
Pendampingan Kreasi Olahan Pisang dan Penggunaan Media Sosial di Pasar Kreatif Tejo Agung (Pak Tejo)

Diterima: Februari 2021

Direview: April 2021

Disetujui: Agustus 2021

*Elmira Febri Darmayanti¹, Jawoto Nusantoro², Fika Ramadhini³, Dewi Setiyaningsih⁴, Happy Chandra⁵, Rendi Fedias Saputra⁶

Prodi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro¹

Prodi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro²

Email: efdarmayanti@gmail.com

ABSTRAK

Pasar Kreatif Tejo Agung (Pak Tejo) merupakan pasar warga yang menyajikan berbagai olahan kreatif, baik dari segi kuliner ataupun non-kuliner seperti ruang-ruang *instagramable* yang terletak di Jl. Raya Stadion, RT/RW 06/02, Kecamatan Tejo Agung, Kota Metro. Terbentuknya Pak Tejo merupakan hasil dari ide masyarakat serta antusiasme masyarakat yang besar, sehingga dapat direalisasikan dan diresmikan pada tanggal 31 Januari 2021. Dengan melihat situasi dan kondisi di lingkungan, Pak Tejo merupakan salah satu wilayah yang berpotensi karena memiliki beragam peluang usaha misalnya, potensi dalam usaha kuliner serta jasa-jasa lainnya. Banyak sekali potensi ide kreatif untuk menjalankan usaha namun belum tergali dengan optimal oleh masyarakat sekitar. Oleh karena itu, melalui metode *sharing*, tanya jawab, dan praktik secara langsung yang diberikannya dapat menumbuhkan jiwa kewirausahaan dan pemahaman tentang pentingnya media sosial sebagai media promosi bagi masyarakat di Pasar Kreatif Tejo Agung.

Kata kunci: Kewirausahaan, Media Sosial, Inovasi

ABSTRACT

Pasar Kreatif Tejo Agung (Pak Tejo) is a citizen market that serves a variety of creative preparations, both in terms of culinary or non-culinary such as instagramable spaces, located on Jl. Raya Stadion, RT / RW 06/02, Kecamatan Tejo Agung, Kota Metro. The formation of Pak Tejo is the result of great community ideas and community enthusiasm, so it can be realized and inaugurated on January 31, 2021. Looking at the situation and conditions in the environment, Pak Tejo is one of the potential areas because it has various business opportunities, for example, potential in culinary business as well as other services. There is a lot of potential for creative ideas to run a business but has not been optimally explored by the surrounding community. Therefore, through the methods of sharing, question and answer, and direct practice given can grow the spirit of entrepreneurship and understanding of the importance of social media as a promotional media for the community in the Pasar Kreatif Tejo Agung

Keywords: *Entrepreneurship, Social Media, Innovation,*

PENDAHULUAN

Dampak dari merebaknya pandemi Covid-19 saat ini amat terasa di banyak negara begitupun di Indonesia, hampir di seluruh provinsi mengalami perubahan yang cukup signifikan disebabkan wabah ini. Salah satu aspek yang terdampak ialah kegiatan perekonomian. Salah satu cara penanggulangan dari masalah tersebut adalah dengan menumbuhkan dan menguatkan jiwa wirausaha (*entrepreneurship*) dikalangan masyarakat.

