

PENGEMBANGAN UMKM DAN INDUSTRI KREATIF MELALUI KULIAH KERJA NYATA MUHAMMADIYAH AISYAH (KKN-MAs) DI KABUPATEN LOMBOK UTARA

Rahmi^{1*}, Husnah Latifah², Abd. Rakhim³, Andi Sukri Syamsuri⁴, Muh. Yunus Ali³,
Hasanuddin⁵, Andi Chadijah¹, Burhanuddin⁶, Hartono Bancong⁷

¹Program Studi Budidaya Perairan, Fakultas Pertanian, Universitas Muhammadiyah
Makassar, Jl. Sultan Alauddin No. 259 Makassar

²Program Studi Kehutanan, Fakultas Pertanian, Universitas Muhammadiyah Makassar, Jl.
Sultan Alauddin No. 259 Makassar

³Program Studi Teknik Pengairan, Fakultas Teknik, Universitas Muhammadiyah Makassar,
Jl. Sultan Alauddin No. 259 Makassar

⁴Program Studi Ilmu Perpustakaan, Fakultas Adab dan Humaniora, Universitas Islam Negeri
Makassar, Jl. Sultan Alauddin No. 63 Makassar

⁵Program Studi Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Agama Islam, Universitas
Muhammadiyah Makassar, Jl. Sultan Alauddin No. 259 Makassar

⁶Program Studi Ilmu Administrasi Negara, Fakultas Ilmu Sosisl dan Ilmu Politik, Universitas
Muhammadiyah Makassar, Jl. Sultan Alauddin No. 259 Makassar

⁷Program Studi Fisika, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Muhammadiyah
Makassar, Jl. Sultan Alauddin No. 259 Makassar

e-mail: rahmiperikanan@unismuh.ac.id

Abstrak

Kuliah Kerja Nyata Muhammadiyah Aisyiyah (KKN MAs) merupakan aktivitas pemberdayaan rakyat yang dilakukan para mahasiswa dan Dosen Pembimbing Lapangan (DPL), yang diikuti seluruh Perguruan Tinggi Muhammadiyah Aisyiyah se-Indonesia secara bersama-sama. KKN MAs ini dilaksanakan mulai 12 Agustus sampai 12 September 2021 di Kabupaten Lombok Utara. Tidak bisa dipungkiri bahwa Kabupaten Lombok Utara memiliki potensi alam yang perlu dikembangkan melalui potensi pariwisata dengan memajukan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dan industri kreatif agar lebih kreatif. Metode yang digunakan dalam pelaksanaan KKN MAs adalah melalui pendekatan partisipatif dan pelibatan masyarakat dalam interaksi dan pengumpulan data kepada pelaku UMKM di beberapa desa yaitu Desa Medana Kecamatan Tanjung, Desa Malaka Kecamatan Pemenang dan Desa Selengen Kecamatan Kayangan. Hasil yang diperoleh dalam KKN MAs ini adalah peningkatan pengetahuan masyarakat desa di Lombok Utara dalam meningkatkan UMKM dan industri kreatif di tengah Pandemi Covid-19 sehingga dapat menciptakan lapangan kerja baru bagi masyarakat melalui penerapan penggunaan *digital marketing* serta penyediaan kebutuhan wisata setempat agar bisa menarik pengunjung baik wisatawan domestik maupun wisatawan mancanegara.

