

PEMBERDAYAAN POTENSI MASYARAKAT DALAM RANGKA PENINGKATAN EKONOMI DI DESA KALISONGO KABUPATEN MALANG

Bagus Setiawan, Immanuel Ustradi Osijo
Universitas Negeri Malang

Abstrak: Pemberdayaan artinya memberikan kesempatan yang luas bagi masyarakat untuk secara maksimal memanfaatkan potensinya. Masyarakat memiliki hak untuk mendapatkan akses yang luas untuk memperluas jangkauan semua potensi yang ada dan mengembangkannya. Dalam pengembangan potensi wisata tentunya diperlukan partisipasi dari seluruh elemen masyarakat maupun pihak pemerintah. Dalam pengabdian di Desa Kalisongo, Kecamatan Dau, Kabupaten Malang telah terdapat beberapa potensi desa yang telah dikembangkan masyarakat dalam bidang kebudayaan dan pertanian. Pengabdian ini menerapkan metode partisipatif melalui kegiatan Forum Group Discussion (FGD). Pelaksanaan FGD bertempat di Kantor Desa Kalisongo dengan melibatkan pemuda karang taruna setempat dan perangkat desa terkait. Dalam proses pengabdian ini menyampaikan beberapa strategi yang digunakan dalam kegiatan *marketing public relation* dalam upaya meningkatkan pemberdayaan potensi Desa Kalisongo meliputi strategi *pencils*, yaitu *publications and publicity, event, community involvement, inform or image, lobbying and negotiating*, dan *social responsibility*.

Kata kunci: pemberdayaan, potensi desa, potensi masyarakat, strategi

A. PENDAHULUAN

Pemberdayaan masyarakat adalah konsep pembangunan ekonomi yang merangkum nilai-nilai masyarakat untuk membangun paradigma baru dalam pembangunan yang bersifat *people-centered, participatory*. Dalam kerangka ini upaya untuk memberdayakan masyarakat (*empowering*) dapat dikaji dari tiga aspek. Pertama, *enabling* yaitu menciptakan suasana yang memungkinkan potensi masyarakat dapat berkembang. Kedua, *empowering* yaitu memperkuat potensi yang dimiliki masyarakat melalui langkah-langkah nyata yang menyangkut penyediaan berbagai input dan pembukaan dalam berbagai peluang yang akan membuat masyarakat semakin berdaya. Ketiga, *protecting* yaitu melindungi

dan membela kepentingan masyarakat lemah. (Munawar, 2011).

Pemberdayaan artinya memberikan kesempatan yang luas bagi masyarakat untuk secara maksimal memanfaatkan potensinya. Masyarakat memiliki hak untuk mendapatkan akses yang luas untuk memperluas jangkauan semua potensi yang ada dan mengembangkannya. Namun, hal tersebut harus didukung keinginan, niat, dan partisipasi masyarakat untuk secara nyata menuju perubahan taraf hidup yang lebih baik. Di sisi lain, peran pemerintah maupun swasta sangat penting, karena tanpa adanya dukungan dari pemerintah dan swasta, masyarakat akan kurang optimal dalam menuntaskan seluruh program dan rencana dalam menumbuhkan pemberdayaan dan kemandirian. Tujuan akhir pemberdayaan masyarakat adalah pulihnya nilai-nilai ma-

*Corresponding Author.
e-mail: bagus.setiawan.2204139@students.um.ac.id

nusia sesuai harkat dan martabatnya sebagai pribadi yang unik, merdeka, dan mandiri (Harahap, 2020).