Kewirausahaan yang sebutan populernya *Entrepreneurship* memang sangat erat kaitannya dengan kegiatan perekonomian. Namun, sebenarnya kalau dikaji secara mendalam ternyata lebih luas dari itu. *Entrepreneurship* yang menghasilkan wirausaha atau *Entrepreneur* sesungguhnya tidak melulu berdampak ekonomis tetapi dapat pula membuahkan berbagai nilai ideal dalam tataran sosial, politik, budaya dan aspek terkait lainnya (Maskan, 2018). Pada hakikatnya setiap insan telah tertanam jiwa wirausaha yang berarti memiliki kreativitas dan mempunyai tujuan tertentu, serta berusaha untuk mencapai keberhasilan dalam hidupnya (Suryana, 2011). Kewirausahaan ini merupakan sikap mental dan jiwa yang selalu aktif dan kreatif, berdaya, bercrepta, berkarya, bersahaja, dan berusaha dalam rangka meningkatkan pendapatan atas kegiatan usahanya. Sementara wirausaha adalah orang yang terampil memanfaatkan peluang dalam mengembangkan usahanya, yang bertujuan untuk meningkatkan kehidupannya (Kemendiknas, 2010).

Peran sosial media juga semakin diakui dalam mendongkrak kinerja bisnis ataupun merek. Efektivitas pemanfaatan tergantung pada bagaimana pemilik merek menggunakannya. Kecanggihan situs jejaring sosial memungkinkan setiap individu saling bertukar informasi kepada siapa saja melalui fasilitas yang sudah disediakan. Sebagai salah satu bagian dari media massa, situs media sosial seperti *instagram* (IG) dan *facebook* (FB) dapat digunakan sebagai sarana melakukan kegiatan promosi. Dengan rendahnya anggaran yang harus dikeluarkan untuk mempromosikan produk yang dijual tentu ini merupakan nilai plus agar IG dan FB digunakan sebagai sarana promosi produk yang efisien dan rendah biaya. Dengan berwirausaha menggunakan media sosial sebagai media promosi tentunya akan membuat produk tersebut lebih dikenal luas oleh konsumen sehingga pendapatan yang diterima juga akan meningkat (Siswanto, 2013). Gaya hidup masa kini dimana teknologi informasi semakin canggih akan memudahkan individu menjalin dan mempererat koneksi dalam menjalin usaha. Seperti riset Woodward (2011) yang menyatakan bahwa sistem dan jaringan kerja memainkan peran penting dalam meningkatkan perkembangan peluang kewirausahaan.

Penjabaran teori berwirausaha dan pentingnya media sosial sebagai media promosi menjadi ranah praktis yang memerlukan cukup penguatan untuk menciptakan insan yang betul-betul tangguh dalam menjalankan wirausaha. Dalam penjabaran tersebut diperlukan motivasi dan contoh yang nyata pada calon pelaku usaha agar termotivasi untuk memulai usaha baru dan membuka lapangan kerja baru (Shalahuddin, 2018). Sasaran utama dalam pemberian motivasi terkait kreatifitas dan inovasi adalah warga di Pasar Kreatif Tejo Agung

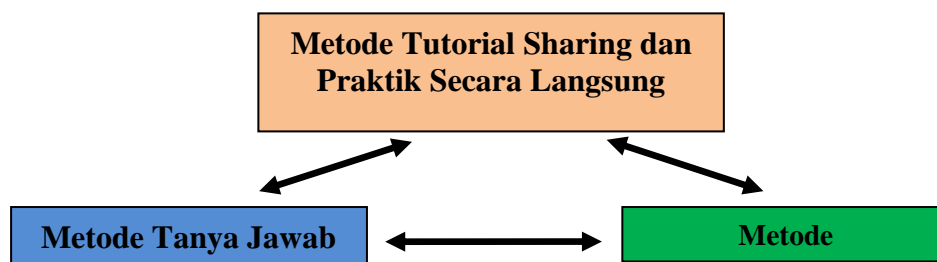
(Pak Tejo) yang mempunyai potensi besar untuk memulai usaha baru dan mengembangkannya di masa depan sehingga mempunyai *multiplier effect* yang besar dalam penciptaan lapangan kerja baru. *Multiplier effect* merupakan suatu keterkaitan langsung dan tidak langsung yang kemudian mendorong adanya kegiatan pembangunan diakibatkan oleh kegiatan pada bidang tertentu baik bersifat positif maupun negatif yang menggerakkan kegiatan dibidang-bidang lain (Lestari, 2015). Diharapkan dengan menguatnya pemikiran serta tindakan kewirausahaan yang semakin masif, masyarakat dapat hidup mandiri dan bertahan sekalipun ditengah situasi sulit seperti saat ini.

