



**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA
LEMBAGA PENGABDIAN DAN PEMBERDAYAAN MASYARAKAT**

Jl. Raya Bogor, KM. 23 No. 55, Flyover Pasar Rado, Jakarta Timur. 13820
Tlp. (021) 8401790, Fax. 87781809, E-mail : lgpm@uhamka.ac.id <http://www.uhamka.ac.id>

81

Nomor : ~~1996~~ /H.04.02/2022

Tanggal : 16 April 2022

Pada hari ini Sabtu Tanggal Enam Belas April Dua Ribu Dua Dua (16-04-2022) telah dilaksanakan kegiatan perjanjian pelaksanaan pengabdian masyarakat antara:

1. Dr. Gufron Amirullah, M.Pd. bertindak untuk dan atas nama Ketua Lembaga Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, selanjutnya disebut PIHAK PERTAMA

2. Drs. H. Nur Busyra, MM, M.Pd. bertindak untuk dan atas nama penerima bantuan biaya pelaksanaan Pengabdian dan Pemberdayaan Pada Masyarakat yang selanjutnya disebut PIHAK KEDUA.

Kedua belah pihak bersama-sama telah sepakat untuk melakukan perjanjian pelaksanaan Pengabdian Pada Masyarakat dengan ketentuan sebagai berikut :

Pasal 1

PIHAK PERTAMA memberikan tugas kepada PIHAK KEDUA dan PIHAK KEDUA bersedia menerima tugas dari PIHAK PERTAMA untuk melaksanakan Pengabdian Pada Masyarakat dengan judul **PENGEMBANGAN USAHA KULINER KEMASAN MAKANAN RAMAH LINGKUNGAN USAHA MIKRO KECIL, MENENGAH UNTUK MENINGKATKAN PERTUMBUHAN EKONOMI DI ERA COVID 19 DI PULAU PARI RT 002/RW 04 KEPUALAUAN SERIBU JAKARTA, 14520**, Kegiatan pengabdian masyarakat tersebut berisi luaran wajib dan tambahan yang telah disampaikan dalam laman simakip.uhamka.ac.id.

Pasal 2

PIHAK PERTAMA memberi bantuan biaya Pengabdian Pada Masyarakat tersebut pada pasal 1 sebesar Rp. 7000000 (Tujuh Juta Rupiah). Pembayaran bantuan tersebut pada ayat (1) dilakukan dua tahap, yaitu :

1. Tahap pertama sebesar Rp. 4900000 (Empat Juta Sembilan Ratus Ribu Rupiah) dibayarkan setelah surat perjanjian ini ditandatangani oleh dua belah pihak.

2. Tahap kedua sebesar Rp. 2100000 (Dua Juta Seratus Ribu Rupiah) dibayarkan setelah PIHAK KEDUA menyerahkan laporan hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat beserta luarnya kepada PIHAK PERTAMA.

Pasal 3

1. PIHAK KEDUA diwajibkan melaksanakan kegiatan Pengabdian Pada Masyarakat seperti tersebut pada pasal 1 dengan sungguh-sungguh dan penuh rasa tanggung jawab serta menjunjung tinggi/menjaga wibawa dan citra positif Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA
LEMBAGA PENGABDIAN DAN PEMBERDAYAAN MASYARAKAT

Jl. Raya Bogor, KM 23 No. 99, Flyover Pasar Rebo, Jakarta Timur. 13830
Tlp. (021) 8401780, Fax. 87781809, E-mail : lpdm@uhamka.ac.id [lpdm@uhamka.ac.id](http://lpdm.uhamka.ac.id)

2. PIHAK KEDUA harus menyelesaikan Pengabdian Pada Masyarakat tersebut pada pasal 1 dalam kurun waktu 4 (Empat) bulan terhitung sejak tanggal surat ini ditandatangani. PIHAK KEDUA wajib menyampaikan laporan, luaran wajib, dan luaran tambahan kegiatan pengabdian pada masyarakat sebagaimana tersebut pada pasal 1 di laman simaklp.uhamka.ac.id
3. PIHAK PERTAMA akan melakukan monitoring dan evaluasi pelaksanaan kegiatan sebagaimana disebutkan pada pasal 1.
4. PIHAK KEDUA harus menyelesaikan kegiatan pengabdian pada masyarakat tersebut pada pasal 1 dalam kurun waktu 3 (tiga) bulan terhitung sejak surat perjanjian ini ditandatangani.
5. PIHAK KEDUA wajib menyampaikan laporan hasil kegiatan pengabdian masyarakat, luaran wajib, dan tambahan paling lambat tanggal 25 Juli 2022.
6. Jika PIHAK KEDUA terlambat menyerahkan laporan hasil kegiatan pengabdian masyarakat, maka PIHAK KEDUA dikenakan denda sebesar 1% (satu persen) setiap hari dari nilai surat perjanjian pelaksanaan pengabdian masyarakat ini.
7. Jika PIHAK KEDUA tidak bisa melaksanakan kegiatan tersebut pada pasal 1, maka PIHAK KEDUA wajib mengembalikan seluruh biaya yang telah diberikan oleh PIHAK PERTAMA.

Pasal 4

Hal yang belum diatur dalam perjanjian ini akan ditentukan oleh kedua belah pihak secara musyawarah.

PIHAK PERTAMA

Dr. Gufron Amirullah, M.Pd.

PIHAK KEDUA,

Drs. H. Nur Busyra, MM, M.Pd.

Mengetahui,
Wakil Rektor II,

Dr. Zamah Sari, M.Ag

LAPORAN
PROGRAM KEMITRAAN MASYARAKAT (PKM)



**PENGEMBANGAN USAHA KULINER KEMASAN MAKANAN RAMAH
LINGKUNGAN UMKM UNTUK MENINGKATKAN PERTUMBUHAN
EKONOMI DI ERA COVID 19 DI PULAU PARI RT 002/RW 04
KEPUALAUAN SERIBU JAKARTA, 14520**

OLEH :

Drs. H. Nur Busyra, MM.,M.Pd. NIDN: 0315096302. (Ketua)
Trisni Handayani, M.Pd. NIDN: 0317088403. (Anggota 1)
Dr. Hj. D. Made Darmawati, S.Pd.,MM. (Anggota 2)
Muhammad Alimudin (Mahasiswa Anggota 3)

NOMOR SURAT KONTRAK
1046/H.04.02/2022
Tanggal: 16 April 2022

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN GURU SEKOLAH DASAR
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF.DR. HAMKA
JAKARTA 2022**

HALAMAN PENGESAHAN PROGRAM KEMITRAAN MASYARAKAT

1. Judul PKM

Pengembangan Usaha Kuliner Kemasan Makanan Ramah Lingkungan
Umkm Untuk Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi Di Era Covid 19 Di
Pulau Pari Rt.002/Rw.04 Kepulauan Seribu Jakarta, 14520.
Kelompok UMKM RT.03/RW 04. PULAU PARI.
Pengembangan Produk Pariwisata

2. Mitra Program PKM

3. Jenis Mitra

4. Ketua Tim Pengusul:

- a. Nama
- b. NIDN
- c. Program Studi/Fakultas
- d. Bidang Keahlian
- e. Alamat Rumah/Telp/
Faks/
- f. Nomor Handphone
- g. E-mail

Drs. H. Nur Busyra, MM.,M.Pd.

0315096302.

Pendidikan Ekonomi/ FKIP

Manajemen Pemasaran

Jln. Anggrek 17 Rt.1/Rw.011. AS. 25.

Perumahan Kranggan Permai Jatisampura, Bekasi

08310078084

nur_busyra@yahoo.com

5. Anggota Tim Pengusul:

- a. Jumlah anggota
- b. Nama anggota I/
Bidang Keahlian
- c. Nama anggota II/
Bidang Keahlian
- d. Mahasiswa yg terlibat
Nama mahasiswa

Dosen 2 (dua) orang Dosen

Trisni Handayani, M.Pd

Pendidikan Ekonomi

Dr. D.M. darmawati, S.Pd.,MM.

Kewirausahaan

6. Lokasi Kegiatan Mitra

- a. Wilayah Mitra
(Desa/kecamatan)
- b. Kabupaten/Kota
- c. Propinsi
- d. Jarak PT ke Lokasi Mitra
- e. Alamat Mitra/Telp/Faks

Muhammad Alimuddin (Mhs Pekom)

Pulau Pari Rt 002/ Rw 04 Kepulauan Seribu selatan,
jakarta, 14520

DKI-Jakarta

Jakarta

30 Km dari PT

Pulau Pari Rt 003 Rw 04 Kepulauan Seribu selatan, jakarta,

6.Bulan

Rp. 8.000.000,-

Rp. 8.000.000,-

Tidak Ada

7. Jangka waktu Pelaksanaan

8. Biaya Total

9. LPPM UHAMKA

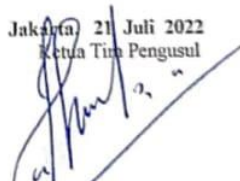
10. Sumber lain

Mengetahui
Ketua Program Studi,
Pendidikan Ekonomi.FKIP.UHAMKA


Dr. Hj. Onny Fitriana Sitorus, M.Pd
NIDN: 03.0706.7202



Jakarta 21 Juli 2022
Ketua Tim Pengusul


Drs. H. Nur Busyra, MM.,M.Pd
NIDN: 0310056502



SURAT PERINTAH KERJA (SPK)

81



**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA
LEMBAGA PENGABDIAN DAN PEMBERDAYAAN MASYARAKAT**

Jl. Raya Bogor, KM 23 No. 59, Flyover Pasar Rabu, Jakarta Timur. 13039
Tlp. (021) 8461780, Fax. 87780809, E-mail : lgpm@uhamka.ac.id <http://lgpm.uhamka.ac.id>

Nomor : ~~1946~~ /H.04.02/2022

Tanggal : 16 April 2022

Pada hari ini Sabtu Tanggal Enam Belas April Dua Ribu Dua Dua (16-04-2022) telah dilaksanakan kegiatan perjanjian pelaksanaan pengabdian masyarakat antara:

1. **Dr. Gufron Amirullah, M.Pd.** bertindak untuk dan atas nama Ketua Lembaga Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, selanjutnya disebut PIHAK PERTAMA.

2. **Drs. H. Nur Busyra, MM, M.Pd.** bertindak untuk dan atas nama penerima bantuan biaya pelaksanaan Pengabdian dan Pemberdayaan Pada Masyarakat yang selanjutnya disebut PIHAK KEDUA.

Kedua belah pihak bersama-sama telah sepakat untuk melakukan perjanjian pelaksanaan Pengabdian Pada Masyarakat dengan ketentuan sebagai berikut :

Pasal 1

PIHAK PERTAMA memberikan tugas kepada PIHAK KEDUA dan PIHAK KEDUA bersedia menerima tugas dari PIHAK PERTAMA untuk melaksanakan Pengabdian Pada Masyarakat dengan judul **PENGEMBANGAN USAHA KULINER KEMASAN MAKANAN RAMAH LINGKUNGAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH UNTUK MENINGKATKAN PERTUMBUHAN EKONOMI DI ERA COVID 19 DI PULAU PARI RT 002/RW 04 KEPUALAUAN SERIBU JAKARTA, 14520**. Kegiatan pengabdian masyarakat tersebut berisi luaran wajib dan tambahan yang telah disampaikan dalam laman simakip.uhamka.ac.id.

