



PKM PENDAMPINGAN KEWIRAUSAHAAN BAGI UMKM BELITUNG SEBAGAI UPAYA MENDUKUNG SUSTAINABLE TOURISM

Mei Ie¹, Hetty Karunia Tunjungsari¹, Ariawan Gunadi², Anny Valentina³, Septihani
Michella Wijaya¹

¹Program Studi Manajemen, Universitas Tarumanagara Jakarta
Email: meii@fe.untar.ac.id, hetty@fe.untar.ac.id, septihani.115190048@stu.untar.ac.id

² Program Studi Ilmu Hukum, Universitas Tarumanagara Jakarta
Email: ariawang@fh.untar.ac.id

³Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Tarumanagara Jakarta
Email: annyv@fsrd.untar.ac.id

ABSTRACT

This community engagement activity was held to give entrepreneurial assistance for SMEs in Belitung as an effort to enhance sustainable tourism. Partners in this activity are the Belitung Regency Government or more precisely 100 SMEs assisted by the Center for Integrated Service of Small Medium Enterprises and Cooperatives in Belitung. This mentoring activity is part of the Funding Assistance for the Independent Learning Policy Research Program on the Independent Campus, and Community Service Based on Research Results for Private Higher Education in 2021, organized by the Directorate General of Higher Education Research and Technology, Indonesian Ministry of Education, Culture, Research and Technology. In this community engagement activity, the Tarumanagara University team consisting of lecturers and students from the Faculty of Economics and Business, the Faculty of Law and the Faculty of Fine Arts and Design provides assistance that results in improving the marketing quality of SMEs products. Methods of implementation of activities include the analysis stage, the mentoring stage, and the reporting stage. Mentoring activities are divided into four sessions with each session followed by twenty-five SMEs. In each session, activities are also carried out in parallel in three small groups. During the assistance, the PKM team conducted an interview to find out the strengths, weaknesses and potentials possessed by each SMEs. The output of this activity is in the form of works in the form of logos, banners (physical and digital), packaging labels, packaging and digital advertising for SMEs. Broadly speaking, the results of this activities are able to provide direct benefits for partners to promote their products and expand market share.

Keywords: entrepreneurship, mentoring, SMEs, sustainable tourism, marketing

ABSTRAK

Kegiatan PKM ini diselenggarakan untuk memberikan pendampingan kewirausahaan bagi UMKM di Belitung sebagai upaya mendukung *sustainable tourism*. Mitra dalam kegiatan ini adalah UMKM binaan Pusat Layanan Usaha Terpadu Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Kabupaten Belitung. Kegiatan pendampingan ini merupakan bagian dari kegiatan Bantuan Pendanaan Program Penelitian Kebijakan Merdeka Belajar Kampus Merdeka, dan Pengabdian Kepada Masyarakat Berbasis Hasil Penelitian Perguruan Tinggi Swasta Tahun 2021, yang diselenggarakan Ditjen Dikti Ristek, Kemdikbud Ristek. Dalam PKM ini, tim Universitas Tarumanagara yang terdiri dari dosen dan mahasiswa dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Fakultas Hukum dan Fakultas Seni Rupa dan Desain memberikan pendampingan yang menghasilkan peningkatan kualitas pemasaran produk UMKM. Metode pelaksanaan kegiatan meliputi tahap analisis, tahap pendampingan, dan tahap pelaporan. Kegiatan pendampingan terbagi ke dalam empat sesi dengan masing-masing sesi diikuti oleh dua puluh lima UMKM. Dalam setiap sesinya, kegiatan juga dilakukan secara paralel dalam tiga kelompok kecil. Selama pendampingan, tim PKM melakukan wawancara untuk mengetahui kekuatan, kelemahan serta potensi yang dimiliki dari masing-masing UMKM. Luaran dari kegiatan ini adalah berupa karya dalam bentuk logo, banner (fisik dan digital), label kemasan, kemasan serta iklan digital bagi UMKM. Secara garis besar, hasil kegiatan PKM mampu memberikan manfaat langsung bagi mitra untuk mempromosikan produknya dan memperluas pangsa pasar.

