing* yang lebih optimal.

Segmentasi pasar yang dipilih pada pendampingan pemasaran home industri kerupuk Jama'ah Majelis Ta'lim Muslimah Musholla Ar-Royyan sebagai berikut:

1. Melihat potensi profesi bahwa profesi yang layak dibidik adalah toko-toko kelontong, masyarakat netizen, dan masyarakat umum, karena kebutuhan barangnya yang tinggi
2. Melihat potensi wilayah bahwa dengan makin maraknya bisnis online yang bisa menjangkau semua kalangan yang sekarang makin melek teknologi memberikan peluang pada pemasaran di seluruh wilayah yang terjangkau oleh jasa transportasi dan komunikasi tanpa terkecuali.

b. Memilih Bauran Pemasaran

Proses bagaimana seorang pengusaha dapat mempengaruhi konsumen sehingga konsumen itu jadi tahu, respect, senang dan kemudian konsumen membeli barang yang ditawarkan, hingga kemudian konsumen merasa puas dan mereka kemudian akan membeli barang itu lagi. Cara seorang pengusaha mempengaruhi konsumen ini perlu beberapa tahapan usaha, perlu adanya perencanaan, pengimplementasian dan pengawasan yang teliti serta diperlukan

¹⁰ Rhenald kasali, "Membidik Pasar Indonesia Segmentasi, targeting, dan positioning, Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama (2007) 48-49

aksi-aksi riil dan tertata baik. Sehingga untuk memenuhi kebutuhan itu perlu beberapa tindakan yang harus dilakukan oleh tim pengabdian dan pemberdayaan, upaya yang bias dilakukan adalah membentuk tim manajemen pemasaran yang secara khusus mempunyai tugas untuk mengontrol dan melakukan beberapa tindakan, yakni:

1. Strategi Produk

Strategi hasil product ini dilakukan agar konsumen terpengaruh, tertarik, senang dan kemudian membeli. Selain itu diharapkan pula mereka merasa puas setelah mengonsumsi produk yang dipasarkan, maka produk kerupuk atau beberapa camilan harus dipastikan bebas dari pengawet dan sehat tetapi, dari rasa dapat diterima oleh masyarakat/ konsumen. Kemudian mencoba menjual produk yang paling banyak diminati dan dicari konsumen

2. Strategi harga

Pendampingan dilakukan dengan memberikan wawasan sekaligus informasi pentingnya bersaing sehat terhadap penentuan harga. Hal itu untuk mengingatkan keberlangsungan sebuah usaha. Dampingan kita ajak untuk menganalisa dan menetapkan harga jual produknya dengan tepat karena ketika harga yang ditentukan itu tidak tepat maka akan berdampak pada tidak tertariknya pembeli pada barang yang dijual.

Strategi harga yang perlu diperhatikan adalah harga harus bersaing dengan jenis kerupuk yang banyak laku di pasaran. Jika target pendampingan ini lebih ke online marketing maka perlu juga harga yang akan ditawarkan sama halnya dengan harga yang ada di pasar *online*. Pasar online yang menjadi bidikan pendampingan ini adalah tokopedia, lazada, buka lapak, olx, facebook dan lain-lain.

3. Strategi Promosi

Tindakan yang dilakukan untuk mempengaruhi konsumen supaya mengenal product yang ditawarkan oleh penjual kepada konsumen sehingga konsumen menjadi tahu, senang, membeli hingga konsumen puas dengan product yang ditawarkan. Promosi yang bisa dilakukan adalah periklanan.

Iklan atau *advertising* adalah setiap bentuk tindakan komunikasi nonpersonal mengenai suatu barang, pelayanan, organisasi, atau ide yang dikomersilkan oleh pihak sponsor. *advertising* adalah bentuk promosi yang secara umum dikenal dan menjadi faktor penyebab utama suatu barang akan dibahas orang. *Advertising* sering dinilai penting karena

mungkin pengaruhnya besar sekali terhadap pengetahuan masyarakat luas tentang produk Hal ini dilakukan karena mungkin dinilai daya jangkauannya yang luas. advertising juga menjadi kegiatan promosi yang sangat penting, istimewanya bagi perusahaan yang memproduksi barang atau jasa yang peruntukkan pada masyarakat.¹¹ Periklanan yang dilakukan dalam pendampingan ini lebih ke arah online marketing, elektronik Mail, sosial Media.