Pasal 2

PIHAK PERTAMA memberi bantuan biaya Pengabdian Pada Masyarakat tersebut pada pasal 1 sebesar Rp. 7000000 (Tujuh Juta Rupiah). Pembayaran bantuan tersebut pada ayat (1) dilakukan dua tahap, yaitu :

1. Tahap pertama sebesar Rp. 4900000 (Empat Juta Sembilan Ratus Ribu Rupiah) dibayarkan setelah surat perjanjian ini ditandatangani oleh dua belah pihak.

2. Tahap kedua sebesar Rp. 2100000 (Dua Juta Seratus Ribu Rupiah) dibayarkan setelah PIHAK KEDUA menyerahkan laporan hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat beserta luarnya kepada PIHAK PERTAMA.

Pasal 3

1. PIHAK KEDUA diwajibkan melaksanakan kegiatan Pengabdian Pada Masyarakat seperti tersebut pada pasal 1 dengan sungguh-sungguh dan penuh rasa tanggung jawab serta menjunjung tinggi/menjaga wibawa dan citra positif Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.



**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA
LEMBAGA PENGABDIAN DAN PEMBERDAYAAN MASYARAKAT**

Jl. Raya Bogor, KM 23 No. 99, Flyover Pasar Rebo, Jakarta Timur. 13830
Tlp. (021) 8401780, Fax. 87781809, E-mail : lpdm@uhamka.ac.id <https://lpdm.uhamka.ac.id>

2. PIHAK KEDUA harus menyelesaikan Pengabdian Pada Masyarakat tersebut pada pasal 1 dalam kurun waktu 4 (Empat) bulan terhitung sejak tanggal surat ini ditandatangani. PIHAK KEDUA wajib menyampaikan laporan, luaran wajib, dan luaran tambahan kegiatan pengabdian pada masyarakat sebagaimana tersebut pada pasal 1 di laman simaklp.uhamka.ac.id
3. PIHAK PERTAMA akan melakukan monitoring dan evaluasi pelaksanaan kegiatan sebagaimana disebutkan pada pasal 1.
4. PIHAK KEDUA harus menyelesaikan kegiatan pengabdian pada masyarakat tersebut pada pasal 1 dalam kurun waktu 3 (tiga) bulan terhitung sejak surat perjanjian ini ditandatangani.
5. PIHAK KEDUA wajib menyampaikan laporan hasil kegiatan pengabdian masyarakat, luaran wajib, dan tambahan paling lambat tanggal 25 Juli 2022.
6. Jika PIHAK KEDUA terlambat menyerahkan laporan hasil kegiatan pengabdian masyarakat, maka PIHAK KEDUA dikenakan denda sebesar 1% (satu persen) setiap hari dari nilai surat perjanjian pelaksanaan pengabdian masyarakat ini.
7. Jika PIHAK KEDUA tidak bisa melaksanakan kegiatan tersebut pada pasal 1, maka PIHAK KEDUA wajib mengembalikan seluruh biaya yang telah diberikan oleh PIHAK PERTAMA.

Pasal 4

Hal yang belum diatur dalam perjanjian ini akan ditentukan oleh kedua belah pihak secara musyawarah.

PIHAK PERTAMA

Dr. Gufron Amirullah, M.Pd.

PIHAK KEDUA,

Drs. H. Nur Busyra, MM, M.Pd.

Mengetahui,
Wakil Rektor II,

Dr. Zamah Sari, M.Ag

ABSTRAK

Packaging (pengemasan) merupakan wadah atau pembungkus yang dapat membantu mencegah atau mengurangi kerusakan, melindungi produk yang ada di dalamnya, melindungi dari bahaya pencemaran serta gangguan fisik (gesekan, benturan, getaran). Di samping itu *pacaging* (pengemasan) berfungsi untuk menempatkan suatu hasil pengolahan atau produk industri agar mempunyai bentuk-bentuk yang memudahkan dalam penyimpanan, pengangkutan dan distribusi. Di era modernisasi pemasaran juga tidak dapat hanya dilakukan secara konvensional dengan berbagai Inovasi terhadap kelayakan produk dengan disain pengemasan, dimulai dengan menggunakan disain (*pakacging*) produk yang menarik sehingga produk dapat diminati oleh customer, untuk menawarkan kepada para UMKM baik usaha baru pemula sebagai suatu kesempatan untuk menyediakan para konsumen tentang lingkungan baru yang inovatif dan dapat membantu meningkatkan usaha kreatif, dan inovatif. Melalui program pemberdayaan masyarakat. implementasi pembinaan kelompok UMKM di Pulau Pari sebagai usaha kuliner yang dilakukan pada masyarakat secara sistematis untuk mencapai perubahan situasi atau kondisi yang lebih baik pada masa COVID-19, dengan tujuan dapat merubah keadaan ekonomi keluarga sebelumnya menjadi lebih baik, permasalahan mitra dalam pengemasan produk kuliner masih konvensional belum menggunakan *pakacging* sehingga kelayakan produk lemah dimata customer, rendahnya tingkat pendidikan. Kami mensosialisasikan dengan mempraktekan dengan kelompok UMKM yang ada di lingkungan pulau pari, Memberikan wawasan mengenai disain pengemasan usaha kuliner kemasan makanan ramah lingkungan produk kuliner, tersedia berbagai jenis produk yang sesuai dengan produk kuliner jajan tradisional pada kelompok usaha mikro kecil menengah di Pulau Pari Selatan, Kepulauan Seribu Jakarta.

Keyword : Kemasan (*Pakacging*) Kuliner, Ramah Lingkungan, UMKM,

PRAKATA

Syukur Alhamdulillah, puji hanya milik Allah SWT. Shalawat dan salam selalu tercurahkan kepada junjungan kita Rasulullah Nabi Besar SAW. Berkat limpahan dan rahmat-Nya saya dapat menyelesaikan proposal ini dengan tepat waktu, walaupun masih ada kekurangan. Tujuan utama proposal ini di buat sebagai tuntutan dosen untuk pemenuhan kewajiban Catur Dharma Perguruan Tinggi, disamping itu sebagai bahan borang akreditasi, dan bahan claster capaian perguruan tinggi Uhamka.

Program pengabdian masyarakat dengan skema PKM, dengan judul, “Pengembangan usaha kuliner kemasan makanan ramah lingkungan usaha mikro kecil menengah untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi di era covid 19 di Pulau Pari Rt 003/Rw 04 Kepulauan Seribu Jakarta, 14520, sebagai tupoksinya dalam meningkatkan kualitas produk, dan meningkatkan taraf hidup ekonomi keluarga masyarakat secara keseluruhan agar lebih baik. Melakukan perubahan kebiasaan warga masyarakat dari keadaan sebelumnya menjadi lebih kekinian dalam melakukan pemasaran produk pariwisata aktifitas pemasaran produk yang dialami masyarakat selama ini tidak aktif dalam melihat peluang, tidak ada keberanian untuk mencapai prestasi secara individu, tidak ada keberanian menanggung resiko untuk merubah nasib mereka yang bagaikan berada di pesisir pantai sebagai peluang usaha pariwisata.

Dengan adanya program kemitraan ini masyarakat mendapatkan pencerahan mengenai disain pakacging produk secara berkualitas, usaha kuliner yang dilakukan oleh kelompok UMKM Pulau Pari, secara sistematis ada perubahan situasi atau kondisi yang lebih baik dari saat sebelumnya.

Terimakasih kepada Ketua Lembaga LPPM, Bapak Dr, Gufron Amirullah, M.Pd., serta jajarannya atas kesempatan yang diberikan, sehingga saya dapat menebarkan sedikit ilmu kepada masyarakat yang membutuhkan, kegiatan pengabdian kepada masyarakat Insya Allah kegiatan ini nantinya merupakan kegiatan yang dapat membuka wawasan dan pikiran kita untuk saling membantu terhadap sesama, dan dapat memberikan inspiratif terhadap masyarakat.

Demikian proposal program pengabdian masyarakat yang kami buat semoga dapat bermanfaat untuk masyarakat, dan bagi para pembaca.

DAFTAR ISI

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 :. Pengemasan Pangan Tradisional	2
Gambar 2 : Kemasan Pangan Ramah Lingkungan.....	5
Gambar 3 : Struktur organisasi LPPM UHAMKA	8

BAB I PENDAHULUAN

1. 1. Analisis Situasi

Pemerintah kabupaten kepulauan seribu merupakan salah satu wilayah administrasi di bawah Pemerintah Provinsi DKI Jakarta. Secara geografis letak Kabupaten Administrasi Kepulauan Seribu pada posisi antara 106°19'30"-106°44'50" Bujur Timur dan 5°10'00"-5°57'00" Lintang Selatan. Total luas wilayah Kabupaten Administrasi Kepulauan Seribu adalah 4.745,62 km² yang terdiri dari 8,76 km² daratan, 4.690,85 km² dan 46 km², terdiri lebih dari 110 buah pulau. Pemerintahan Kabupaten Administrasi Kepulauan Seribu dibagi ke dalam 2 Kecamatan, yaitu Kecamatan Kepulauan Seribu Utara dan Kecamatan Kepulauan Seribu Selatan. Adapun jumlah kelurahan di Kabupaten Administrasi Kepulauan Seribu adalah 6 Kelurahan, yaitu Kelurahan Pulau Kelapa, Kelurahan Pulau Harapan, Kelurahan Pulau Panggang, Kelurahan Pulau Tidung, Kelurahan Pulau Pari dan Kelurahan Pulau Untung Jawa.

Berdasarkan data sensus dari BPS (2021) rata-rata tingkat kepadatan penduduk Kabupaten Administrasi Kepulauan Seribu, yaitu sekitar 2.717 jiwa/km² dengan komposisi kepadatan penduduk di Kecamatan Kepulauan Seribu Selatan mencapai 3.196 jiwa/km² dan kepadatan penduduk di Kecamatan Kepulauan Seribu Utara sebesar 2.458 jiwa/km². Dari jumlah tersebut di atas, penduduk Kabupaten Administrasi Kepulauan Seribu terdiri dari multi etnis, dengan membawa serta agama, adat istiadat, seni budaya dan kebiasaan dikampung halamannya. Dengan melihat kondisi tersebut maka dalam pelaksanaan pembangunan perlu memperhatikan faktor-faktor obyektif yang diuraikan di atas. Penghasilan penduduk pulau pari rata-rata nelayan, dan tempat pariwisata yang indah, tetapi sepi pengunjung (Websit Badan Pusat Statistik).