Pak Tejo merupakan pasar warga yang terletak di Jl. Raya Stadion, RT/RW 06/02, Kecamatan Tejo Agung, Kota Metro. Pak Tejo direncanakan menjadi sebuah pasar yang menyajikan berbagai olahan kreatif, baik dari segi kuliner ataupun non-kuliner seperti ruang-ruang instagramable. Terbentuknya Pak Tejo merupakan hasil dari ide masyarakat serta antusiasme masyarakat yang besar, sehingga dapat direalisasikan dan diresmikan pada tanggal 31 Januari 2021. Terbentuknya Pak Tejo sendiri terinspirasi dari pasar Payungi yang terletak di Yosomulyo, Metro Pusat, tetapi di kolaborasikan dengan kreasi yang berbeda. Tujuan didirikan Pak Tejo ini adalah untuk membantu perekonomian masyarakat sekitar di tengah pandemi Covid-19, menumbuhkan jiwa wirausaha dan kreatifitas serta meningkatkan ekonomi kreatif di Kota Metro. Dengan melihat situasi dan kondisi di lingkungan, Pak Tejo merupakan salah satu wilayah yang berpotensi karena memiliki beragam peluang usaha misalnya, potensi dalam usaha kuliner serta jasa-jasa lainnya. Masyarakat dan Karang Taruna merupakan suatu penggerak dalam suatu wilayah desa, oleh karena itu para pemuda karang taruna dan masyarakat di Pak Tejo harus memiliki semangat kewirausahaan untuk dapat memajukan perekonomian dan wilayah disana. Banyak potensi ide kreatif untuk menjalankan usaha namun belum tergal dengan optimal. Oleh karena itu, perlunya penumbuhan jiwa kewirausahaan dan pentingnya pemahaman tentang pentingnya media sosial sebagai media promosi yang mampu memberikan manfaat bagi masyarakat di Pak Tejo (Indoworo, 2015). Manfaat tersebut dapat berwujud manfaat finansial maupun non finansial. Manfaat finansial dari kewirausahaan dapat berupa kemandirian ekonomi yang diperoleh dalam menjalankan usaha, sedangkan manfaat non finansial berupa penumbuhan mental yang tangguh dan pantang menyerah dalam menghadapi permasalahan hidup. (Achmad, 2015) Dengan diadakan pengabdian pendampingan kewirausahaan ini diharapkan mampu memunculkan

usaha baru dan memberikan efek positif pada pengembangan mental kemandirian masyarakat di Pak Tejo.

METODE PELAKSANAAN

Ditengah adanya wabah Covid-19 yang belum mereda, Dosen dan Mahasiswa Prodi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro telah melakukan Pengabdian Masyarakat dikelurahan Tejo Agung untuk membantu meningkatkan perekonomian keluarga. Adapun metode yang digunakan oleh kami adalah sebagai berikut:



Metode tutorial sharing dan praktek secara langsung terhadap warga kelurahan Tejo Agung untuk memberikan pengetahuan tentang pentingnya media sosial dalam kegiatan pemasaran dan promosi produk. Media sosial memang menjadi sarana pertama dalam subsektor ekonomi kreatif maupun wisata. Melihat beberapa tahun belakangan ini penetrasi pemanfaatan media sosial di Indonesia yang terus meningkat, tentunya tidak lepas dari peran aplikasi yang berada dalam hand phone (HP). Sehingga, tak heran jika para konsumen dan treveler menggunakan media sosial untuk menjangkau sebuah wisata dan produk yang belum pernah mereka nikmati. Dikelurahan Tejo Agung masih banyak warga yang masih kurang memanfaatkan media sosial untuk berbisnis. Oleh karena itu, kami dalam kegiatan pengabdian ini memberikan penjelasan mengenai cara memanfaatkan media sosial dalam berwirausaha. Dengan diberikannya penjelasan tentang pentingnya media sosial dalam berwirausaha, nantinya masyarakat dapat mempromosikan produk yang mereka punya. Tim Pengabdian juga memberikan penjelasan terkait tutorial pembuatan akun media sosial, pengalihan akun instagram pribadi ke akun instagram bisnis serta cara mengupload barang dagangan ke facebook dan instagram.