Kata Kunci: Desa, KKN MAs, Lombok Utara, UMKM

A. Pendahuluan

Kegiatan Kuliah Kerja Nyata dalam tahun 2021 pertama kali dilaksanakan dan melibatkan Perguruan Tinggi Muhammadiyah dan Aisyiyah (PTMA) seluruh Indonesia yang di sebut juga KKN MAs yang dilaksanakan pada 2 Kabupaten yang terdapat pada pulau Lombok, yaitu Kabupaten Lombok Barat dan Lombok Utara pada tanggal 12 Agustus sampai 12 September 2021. Kuliah Kerja Nyata Muhammadiyah Aisyiyah (KKN MAs) merupakan aktivitas pemberdayaan rakyat yang dilakukan para mahasiswa dan Dosen Pembimbing Lapangan (DPL), yang diikuti seluruh Perguruan Tinggi Muhammadiyah Aisyiyah se-Indonesia secara bersama-sama. Pelaksanaan KKN MAs dikelola Pengurus KKN Mas, berdasar pada Surat Keputusan Konsorsium Nasional LPPM PTMA Nomor 007/A.2-III/KP/XI/2020. Tema yang disusun dari KKN MAs periode ini adalah “*Penanggulangan Stanting Melalui Peningkatan Partisipasi Masyarakat Dengan Sosialisasi dan Edukasi Pola Hidup Sehat. dan Penguatan Potensi Wisata dan Ekonomi Kreatif di Kabupaten Lombok Barat dan Lombok Utara*”. Melalui KKN Mas ini, para mahasiswa memiliki kesempatan guna melakukan aksi konkret di lapangan menggunakan ilmu-ilmu yang dihasilkan selama kuliah dan sebagai ajang silaturahmi sesama rekan sejawat di kampus-kampus Muhammadiyah di seluruh Indonesia.

Salah satu tema yang diangkat pada program ini adalah penguatan potensi wisata dan ekonomi kreatif di Kabupaten Lombok Utara. Kabupaten Lombok Utara adalah satu satu dari 10 (sepuluh) Kabupaten di Propinsi Nusa Tenggara Barat dengan letak posisinya dibagian utara pulau lombok menggunakan batas-batas daerah sebagai berikut: Sebelah Utara (Laut Jawa), Sebelah Barat (Selat Lombok dan Kabupaten Lombok Barat), Sebelah Selatan (Kabupaten Lombok Barat dan Kabupaten Lombok Tengah), Sebelah Timur (Kabupaten Lombok Timur). Kabupaten Lombok Utara memiliki luas daerah daratan yakni seluas 809,53 Km², dan secara administratif terbagi pada 5 (lima) Kecamatan, 33 Desa dan 322 Dusun, yang mana Kecamatan Bayan mempunyai luas daerah terbesar dengan luas daerah 329,10 Km² dan terkecil merupakan Kecamatan Pemenang menggunakan luas daerah 81,09 Km² (Dokumen RPIJM Lombok Utara, 2021).

Letak Kabupaten Lombok Utara sangat strategis yaitu terletak dalam wilayah segitiga emas wilayah tujuan pariwisata sedangkan jalur perhubungan laut menggunakan Selat Lombok menjadi jalur perhubungan laut yg semakin ramai, menurut arah timur tengah buat lalu lintas bahan bakar minyak dan menurut Australia berupa mineral logam ke Asia Pasifik.

Di daerah Kabupaten Lombok Utara masih ada perpaduan Pulau-pulau mini yang relatif populer menggunakan wisata alam pantainya yakni Gili (pulau), Gili Air, Gili Meno, Gili Trawangan dan beberapa pulau lainnya. Dengan mengikuti KKN MAs ini diharapkan mahasiswa memiliki kesempatan untuk melakukan aksi nyata di lapangan dengan ilmu-ilmu yang didapatkan selama kuliah serta menjadi ajang silaturahmi dengan teman-teman sejawat dari kampus-kampus Muhammadiyah seluruh Indonesia serta melihat potensi alam yang ada sehingga mampu mengembangkan potensi pariwisata dengan memajukan berbagai industri kreatif yang tercipta dari masyarakat. Tidak bisa dipungkiri bahwa Kabupaten Lombok Utara memiliki potensi alam yang perlu dikembangkan melalui potensi pariwisata dengan memajukan UMKM dan industri kreatif agar lebih kreatif. Ekonomi positif dari pembangunan pariwisata sering dinikmati oleh orang dari luar daerah (Reindrawati, 2017), hal ini dapat terjadi dalam setiap wilayah jika masih terjadi kesenjangan dan kurangnya pemberdayaan masyarakat yang partisipatif.