Berdasarkan pengamatan pelaksana pengabdian masyarakat perekonomian pendapatan penduduk di pulau pari masih sangat rendah (penuturan, sudiyatno. 2022). Masih banyak anak muda yang menganggur, kurang kreatifitas, kurang memanfaatkan kerajinan alam sekitar pantai pariwisata sebagai sumber devisa Negara, lemahnya kreatif kerajinan untuk sumber daya ekonomi kuliner, lemahnya disain pada sector pengemasan (*packaging*) produk kuliner merupakan industry global yang sangat penting. Pentingnya pengemasan dapat dilihat dari kenyataan di lapangan bahwa hampir tidak mungkin ditemui produk yang dijual di pasar dalam kondisi tanpa kemasan. Teknik pengemasan dan pemilihan kemasan yang tepat memerlukan banyak pertimbangan. Untuk sebagian besar produk pangan (kuliner), tujuan utamanya adalah; keemasan harus menyediakan sifat-sifat perlindungan yang optimal untuk melindungi produk dari penyebab kerusakan dari luar seperti cahaya, oksigen, kelembaban, mikroba atau serangga dan juga untuk mempertahankan mutu dan nilai gizi serta memperpanjang umur simpan. Pertimbangan lainnya merupakan pengemasan harus didesain grafisnya harus mampu menarik pembeli. Disisi lain, perkembangan teknologi pengemasan sangatlah pesat. Fungsi dasar sebagai wadah, perlindungan dan pengawetan, media komunikasi, serta kemudahan dan penggunaannya, tetapi saat ini suatu kemasan juga dituntut untuk ramah lingkungan dan turut aktif dalam memberikan perlindungan produk (*active packaging* serta cerdas dalam memberikan informasi kondisi produk yang dikemasnya (*intelligent packaging*). Contoh

berikut pengemasan pangan tradisional yang memanfaatkan bahan botanis (daun-daunan) berfungsi bukan saja sebagai pelindung isinya dari debu atau agar tahan lama, tetapi merupakan upaya untuk mengatur, merapikan makan itu agar mudah dan praktis dipegang. contoh gambar berikut:



Gamabr 1. Pengemasan pangan
Sumber: Agustina, W. (2009).

Selain itu, badan POM (Pengawasan Obat dan Makanan) juga menerbitkan peraturan melalui Peraturan Kepala Badan POM No HK. 03.1.23.07.11.6664 tahun 2011 tentang pengawasan Kemasan Pangan yang mengatur jenis kemasan pangan dan bahan tambahan kemasan pangan termasuk pewarna/tinta, pelarut dan perekat.

Untuk itu kami dari tim dosen dan mahasiswa pengabdian masyarakat Uhamka akan melakukan pembinaan terhadap pengemasan pangan dengan keamanan, kenyamanan dan efektif, menjaga penampilan dan kualitas makanan, wadah kemasan pangan juga dapat meningkatkan nilai jual dan sebagai media promosi.

1. 2 Permasalahan Mitra.

Permasalahan mitra yang dihadapi masyarakat kurang kreatif/produktif, dapat diuraikan beberapa permasalahannya sebagai berikut ini:

1. Kehidupan masyarakat dipesisir pantai pulau pari kepulauan seribu masih belum produktif/kreatif dalam memanfaatkan sumber daya alam yang ada,
2. Rendahnya kreatif terhadap disain kemasan (*packaging*) pangan produk kuliner.
3. Belum adanya usaha kreatif untuk ide kreatifitas oleh-oleh kuliner dengan menggunakan pengemasan dengan nilai jual yang tinggi.
4. Tidak adanya kapasitas kelompok koperasi dan kelembagaan sosial ekonomi untuk mendukung peningkatan sumber daya pembangunan usaha mikro kecil menengah
5. Para UMKM belum terampil dalam melakukan disain produk, masih bersifat tradisional.
6. Rendahnya tingkat pendidikan dalam pengelolaan desain pengemasan produk kuliner sebagai olahan pangan.
7. Kelompok usaha mitra masih konvensional dalam memasarkan produk, belum ada upaya strategi memasarkan produk.

BAB II

TUJUAN DAN SASARAN

2. 1 Tujuan Pelatihan

Tujuan pelatihan dalam program pemberdayaan masyarakat, ada beberapa tujuan kemasan secara mendasar adalah untuk mewadahi dan melindungi produk dari kerusakan-kerusakan. Hal ini saya sampaikan di buku kewirausahaan, edisi revisi. Daramawati (2021) tujuan kemasan yang dilakukan yaitu; 1) dengan tujuan protektif pengemasan produk dan, 2) tujuan pokoknya sebagai promosi produk terlihat indah, rapi, dalam packaging. Dalam tujuan yang protektif dimaksudkan sebagai upaya untuk menghindari berbagai kemungkinan kerusakan produk, baik karena iklim, prasarana transportasi, distribusi, dan lainnya. Sehingga dengan protektif ini para konsumen tidak perlu menanggung resiko barang rusak. Tujuan kedua dalam promosi. Kemasan yang baik secara warna terkesan menarik indah, ukuran dan, penampilan akan memiliki daya Tarik tersendiri bagi pembeli untuk membeli produk tersebut. dipandang tampilannya.

Selain kedua tujuan tersebut diatas, kemasan (packaging) adalah mempunyai tujuan pokok bagi para peserta pengabdian masyarakat, berikut;

1. Memberikan pemahaman mengenai pengemasan, untuk apa, tujuannya apa, untuk itu kami dari tim pengabdian masyarakat memberikan penyajian dengan tujuan meningkatkan kreatifitas dalam meningkatkan jiwa wirausaha sehingga terwujudnya kemandirian dengan memberikan kesan menarik dalam penampilan keindahan produk.
2. Mewujudkan iklim kreatifitas untuk memulai usaha bisnis dengan upaya membantu pendapatan keluarga, pada masyarakat muda mandiri menuju mewujudkan pariwisata yang menarik dapat menarik pangsa pasar pariwisata untuk mendatangkan defisa Negara.
3. Membantu mengembangkan berbagai sumber daya terbaru dalam strategi memasarkan produk olahan jajanan rumahan dengan modal kecil penghasilan memuaskan dengan menggunakan pengemasan.
4. Membantu dalam pengembangan produk pariwisata dari sumber daya alam.
5. Memberi dampak sosial yang kreatif dan inovasi sehingga tercipta keunggulan produk dengan menggunakan pengemasan.
6. Membantu pendapatan ekonomi keluarga, dan mengisi waktu luang.
7. Memudahkan distribusi produk kepada mitra-mitra, dan pelanggan, sehingga tidak tercecer,
8. Sebagai identitas produk yang membandingkan produk satu dengan yang lainnya,
9. Menambah daya Tarik kepada para calon pembeli.

2. 2 Sasaran

Sasaran pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini bertempat di Kelurahan pulau pari, peserta dari kalangan anak muda kelompok Ibu/bapak dalam umur 19-45, dengan jumlah peserta sebanyak 25 orang, pelaksanaan materi bimbingan dengan memberikan pengayakan dilaksanakan sehari pada hari kamis, 21 Juli 2022, dimulai dari jam 09 pagi sampai dengan jam 14.30. untuk konten penyajian materi. Sedangkan untuk praktek dalam akses pengemasan (pakacging), dengan memberikan contoh-contoh pengemasan yang mudah ditiru, sesuai dengan produk olahannya.



Kelompok pemuda/Pemudi sadar wisata (usaha kecil) Pulau Pari



Bapak-bapak pejabat mulai dari ketua Rw, dll Pulau Pari

Gambar 2.1. pemuda ..

BAB II

SOLUSI DAN TARGET LUARAN

2. 1 Solusi

Solusi yang diterapkan untuk memperbaiki serta meningkatkan mutu mitra dalam pengembangan produk pariwisata ialah:

- a. Mengadakan sosialisasi pengembangan desain pengemasan produk (Packaging)
- b. Mengadakan pelatihan dan pendampingan pengembangan desain pengemasan produk (packaging)
- c. Pemberian motivasi

2. 2 Target Luaran

Adapun target luaran yang hendak dicapai dalam program kemitraan masyarakat ini ialah:

- a. Akselerasi pengetahuan dan pemahaman mitra akan standar pengemasan produk (packaging)
- b. Mitra mampu menerapkan dan mengaplikasikan packaging yang baik pada produk nya
- c. Kegiatan ini akan dipublikasikan pada jurnal ilmiah pengabdian masyarakat sehingga dapat diketahui oleh publik

BAB III

METODE PELAKSANAAN YANG TELAH DILAKUKAN

3. 1 Metode dan Rencana Kegiatan

Rencana program pelaksanaan kegiatan pada kelompok Usaha Mikro Kecil Menengah di Pulau Pari, dengan tujuan untuk mencapai perubahan situasi atau kondisi yang lebih baik di masa COVID-19, dapat digambarkan langkah-langkah berikut ini:

- a. Pihak-pihak yang terlibat dalam kegiatan pengembangan produk pariwisata kelompok UMKM. Proses pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat yang terlibat adalah, mulai dari ketua Rt/Rw, Ketua kelompok UMKM di pulau pari selatan Jakarta dan Ketua Lembaga Pengabdian Masyarakat (LMMP) UHAMKA.
- b. Metode dan tahapan dalam penerapan dalam pengembangan produk dengan melakukan sosialisasi pengembangan disain pengemasan (pakacging) produk kuliner sebagai olahan produk oleh-oleh pariwisata pulau pari

3. 2 Proses Pelaksanaan Kegiatan

Proses pelaksanaan kegiatan dengan melakukan pendampingan untuk kreatifitas disain pengemasan pangan oleh tim pengemas dari dosen Uhamka. Memberikan pengayakan materi sebagai penambahan ilmu pengetahuan. gambar active pakacging berikut:



Kelompok Darwis, usaha kecil kuliner rumahan



Pemukaan acara



Gambar 2 : Kemasan Pangan Ramah Lingkungan
Ciri khas kue Pulau Pari Kepulauan Seribu

3. Jenis-Jenis Pengemasan

Pemilihan bahan dalam pengemasan disesuaikan dengan jenis produk yang akan kita hasilkan. Apakah produk tersebut termasuk olahan basah, kering, atau lainnya. Pengemasan yang baik tentu akan meningkatkan estetika produk, sehingga konsumen tertarik untuk membelinya. Selain itu juga dapat menjaga kualitas suatu produk dari udara luar yang menyebabkan produk cepat basi, kotor, dan mlemperm.

Ragam keemasan makanan tradisional yang dijumpai pada kelompok kuliner pulau pari seperti keemasan dengan menggunakan daun pisang, kelobot jagung (pelepah daun jagung), daun kelapa/enu (aren), daun jambu air dan daun jati. Sedangkan secara moder, jenis bahan kemasan dapat berupa; kertas, aluminium foil, dan plastic.

3. 4 Desain Kemasan

Kemasan agar menarik harus dirancang dan dibuat sebaik mungkin, dalam merancang atau merencanakan pembuatan suatu kemasan sebaiknya kita memperhatikan hal-hal seperti berikut ini:

1. Kesesuaian antara produk dengan bahan pengemasannya. Maksudnya adalah dalam menentukan bahan pengemasan kita harus mempertimbangkan produk yang kita miliki. Jika produk kita berbentuk cairan seperti jus atau sirup, kita bisa memilih bahan pengemas seperti botol atau gelas plastic. Jika produk kita bisa menggunakan plastic transparan dan lain sebagainya.
2. Ukuran kemasan dan ketebalan bahan kemasan. Ukuran kemasan berkaitan

dengan banyak sedikitnya isi yang diinginkan, sedangkan ketebalannya berkaitan dengan keawetan dari produk yang ada didalamnya. Jika produknya sangat ringan seperti kerupuk sebaiknya kemasan di buat dalam ukuran relative besar.