Program pemberdayaan harus menyesuaikan potensi yang dimiliki masyarakat beserta sumber daya yang di dalamnya. Mengingat masing-masing wilayah tentunya memiliki karakteristik dan sumber daya yang berbeda-beda. Segala potensi dan sumber merupakan kekuatan utama dalam menopang perekonomian masyarakat, dan dapat dijadikan alternatif mata pencaharian yang bisa dinikmati sendiri oleh masyarakat tanpa adanya campur tangan dari pihak luar. Pemberdayaan meliputi di semua bidang kehidupan bermasyarakat, yakni di bidang ekonomi, sosial, kesehatan, budaya, pendidikan, maupun di bidang politik. Pemberdayaan ekonomi masyarakat yang minimal dan harus mengutamakan apa yang disebut keperluan mutlak, syarat minimum untuk memenuhi kebutuhan pokok serta kebutuhan dasar (Hikmah Andini et al., 2015). Pemberdayaan di bidang ekonomi merupakan upaya untuk membangun daya (masyarakat) dengan mendorong, memotivasi, dan membangkitkan kesadaran akan potensi ekonomi yang dimilikinya serta berupaya untuk mengembangkannya (Jaelani, 2014). Hutomo dalam Nadzir (2015) menyatakan bahwa pemberdayaan ekonomi adalah penguatan pemilikan faktor-faktor produksi, penguatan penguasaan distribusi dan pemasaran, penguatan masyarakat untuk mendapatkan gaji/upah yang memadai, dan penguatan masyarakat untuk memperoleh informasi, pengetahuan dan keterampilan, yang harus dilakukan dengan multiaspek, baik dari masyarakat sendiri, maupun aspek kebijakannya (Nadzir, 2015). Upaya peningkatan pemberdayaan ekonomi setidaknya didukung dengan adanya perbaikan dalam akses terhadap sumber daya, teknologi, pasar, dan permintaan.

Desa merupakan unit level pemerintahan paling bawah namun memiliki peran penting dalam perekonomian negara. Kalisongo adalah sebuah desa di wilayah Kecamatan Dau, Kabupaten Malang, Provinsi Jawa Timur. Posisinya berada di perbukitan sisi utara dari Kota Malang. Kelembagaan ekonomi yang ada di Desa Kalisongo juga tergolong kelembagaan ekonomi menengah ke bawah. Potensi yang dimiliki oleh Desa Kalisongo meliputi kebudayaan, pertanian, dan *home industry*.

Salah satu yang diupayakan dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat desa ada melalui penguatan atau peningkatan sumber daya manusia. Pembangunan desa merupakan sasaran tepat bagi Indonesia untuk mengembangkan kesejahteraan rakyatnya. Pembangunan desa dapat dimaksimalkan dengan adanya sumber daya untuk mencapai kesejahteraan masyarakat. Pentingnya pengabdian ini dilakukan adalah sebagai sarana dan wadah dalam meningkatkan kompetensi masyarakat Desa Kalisongo yang rata-rata bermata-pencaharian sebagai petani di mana komoditas yang dibudidayakan adalah komoditas jeruk. Oleh karena itu, diharapkan dengan adanya pengabdian ini dapat menjadi bahan pembelajaran dan sharing ilmu bagi Desa Kalisongo.

B. METODOLOGI PELAKSANAAN

Kegiatan ini diawali bertemu Kepala Desa Kalisongo dan menjelaskan rencana kegiatan pengabdian. Rencana kegiatan yang disampaikan mendapat sambutan baik. Selanjutnya pertemuan dilanjutkan dengan karang taruna desa setempat untuk membahas konsep kegiatan pengabdian. Lokasi pengabdian di Desa Kalisongo, Kecamatan Dau, Kabupaten Malang. Pengabdian dilaksanakan pada tanggal 22 Juli 2022. Pengabdian ini menerapkan metode partisipatif melalui ke-

giatan *Forum Group Discussion* (FGD). Pelaksanaan FGD bertempat di Kantor Desa Kalisongo dengan melibatkan pemuda karang taruna setempat dan perangkat desa terkait.



Gambar 1 Pelaksanaan Forum Group Discussion (FGD)

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Desa Kalisongo berada dapat wilayah Kecamatan Dau Kabupaten Malang. Desa Kalisongo memiliki potensi yang cukup potensial, di mana saat ini sudah berkembang kebudayaan Festival Kampung Cempluk. Selain itu, potensi pertanian cukup menjanjikan di mana secara topografi Desa Kalisongo tergolong daerah dataran tinggi atau perbukitan. Desa Kalisongo memiliki lahan seluas 4,80 ha dengan lahan pertanian seluas 410,476 ha. Diperkirakan ketinggian Desa Kalisongo kurang lebih 800–1200 dpl (dari permukaan laut) dan termasuk dalam daerah pegunungan, sehingga wilayah Desa Kalisongo memiliki tingkat curah hujan

yakni 100 mm/tahun dan juga tingkat kesuburan tanah 100% (Kosanke, 2019). Masyarakat Desa Kalisongo rata-rata bermata pencaharian sebagai petani di mana komoditas yang dibudidayakan adalah komoditas jeruk.