Kata kunci: kewirausahaan, pendampingan, UMKM, *sustainable tourism*, pemasaran

1. PENDAHULUAN

Analisis situasi UMKM di Indonesia

Tidak dapat dipungkiri peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam pertumbuhan perekonomian suatu negara sangat penting. UMKM merupakan pilar terpenting dalam perekonomian Indonesia. Jumlah UMKM saat ini mencapai 64,2 juta dengan kontribusi terhadap

PDB sebesar 61,07%. Kontribusi UMKM terhadap perekonomian Indonesia meliputi kemampuan menyerap 97% dari total tenaga kerja yang ada serta dapat menghimpun sampai 60,4% dari total investasi (Ekon, 2021). UMKM merupakan unit usaha yang relatif kecil, namun memiliki keunggulan sebagai unit usaha yang berdaya tahan tinggi dan fleksibel terhadap perubahan lingkungan strategis. Dengan peran strategis tersebut, UMKM tentunya berperan penting dalam mendukung bauran kebijakan Bank Indonesia guna menjaga stabilitas makro ekonomi dan sektor keuangan, sekaligus upaya nasional untuk mendukung transformasi ekonomi menuju Indonesia Maju (BI, 2020).

UMKM merupakan salah satu sumber pemulihan perekonomian Indonesia pada era digital, Target rasio kewirausahaan nasional dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) adalah mencapai 3,9% dan pertumbuhan wirausaha baru sebesar 4% pada tahun 2024 (ekon, 2021). Adaptasi dan transformasi UMKM dalam pemanfaatan digitalisasi akan mendorong pembentukan UMKM yang tidak hanya lebih resilien, namun juga lebih maju dan kuat. Perkembangan ekonomi dan keuangan digital yang pesat telah menumbuhkan berbagai platform digital yang menawarkan inovasi dalam kegiatan produksi, konsumsi, kolaborasi, dan berbagi.

Pemanfaatan *platform digital*, termasuk [pemanfaatan digitalisasi](#) (BI, 2020). Dengan adanya UMKM yang dihubungkan dengan digitalisasi akan membuat akses pasar menjadi lebih besar dan akan mempengaruhi prospek pemulihan perekonomian Indonesia. Bahkan sebuah survei memprediksi bahwa ekonomi digital akan mampu menyumbang sebesar US\$130-US\$150 miliar bagi pertumbuhan PDB Indonesia di 2025. Selanjutnya, dalam jangka panjang, besaran kontribusinya akan dapat mencapai 3,0% (Kominfo, 2021).

Analisis situasi UMKM Belitung

Bupati Kabupaten Belitung, Sahani Saleh mengungkapkan pertumbuhan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kabupaten Belitung berkembang dengan sangat pesat. Perkembangan itu terjadi sejak tahun 2008 saat Pemerintah Kabupaten Belitung mulai mencanangkan gerakan memajukan sektor pariwisata, dengan memanfaatkan momentum fenomenalnya film *Laskar Pelangi* di Indonesia, yang bahkan hingga menembus industri film Internasional. Tumbuh pesatnya UMKM tersebut menurut Sanem, sapaan Sahani Saleh, juga turut memicu meningkatnya capaian Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Belitung dalam 12 tahun terakhir. Kini produk-produk lokal Bangka Belitung (Babel) telah mendapat dukungan dari salah satu perusahaan ritel, yakni Transmart. Pada salah satu rak di area makanan lantai satu Transmart Pangkalpinang, berisi beragam produk lokal UMKM. Mulai dari getas, terasi, madu, hingga kerajinan tangan. Bahkan nantinya akan ada produk beras juga. Semakin banyaknya ritel modern yang bertebaran, membawa konsekuensi pada keberlangsungan usaha kecil dan menengah. Hal ini pun menjadi kekhawatiran Ketua Dewan Kerajinan Nasional Daerah (Dekranasda) Provinsi Kepulauan Bangka Belitung (Babel), Melati Erzaldi karena dapat menjadi awal dari kekalahan produk lokal. Untuk itu, berbagai upaya telah dilakukan pemerintah guna mendorong para UMKM untuk terus meningkatkan produksinya demi mewujudkan tagline UMKM naik level atau naik kelas (Republika, 2021).