Selain iklan promosi bisa juga dilakukan dengan publikasi. Yang dimaksud Publikasi disini adalah cara yang umumnya digunakan untuk mempengaruhi konsumen secara tidak langsung agar konsumen menjadi tahu dan senang terhadap barang yang dipasarkan. Cara ini bisa diimplementasikan dengan menyebarkan berita dan mengumumkan informasi barang yang diperjualbelikan atau perusahaan yang menghasilkan barang tersebut di massa media, social media, media-media elektronik lainnya, misalnya saja berita di koran, radio atau televisi, brosur, maupun majalah tertentu dan sebagainya. Publisitas yang dilakukan dalam pendampingan ini adalah melalui pengajian-pengajian rutin muslimat NU, pengajian rutin Fatayat dan kegiatan-Kegiatan masyarakat yang sifatnya insidental.

Penjualan Pribadi (*Personal selling*) juga bisa dipakai untuk strategi promosi. Penjualan pribadi adalah melakukan pendekatan secara personal kepada calon konsumen yang potensial atau melakukan kontak langsung dengan calon konsumennya dengan tujuan melaksanakan pembelian. Dengan kontak langsung diasumsikan akan terjadi hubungan atau komunikasi yang baik antara penjual dengan calon konsumennya. Strategi pemasaran dengan *personal selling* yang dilakukan dalam pengabdian ini adalah melalui kegiatan sosial yakni mengikuti atau berpartisipasi dalam kegiatan sosial, atau keagamaan.

4. Strategi Distribusi (*Placement*)

Mitra/dampingan diarahkan menyebarkan barang hasil produksinya ke semua tempat kemungkinan konsumen berada. Tindakan ini adalah mendistribusikan barang dagangannya kepada konsumen. Untuk keperluan tersebut penjual dapat memanfaatkan saluran atau peluang distribusi yang mungkin dilakukannya. Dalam pendampingan, mitra membentuk agen/distributor sekaligus mengelola penjualan dari hasil produksi anggota majlis Ta'lim Arroyan.

¹¹ Morissan, "Periklanan Komunikasi Pemasaran terpadu", Prenada Media Group (2014), 17

c. Masalah-masalah yang dihadapi dalam implementasi Strategi Pemasaran Home Industri Produk Kerupuk Jams'ah Majelis Ta'lim.

Dalam proses dampingan, ada beberapa kendala-kendala yang dialami baik dari luar maupun dalam. Kendala dari luar, antara lain:

1. Persaingan yang begitu ketat baik didalam desa itu sendiri maupun dengan produsen dari wilayah lain. Dipasar cenderung produk sejenis lebih murah dan lebih bersih atau warnanya lebih putih. Hal itu sering diakibatkan karena kurangnya kesadaran akan kesehatan. Warna yang lebih putih di pasar sering menggunakan pemutih dalam pengolahannya
2. Kurangnya pengetahuan masyarakat tentang produk kerupuk Ar-Royyan. Masyarakat sekilas cenderung melihat dari harganya saja tanpa melihat sisi kesehatan dan manfaatnya bagi kesehatan.
3. Lokasi konsumen yang sering jauh dari penjual atau dari agen/ distributor
4. Permintaan konsumen yang bermacam-macam akan produk sehingga menjadi kendala tersendiri. Padahal pelayanan yang diberikan menjadi penilaian tersendiri akan kepuasan konsumen.
5. Beberapa kendala tersebut, mitra dampingan selalu mencoba untuk mengatasi dengan berbagai langkah, terutama saat melakukan pengajian rutin, mereka berdiskusi untuk mencari solusi bersama, guna kegiatan perekonomian mereka tetap berlangsung.

Selain itu, ada beberapa kendala dari dalam yang juga mengganggu kelancaran kegiatan ekonomi mereka, antara lain:

1. Jama'ah majlis Ta'lim Ar-Royyan kebanyakan orang yang sudah tua dan tidak banyak tau tentang perkembangan teknologi saat ini. Mereka cenderung takut dengan perubahan dan menganggap 'ruwet' dengan transaksi elektronik.
2. Pengetahuan produsen, pedagang, dan agen/ distributor tentang melek teknologi sangatlah kurang. Cenderung takut akan keribetan teknologi. Mereka takut ditipu konsumen masalah keuangan dan lain-lain
3. Modal yang terbatas menyebabkan penjual tidak siap ketika ada banyak order.
4. Kemampuan marketing yang minim terhadap strategi pemasaran, sehingga mereka kesulitan memaksimalkan daya jual pada produk yang dijualnya.

d. Upaya Peningkatan Pemasaran Produk Home Industry Kerupuk Jama'ah Majelis Ta'lim