B. Masalah

Permasalahan yang tercipta dalam kegiatan KKN MAs ini adalah bagaimana meningkat pengetahuan masyarakat desa di Lombok Utara dalam peningkatan UMKM dan industri kreatif di tengah Pandemi Covid-19 sehingga dapat menciptakan lapangan kerja baru bagi masyarakat melalui penerapan penggunaan *digital marketing* serta penyediaan kebutuhan wisata setempat agar bisa menarik pengunjung baik wisatawan domestik maupun wisatawan mancanegara. Peningkatan pengetahuan masyarakat dengan otomotif dapat memberikan peningkatan pendapatan dan keterampilan masyarakat dalam pengembangan teknologi dan peningkatan *skill* mengingat besarnya respon dan antusias warga pada program pengabdian ini. Beberapa permasalahan lainnya di Usaha, Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Desa Medana beberapa dusun belum memiliki produk dan beberapa lainnya sudah memiliki produk namun belum memiliki arah tujuan terkait pemasaran baik secara luas maupun secara digital. Desa Malaka memiliki kendala permasalahan pada UMKM khususnya di Dusun Mentigi, berupa belum adanya efektivitas perkembangan pada pengelolaan dan pemasaran kuliner sate ikan yang disebabkan oleh banyak faktor, salah satunya krisis pasca bencana Gempa Lombok pada tahun 2018 silam. Demikian halnya dengan Desa Selengen dengan pengelolaan wisata yang belum terkoordinasi dengan baik antara pemerintah daerah, masyarakat dan aparat desa.

C. Metode Pelaksanaan

Metode yang digunakan dalam pelaksanaan KKN MAs adalah melalui pendekatan partisipatif dan pelibatan masyarakat dalam interaksi dan pengumpulan data. Pendekatan partisipatif digunakan dengan keterlibatan masyarakat dalam keseluruhan fase prosesnya (Makosky *et al.*, 2010). Sejalan dengan Fletcher *et al.*, (2015) menjelaskan bagaimana pelibatan masyarakat dalam mobilisasi pengetahuan dapat menjadi tolak ukur dalam melihat realitas kehidupan di masyarakat. Diharapkan dengan menggunakan metode ini dapat menggali informasi yang ada pada pelaku UMKM di Desa Medana Kecamatan Tanjung, Desa Malaka Kecamatan Pemenang dan Desa Selengen Kecamatan Kayangan.

D. Pembahasan

Kondisi dunia dua tahun belakangan ini, termasuk Indonesia masih tidak sedang baik-baik saja dikarenakan Covid-19. Tingkat wisatawan baik mancanegara maupun wisatawan lokal menjadi berkurang. Pandemi Covid-19 menyebabkan seluruh masyarakat di dunia harus membatasi kegiatan di luar ruangan sehingga memiliki keterbatasan ruang gerak akibat *social distancing* dari larangan pemerintah. Kondisi ini menyebabkan jumlah kunjungan wisatawan baik lokal maupun mancanegara berkurang, membuat masyarakat yang bermata pencaharian di tempat wisata menjadi pengangguran, sehingga menurunkan taraf ekonomi mereka. Oleh karena itu, masyarakat harus di tuntut untuk dapat bertahan atau beradaptasi di kondisi yang tidak normal pada era sekarang. Berdasarkan hal tersebut, sehingga belakangan ini, pemerintah Indonesia mulai menganjurkan masyarakat untuk lebih memilih berwirausaha daripada mencari pekerjaan. Hal tersebut dilakukan demi mengurangi jumlah pengangguran yang semakin tahun semakin membludak sekaligus menciptakan lapangan pekerjaan baru yang lebih banyak untuk masyarakat lainnya (Indah Kusuma Dewi, 2021: 276).