Masalah utama UMKM Belitung

Kemajuan Teknologi sangat berkembang pesat sehingga menghasilkan suatu cara untuk bisa berkomunikasi di tengah pandemi. Dengan adanya sosial media dapat mempermudah untuk melakukan komunikasi tanpa adanya batasan. Tidak hanya memudahkan dalam berkomunikasi dua arah kemajuan teknologi juga membantu untuk berwirausaha dan juga membantu dalam mengembangkan strategi pemasaran. Kemajuan teknologi harus digunakan secara optimal di



bidang apa pun, yakni terutama dibidang usaha, mengingat keadaan dengan adanya Covid-19 ini. Pemilihan media sosial tentu harus memiliki karakter yang tepat sasaran serta penggunaan media sosial yang tepat tentunya dapat berdampak baik terhadap perubahan perilaku sasaran dan dampak ini harus segera diatasi.

Menteri Sandiaga Salahudin Uno mendorong pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Belitung, Provinsi Kepulauan Bangka Belitung, untuk beradaptasi dengan kebiasaan baru di tengah pandemi covid-19. "Pelaku UMKM harus beradaptasi karena sekarang semuanya sudah memakai digital buka penjualan yang lebih banyak dengan menggunakan ecommerce," katanya, dikutip dari Antara, Sabtu, 31 Oktober 2020. Hal ini disampaikan dia ketika 3 meninjau salah satu UMKM abon ikan di Tanjung Pandan, Belitung yang juga ikut merasakan dampak pandemi covid-19. Beliau menambahkan, dengan bertransformasi menggunakan platform digital seperti sosial media dan lainnya maka akan membuka kemampuan pelaku UMKM untuk memperluas pasar dan meningkatkan penjualan. Analisis pendahuluan yang telah dilakukan oleh tim PKM pada kesempatan sebelumnya dapat disimpulkan bahwa mayoritas UMKM di Belitung belum memiliki desain kemasan yang memadai. Selain itu, pada era digital dimana konsumen lebih mudah mendapatkan beragam informasi mengenai produk maupun layanan secara mudah dan cepat, UMKM dituntut untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumen. UMKM mayoritas juga belum memiliki literasi dalam bidang pemasaran di media sosial.

Jangkauan pemasaran selama ini hanya daerah di sekitar. Padahal di era teknologi seperti sekarang ini, media sosial memiliki peranan yang penting dalam meningkatkan jangkauan pemasaran produk UMKM. Sehingga dengan jangkauan pemasaran yang masih sempit, pendapatan dari pemilik UMKM tidak optimal. Minimnya pengetahuan dan keterampilan dari pemilik UMKM dalam pemanfaatan media sosial untuk meningkatkan jangkauan pemasaran mengakibatkan omset penjualan produk yang dihasilkan tidak optimal. Oleh karena itu perlu dilakukan kegiatan pelatihan kepada pemilik UKM berkaitan dengan pemanfaatan media sosial untuk meningkatkan jangkauan pemasaran. Media sosial yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan jangkauan pemasaran, diantaranya web, blog, facebook, instagram, twitter, dan youtube. Media sosial tersebut akan memungkinkan pemilik UKM untuk memperluas jaringan customer. Sehingga, akan memungkinkan lebih banyak orang melihat produk-produk UKM yang tidak biasa terjangkau dengan media iklan lainnya. Intinya, dengan menggunakan media sosial, pemilik UKM memiliki kesempatan untuk terus tumbuh dan menjalin hubungan dengan customer potensial hanya dengan terus aktif dalam media tersebut. Sehingga omset penjualan akan meningkat dan pada akhirnya akan meningkatkan peningkatan.