Dalam metode tutorial sharing dan praktek juga kami berikan pengetahuan dan inovasi baru kepada masyarakat Pak Tejo terkait kuliner dan kerajinan tangan. Untuk bidang kuliner diberikan arahan untuk mengolah pisang dan limbah kulit pisang menjadi makanan ringan

yang memiliki daya jual tinggi. Banyaknya pohon pisang di daerah Tejo Agung mampu dijadikan inovasi baru berupa olahan makanan berbahan dasar pisang. Buah pisang yang kaya akan manfaat, diantaranya memiliki kandungan serat yang bermanfaat melancarkan dan menjaga kesehatan pencernaan. Maka kami memanfaatkan buah pisang menjadi olahan makanan ringan yang kami beri nama “Bola-Bola Pisang Crunchy”.

Tak hanya memanfaatkan buahnya saja, Tim Pengabdian FEB UM Metro juga memberikan inovasi baru dengan memanfaatkan limbah kulit pisang yang tidak dimanfaatkan oleh masyarakat sekitar. Nyatanya, kulit pisang kaya akan antioksidan, seperti polifenol dan karotenoid. Oleh karena itu, konsumsi kulit pisang dipercaya dapat menurunkan risiko penyakit kanker, menjaga kesehatan pencernaan, meningkatkan kesehatan mata, dan meningkatkan kualitas tidur. Dengan mengetahui banyaknya manfaat yang terkandung dalam kulit pisang, maka kami membuat inovasi produk kue basah yaitu brownies kukus berbahan dasar limbah kulit pisang.

Pada bidang kerajinan tangan, kami berikan sebuah inovasi baru, pengalaman baru, dan wawasan baru bagi masyarakat dengan membuat kreasi desain Tie Dye. Banyak sekali orang yang suka bosan dengan motif baju yang mereka pakai sehingga mereka lebih suka membeli baju baru agar tetap mengikuti trend. Disini kami memanfaatkan baju polos bekas pakai menjadi bernilai jual dengan cara memberikan sedikit pewarna dan corak terhadap pakaian tersebut yang saat ini tengah menjadi trend dikalangan masyarakat.

Melalui metode kedua yaitu metode tanya jawab merupakan metode yang kami berikan kepada masyarakat Pak Tejo untuk memberikan kesempatan bertanya terhadap permasalahan yang masih belum dimengerti dalam penyampaian informasi yang kami jelaskan. Dan metode terakhir yang kami gunakan yaitu metode pendampingan merupakan metode yang kami gunakan untuk praktik secara langsung dan mengajak seluruh warga Pak Tejo untuk mencoba atas penjelasan materi yang telah dijelaskan oleh tim. Tentunya seluruh warga tetap di dampingi dan diberikan arahan secara detail oleh tim.

HASIL, PEMBAHASAN, DAN DAMPAK

Kegiatan inti dari pengabdian masyarakat secara langsung tentang olahan kreasi pisang dan pendampingan penggunaan media sosial dilaksanakan selama 2 (dua) hari yaitu pada Hari Jumat, tanggal 5 Februari 2021 dan Selasa, tanggal 9 Februari 2021 di Pasar Kreatif Tejo Agung (Pak Tejo), dan dihadiri sebanyak 39 peserta yang merupakan warga Pak Tejo.