Mahasiswa KKN-MAs hadir memberi solusi dalam menjawab tantangan terkait Covid-19. Masyarakat yang terlibat dalam UMKM dan industri kreatif lainnya bersama-sama mahasiswa mengupayakan peningkatan sumber daya manusia (SDM) dengan melakukan inovasi ekonomi kreatif di sektor pariwisata sehingga UMKM dan industri semakin kreatif dan dapat bertahan di masa pandemi. Sebagai contoh program yang dilakukan pada beberapa desa di Kabupaten Lombok Utara yaitu pelaku UMKM di Desa Medana Kecamatan Tanjung, Desa Malaka Kecamatan Pemenang dan Desa Selengen Kecamatan Kayangan. Beberapa program yang terealisasi di Desa Medana Kecamatan

Tanjung terkait UMKM dengan petani trigona dan petani mete dilaksanakan dalam bentuk pengadaan peralatan pengupas biji kacang mete serta beberapa pelatihan terkait olahan dari biji kacang mete. Sementara bagi petani trigona, edukasi dilakukan dengan merawat tanaman yang menjadi pakan dari lebah trigona ini, yaitu jenis sayuran, biji bijian, dan tanaman hias.



Gambar 1. Pelatihan Olahan Biji Mente dan Edukasi Bagi Petani Trigona di Desa Medaka Kabupaten Lombok Utara

Kegiatan KKN MAS terhadap pelaku UMKM di Desa Medaka memberikan kontribusi positif terhadap petani trigona dan petani mete, oleh karena terciptanya produk Trigona Susu Kacang Mete (TRISKATE) serta Madu Trigona yang menjadi produk andalan Desa Medaka. Digitalisasi UMKM, pengembangan pemasaran produk UMKM melalui perbaikan kemasan produk hasil dan olahan hasil pertanian menjadi program utama mahasiswa dalam KKN MAS. Kemasan dan labeling menjadi hal yang penting bagi sebuah produk (Yuliani dan Widyakanti, 2020), sejalan dengan Puryantoro (2018) bahwa untuk dapat berkembang dan berekspansi ke usaha yang berskala lebih luas perlu dilakukan perbaikan kemasan/labeling. Kegiatan ini telah memberikan angin segar bagi masyarakat desa, walaupun produk ini untuk jangka pendek hanya dapat menjadi produk lokal yang di jual terbatas, tetapi tidak menutup kemungkinan apabila geliat wisatawan kembali bangkit dari pandemi ini, produk ini dapat menjadi produk unggulan bagi masyarakat desa.

Hasil yang diperoleh pada kegiatan KKN MAS ini adalah bagaimana peningkatan pengetahuan masyarakat desa di Lombok Utara dalam peningkatan UMKM dan industri kreatif di tengah Pandemi Covid-19 sehingga dapat menciptakan lapangan kerja baru bagi masyarakat melalui penerapan penggunaan *digital marketing* serta penyediaan kebutuhan wisata setempat agar bisa menarik pengunjung baik wisatawan domestik maupun wisatawan

mancanegara.

Pelaku UMKM di Desa Melaka Kecamatan Pemenang melalui pengembangan UMKM kuliner sate ikan Mentinggi dan pengembangan Eco Wisata Pantai Kecinan. Tak bisa dipungkiri penurunan skala makro di bidang ekonomi oleh karena gempa di tahun 2018 sehingga menjadi sulit bagi masyarakat dalam mengembalikan pertumbuhan ekonominya. Kepala Desa Malaka mengatakan bahwa *“Musibah gempa ditahun 2018 membuat masyarakat Malaka keblinger dalam melanjutkan perdagangannya”*, pemerintah desa juga tidak tinggal diam dalam menghadapi ini semua. Aparat Desa hadir untuk meringankan beban penderitaan masyarakat dengan menggunakan dana Bumdes, dana tersebut dibagikan pada masyarakat yang terdampak terutama masyarakat yang pernah berdagang agar dana tersebut dapat digunakan sebagai modal sehingga dapat sedikit mengatasi beban masyarakat Desa Malaka. Belum lagi bencana Pandemi COVID-19 di awal tahun 2019 yang menyebabkan kondisi masyarakat Desa Malaka kebingungan dalam melakukan aktivitas seperti biasanya karena pembatasan kegiatan yang di lakukan oleh pemerintah.