3. Bentuk kemasan; agar kemasan menarik bentuk pengemas bisa dirancang dalam bentuk yang unik tergantung dari kreativitas perancangannya. Misalnya kemasan dus kertas bisa di buat seperti tabung, kubus, balok, trapesium atau bentuk-bentuk lainnya.

Contoh pengemasan :

1. Pengemasan dengan bahan daun



Gambar : ... : Pengemasan dengan menggunakan daun pisang

2. Pengemasan dengan daun kelapa



Gambar... Pengemasan dengan menggunakan daun kelapa

3. Pengemasan Dengan Menggunakan Plastik



4. Pengemasan Dengan Bahan Kertas Dan Kardus



Gambar ... Pengemasan dengan menggunakan kertas

BAB IV KELUARAN YANG DICAPAI (OUTPUT)



Usaha Kuliner nasi box
(ketring Ibu Sumiati)
Rw. 04 Pulau Pari



Pengemasan Kue Basah sederhana



Keemasan yang dapat didaur ulang



Kue Gemblong pewarna buah Naga



Pengemasan yang mudah dibuka



Usaha Kuliner nasi box
(ketring Ibu Sumiati)
Rw. 04 Pulau Pari

BAB V

FAKTOR-FAKTOR YANG MENGHAMBAT/KENDALA, FAKTOR YANG MENDUKUNG DAN TINDAK LANJUT

5. 1 Faktor yang menghambat

1. Kendala mitra;

Pariwisata pulau pari, ramai dikunjungi pada saat hari-hari libur, hari sabtu, dan minggu. Tamu yang berkumng, tamu local maupun internasional. Untuk itu kendala yang dihadapi, belum banyaknya produk pariwisata, khususnya oleh-oleh di pulau pari

2. Kendala mitra dalam memasarkan produk

Produk Mitra masih belum mempunyai pengemasan yang menarik, sehingga lemah untuk dipasarkan secara bebas, untuk itu kami mendampingi mitra dalam pelatihan praktek cara membuat pengemasan mulai dari dasar produk makanan rumahan yang ada di pulau pari.

Penduduk pulau pari rata-rata penghasilannya sehari-hari adalah nelayan, tetapi kendalanya para nelayan menjual ikan kepada pengepul dengan harga yang murah, belum ada inovasi baru untuk pengemasan ikan, pengasapan ikan, dalam jangka waktu untuk di jual bebas.

Kendala mitra dalam perekonomian, tidak adanya koperasi simpan pinjam dalam pengelolaan ikan dari laut.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

Berkembangnya sektor pariwisata di Kepulauan Pari harus didukung dengan aktivitas bisnis seperti kuliner lokal. Pentingnya pengemasan produk kuliner lokal yang baik ialah dapat meningkatkan pengasilan masyarakat serta mampu berkontribusi untuk menjaga ekosistem alam. Khususnya pada pengabdian ini dilaksanakan beberapa kegiatan seperti identifikasi masalah mitra, pemberian materi pengemasan produk, praktik pengemasan produk dan refleksi materi. Hasil menunjukkan selain mitra bertambah pengetahuannya akan kreativitas, urgensi pengemasan produk yang baik serta manfaat kemasan yang dapat didaur ulang, mitra juga berkomitmen untuk mengaplikasikan materi dan praktik ini agar produk kuliner lokal kepulauan Pari mampu meningkatkan citra pariwisata. Implikasi pengabdian masyarakat mengisyaratkan agar masyarakat lokal mampu memperhatikan pengemasan produk yang baik agar menciptakan surplus konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni Elisabeth, D. A. (2017). Pengaruh Pengemasan Dan Pelabelan Pada Penerimaan Mi Kering Berbahan Baku Tepung Komposit Ubijalar Dan Keladi. *Jurnal Matematika Sains Dan Teknologi*, 18(2), 111–119. <https://doi.org/10.33830/jmst.v18i2.136.2017>
- Astuti, N. W., Sagir, J., Edy, L., & Mulyono, H. (2022). Pengaruh Kualitas Produk , Country Of Origin , Dan Inovasi Produk Terhadap Minat Beli Viva Cosmetics Pada Konsumen. *Journal of Sharia Economy and Islamic Tourism*, 1(4), 1–11. <https://doi.org/https://doi.org/10.31764/jseit.v1i1>
- Benjamin, B., & Bela, P. A. (2020). Penataan Kawasan Wisata Pulau Pari Dengan Konsep Ecotourism. *Jurnal Sains, Teknologi, Urban, Perancangan, Arsitektur (Stupa)*, 2(1), 1137. <https://doi.org/10.24912/stupa.v2i1.7277>
- Chan, C. S. R., & Park, H. D. (2015). How images and color in business plans influence venture investment screening decisions. *Journal of Business Venturing*, 30(5), 732–748. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2014.12.002>
- Fadhillah, N. (2015). Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Industri Rumah Tangga dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat. *UNM Journal e Prints*, 1–15. http://eprints.unm.ac.id/14883/1/JURNAL_NUR_FADHILAH_S.pdf
- Neksidin, Fahrudin, A., & Krisanti, M. (2021). Keberlanjutan Pengelolaan Wisata Bahari di Pulau Pari, Kabupaten Kepulauan Seribu. *Jurnal Ilmu Pertanian Indonesia*, 26(2), 284–291. <https://doi.org/10.18343/jipi.26.2.284>
- Phoochinda, W. (2018). Conceptual Framework of the Green Economy for Oil Palm. *Journal of Sustainable Development*, 11(2), 25. <https://doi.org/10.5539/jsd.v11n2p25>
- Samuddin, S. F., Lahi, B., Toalib, R., & Gazali. (2018). Sosialisasi Pentingnya Menjaga Mutu dan Daya Pikat Kemasan Produk. *Journal of Character ...*, 1(2), 18–23. <https://doi.org/https://doi.org/10.31764/jces.v1i2.1519>
- Susetyarsi, T. (2012). Kemasan Produk Ditinjau Dari Bahan Kemasan, Bentuk Kemasan Dan Pelabelan Pada Kemasan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Minuman Mizone Di Kota Semarang. *Jurnal STIE Semarang*, 4(3), 21–22.
- Widiati, A. (2020). Peranan Kemasan (Packaging) Dalam Meningkatkan Pemasaran Produk Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkh) Di “Mas Pack” Terminal Kemasan Pontianak. *JAAKFE UNTAN (Jurnal Audit Dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Tanjungpura)*, 8(2), 67–76. <https://doi.org/10.26418/jaakfe.v8i2.40670>

LAMPIRAN

1. Realisasi Anggaran (lamiran G)

5.1. Anggaran Biaya

LAPORAN KEUANGAN

No	Jenis Pengeluaran	Jumlah (Rp)
1	Honorarium Pelaksana: 30%	Rp. 1.000.000,-
2	Bahan Perangkat Penunjang Habis Pakai	Rp. 700.000,-
3	1) Perjalanan dan konsumsi, BBM, Kartu Tol. 2) Pelaksanaan Kegiatan sosialisasi, pelatihan, pendampingan, workshop. Lumpsum	Rp. 4.300.000,-
4	Lain-lain: Analisis Laporan Akhir Perbanyak laporan	Rp. 1.000.000,-
	TOTAL ANGGARAN	Rp. 7.000.000,-

Terbilang: Tujuh Juta Rupiah.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

1. Lampiran 1: Justifikasi Anggaran Kegiatan

No	Jenis Pengeluaran	Jumlah (Rp)
1	Honorarium Pelaksana: 30% a. Ketua Pelaksana b. Anggota @300 x2 c. Ketua Mitra d. Ketua RW e. Ketua pengarah f. Anggota polisi 2 x 200.000 g. Anggota FKDM h. Transport Peserta Darwis P.Pari @50.000 x 25 orang i. Pemandu Wisata, merekrut peserta mitra j. Uang kebersihan	Rp. 400.000,- Rp. 600.000,- Rp. 200.000,- Rp. 200.000,- Rp. 200.000,- Rp. 400.000,- Rp. 200.000,- Rp. 950.000,- Rp. 500.000,- Rp. 50.000,-
	Sub Total	Rp. 3.700.000,-
2	Bahan Perangkat Penunjang 1) Bahan Habis Pakai a. ATK : - Tinta Black @175.000 - Tinta Warna @195.000 - Kertas A4, @48.000 x 1 b. Foto kopi c. Laporan akhir	Rp. 175.000,- Rp. 195.000,- Rp. 46.000,- Rp. 200.000,- Rp. 84.000,-
	Sub Total	Rp. 700.000,-
3	Perjalanan Menuju Mitra Pulau Pari 1. Tiket Kapal Predator Ancol @400.000 x 3 org 2. BBM Mobil Roda 4 3. Kartu Tol. 4. Konsumsi nasi Box @25.000 x 30 org 5. Air Aqua 1 Box 6. Sewa tempat 7. Parkir Mobil di ancol	Rp. 1.200.000,- Rp. 150.000,- Rp. 150.000,- Rp. 750.000,- Rp. 45.000,- Rp. 150.000,- Rp. 50.000,-
	Sub Total	Rp. 2.495.000,-
4	Penulisan Jurnal 1. Analisis Laporan 2. Publikasi	Rp. 200.000,- Rp. 1.000.000,-

	Sub Total	Rp. 1 . 200.000-
	Total Keseluruhan Pengeluaran Anggaran	Rp. 8.095.000,-
	Pendapatan Anggaran – Pengeluaran Anggaran	Rp. -1.095.000,-

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, W. (2009). Desain Kemasan dan Label Produk Makanan. Kumpulan Modul Pelatihan. UPT B2PTTG-LIPI Subang
- Bartono dan Ruffino. Tata Boga Industri. Yogyakarta: Andi
- Badan Pusat Statistik 2021
- Badan POM No HK. 03.1.23.07.11.6664 (2011) tentang pengawasan Kemasan Pangan
- Hardono, G. (Juni 2014). Strategi Pengembangan Diversifikasi Pangan Lokal. Analisis Kebijakan Pertanian, halaman 1-17
- Ichda Chayanti. (2010). Diktat Pengujian Bahan Pangan. Yogyakarta: PTBB FT UNY
- Moeljanto, T. 1996. *Pembangunan, Dilema dan Tantangan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Todaro, P. 1983. *Pembangunan Ekonomi di Dunia Ketiga*, Jilid I. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Sudiyatno. Pra Survei. (2022) . Pulau Pari Selatan. Pulau Seribu.