Solusi yang ditawarkan Untar

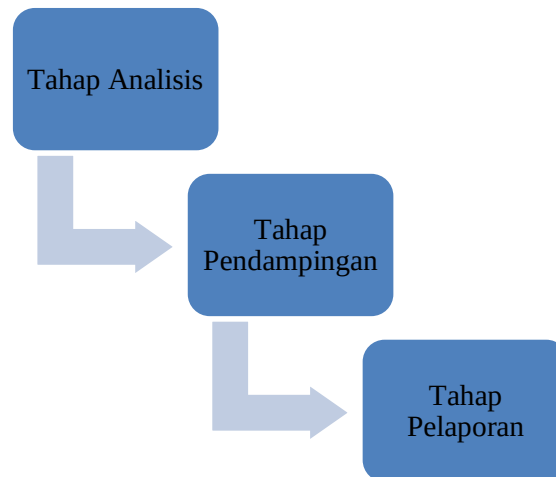
Melalui kegiatan ini, Untar akan memberikan pendampingan kewirausahaan bagi para UMKM di Belitung sebagai upaya mendukung sustainable tourism yang dapat meningkatkan potensi pemasaran UMKM melalui redesain kemasan serta desain komunikasi pemasaran yang efektif menjangkau target konsumen. Dari kajian analisis atas kebutuhan dari mitra, maka tim PKM merencanakan untuk melakukan pendampingan redesain kemasan serta desain komunikasi pemasaran bagi UMKM yang terlibat. Rencana kegiatan PKM ini juga didasari oleh kegiatan PKM serupa yang menghasilkan keunggulan bersaing melalui pendampingan redesain kemasan (Ekawati dkk, 2020). Prasetya dkk (2020) juga melakukan kegiatan PKM dengan mengembangkan website dan desain kemasan sebagai upaya meningkatkan kemampuan pemasaran UKM di Surabaya. Sementara itu, Muthohir (2019) melakukan penelitian yang menghasilkan rancangan media promosi produk unggulan UKM Kendal berbasis web.

2. METODE PELAKSANAAN PKM

Metode pelaksanaan dalam PKM ini meliputi beberapa kegiatan yang dapat dilihat pada Gambar 1.

Gambar 1

Metode Pelaksanaan Kegiatan



Survey pendahuluan

Dalam survey pendahuluan tim melakukan survey untuk mengetahui karakteristik UMKM di Belitung survey ini dilakukan dengan melibatkan UMKM serta Dinas KUMK Belitung. UMKM akan dianalisis untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan serta potensi pengembangan usaha. Situasi survey dapat dilihat pada Gambar 2.

Gambar 2

Situasi survey dengan dinas KUMK Belitung



FGD dengan UMKM Belitung

Untuk mengetahui karakteristik UMKM secara lebih mendalam, maka dilakukan *focus group discussion* (FGD) yang diikuti oleh perwakilan UMKM, dinas KUMK Belitung serta pelanggan produk UMKM.

Pendampingan UMKM Belitung

Metode berikutnya yang digunakan dalam PKM ini adalah pendampingan bagi UMKM. Kegiatan pendampingan diikuti oleh 100 UMKM dari berbagai bidang industri di Belitung. Pendampingan dilaksanakan pada hari Kamis 16 Desember 2021 pukul 08.00-17.00 di Gedung PLUT Belitung. Acara pendampingan dibuka oleh wakil bupati Belitung Isyak Meirobie S.Sn M.Si, Kadis KUMK PTK Belitung Adnizar SH dan jajaran. Kegiatan pendampingan dilakukan secara paralel dalam 3 kelompok sebanyak 4 sesi dan masing masing sesi terdiri dari 25 UMKM. Selama pendampingan, tim PKM yang terdiri dari 3 dosen dan 3 mahasiswa melakukan wawancara untuk mengetahui kekuatan kelemahan serta potensi yang dimiliki dari masing-masing UMKM. Dalam sesi pendampingan ini mahasiswa juga melakukan pemotretan produk UMKM yang nanti nya akan digunakan untuk mendesain materi promosi bagi para UMKM. Gambar 3 menampilkan dokumentasi kegiatan pendampingan.

Gambar 3.

Situasi Pendampingan UMKM Belitung



3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pendampingan dilakukan dengan metode survey serta mengajukan beberapa pertanyaan ke UMKM:

1. Apa nama usaha dari UMKM ?
2. Apa produk yang di hasilkan ?
3. Sudah berapa lama usaha ini berjalan?
4. Apa tagline dari usaha ini?
5. Untuk produk nya sendiri, dipasarkan kemana?
6. Apakah sudah menggunakan media sosial sebagai sarana promosi?

Hasil analisis digunakan untuk menentukan kebutuhan dari masing-masing UMKM dalam upaya meningkatkan potensi usahanya. Model pemecahan masalah dengan model pelatihan pemanfaatan media sosial untuk meningkatkan jangkauan pemasaran melalui stimulus ilmu pengetahuan sangat efektif dalam meningkatkan pengetahuan dan kemampuan peserta pengabdian untuk memanfaatkan media sosial seperti Facebook, Instagram, WA grup jual beli , web, dan blog sebagai media promosi dan memasarkan produk UKM.