Masyarakat di lokasi Pengembangan Eco Wisata Pantai Kecinan sangat mendukung program kegiatan mahasiswa KKN MAs, program ini memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk meningkatkan perekonomian masyarakat di sekitar lokasi wisata. Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa perangkat desa, wisata Pantai Kecinan sudah ada dan sudah dinikmati oleh para wisatawan mancanegara ataupun wisatawan lokal, wisata Pantai Kecinan merupakan salah satu destinasi wisata yang apabila berkunjung ke lokasi wisata ini tidak memerlukan biaya yang relatif besar, sehingga menjadi alternatif pilihan bagi wisatawan yang memiliki penghasilan yang rendah.





Gambar 2. Pengembangan UMKM Kuliner Sate Ikan Mentinggi dan Pengembangan Eco Wisata Pantai Kecinan Desa Malaka

Aparat desa bersama mahasiswa KKN MAs di Desa Selengen Kecamatan Kayangan melalui penataan objek wisata senantiasa bersinergi bagi pengembangan industri kreatif yang terdapat di sekitar daerah objek wisata. Objek wisata yang bisa dikelola di desa ini adalah Pantai Ketapang dan Air Terjun Tangga. Pantai Ketapang merupakan tempat indah dan sederhana yang sangat berpotensi untuk dijadikan tujuan wisata dengan berbagai spot foto menarik, ini dikarenakan lokasinya yang cukup strategis dan mudah untuk dijangkau oleh para wisatawan. Adapun Air Terjun Tangga merupakan kawasan yang termasuk dalam lingkup Taman Nasional Gunung Rinjani yang tentu sudah menjanjikan keindahan alami dan pesona alam yang sungguh menawan bagi para pengunjungnya. Tempat-tempat wisata di Desa Selengen memiliki pesona yang tidak kalah dari lokasi wisata masyhur lainnya, namun berdasarkan kondisi wisata, desa ini masih tampak kalah dari lokasi lainnya. Dikatakan demikian karena, tujuan wisata di daerah ini jarang terekspos oleh media cetak maupun *online* serta kurangnya pengelolaan dan penataan sehingga minimnya minat para wisatawan. Selain itu, masyarakat Desa Selengen juga belum memiliki kesadaran maksimal untuk memanfaatkan potensi yang ada.

Apabila dilakukan perbandingan antara objek wisata masyhur dengan lokasi wisata yang terdapat di Selengen, kita dapat melihat bahwasanya lokasi yang kami sebutkan di atas tidak memiliki penunjang untuk merealisasikan kemajuannya. Kolektif antara pedagang dengan Pemerintah Daerah, Pokdarwis maupun Bumdes untuk menata wilayah wisata belum sesuai dengan arahan masterplan, sehingga potensi yang dimiliki belum dimanfaatkan oleh masyarakatnya. Kepala Desa Selengen juga mengatakan bahwa lokasi wisata di Selengen

memiliki potensi yang harus di gali untuk meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD), meningkatkan taraf hidup masyarakat dan memperluas kesempatan kerja melalui pengembangan dan penataan kawasan Pantai Ketapang dan Air Terjun Tangga.



Gambar 3. Penataan Objek Wisata Bersama Masyarakat Desa Selengen pada Pantai Ketapang dan Air Terjun Tangga.