LAMPIRAN-LAMPIRAN:

1. Lampiran 1. Justifikasi Anggaran Kegiatan
2. Lampiran 2. Personalia tenaga pelaksana dan kualifikasinya
3. Lampiran 3. Gambaran Iptek yang akan ditransfer kepada kedua mitra
4. Lampiran 4. Peta Lokasi Wilayah wilayah mitra
5. Lampiran 5. Surat Pernyataan Kesediaan mitra

No	Jenis Pengeluaran	Jumlah (Rp)
1	Honorarium Pelaksana: 30%	Rp. 2.000.000,-
2	Bahan Perangkat Penunjang Habis Pakai	Rp. 700.000,-
3	1) Perjalanan dan konsumsi, BBM, Kartu Tol. 2) Pelaksanaan Kegiatan sosialisasi, pelatihan, pendampingan, workshop. Lumpsum	Rp. 4.300.000,-
4	Lain-lain: Analisis Laporan Akhir Perbanyak laporan	Rp. 1.000.000,-
	T O T A L A N G G A R A N	Rp. 8.000.000,-

Terbilang: Tujuh Juta Rupiah.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

1. Lampiran 1: Justifikasi Anggaran Kegiatan

No	Jenis Pengeluaran	Jumlah (Rp)
1	Honorarium Pelaksana: 30% a. Ketua pelaksana b. Anggota @300 x2 c. Mahasiswa 2 org @250 d. Ketua PKK	400.000,- 600.000,- 500.000,- 200.000,- 300.000,-
	Sub Total	Rp. 2.000.000,-

2	Bahan Perangkat Penunjang 1) Bahan Habis Pakai a. ATK : - Tinta Black @175.000 - Tinta Warna @195.000 - Kertas A4, @48.000 x 1 b. foto kopi c. laporan akhir	175.000,- 195.000,- 46.000,- 200.000,- 84.000,-
	Sub Total	Rp. 700.000
3	Perjalanan: 1) Akomodasi-konsumsi, BBM, Kartu Tol, 3 Hari 2) Pelaksanaan Kegiatan sosialisasi, pelatihan, pendampingan, workshop. Lumpsom transport. 3) Pendampingan	Rp. 1.500.000,-,- Rp. 2.500.000,- Rp. 300.000,-
	Sub Total	Rp. 4.300.000,-
4	Penulisan Jurnal Analisis Laporan Akhir Perbanyak laporan (fotokopi)	Rp. 1.000.000,-
	Sub Total	Rp. 1.000.000,-
	Total Keseluruhan Pengeluaran Anggaran	Rp. 8.000.000,-

Terbilang: Delapan Juta Rupiah

Lampiran 2. Personalia tenaga pelaksana dan kualifikasinya Biodata Ketua dan Anggota Tim Pengusul (Lampiran E)

A. Identitas Diri Ketua PKM

1. Lampiran 1. Biodata Ketua dan Anggota Tim Pengusul PKM

a. Biodata Ketua PKM

1	Nama Lengkap (gelar)	Drs. H. Nur Busyra, MM., M.Pd
2	Jenis Kelamin	Laki-laki
3	Jabatan Fungsional	Lektor
5	NIDN	0315096302
6	Tempat dan Tanggal Lahir	Jakarta, 15 September 1963
7	E-Mail	nur_busyra@yahoo.com
8	Nomor Telpn/HP	081310078084
9	Alamat Kantor	Jln. Tanah Merdeka Kp. Rambutan Pasar Rebo Jakarta Timur
10	Nomor Telpn/Faks	021-8400341/ 021- 8411531
11	Lulusan yang Telah Dihasilkan	+ 200 orang

12	Matakuliah yang di ampu	• Dasar-dasar Akuntansi Statistika • Akuntansi Lanjutan • Matematika Ekonomi • Matematika keuangan • Study Kelayakan Bisnis • Statistik I & II • Kewirausahaan • Hitung Keuangan • Manajemen Pemasaran • Manajemen Administrasi Niaga • Evaluasi Pendidikan • Akuntansi Keuangan
----	-------------------------	---

B. Riwayat Pendidikan

PERGURUAN TINGGI	S-1	S-2	S-3
IKIP. Muhammadiyah Jakarta	Pendidikan Dunia Usaha/ Tata Niaga		
STIE IPWI		Manajemen Pemasaran	
PPS UHAMKA		Magister Adminstrasi Pendidikan (MAP)	
Bidang Ilmu			
Tahun Masuk-Lulus	1984 – 1988	1996- 1998 dan 2008-2010	
Judul Skripsi/Tesis/disertasi	Peranan Saluran	Pengaruh Citra	
	Distribusi dalam Memperlancar Hasil Produksi pad PT. Pabrik Kaos Aseli Jakarta	Diri dan Loyalitas Kerja Terhadap Kualitas Pelayanan Dosen FKIP UHAMKA	
Nama Pembimbing	Drs. Abdurahman Banama	Prof. Dr. H.R.Santosa Murwani	

C.Pengalaman Penelitian dalam 5 Tahun Terakhir

No	Tahun	Judul Penelitian	Pendanaan	
			Sumber	Jml (Rp)
1	2013	Implementasi Model Pembelajaran Kontekstual Terhadap Peningkatan Karakter Siswa (Studi Kasus SD Negeri Dukuh 07 Petang Jakarta Timur)	Hibah Bersaing/DIKTI	Rp. 35.000.000,-
2	2013	Survei Pengukuran Kepuasan Pengguna Lulusan(Program Pendidikan Ekonomi FKIP UHAMKA)	Lemlitbang UHAMKA	10.000.000,-
3	2015	Survei Kepuasan Alumni Prodi PEKOM FKIP UHAMKA	Lemlitbang UHAMKA	4.000.000,-

4	2016	Melakukan Penelitian Analisis Minat Berwirausaha Mahasiswa Prodi Pekom	Lemlitbang UHAMKA	10.000.000,-
5	2016	Melaksanakan Penelitian Produktivitas Kerajinan berbahan Mendong Dusun Plembon Sendangsari Minggir Sleman Yogyakarta	Lemlitbang UHAMKA	15.000.000,-
6	2017	Survey Kepuasan Alumni Program Studi Pendidikan Ekonomi terhadap Kualitas Penyelenggaraan Proses Pendidikan UHAMKA	Lemlitbang UHAMKA	2.500.000,-

D. Pengalaman Pengabdian Kepada Masyarakat dalam 5 Tahun Terakhir

No	Tahun	Judul Pengabdian Kepada Masyarakat	Pendanaan	
			Sumber	Jml (Rp)
1	2014	Strategi Menumbuhkan Jiwa Wirausahawan Muda Mandiri Melalui <i>Life Skill</i> Mahasiswa/I FKIP UHAMKA	LPPM UHAMKA	10.000.000,-
2	2014	Pelatihan Penanaman Jiwa Entrepreneurship Melalui Pendidikan <i>Life Skill</i> Siswa SMK Mandiri Bekasi	LPPM UHAMKA	6.000.000,-
3	2015	Menumbuhkan Jiwa Entrepreneurship Mahasiswa Muda Mandiri dalam Upaya Mencetak Lulusan Komprehensif yang Kreatif dan Inovatif	LPPM UHAMKA	5.000.000,-
4	2016	Study Technopreneur industry Packaging Product Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA	LPPM UHAMKA	15.000.000,-
5	2016	Melaksanakan Pengabdian Masyarakat IbM Ibu Ibu PKK dalam Pemanfaatan Daur Ulang Kertas Koran	LPPM UHAMKA	8.000.000,-
6	2017	IbM Workshop Peningkatan Kemampuan Ekonomi Rumah Tangga Melalui Kreasi Daur Ulang Kertas Koran	LPPM UHAMKA	10.000.000,-

E. Publikasi Artikel Ilmiah Dalam Jurnal dalam 5 Tahun Terakhir

No	Judul Artikel Ilmiah	Nama Jurnal	Volume/ Nomor/Tahun
1	Implementasi Model Pembelajaran Kontekstual terhadap Peningkatan Karakter Siswa (Studi Kasus SD Negeri Dukuh 07 Petang Jakarta Timur)	Jurnal Lembaga Penelitian dan Pengembangan UHAMKA	ISSN 2303-772X Vol.2 Nomor 2, Oktober 2013

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Apabila di kemudian hari ternyata dijumpai ketidaksesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima sanksi. Demikian biodata ini saya buat dengan sebenarnya untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam Pengabdian Masyarakat.

Jakarta, 12 Maret 2022



Drs. H. Nur Busyra, MM. M.Pd
NIDN. 0315096302

B. BIODATA ANGGOTA PENGUSUL 2

Nama	Trisni Handayani, M.Pd.
NIDN/NIDK	0317088403
Pangkat/Jabatan	IIIc/Lektor
E-mail	trisni@uhamka.ac.id
ID Sinta	6069463 https://sinta.kemdikbud.go.id/author/?mod=profile&p=stat
ORCID ID	https://orcid.org/0000-0001-5364-0819
SCOPUS ID	57216709288 https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=57216709288
h-Index	3

Publikasi di Jurnal Internasional terindeks

No	Judul Artikel	Peran (First author, Corresponding author, atau co-author)	Nama Jurnal, Tahun terbit, Volume, Nomor, P-ISSN/E-ISSN	URL artikel (jika ada)
1	The Effect of Work Environment, Group Development, Leadership, Membership, and Group Cohesiveness on Employees' Performance of Basic Education Office in Central Jakarta	Co-author, Corresponding author	<i>International Journal of Psychosocial Rehabilitation</i> ISSN:1475-7192 Tahun 2020 DOI: 10.37200/IJPR/V24I8/PR280251	https://www.psychosocial.com/article/PR280251/18646/

Publikasi di Jurnal Nasional Terakreditasi Peringkat 1 dan 2

No	Judul Artikel	Peran (First author, Corresponding author, atau co-author)	Nama Jurnal, Tahun terbit, Volume, Nomor, P-ISSN/E-ISSN	URL artikel (jika ada)
1	The Effectiveness Ofhybrid Learning Incharacter Building Ofintegrated Islamicelementary Schoolstudents During Thecovid-19 Pandemic	Fits author, Corresponding author	Journal Of Educational Scienceand Technology (Est)Issn: 2460-1497volume: 6nomor: 3halaman: 276 – 283 Tahun 2020	https://ojs.unm.ac.id/JEST/article/view/15545

Prosiding seminar/konferensi internasional terindeks

No	Judul Artikel	Peran (First author, Corresponding author, atau co-author)	Nama Jurnal, Tahun terbit, Volume, Nomor, P-ISSN/E-ISSN	URL artikel (jika ada)
1	Implementation of Religious Character Education in Online Learning for Elemntary School	Fits author, Corresponding author	Proceedings of the 1st Annual International Conference on Natural and Social Science Education (ICNSSE 2020) ISSN:2352-5398 DOI: https://doi.org/10.2991/assehr.k.210430.010	https://www.atlantispress.com/proceedings/icnsse-20/125956120
2	Developing hybrid learning models platform based on user experience	Fits author, Corresponding author	<i>IOP Conference Series: Materials Science and Engineering</i> ISSN: 1098 (2021) 03201 doi:10.1088/1757-899X/1098/3/03201 Tahun 2021	https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1757-899X/1098/3/032018/pdf

Buku

No	Judul Buku	Tahun Penerbitan	ISBN	Penerbit	URL (jika ada)
1	Profesi Pendidikan	Maret, 2012	ISBN 978-602-8040-64-8	UHAMKA PRESS	-

2	Manajemen Kesekretarian (Teori dan Praktek) Manajemen Kesekretarian (Teori dan Praktek)	Mei, 2014	ISBN 978-602- 70282-3-4	MITRA ABADI	-
3	Profesi Pendidikan	Februari, 2015	ISBN 978-602- 8040-64-8	UHAMKA PRESS	-
4	Pengantar Pedagogik Transformatif	September, 2018	ISBN 978-95727-5- 9	Paedea	-

Lampiran 3. Gambaran IPTEK yang akan ditransfer kepada Mitra



IPTEK YANG AKAN DI TRANSFER KEPADA MITRA

- Mendisain *pakacging* produk kuliner pariwisata, yang dapat membantu para kelompok UMKM dalam memasarkan produknya.
- Memasarkan oleh-oleh kuliner dengan pengemasan yang dapat dilirik oleh pangsa pasar pariwisata.