Pembahasan

Akhir-akhir ini perkembangan dunia industri sangatlah pesat, munculnya teknologi industri khususnya di era revolusi industri 4.0 (Dzulfikar, 2021) menjadikan pelaku industri juga harus berupaya mengembangkan segala produknya agar dapat bersaing dan berkompetisi dalam Industri. Disamping itu sisi lainnya adalah gejolak persaingan bisnis dan usaha dari tiap-tiap industri yang ada, menjadikan berbagai bentuk perkembangan diantaranya adalah desain kemasan. Bentuk pada kemasan yang terkesan masih konvensional, dirasakan masih belum cukup dalam mengangkat nilai jual produk dan juga pemasaran. Latar dan dasar pengembangan desain kemasan yang dimiliki oleh Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM), masih dirasa masih belum bisa berkompetisi pada dunia industri yang bersifat global, sehingga kadar dan kualitas dari hasil produksi hanya terbentur pada penjualan yang ada pada wilayah lokal ataupun wilayah yang ada disekitar tempat dimana produk diproduksi.

Kualitas desain kemasan yang inovatif diharapkan dapat memberikan inovasi dalam pemasaran serta hasil produksi, karena desain kemasan dapat dijadikan sebagai salah satu media untuk mengkomunikasikan produk pada pasar (market), selain itu juga menjadi salah satu nilai estetik yang memberikan nilai tersendiri sehingga hasil dan potensi dari karya masyarakat dapat terakomodasi dengan baik. Peran penting dari desain kemasan tidak hanya dapat memobilisasi pemasaran, namun nilai penting lainnya adalah menjadi salah satu media dalam kaitannya dengan persaingan yang ada pada industri global.

Solusi bagi UMKM

Dari kajian analisis atas kebutuhan dari mitra, maka tim PKM merencanakan untuk melakukan pendampingan redesain kemasan serta desain komunikasi pemasaran bagi UMKM yang terlibat. Rencana kegiatan PKM ini juga didasari oleh kegiatan PKM serupa yang menghasilkan keunggulan bersaing melalui pendampingan redesain kemasan (Ekawati dkk, 2020). Prasetya dkk (2020) juga melakukan kegiatan PKM dengan mengembangkan website dan desain kemasan sebagai upaya meningkatkan kemampuan pemasaran UKM di Surabaya. Sementara itu, Muthohir (2019) melakukan penelitian yang menghasilkan rancangan media promosi produk unggulan UKM Kendal berbasis web.

Pengembangan desain kemasan sangat diperlukan guna menghasilkan hasil dan kualitas dari kemasan yang lebih variatif. Kaitannya dengan perkembangan era 4.0 adalah kualitas dari produk

yang akan dipasarkan juga terpengaruh dari label pada kemasan. Guna mencitrakan sebuah produk yang lebih unggul selain dari hasil kualitas pada produksinya. Dengan adanya kualitas produk dan kemasan yang menarik menjadikan produk yang dipasarkan kepada masyarakat bisa bersaing dengan baik dengan kualifikasi produk unggulan. Munculnya produk-produk unggulan lain yang memiliki kualifikasi yang baik juga menjadikan daya saing pada produk semakin beragam, entitas pada nilai produk tidak hanya dinilai dari segi kualitas produksi, higienitas, kemasan yang dipakai, namun juga dari kualifikasi branding pada kemasan. Pada Gambar 4 dapat dilihat beberapa contoh hasil desain materi promosi bagi para UMKM.

Gambar 4

Contoh Luaran Desain Alat Promosi bagi UMKM Belitung



4. KESIMPULAN

Pengembangan desain kemasan sangat diperlukan guna menghasilkan hasil dan kualitas dari kemasan yang lebih variatif (Prasetya et al., 2020). Kaitannya dengan perkembangan era 4.0 adalah kualitas dari produk yang akan dipasarkan juga terpengaruh dari label pada kemasan. Guna mencitrakan sebuah produk yang lebih unggul selain dari hasil kualitas pada produksinya. Dengan adanya kualitas produk dan kemasan yang menarik menjadikan produk yang dipasarkan kepada masyarakat bisa bersaing dengan baik dengan kualifikasi produk unggulan.