Upaya pengembangan dan penataan wisata Pantai Ketapang dan Air Terjun Tangga untuk meningkatkan ekonomi masyarakat Desa Selengen, salah satu strategi yang dapat diterapkan guna dapat melakukan terobosan-terobosan di bidang penataan kawasan wisata khususnya wisata di Pantai dan Air Terjun Tangga tersebut. Untuk menunjang program kerja, tim KKN MAs bekerja sama dengan Kepala Desa Selengen beserta karang taruna mengupayakan penataan dan pengembangan lokasi wisata Pantai Ketapang dan Air Terjun Tangga untuk meningkatkan ekonomi masyarakat Desa Selengen.

E. Kesimpulan

Berdasarkan hasil kegiatan KKN MAs ini dapat menciptakan lapangan kerja baru bagi masyarakat dengan melakukan pemasaran wisata pada penerapan penggunaan *digital marketing* serta penyediaan kebutuhan wisata setempat agar bisa menarik pengunjung baik wisatawan domestik maupun wisatawan mancanegara. Peningkatan pengetahuan masyarakat juga dengan memberikan masukan bagi pengembangan UMKM guna meningkatkan pendapatan dan keterampilan masyarakat dalam pengembangan teknologi dan peningkatan *skill* mengingat besarnya respon dan antusias warga pada program kerjasama pengabdian ini.

F. Ucapan Terima Kasih

Tim KKN MAs mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengembangan Pengabdian kepada Masyarakat (LP3M) Universitas Muhammadiyah Makassar atas pendanaan program Pengabdian Internal Universitas Muhammadiyah Makassar tahun 2021. Terimakasih juga kepada Konsorsium KKN MAs Perguruan Tinggi Muhammadiyah dan Aisyah (PTMA) atas kerjasamanya, kepada pemerintah daerah Kabupaten Lombok Utara dan berbagai pihak yang telah mendukung kegiatan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, M., Shaleh, F.R. (2021). Pemilihan Jenis Kegiatan Wisata Dalam Pengembangan Ekowisata Pesisir Pantai Kutang Lamongan. *Samakia: Jurnal Ilmu Perikanan*. 12(1): 59-71.
- Fletcher, A.J., M. MacPhee, & G. Dickson. (2015). Doing Participatory Action Research in a Multicase Study: A Methodological Example. *International Journal of Qualitative Methods* 14(5):1-9. <https://doi.org/10.1177/1609406915621405>.
- Indah Kusuma Dewi. (2021). Sosialisasi Legalitas Usaha *Kaopi* Sebagai Solusi Peningkatan Usaha Mikro Pada UMKM *Kaopi* di Desa Kolowa Kecamatan Gu Kabupaten Buton Tengah. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Membangun Negeri* Volume 5 Nomor 1 April 2021.
- Makosky, C.D., A. S. James, E. Urley, S. Joseph, A. Talawyma, W. S. Choi, K. A. Greiner, & M. K. Coe. (2010). Using Focus Groups in Community-Based Participatory Research: Challenges and Resolutions. *Qualitative Health Research*. 20(5):697-706. <https://doi.org/10.1177/1049732310361468>.
- Puryantoro. (2018). PKM Desain Labelling Kemasan Kerupuk Ikan Pada Industri Kecil Menengah di Desa Pesisir Kecamatan Panarukan Kabupaten Situbondo. *Jurnal Warta Pengabdian*. 12(1):233-238. <https://doi.org/10.19184/wrtp.v12i1.7337>
- Reindrawati. (2017). Tantangan Dalam Implementasi *Social Entrepreneurship* Pariwisata di Pulau Madura. *Jurnal Masyarakat Kebudayaan dan Politik*. Vol. 30(3):215-228. [10.20473/mkp.V30I32017.215-228](https://doi.org/10.20473/mkp.V30I32017.215-228)
- Yuliani, R. dan Widyakanti. (2020). Peningkatan Penjualan Melalui Inovasi Kemasan dan Label pada UMKM. *Jurnal Kuat (Keuangan Umum dan Akuntansi Terapan)*. 2(2) :71-76.