Lampiran 4: Peta Lokasi Wilayah Mitra: Pulau Pari Rt 003/Rw 04 Kepulauan Seribu
Jakarta, 14520



Lampiran 5. Surat Pernyataan Kesediaan Mitra

SURAT PERNYATAAN KESEDIAAN KERJASAMA

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya :

Nama : Sudiyatno
Tempat Tanggal Lahir : Jakarta, 05-Mei-1997
Nama Mitra : Kelompok usaha UMKM Pulau Pari
Jabatan : Ketua RT 002 Pulau Pari
Alamat : Jl. Utama Pulau Pari RT 002/ RW 04
Nomor Hp : 085774674229

Dengan ini saya menyatakan bahwa saya bersedia bekerjasama dengan Kelompok UMKM Pulau Pari.

Nama Ketua : Drs. H. Nur Busyra, MM.,M.Pd.
Nama Lembaga : LPPM, Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA
Alamat : Jl. Raya Bogor, Ps. Rebo Jakarta Timur
Nomor Hp : 0813 10078084

Dalam melaksanakan kegiatan program pemberdayaan masyarakat skema PKM dengan judul, ***“Pengembangan usaha kuliner kemasan makanan ramah lingkungan usaha mikro kecil menengah untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi di era covid 19 di Pulau Pari Rt 002/Rw 04 Kepulauan Seribu Jakarta, 14520).***

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari pihak manapun.

Jakarta, 22 Mare 2022

Ketua Kelompok UMKM



(SUDIYATNO)

LAMPIRAN ABSEN PESERTA

ABSEN PESERTA PENGABDIAN MASYARAKAT LPPM. UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

No	NAMA	NO HP	TANDA TANGAN
1	SURYADI KARTO	085701475097	1.
2	RIVO ANGGORO SETO	08381628691	2.
3	RITAN SAPUTRA	20571765440	3.
4	Rosi Gunawan	085800293638	4.
5	ABGAR	085809300944	5.
6	ABUP	081585229280	6.
7	Daniar Kurniawati	089563566585	7.
8	ADRI MUFFI	087784583198	8.
9	Nelky Krijaya	081288593005	9.
10	Sulaeman	08568153058	10.
11	KURNIAWAN	087770598059	11.
12	M. IRVANYAH	085892728760	12.
13	SUMIATI	085778418876	13.
14	Mardiana	085718401791	14.
15	Yusianti	0857-1009-7815	15.
16	Martiana	0857-144-15659	16.
17	ERNAWATI	085717170064	17.
18	SENIWATYUNI	085718745954	18.
19	KOKOM K	083875209647	19.
20	RUMINI	085793444046	20.

21. SAHRONI 08281732141
 22. IZWAN 08581144892
 23. RAUSIL
 24.

Jakarta, 21 Juli 2022
Mengetahui, Ketua Pelaksana,

Drs. H. Nur Busyra, MM., M.Pd.



SURAT TUGAS

Nomor: 201/LPPM/PKM/2024

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Lembaga Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA dengan ini memberi tugas kepada:

Nama	: 1. Trisni Handayani, M.Pd 2. Drs. HM. Jamil Latief, MM, M.Pd.
Tugas	: Pendampingan Peningkatan Pendapatan Produk Local UMKM melalui Digital Marketing di Pulau Pari, Kepulauan Seribu, DKI Jakarta
Hari, tanggal	: 05 dan 07 Februari 2024
Tempat	: Pulau Pari, Kepulauan Seribu, DKI Jakarta

Setelah melaksanakan tugas agar menyerahkan laporan ke Ketua LPPM UHAMKA. Demikian surat tugas ini diberikan, agar dapat dilaksanakan dengan sebaik-baiknya sebagai amanah.

***Nasrun minallah Wa Fathun Qarib,
Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.***

Jakarta, 01 Februari 2024



[Signature]
Ketua,
Dr. Gufron Amirullah, M.Pd
NIDN. 0319057402

Tembusan:

Kepada Yth

1. Rektor;
2. Wakil Rektor III;
3. Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan;
4. Wakil Dekan 1 Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan;
5. Sekretaris Universitas.

Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.



SERTIFIKAT

Diberikan kepada

Trisni Handayani

Narasumber

**Pendampingan Peningkatan Pendapatan Produk Local UMKM
melalui Digital Marketing di Pulau Pari, Kepulauan Seribu, DKI Jakarta**

Tanggal, 6 Februaei 2023



Dr. Gufron Amirullah, M.Pd

PENERAPAN PENDAMPINGAN PENDAPATAN LOKAL UMKM MELALUI PEMANFAATAN DIGITAL MARKETING DENGAN PENDEKATAN PAR

Trisni Handayani, M. Jamil Latief, Marisa Ana Tiara

Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka
trisni@uhamka.ac.id

Abstract

The urgency of economic growth at this time is not only in the large business sector, but MSMEs can also help economic growth in Indonesia. MSMEs on Pari Island, Kepulauan Seribu currently still use traditional sales and marketing techniques. Marketing activities with digital marketing are currently very widespread, because internet users continue to grow every year. Digital marketing is widely regarded as highly efficient in boosting the local revenue of micro, small, and medium enterprises (MSMEs) on Pari Island. This service process was carried out in two days and continued with mentoring for 3 months. Mentoring uses a PAR (Participation, Action, and Research) approach because it is more focused on the process of using digital marketing. The purpose of this assistance in utilizing digital marketing is expected to be useful and useful for MSMEs, government, and academics.

Keywords: UMKM, Digital Marketing, PAR (Participatory, Action, Research).

Abstract

Urgensi pertumbuhan ekonomi pada saat ini tidak hanya pada sektor usaha yang besar, tapi UMKM juga dapat membantu pertumbuhan ekonomi di Indonesia. UMKM di Pulau Pari, Kepulauan Seribu pada saat ini masih menggunakan teknik penjualan dan pemasaran secara tradisional. Kegiatan pemasaran dengan digital marketing pada saat ini sangat marak, karena pengguna internet terus bertambah setiap tahunnya. Digital marketing dinilai sangat efektif untuk meningkatkan pendapatan lokal pelaku UMKM di Pulau Pari. Proses pengabdian ini dilakukan dalam waktu dua hari dan dilanjutkan pendampingan selama 3 bulan. Pendampingan menggunakan pendekatan PAR (Participation, Action, and Research) karena lebih terfokus dengan proses pemanfaatan digital marketing. Pendampingan dalam pemanfaatan digital marketing diharapkan bermanfaat serta berguna bagi pihak UMKM, pemerintah, maupun akademisi.

Keywords: UMKM, Digital Marketing, PAR (Participatory, Action, Research).

PENDAHULUAN

Pertumbuhan ekonomi pada saat ini lebih mengindikasikan kesejahteraan suatu negara. (Qodariah et al., 2022) berpendapat bahwa sumber daya lokal juga dapat membantu dalam pertumbuhan ekonomi. Beberapa faktor pendukung dalam pertumbuhan ekonomi terdiri dari kegiatan masyarakat seperti dari sisi konsumsi,

investasi, dan ekspor yang meningkat, dan pokok pentingnya adalah sektor UMKM yang menyebabkan ekonomi dengan produktivitas tinggi.

UMKM berperan untuk pertumbuhan ekonomi suatu negara yang menjadi perwujudan ekonomi kerakyatan yang perlu dikembangkan di Indonesia karena sektor ini mampu memberikan kesempatan kerja dan menampung lapangan pekerjaan dengan

jumlah besar sehingga diharapkan sektor ini dapat memberikan kontribusi dalam peningkatan pendapatan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan dasar (Windu dalam Achmad, 2023).

Menurut (Fachrurazi et al., 2022) pemasaran merupakan usaha untuk menyediakan dan mengirimkan barang atau jasa melalui promosi dan komunikasi. Dengan bantuan media digital marketing dan digunakan secara tepat dapat membantu pelaku usaha di Pulau (Noviana & Darma, 2020) sangat efektif pada era industri 4.0 karena dengan cepat dapat menarik minat dan perhatian konsumen dengan luasnya jangkauan karena sebagian besar masyarakat sudah melekat pada internet, maka digital marketing dapat dijadikan pilihan utama dalam proses pemasaran. (Dewi et al., 2023) berpendapat sudah banyak pelaku UMKM yang melakukan transisi dari pemasaran tradisional ke pemasaran digital, karenanya penting bagi seseorang yang bekerja dalam bidang usaha untuk mengelaborasi strategi bertahan usaha yang harus diterapkan oleh para pelaku UMKM menghasilkan ide-ide baru dan memanfaatkan bisnis digital untuk membantu usaha bertahan dan berkembang agar mereka tidak hanya dapat terus kontinu, dan tanggap terhadap perubahan konvensional ke arah digitalisasi.

Menurut (Kamil et al., 2022) UMKM memiliki peranan peting untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi pada era Revolusi Industri 4.0 yang akan bergerak menuju *Society 5.0*. Indonesia masih menghadapi hambatan khususnya pada kurangnya keterampilan pada sektor UMKM dalam memperluas pemasaran dengan bantuan teknologi seperti digital marketing. Maka dari itu, penelitian mengenai pendampingan penerapan digital marketing perlu dilakukan untuk

meningkatkan pendapatan produk lokal di wilayah Pulau Pari.

Provinsi DKI Jakarta memiliki Pulau yang menjadi bagian dari Kecamatan Kepulauan Seribu Selatan, Kabupaten Kepulauan Seribu. Pulau Pari dijadikan sebagai objek wisata di Kepulauan Seribu. Pulau Pari ini memiliki beberapa UMKM di antaranya usaha kuliner kemasan makanan ramah lingkungan. Saat peninjauan awal ke Pulau Pari, mayoritas UMKM di Pulau tersebut masih mengandalkan proses yang konvensional atau proses pemasaran secara tradisional. Para pelaku usaha menitipkan produk usahanya ke berbagai toko maupun pasar dan masih belum berani mengambil risiko untuk memasarkan produknya melalui pemanfaatan digital marketing. Untuk meningkatkan dan mendukung kestabilan perekonomian nasional, pemberdayaan diperlukan dengan bertujuan meningkatkan produksi dan memajukan sektor UMKM merupakan rencana yang efisien (Ondang dalam Achmad, 2023).

Kemajuan teknologi, informasi, dan komunikasi memberikan jalan keluar bagi UMKM untuk bertahan dalam maraknya peningkatan jual beli *online* dalam pusat perdagangan. Oleh karena itu, UMKM harus bisa menyesuaikan diri dan beriringan dengan perkembangan zaman saat ini untuk meningkatkan pendapatan produk lokal dan mendorong minat masyarakat dalam berbelanja. Para pelaku UMKM di Pulau Pari sepenuhnya belum memanfaatkan digital marketing sebagai media promosi, maka diperlukannya pendampingan peningkatan produk lokal dengan digital marketing sebagai wujud pengabdian kepada masyarakat untuk menunjang pemasaran produk.