Selain potensi wisata perkebunan dan pertanian, Taman Wisata Lembah Dieng merupakan salah satu wisata rujukan yang berlokasi di Desa Kalisongo. Objek wisata ini menawarkan kolam renang dengan harga yang terjangkau. Wisata ini cukup menarik karena berada di wilayah yang sejuk dan jauh dari keramaian serta kebisingan kendaraan. Lokasinya tiga kilometer dari pusat Kota Malang. Selain itu, Taman Wisata Lembah Dieng memiliki fasilitas area pemancingan (Pemerintah Kecamatan Dau, 2017).

Dengan potensi tersebut, diperlukan strategi dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat dengan harapan masyarakat mampu secara aktif memanfaatkan potensi yang ada di Desa Kalisongo. Tahap pertama dalam pengabdian ini yakni, tahap penyadaran. Merujuk strategi pemberdayaan ekonomi masyarakat menurut Mardikanto (2012) dalam Riadi, Muchlisin (2020), dalam pengabdian ini beberapa strategi yang disampaikan dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat yaitu sebagai berikut.

1. Motivasi

Masing-masing individu dalam masyarakat harus dapat memahami nilai kebersamaan, interaksi sosial dan kekuasaan melalui pemanfaatan haknya sebagai anggota masyarakat. Oleh karena itu, setiap individu dalam masyarakat didorong untuk membentuk kelompok yang merupakan mekanisme kelembagaan penting untuk mengorganisasi dan melaksanakan kegiatan pengembangan masyarakat di desa. Kelompok ini kemudian dimotivasi untuk terlibat dalam kegiatan peningkatan pendapatan dengan menggunakan sum-

- ber-sumber dan kemampuan-kemampuan mereka sendiri.
2. Peningkatan kesadaran dan pelatihan kemampuan
- Peningkatan kesadaran masyarakat dapat dicapai melalui pendidikan dasar, perbaikan kesehatan, imunisasi, dan sanitasi. Sedangkan keterampilan-keterampilan secara vokal dapat dikembangkan melalui cara-cara partisipatif. Pengetahuan lokal yang biasanya diperoleh melalui pengalaman dapat dikombinasikan dengan pengetahuan dari luar. Pelatihan semacam ini dapat membantu masyarakat desa untuk menciptakan mata pencaharian sendiri atau membantu meningkatkan keahlian mereka untuk mencari pekerjaan di luar wilayahnya.
3. Manajemen diri
- Setiap kelompok masyarakat desa harus mampu memilih pemimpin mereka sendiri dan mengatur kegiatan mereka sendiri, seperti melaksanakan pertemuan-pertemuan, melakukan pencatatan dan pelaporan, mengoperasikan tabungan dan kredit, resolusi konflik, dan manajemen kepemilikan masyarakat. Pada tahap awal, pendamping dari luar dapat membantu masyarakat dalam mengembangkan sebuah sistem. Kelompok kemudian dapat diberi wewenang penuh untuk melaksanakan dan mengatur sistem tersebut.
4. Mobilisasi sumber daya
- Sumber daya dalam masyarakat desa tentunya beragam dan sangat banyak dan jika dihimpu, dapat meningkatkan kehidupan sosial ekonomi secara substansial. Pengembangan sistem penghimpunan, pengalokasian, dan penggunaan sumber perlu dilakukan secara cermat sehingga semua anggota memiliki kesempatan yang sama. Hal ini dapat menjamin kepemilikan dan pengelolaan secara berkelanjutan.
5. Pembangunan dan pengembangan jejaring Pengorganisasian kelompok-kelompok swadaya masyarakat desa perlu disertai dengan peningkatan kemampuan para anggotanya membangun dan mempertahankan jaringan dengan berbagai sistem sosial di sekitarnya. Jaringan ini sangat penting dalam menyediakan dan mengembangkan berbagai akses terhadap sumber daya dan kesempatan bagi peningkatan keberdayaan masyarakat desa.
- Lima konsep strategi pemberdayaan masyarakat tersebut diterima dengan baik oleh seluruh peserta pengabdian, mengingat para peserta yang terlibat dalam FGD merupakan sumber daya dengan rentang usia produktif pada usia 20–45 tahun.
- Lebih lanjut, dalam tahap pembinaan disampaikan pengetahuan dan kecakapan terkait *marketing public relation*, yaitu proses kegiatan yang terencana dan dilakukan secara berkelanjutan guna mempromosikan produk atau potensi Desa Kalisongo berupa perkebunan jeruk yang telah dikelola sebagai Wisata Agro Petik Jeruk serta Taman Wisata Lembah Dieng dan sebagainya. Strategi ini bukan hanya melakukan promosi selayaknya iklan, namun juga memberikan edukasi bahwa perannya lebih menyampaikan sebuah informasi untuk menambahkan pengetahuan mengenai produk atau jasa pada wisata desa supaya dampaknya lebih kuat dan dapat diingat dengan mudah oleh calon pengunjung atau pengunjung yang datang (Iskandar, 2021).
- Kegiatan marketing *public relation* memiliki alat utama yaitu strategi pencils yang digagas oleh dua pakar pemasaran yaitu Philip Kotler dan Thomas L. Harris meliputi *publications and publicity, event, community involvement, information or image, lobbying and negotiating, and social responsibility*. Dalam sesi ini dipaparkan lebih lanjut sebagai berikut.