Berdasarkan beberapa temuan kendala di lapangan, hal-hal yang dilakukan oleh pendamping kepada mitra antara lain:

1. Melakukan silaturahmi sekaligus pelibatan langsung (sebagai partisipan) pada saat kegiatan, baik saat pengajian rutin maupun kegiatan ekonomi berlangsung. Hal itu bertujuan menjalin suatu kekeluargaan sehingga tercipta suatu kepercayaan bagi mitra dampingan.
2. Mengadakan pelatihan strategi pemasaran dengan menerapkan aspek-aspek yang harus diperhatikan dalam strategi pemasaran.
3. Melakukan pendampingan secara intensif pasca edukasi dan pelatihan kepada mitra dampingan.
4. Selalu memberikan motivasi dan arahan dalam proses pendampingan strategi pemasaran. Misalnya: pendamping dengan bertanya kesulitan apa dalam dihadapi konsumen, dan sebagainya.
5. Selalu mengingatkan mitra dalam bertanggungjawab dalam memenuhi permintaan konsumen dan kualitas produk.

Penutup

Berdasarkan proses pendampingan, pendamping/peneliti dan mitra dampingan melakukan refleksi terhadap kegiatan ekonomi yang dilakukan dengan metode SWOT dengan memperhatikan *strengths*, *weaknesses*, *opportunities*, dan *threats*. Metode SWOT sebagai suatu cara menganalisis komunitas yang berpaku pada sesuatu yang menguntungkan atau tidak. Metode SWOT ini bertujuan untuk mengetahui keadaan komunitas tersebut secara lebih intensif dan komprehensif. Secara umum keempat aspek tersebut dapat tertangani. Hal ini karena Majelis Ta'lim Muslimah di *Desa Bakalan Kecamatan Grogol Kabupaten Kediri* memiliki jaringan silaturahmi yang kuat dan terjaga. Pengajian rutin dilakukan untuk mempererat hubungan antaranggota jamaah, sehingga antara produsen/penjual dengan para konsumennya atau agen/distributor dengan tengkulak dan konsumen juga tetap terjalin.

Masyarakat setempat yang ramah dan sifat gotong royong yang masih terjalin juga berpengaruh pada hubungan baik antara penjual dan konsumen, sehingga membuat konsumen senang dan tertarik dengan produk kerupuk yang ditawarkan. Namun, untuk meningkatkan daya beli sekaligus daya saing, produsen/penjual juga melakukan teknik *person to person*, yaitu dengan cara pendekatan secara personal kepada calon pembeli sehingga akan mempercepat daya jual produk/ kerupuk kepada konsumen sekaligus mempererat tali silaturahmi.

Daftar Pustaka

- Ismiyati dkk, "Diversifikasi menjadi produk selai dan peningkatan mutu Jus Aloe vera di SIGMA food Sawangan Depok", *Jurnal Pengabdian Masyarakat UGM* diakses dari <https://jurnal.ugm.ac.id/jpkm> tanggal 11 Agustus 2018 , Vol.3, No.2, Maret (2018)
- Philip Kotler dan Gary Armstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1*. Jakarta. Erlangga, 2008
- dan Kevin Lanne Keller, *Manajemen Pemasaran Jilid 2*, (Jakarta: Erlangga, 2009),4
- Mardiyah, Syafi'atul. "RB3 dan Pondok Pesantren Sebuah Potret Pemberdayaan Masyarakat Komunitas Pesisir", *Jurnal Masyarakat Berdaya*, Vol.1, No.1, 2011
- Nadhir Salahuddin, dkk. *Panduan KKN ABCD UIN Sunan Ampel Surabaya*. LPPM LAIN Sunan Ampel Surabaya, 2015
- News Online, "Peran UMKM hadapi MEA", dikutip dari www.jatengprov.go.id/ diakses 8 Maret 2016
- Saptari R, dan Holzner, B. *Perempuan Kerja dan Perubahan Sosial: Sebuah Pengantar Studi Perempuan*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti, 1997
- Stewart, AM. *Empowering People (Pemberdayaan Sumberdaya manusia)*. Diterjemahkan oleh Agus M. Hardjana. Yogyakarta: Kanisius, 1998
- Sumodiningrat, G, *Pembangunan Daerah dan Pemberdayaan Masyarakat*, PT Bina Rena Perwira :Jakarta, 1997
- Yeremias, Keban, dan Lele Gabriel. *Capacity Building dalam Wacana Pembangunan Kontemporer : Telaah Konseptual dan Implikasinya*, 1999