METODE

Kegiatan pendampingan pemanfaatan digital marketing untuk meningkatkan pendapatan lokal UMKM di Pulau Pari, Kepulauan Seribu diselenggarakan pada tanggal 8 Juni 2023 dengan kurun waktu selama 3 bulan yang diikuti para pelaku UMKM di Pulau tersebut. PAR (*Participation, Action, and Research*) dipilih sebagai metode dalam kegiatan pengabdian yang berorientasi dengan mobilisasi ilmu pengetahuan. (Afandi et al., 2022; Zahrotur et al., 2019) berpendapat bahwa pendekatan PAR (*Participation, Action, and Research*) dapat membantu pengabdian dalam pelaksanaan pengabdian sebagai fasilitator dalam proses perubahan yang diwujudkan. Para pengabdian mengayomi dalam menempatkan pelaku usaha sebagai pemeran utama dalam perubahan. Strategi ini mampu melibatkan penuh para pelaku mitra dalam pendampingan dan berpartisipasi aktif sehingga masalah dalam peningkatan pendapatan lokal UMKM melalui pemasaran digital marketing menjadi nyata.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil pengumpulan data di lapangan, para pelaku UMKM harus pandai dan inovatif dalam berwirausaha. Masyarakat memandang dunia usaha merupakan tempat yang penuh dengan ketidakpastian. Akan tetapi tidak untuk mereka yang memiliki bekal baik dari pengetahuan, waktu, tenaga, bahkan modal, usaha dapat menjadi titik terang bagi siapa saja yang berani melakukannya. Beberapa para pelaku usaha mungkin dapat beradaptasi dengan perubahan pemasaran, namun tidak semua bisa dan menyanggapi untuk beradaptasi dengan perubahan tersebut. Kemampuan untuk

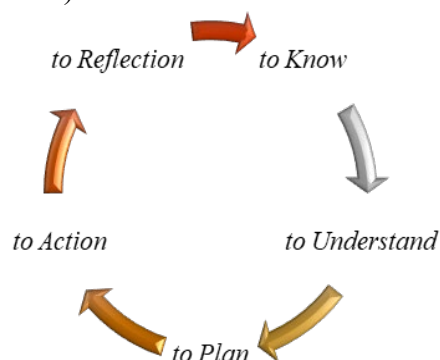
menyesuaikan diri dengan perubahan sangat penting untuk sukses. Menurut (Aisyah Dewi et al., 2023) supaya usaha dapat berhasil, maka pengusaha harus menyesuaikan diri dengan kebiasaan baru.

Dilihat dari topologi geografis Pulau Pari, Kepulauan seribu penduduknya lebih banyak bermata pencaharian sebagai nelayan. Karena Pulau pari termasuk objek wisata, maka banyak wisatawan yang mengunjungi Pulau Pari, dimulai dari pengunjung lokal maupun turis. Dengan banyaknya wisatawan yang datang, sebagian penduduk Pulau Pari memanfaatkan untuk berwirausaha dengan berjualan, dan masih belum menerapkan digital marketing sebagai sarana promosi produk para pelaku usaha. Saat ini, menurut (Fikri et al., 2023; Hartana, 2022) sarana digital marketing yang mudah dimanfaatkan yaitu media sosial. Pertumbuhan UMKM dapat meningkat karena penggunaan teknologi dalam digital marketing. Menurut (Abdurohim & Mochammad Ramdan, 2022) cara untuk meningkatkan kinerja bisnis dalam pertumbuhan UMKM dengan penggunaan teknologi informasi yang praktis dan efisien. Digital marketing dalam pemasaran memiliki arti sebagai media. Karena konsep dari digital marketing tidak untuk meningkatkan penjualan produk, akan tetapi lebih cenderung mempromosikan suatu produk.

Dalam kegiatan pengabdian melalui pendampingan pendapatan produk lokal dengan media digital marketing, pengabdian melakukan 3 tahap sesuai dengan tahapan pendekatan PAR yaitu (*Participation, Action, and Research*) karena penelitian merupakan proses partisipasi dengan pendekatan PAR (*Participation, Action, and Research*). Yang mengakibatkan para pengabdian masyarakat tidak hanya

melakukan riset, akan Menurut pendapat (Umar et al., 2022) dengan ikut melaksanakan pendampingan sebagai bentuk partisipasi dengan para pelaku UMKM. Kerja sama antara satu dengan lainnya termasuk hubungan dalam peran kita sebagai fasilitator. Selama masalah terdapat selama proses pendampingan, pengabdian ikut serta dalam aksi untuk memberikan solusi supaya pendampingan berjalan seefisien mungkin. Menurut (Rahmat & Mirnawati, 2020) bahwa pendekatan dengan PAR (*Participation, Action, and Research*) merupakan model penelitian yang menghubungkan proses penelitian ke dalam proses perubahan sosial. Persoalan yang terjadi di masyarakat dapat diatasi dengan pendekatan ini.

Pandangan (Chusniyah, 2022) dengan pendekatan PAR dapat meningkatkan keberanian dengan mengembangkan apa yang sudah ada menjadi lebih eksklusif. Dalam PAR (*Participation, Action, and Research*) menurut (Rahmat & Mirnawati, 2020) tolak ukur keberhasilan dilihat dari siklus pendampingan masyarakat yaitu dikenal dengan istilah KUPAR (*to Know, untuk mengetahui; to Understand, untuk memahami; to Plan, untuk merencanakan; to Action, untuk melancarkan aksi; to Reflection, untuk refleksi*).



Grafik 1. Siklus PAR

To Know (untuk mengetahui), *to know* merupakan siklus awal dalam

pendekatan PAR (*Participation, Action, and Research*). Proses awal dalam pemberdayaan masyarakat dengan mengidentifikasi sumber daya alam, sumber daya manusia, letak geografis, dan membangun hubungan kemanusiaan agar pengabdian diterima oleh para pelaku UMKM dan proses pendampingan berjalan dengan lancar.

To Understand (untuk memahami), pada siklus ini, para pengabdian dan pelaku usaha saling mengidentifikasi apa saja permasalahan yang terjadi selama para pelaku usaha menjalankan usahanya dan yang ada di dalam kehidupan para pelaku, dan dikaitkan dengan aset-aset yang dimiliki masyarakat, selanjutnya dengan menekankan komitmen pada para pelaku untuk menyelesaikan dilema perbincangan yang terjadi pada para pelaku UMKM.

To Plan (untuk merencanakan), siklus ini dimaknai dengan mengagendakan aksi-aksi dilema yang terjadi di tengah para pelaku UMKM. Pada tahap perencanaan, keterlibatan pelaku UMKM sangat penting sebelum berjalannya aksi, sehingga pendampingan ini bisa sebagai media pendidikan masyarakat dan tidak hanya perubahan sosial saja khususnya untuk pelaku UMKM.

To Action (untuk melaksanakan aksi), siklus aksi merupakan lanjutan dari siklus merencanakan yang mempertimbangkan antara *human resources, and natural resources* yang menyatukan para pelaku UMKM. Tindakan Implementasi produk yang membangun, mengembangkan aset-aset, mengubah pola pikir pelaku UMKM, sehingga berfungsi secara optimal dan proporsional.

To Reflection (untuk merefleksi), siklus terakhir merupakan tahapan evaluasi dan monitoring aksi pengabdian yang dilakukan kepada para

pelaku UMKM serta pengabdi secara bersama-sama sehingga pendampingan menjadi terukur dan terarah.

Dalam pengkajian data pendampingan menggunakan PAR penelitian dilaksanakan secara bersama antara para pelaku UMKM dengan para pengabdi dalam perbincangan pada perubahan kondisi hidup yang lebih baik dan mendorong terjadinya aksi yang transformatif. Adapun langkah-langkah dalam PAR yaitu tahap awal yang dilakukan yaitu Partisipasi dalam dunia sosial dengan membangun hubungan kemanusiaan atau enkulturasi untuk menciptakan kekeluargaan sehingga para pengabdi dengan pelaku usaha mempunyai komunikasi yang baik antar sesama. Hal ini juga untuk menumbuhkan rasa percaya antar pelaku usaha dengan para pengabdi. Dalam membangun hubungan kemanusiaan ini, para pengabdi ikut melaksanakan rutinitas yang dilakukan oleh pelaku usaha supaya bisa menyatu dan menjadi simbiosis mutualisme dan kolaborasi yang baik.



Gambar 1. Partisipasi dengan Pelaku UMKM

Tahap kedua yaitu melancarkan aksi perubahan secara stimulan dan partisipasi. Karena dalam proses aksi ini, pelaku usaha tidak hanya mendapat pembinaan mengenai cara menggunakan digital marketing untuk pemasaran, akan tetapi juga mempelajari ilmu yang sesuai dengan agenda pendampingan. Menurut pendapat (Amaliyah et al., 2022), UMKM harus menjalankan digitalisasi dalam keberlangsungan usaha untuk tetap bersaing. Adapun agenda kegiatan pelatihan sebagai berikut :

Tabel 1. Kegiatan Pelatihan

No.	Materi	Cakupan Materi	Durasi	Metode
1	Konsep digital marketing	Teori digital marketing Urgensi digital marketing di era 4.0	4 JP	Brainstorming dan Diskusi
2	Memahami pentingnya pemahaman pedagang UMKM dalam peningkatan pendapatan melalui produk lokal	Gambaran peningkatan pendapatan kepulauan pari Identifikasi UMKM produk lokal Identifikasi jumlah UMKM di Kepulauan Pari	4 JP	Brainstorming dan Diskusi
3	Strategi pendampingan digital marketing	Pelaku UMKM menyiapkan alat untuk membantu pemasaran, beberapa alat tersebut adalah : Identitas merek dan produk Akun sosial media dan situs web Ulasan dan tanggapan dari konsumen Mempersiapkan konten yang menarik seperti gambar pemasaran produk, poster, video, dan sebagainya. Mengunggah dan mengevaluasi di setiap	20 JP	Problem Solving dan Project Based Learning

		platform yang digunakan, identifikasi dan berfokus pada platform yang paling sering digunakan konsumen. Bergabung dengan komunitas UMKM untuk mendapatkan informasi dan perkembangan pasar.		
--	--	--	--	--

Pelatihan dan pendampingan pemasaran digital serta dukungan Pengembangan Inovasi Produk dapat diberikan kepada UMKM oleh civitas akademika sebagai kegiatan pengabdian. Dengan digitalisasi, UMKM dapat bersaing dan melanjutkan keberlangsungan usaha.