Hari pertama, pada tanggal 5 Februari 2021 tim pengabdian memberikan penjelasan kepada masyarakat sekitar tentang pentingnya media sosial sebagai media promosi. Tim pengabdian memberikan penjelasan tentang pentingnya media sosial serta macam-macam media sosial yang ada, diantaranya yaitu IG dan FB (gambar 1). Selain itu tim pengabdian juga memberikan inovasi terkait kerajinan tangan kaos tie dye (gambar 3).

Facebook adalah salah satu dari sekian banyak social network atau situs jejaring sosial yang ada di jagad web. FB memiliki manfaat antara lain yaitu sebagai tempat untuk menjalin hubungan dengan teman, diskusi, promosi, dan berbisnis. IG juga merupakan aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil foto, mengambil video, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik Instagram sendiri. Pada saat ini, ada banyak pelaku bisnis atau penjual produk / layanan yang mulai menggunakan pemasaran *online* atau *advertising*. Tidak hanya di situs web resmi masyarakat dapat menggunakan media sosial dan dengan semakin populernya Instagram dan FB, tentu saja menawarkan keuntungan tersendiri ketika produk atau layanan dipasarkan di sini, serta fitur penerbitan foto yang dapat dengan jelas menggambarkan produk yang masyarakat tawarkan. Melalui IG masyarakat juga dapat mempromosikan produk mereka melalui akun bisnis. Dengan memakai akun bisnis produk masyarakat akan dapat dijangkau oleh konsumen yang ditargetkan. Tim Pengabdian juga melakukan pendampingan kepada masyarakat Pak Tejo dalam pembuatan akun bisnis IG (gambar 2).



Gambar 1. Penjelasan pentingnya medsos



Gamabr 2. Pendampingan pembuatan akun

Kerajinan tangan kaos *tie dye* merupakan kerajinan kaos warna abstrak yang memiliki teknik mewarnai kain dengan cara di ikat dahulu kemudian dicelup kedalam zat warna yang kemudian akan membentuk corak unik yang terbentuk oleh ikatan tersebut. Hadirnya kaos *tie dye* dikalangan masyarakat akhir-akhir ini yang sangat marak membuat tim pengabdian

menggerakkan masyarakat sekitar untuk membuat kaos yang sama tetapi dengan ciri khas yang berbeda, yaitu menambahkan sablon logo Pak Tejo di kaos *tie dye* agar menjadikan kaos tersebut sebagai brand di Pasar Kreatif Tejo Agung. Target penjualan dari kaos *tie dye* ini adalah masyarakat luas dari berbagai kalangan anak-anak, remaja, maupun dewasa, sehingga produk ini nantinya bisa dipakai oleh seluruh kalangan.



Gambar 3. Proses desain kaos *tie dye*

Hari kedua pada tanggal 9 Februari 2021 tim pengabdian memberikan pengembangan inovasi dan kreatifitas masyarakat Pak Tejo melalui kreasi olahan pisang (buah pisang dan kulit pisang) yang dijadikan sebuah makanan dengan nilai jual yang tinggi. Untuk olahan buah pisang tim pengabdian memberikan sebuah tutorial membuat “bola-bola pisang *Crunchy*” (gambar 4). Dimana bahan yang dibutuhkan adalah pisang raja, gula, tepung terigu, tepung panir, dan minyak goreng. Langkah pembuatannya cukup mudah yaitu: (a) Kukus daging pisang sampai lembut, (b) haluskan menggunakan sendok, (c) campurkan gula pada daging pisang yang sudah dihaluskan, (d) bentuk adonan menjadi bola-bola lalu baluri dengan tepung basah, (e) baluri adonan dengan tepung panir lalu goreng hingga kecoklatan, (f) beri topping sesuai selera.