1. *Publications and publicity* (publikasi dan publisitas)

Tujuan publikasi yakni menyelenggarakan atau menyebarluaskan informasi melalui berbagai media tentang kegiatan potensial desa yang pantas untuk diketahui oleh publik. Media sosial merupakan sarana terbaik mengingat saat ini informasi tanpa batas dapat diakses melalui media sosial. Strategi ini yang perlu dikembangkan oleh Desa Kalisongo, mengingat potensi pariwisata di Desa Kalisongo kurang terpublikasi di media sosial. Me-

dia yang dapat dimanfaatkan meliputi Instagram, Facebook, dan website.

2. *Event* (penyusunan program acara)

Event meliputi kegiatan yang merancang acara tertentu dalam jangka waktu, tempat, dan objek tertentu secara khusus untuk memengaruhi publik. Program acara dapat dilaksanakan pada bulan tertentu sepanjang tahun, dilaksanakan pada kegiatan tertentu di luar acara rutin maupun yang lebih khusus lagi pada moment tertentu. Secara khusus Desa Kalisongo telah melaksanakan konsep even



Gambar 2 Festival Kampung Cempluk



Gambar 3 Media Sosial Kampung Cempluk

Sumber: <https://www.instagram.com/kampungcempluk/?hl=id>

yang telah dilaksanakan secara berkelanjutan yaitu Festival Kampung Cempluk.

Tujuan dari diadakannya festival ini sebagai hari raya kebudayaan kampung yang memberikan ruang berekspresi dan menyajikan kreativitas warga dalam bentuk kegiatan seni dan kuliner kampung. Festival yang merupakan identitas sosial Desa Kalisongo ini secara tidak langsung juga akan mengangkat potensi Desa Kalisongo sebagai desa pariwisata.

3. News (menciptakan berita)

Kegiatan publikasi dan menciptakan program event selanjutnya akan dilanjutkan dengan output menciptakan berita melalui *press release*, *news letter*, majalah, dan lain-lain. Desa Kalisongo dengan beragam potensinya dikenal dengan cukup banyak pemberitaan yang hadir di media bulletin offline maupun online.

4. Community involvement (kepedulian pada komunitas)

Berkomunitas ataupun berkelompok merupakan komponen penting dalam hidup bermasarakat. Desa Kalisongo diharapkan mengadakan kontak sosial dengan kelompok masyarakat tertentu, serta menjaga hubungan

baik (*community relations* dan *humanity relations*). Kepedulian Desa Walisongo terhadap komunitas terbukti dengan banyaknya organisasi publik, swasta, maupun kelompok tunggal yang telah berkegiatan bersama secara berkelanjutan. Misalnya pada pelaksanaan kegiatan PKL mahasiswa yang disambut sangat baik, karena desa tentunya akan merasa kan kontribusi nyata adanya peran akademis dalam mewujudkan peningkatan pemberdayaan desa.

5. Inform or image (memberitahukan atau meraih citra)

Mewujudkan citra positif juga salah satu proses yang penting. Dengan memberitahukan sesuatu kepada publik atau menarik perhatian sehingga diharapkan akan memperoleh tanggapan berupa citra positif. Salah satu cara mewujudkan citra positif adalah melalui pertunjukan kreativitas dan prestasi.

6. Lobbying and negotiating (pendekatan dan bernegosiasi)

Strategi lanjutan yang harus dimiliki dalam marketing *public relation* adalah keterampilan untuk melobi secara personal, dan kemam-



Gambar 4 Berita Desa Kalisongo sebagai Kampung Cempluk

puan bernegosiasi agar semua rencana, ide, atau gagasan kegiatan yang akan dilaksanakan desa memperoleh dukungan dari masyarakat, pemerintah maupun swasta dan lembaga yang berpengaruh sehingga timbul situasi saling menguntungkan.