Tahap ketiga yaitu refleksi berupa evaluasi kegiatan. Pengabdian bersama para pelaku UMKM menyusun konsep perubahan sosial berdasarkan riset, pembelajaran, dan merefleksikan proses dan hasil yang diperoleh. Pada tahap ini selain memahami pentingnya beradaptasi dengan teknologi, pelaku usaha juga berupaya untuk melakukan strategi usaha yang dapat meningkatkan pendapatan lokal UMKM. Dari kegiatan refleksi ini, (Sherly et al., 2020) berpendapat bahwa keberadaan orientasi pasar tidak terlepas dari peran penjual dan pembeli dalam menjembatani akses pasar. Para pengabdian mampu melihat dan menilai keberhasilan serta kekurangan dari para pelaku UMKM yang terhubung dalam perubahan sosial, dan menganalisis dari hasil kegiatan yang dilakukan untuk penyempurnaan pemanfaatan pemasaran melalui digital marketing.



Gambar 2. Pendampingan lokal UMKM

Pemberdayaan menurut (Qomar et al., 2022) memiliki makna dalam usaha diri sendiri yang secara bersama membangun melalui upaya masyarakat. Hasil yang diperoleh mengenai peningkatan pendapatan produk lokal UMKM memang belum signifikan, akan tetapi pemberdayaan ini berdampak pada pelaku usaha yang sudah mengenal dan paham pentingnya pemasaran dengan bantuan digital marketing dan memahami luasnya Marketplace dalam perdagangan. (Suhermin et al., 2022) berpendapat bahwa Online Marketplace adalah platform perdagangan elektronik yang menghubungkan penjual dan pembeli tanpa harus bertemu secara langsung. Serta Marketplace menurut dapat memperluas jangkauan pasar bagi pelaku bisnis UMKM. Dengan teknologi internet yang berkembang pesat, pelaku UMKM. Dan, menurut (Chusniyah, 2022; Wulanda Suci Padi et al., 2023) memanfaatkan marketplace ini sebagai wadah untuk memperluas promosi produknya yang memberikan peluang baru untuk pelaku usaha dalam mengembangkan usahanya.

Para pelaku UMKM harus diberikan pendampingan atau banyak mempelajari dari berbagai sumber yang mudah ditemui, seperti buku, internet,

atau lingkungan sekitar. Pelaku usaha disarankan untuk mengikuti komunitas UMKM agar para praktisi wirausaha lainnya dapat saling bertukar informasi, ide kreatif, bahkan bisa kolaborasi antar usaha. Karena, mudahnya pengenalan dan penggunaan digital marketing, tidak dapat dipungkiri terjadinya risiko penggunaan yang tidak bijak, bahkan bisa terlibat dalam kebocoran informasi. (Sinaga et al., 2023; Siregar et al., 2023) berpendapat digital marketing merupakan alat komunikasi yang berhubungan dengan teknologi, informasi, dan komunikasi. Maka, diberlakukannya pendampingan untuk para pelaku UMKM dalam menerapkan digital marketing untuk mengurangi dampak negatif dan risiko dari penggunaan digital marketing.

SIMPULAN

Kesimpulan menggambarkan jawaban dari hipotesis dan/atau tujuan penelitian atau temuan ilmiah yang diperoleh. Kesimpulan bukan berisi perulangan dari hasil dan pembahasan, tetapi lebih kepada ringkasan hasil temuan seperti yang diharapkan di tujuan atau hipotesis. Bila perlu, di bagian akhir kesimpulan dapat juga dituliskan hal-hal yang akan dilakukan terkait dengan gagasan selanjutnya dari penelitian tersebut. Sebagai kesimpulan, kegiatan pendampingan UMKM berhasil dilaksanakan melalui metode dua hari latihan dan dilanjutkan dengan pendampingan selama tiga bulan. Proses kegiatan ini diawali dengan memperkenalkan teori digital marketing dan urgensinya pada era Industry 4.0 yang akan memasuki era Society 5.0 ini. Selanjutnya, pelaku usaha diberikan umpan bermuat konsep dan ide dalam menciptakan strategi untuk mengembangkan usahanya melalui digital marketing tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdulloh, D., & Mochammad Ramdan, A. (2022). Survival Strategies and Online Marketing in the Time of the COVID-19 Pandemic of Bandung City SME: A Case Study of the Cibaduyut Shoe Center. *Quantitative Economics and Management Studies (QEMS)*, 3(6). <https://doi.org/10.35877/454RI.asci1259>
- Achmad, W. (2023). MSMEs Empowerment through Digital Innovation: The Key to Success of E-Commerce in Indonesia. *Daeungku: Journal of Humanities and Social Sciences Innovation*, 3. <https://sainsmat.org/index.php/daeungku/article/view/1742/1157>
- Afandi, A., Laily, N., Wahyudi, N., Umam, H. M., Kambau, R. A., & Rahman, S. A. (2022). *Metodologi Pengabdian Masyarakat* (Suwendi, A. Basir, & J. Wahyudi, Eds.; 1st ed.). Direktorat Pendidikan Tinggi Keagamaan Islam. <https://pendispress.kemenag.go.id/index.php/ppress/catalog/view/19/16/74-1>
- Amaliyah, A., Dimisyqiani, E., Apriliani, L., & Sedianingsih, S. (2022). Improving the MSME Capability of the Madurese Community Through Mobile Series Applications and Digital Marketing Training. *Indonesia Berdaya*, 3(4), 1129–1138. <https://ukinstitute.org/journals/ib/article/view/3449>
- Chusniyah, I. (2022). Pelatihan Digital Marketing Bagi Pelaku UMKM sebagai Upaya Peningkatan Pemasaran di Masa Pandemi

- Bagi Masyarakat. Khidmatuna: Jurnal Pengabdian Masyarakat, 2.
<https://ejournal.iaisyarifuddin.ac.id/index.php/khidmatuna/article/view/1582/618>
- Dewi, G. C., Yulianah, Bernardus, D., Purwono, B. S. A., & Yatna, C. N. (2023). POST-PANDEMIC MSME BUSINESS STRATEGY: DIGITAL MARKETING INNOVATION AND TRANSFORMATION. Jurnal Ekonomi Sean Institute, 12.
<https://ejournal.seaninstitute.or.id/index.php/Ekonomi/article/view/1611/1247>
- Fachrurazi, Zarkasi, Maulida, S., Hanis, R., & Yusuf, M. (2022). INCREASING MICRO SMALL MEDIUM ENTERPRISES ACTIVITY ENTREPRENEURIAL CAPACITY IN THE FIELD OF DIGITAL MARKETING. Jurnal Ekonomi Sean Institute, 11.
<https://ejournal.seaninstitute.or.id/index.php/Ekonomi/article/view/945/782>
- Fikri, M. A., Sinduwiatmo, K., Qudus, N., & Nirwana, S. (2023). PELATIHAN PEMANFAATAN TEKNOLOGI DIGITAL DESA BEJIJONG. Martabe : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 6(6), 2017–2020.
<https://doi.org/10.31604/jpm.v6i6.2017-2020>
- Hartana. (2022). Pengembangan Usaha UMKM di Masa Pandemi Melalui Optimalisasi Digital Marketing di Kabupaten Buleleng. Jurnal Undiksha, 10.
- Kamil, I., Bakri, A. A., Salingkat, S., Ardenny, Tahirs, J. P., & Alfiana. (2022). Pendampingan UMKM melalui Pemanfaatan Digital Marketing pada Platform E-Commerce. Amalee: Indonesia Journal of Community Research and Engagement, 3.
<https://ejournal.insuriponorogo.ac.id/index.php/amalee/article/view/2782/1379>
- Noviana, P. teddy, & Darma, G. S. (2020). Exploring Digital Marketing Strategies during the New Normal Era in Enhancing the Use of Digital Payment. Jurnal Mantik, 4.
<https://ejournal.iocscience.org/index.php/mantik/article/view/1084/775>
- Qodariah, L., Dharma, A. P., Handayani, S. L., Sari, P. M., Asmara, S., & Fajrin, N. (2022). Pendampingan Kegiatan Edukwisata Melalui Potensi Alam Curug Goong dan Kawasan Konservasi bagi Guru dan Siswa di Desa Gekbrong. Publikasi Pendidikan, 12(1), 36–41.
<https://doi.org/10.33846/Sf11425>
- Qomar, Moh. N., Karsono, L. D. P., Aniqoh, F. Z., Aini, C. N., & Anjani, Y. (2022). PENINGKATAN KUALITAS UMKM BERBASIS DIGITAL DENGAN METODE PARTICIPATORY ACTION RESEARCH (PAR). Community Development Journal, 3, 74–81.
<https://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/cdj/article/view/3494/3893>
- Rahmat, A., & Mirnawati, M. (2020). Model Participation Action Research dalam Pemberdayaan Masyarakat. AKSARA: Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal, 6.

- Sherly, Halim, F., & Sudirman, A. (2020). THE ROLE OF SOCIAL MEDIA IN INCREASING MARKET SHARE OF MSME PRODUCTS IN PEMATANGSIANTAR CITY. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 9. <https://journal.stieindragiri.ac.id/index.php/jmbi/article/view/206/188>
- Sinaga, N. A., Riwayani, R., Simamora, F. N., Tanjung, A., & Saragih, S. A. (2023). OPTIMALISASI PEMANFAATAN DIGITAL MARKETING UNTUK PROMOSI DAN PEMASARAN PRODUK HASIL-HASIL PERTANIAN DESA PANANGGAHAN KABUPATEN TAPANULI TENGAH. *JURNAL PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT*, 29(1), 103–108. <https://jurnal.unimed.ac.id/2012/index.php/jpkm/article/view/43847>
- Siregar, G., Arda, M., Damanik, W. S., Saragih, S. A., Popy, P., & Zulham, M. (2023). PELATIHAN DIGITAL MARKETING UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN KELOMPOK TANI KELORIA. *JURNAL PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT*, 29(1), 60–63. <https://doi.org/10.1016/j.jff.2021.1>
- Suhermin, Rarnadhani, Y. C., Budiyanto, & Subarjo, A. (2022). Pelatihan Inovasi Marketplace Bagi UMKM. *DINAMISIA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6. <http://journal.unilak.ac.id/index.php/dinamisia/article/view/11448/4582>
- Umar, Syarifuddin, Ihwan, & Kuriawansyah. (2022). PENGUATAN PEMAHAMAN BIDANG SOSIAL DAN KEAGAMAAN BAGI MASYARAKAT MELALUI KEGIATAN KKN-PAR DI KELURAHAN OI FO'O KOTA BIMA. *Taroa: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1. <http://ejournal.iaimbima.ac.id/index.php/taroa/article/view/740/589>
- Wulanda Suci Padi, A., Kartini, T., Silaningsih, E., Yuningsih, E., Gemina, D., Rachmat Jailani, M., & Zaenudin, I. (2023). OPTIMALISASI DIGITALISASI PADA UMKM SANGHUI, PARAS FURNITURE DAN DI & DIN COLLECTION. *MARTABE : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6. <https://doi.org/10.31604/jpm.v6i6.1907-1913>
- Zahrotur, Fitriana, Kumaradia, H., & Kholidatu. (2019). Pelatihan Digital Marketing Bagi Pelaku UMKM sebagai Upaya Peningkatan Pemasaran di Masa Pandemi Bagi Masyarakat. *Prosiding Konferensi Pengabdian Masyarakat*, 1, 81–85. <https://ejournal.iaisyarifuddin.ac.id/index.php/khidmatuna/article/view/1582/618>