Munculnya produk-produk unggulan lain yang memiliki kualifikasi yang baik juga menjadikan daya saing pada produk semakin beragam, entitas pada nilai produk tidak hanya dinilai dari segi

kualitas produksi, higienitas, kemasan yang dipakai, namun juga dari kualifikasi branding pada kemasan. Pendampingan yang dilaksanakan Tim Pengabdian Kepada Masyarakat, dapat mencapai tujuan yang diharapkan, yaitu meningkatnya pengetahuan para peserta pengabdian kepada masyarakat khususnya dalam memanfaatkan media sosial dan desain kemasan untuk meningkatkan jangkauan pemasaran produk UKM. Kegiatan ini berjalan dengan baik serta sesuai dengan rencana dan tujuan dari kegiatan ini dapat tercapai dengan baik.

Saran untuk kegiatan selanjutnya adalah dapat dilakukan lebih intensif dan bisa membantu lebih banyak UMKM baik di belitung maupun di daerah lain. UMKM / masyarakat juga terlihat sangat antusias dan mau bekerja sama dalam memberikan informasi kepada tim Untar. UMKM juga semangat dari masyarakat selama proses pendampingan. Hal ini disebabkan masyarakat mendapatkan bekal ilmu pengetahuan tentang promosi dan desain kemasan serta menambah keterampilan warga dalam bidang pemasaran untuk kemudian dapat dijadikan alternatif penambah omset.

Ucapan Terima Kasih (Acknowledgement)

Terima kasih kami sampaikan kepada Ditjen Diktiristek yang telah mendanai kegiatan PKM ini melalui Bantuan Pendanaan Program Penelitian Kebijakan Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) dan Pengabdian kepada Masyarakat Berbasis Hasil Penelitian dan Purwarupa PTS yang diselenggarakan oleh Ditjen Diktiristek Tahun Anggaran 2021. Kami juga menyampaikan terima kasih pada Pemerintah Kabupaten Belitung selaku mitra kegiatan PKM.

REFERENSI

- Abus, S. M. (2021, 12 16). *Diterima Wabup, Untar Gelar Program Pendampingan UMKM Belitung*. Retrieved from Trawang News: <https://www.trawangnews.com/diterima-wabup-untar-gelar-program-pendampingan-UMKM-belitung/>
- Ahad. (2021, 11 28). *UMKM Naik Kelas, Melati Erzaldi: Beri Ruang Unjuk Potensi*. Retrieved from Republika: <https://www.republika.co.id/berita/r39ld8423/UMKM-naik-kelas-melati-erzaldi-beri-ruang-unjuk-potensi>
- Bank Indonesia. (2021). *Pengembangan UMKM*. From Bank Indonesia: <https://www.bi.go.id/id/fungsi-utama/stabilitas-sistem-keuangan/pengembangan-UMKM/default.aspx>
- Dzulfikar, M. R. (2021, 01 20). *Tantangan bagi Remaja Indonesia pada Industri 4.0*. Retrieved from Kumparan: <https://kumparan.com/muhammad-rafly-dzulfikar/tantangan-bagi-remaja-indonesia-pada-industri-4-0-1v0zhOm27RB>
- Ekawati, S, Hidayah, N, dan Purwanto, P. (2020) Implementasi strategi keunggulan bersaing dan pendampingan redesain kemasan dalam meningkatkan penjualan pada UKM ritel di Tangerang
- EKON. (2021, 05 05). *UMKM Menjadi Pilar Penting dalam Perekonomian Indonesia*. From Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian: <https://ekon.go.id/publikasi/detail/2969/UMKM-menjadi-pilar-penting-dalam-perekonomian-indonesia>
- Kominfo. (2021, 04 14). *Industri Makanan dan Minuman Diakselerasi Menuju Transformasi Digital*. From kominfo: <https://www.kominfo.go.id/content/detail/33978/industri-makanan-dan-minuman-diakselerasi-menuju-transformasi-digital/0/berita>
- Muthohir, M. (2019) Perancangan Media Promosi Produk Unggulan UKM Kendal Berbasis Web dengan Metode R&D. *Jurnal Ilmiah Komputer Grafis*, Vol.12, No.2, pp. 13-20)



Prasetya, A.J., Laksono, Y.T., dan Hidayat, W. (2020) Pengabdian kepada masyarakat (PKM) pengembangan marketing website dan desain kemasan pada UKM Bumi Cipta Sejahtera Surabaya. Jurnal Pengabdian Masyarakat (JPM17), Vol. 5 (1), pp. 92-98