Kemudian untuk kulit pisangnya akan dimanfaatkan dan di kreasikan menjadi “brownis kulit pisang” (gambar 5). Dimana bahan yang dibutuhkan adalah kulit pisang, gula, garam, vanili, sp, tepung terigu, coklat bubuk, coklat blok, butter, dan telur. Langkah pembuatannya yaitu: (a) cuci hingga bersih kulit pisang, (b) rebus kulit pisang lalu blender hingga halus, (c) campurkan gula, garam, vanili, telur dan sp lalu kocok hingga mengembang, (d) masukkan tepung terigu dan coklat bubuk kedalam adonan, (e) campurkan coklat blok dan butter yang sudah di larutkan serta masukkan kulit pisang yang sudah halus, (f) kukus adonan kurang lebih 60 menit, (g) beri topping sesuai selera.



Gambar 4. Kreasi Bola-bola Pisang Cruchy



Gambar 5. Kreasi Brownis Kulit Pisang

SIMPULAN

Dengan adanya pengabdian masyarakat ini, diharapkan Pak Tejo akan menjadi Pasar yang lebih maju dan inovatif serta menumbuhkan ekonomi kreatif di Kota Metro. Dari materi dan penjelasan yang telah disampaikan oleh tim mengenai media sosial sebagai media promosi nantinya akan memudahkan Pak Tejo dikenal dikalangan masyarakat serta membawa produk lokal menjadi lebih cepat dikenal, *social tekhnologi* memang menjadi sarana pertama dalam subsektor ekonomi kreatif maupun wisata. Manfaat media sosial untuk Pak Tejo adalah meningkatkan daya guna dalam bidang pariwisata serta menjadikan peyelenggaraan pemasaran produk, namun tidak lupa pula untuk selalu menjunjung nilai-nilai moral dan etika dalam pemanfaatan teknologi.

Tak hanya itu menumbuhkan jiwa berwirausaha di Pasar Kreatif Tejo Agung juga dilaksanakan demi membentuk brand dan meningkatkan inovasi serta kreatifitas bagi warga Pak Tejo. Dengan menumbuhkan jiwa berwirausaha kepada masyarakat nantinya akan memberikan manfaat finansial maupun non finansial. Manfaat finansial dari kewirausahaan dapat berupa kemandirian ekonomi yang diperoleh dalam menjalankan usaha, sedangkan manfaat non finansial berupa penumbuhan mental yang tangguh dan pantang menyerah dalam menghadapi permasalahan hidup.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, Nur. 2015. "Kewirausahaan: Suatu Alternatif Lain Menuju Kesuksesan."
Surakarta: BPK FEB UMS.
- Howkins, John. 1997. *Creative Economy, How People Make Money from Ideas*.

- Indoworo, Hawik Ervina. 2015. “Menumbuhkan Jiwa Wirausaha Melalui Peran Sosial Media”. Semarang. Universitas PGRI Semarang
- Iwan Shalahuddin, dkk. 2018. “Prinsip-Prinsip Dasar Kewirausahaan”. Yogyakarta: Deepublish.
- Kemendiknas. 2010. Pengembangan Pendidikan Kewirausahaan. Jakarta: Kemendiknas Badan Penelitian dan Pengembangan Pusat Kurikulum. , h. 15-171
- Lestari, Ayu. 2015. “Analisis Multiplier Effect Ekonomi Perkebunan Kelapa Sawit di Kabupaten Mesuji”. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung, Lampung
- Mohammad Maskan. 2018. Kewirausahaan. Malang: Polinema Press: 2018, h.2
- Siswanto, Tito. 2013. “Optimalisasi Sosial Media Sebagai Media Pemasaran Usaha Kecil Menengah”. Jurnal Liquidity, Vol 2 No. 1, Januari –Juni 2013, Hal 80-86
- Woodward . 2011. “*Technology and Organization: Essays in Honour of Joan Woodward. Research in the Sociology of Organization*”, Volume 29.
- Yuyus Suryana, Kartib Bayu. 2011. Kewirausahaan: Pendekatan Karakteristik Wirausahawan Sukses. Jakarta: Kencana, 2011, h.2