7. *Social responsibility* (tanggung jawab sosial) Tanggung jawab sosial merupakan aspek penting dalam seluruh masyarakat yang berkehidupan secara sosial. Sehingga setiap individu tidak hanya memikirkan keuntungan bagi kelompok atau organisasi yang diwakilinya, tetapi juga kepedulian kepada masyarakat. Di sisi lain, dengan kepedulian sosial Desa akan mampu memperoleh simpati atau empati serta citra positif dari khalayaknya. Inilah yang di dalam teori *public relations* disebut sebagai social marketing.

Berbagai strategi tersebut merupakan beberapa upaya yang diyakini mampu diterapkan pada Desa Kalisongo yang cukup memiliki potensi dalam pemberdayaan sumber daya yang dimilikinya. Didukung dengan SDM yang aktif dan tanggung serta memiliki proaktif dalam mengupayakan pemberdayaan desa untuk peningkatan perekonomian di Desa Kalisongo.

D. UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kami sampaikan kepada seluruh pihak yang turut berkontribusi baik secara aktif maupun memberikan dukungan secara moril atas terselenggaranya kegiatan pengabdian ini dengan lancar tanpa suatu kendala yang berarti. Terima kasih kepada Bapak Kepala Desa Kalisongo beserta seluruh perangkat desa terkait dan juga pemuda Karang Taruna Desa Kalisongo yang telah berpartisipasi aktif terhadap kegiatan ini.

E. KESIMPULAN

Kegiatan *Forum Group Discussion* (FGD) dengan melibatkan pemuda karang taruna dan perangkat desa terkait di Kantor Desa Kalisongo memberikan kontribusi yang positif dalam meningkatkan pengetahuan dan wawasan dalam upaya pemberdayaan potensi desa dan masyarakat setempat. Beberapa strategi pemberdayaan dalam upaya meningkatkan perekonomian masyarakat desa telah ditempuh dan diupayakan dengan sangat baik dan dengan adanya program pengabdian ini memberikan semangat lebih dan memberikan motivasi bahwa Desa Kalisongo dengan segala potensi yang dimiliki mampu mengangkat derajat perekonomian dengan berdiri di kaki sendiri memanfaatkan sumber daya dengan maksimal dan strategi yang tepat.

F. DAFTAR RUJUKAN

- Harahap, E. F. (2020). Pemberdayaan Masyarakat dalam Bidang Ekonomi. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 3(2), 78–96.
- Hikmah Andini, U., Saleh Soeaidy, M., & Hayat, A. (2015). Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat dari Desa Tertinggal Menuju Desa Tidak Tertinggal (Studi di Desa Muktiharjo Kecamatan Margorejo Kabupaten Pati). *Jurnal Administrasi Publik*, 2(12), 7–11.
- Iskandar, A. H. (2021). *Strategi Marketing Public Relation pada Sanggar Gong Sitimang dalam Mempublikasikan Musik Tradisional Melayu Jambi*. http://digilib.isi.ac.id/8990/0Ahttp://digilib.isi.ac.id/8990/4/ARNIAHARTIPA_ISKANDAR_2021_NASKAH_PUBLIKASI.pdf.
- Jaelani, D. I. (2014). Pemberdayaan Ekonomi Umat dalam Perspektif Islam (Sebuah Upaya dan Strategi). *Eksyar*, 1(2), 19–34.

kampungcempluk. Diakses pada 10/11/2022, dari <https://www.instagram.com/kampungcempluk/?hl=id>.

Kosanke, R. M. (2019). *n!qNo Title No Title No Title*. 42–68.

Munawar, N. (2011). Pemberdayaan Masyarakat. *Jurnal Ilmiah CIVIS*, I(2), 87–99.

Nadzir, M. (2015). Membangun Pemberdayaan Ekonomi di Pesantren. *Economica: Jurnal Ekonomi Islam*, 6(1), 37–56. <https://doi.org/10.21580/economica.2015.6.1.785>.

Pemerintah Kecamatan Dau. (2017). Profil dan Potensi Kecamatan Dau. *Profil Kecamatan Dau*.

Riadi, Muchlisin. (2020). *Pendekatan, Strategi, dan Bentuk Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat*. Diakses pada 10/11/2022, dari <https://www.kajianpustaka.com/2020/01/pendekatan-strategi-dan-bentuk-pemberdayaan-ekonomi-masyarakat.html>.

G. LAMPIRAN

