



PELATIHAN STRATEGI PELAKSANAAN FESTIVAL JAJANAN TRADISIONAL PADA DUKUH DEMPING ANGGRSMANIS JENAWI KARANGANYAR

Oleh

Dian Indriana Hapsari¹, Guruh Taufan Hariyadi², Juli Ratnawati³, Imang Dapit
Pamungkas⁴

^{1,2,3,4}Universitas Dian Nuswantoro

Email: ¹dian.indriana@dsn.dinus.ac.id

Article History:

Received: 03-05-2022

Revised: 17-05-2022

Accepted: 24-06-2022

Keywords:

Festival Jajanan Tradisional,
Komunitas Tinthir
Nusantara

Abstract: *Kemajuan teknologi tidak diikuti kemajuan moral, etika dan spiritual. Atas dasar pemaparan fenomena di latar belakang, diperlukan sebuah program yakni pengenalan dan pelatihan pentingnya mengenal Virtual Reality dalam kehidupan sehari-hari maupun dalam strategi marketing untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar. Atas dasar informasi yang tersaji dalam sub bab analisis situasi dapat disimpulkan bahwa permasalahan mendasar yang ada di kelompok "Komunitas Tinthir Nusantara" adalah kurangnya pengetahuan dan pemahaman pada para peserta dan pengelola festival jajanan tradisional dalam memasarkan produknya sehingga sering terjadi kegagalan pada saat pelaksanaan festival tersebut Desa Wisata Demping. Kompetensi dan pengetahuan yang dimiliki oleh Perangkat Desa, Pengelola maupun masyarakat sekitar serta sulitnya sinyal internet sangat menghambat masuknya keterbaruan teknologi pemasaran di desa tersebut. Oleh karena itu, perlu dilakukannya pelatihan serta pendampingan dalam pengelolaan kegiatan tersebut. Berdasarkan situasi dan kondisi yang dihadapi tersebut sebagai salah satu upaya agar bisa meningkatkan produktifitas dan keberhasilan pelaksanaan Festival jajanan tradisional tersebut adalah dengan memberikan pelatihan dan pendampingan strategi pemasaran. Pelatihan strategi pemasaran yang digunakan dapat digunakan untuk mengelola manajemen pelaksana maupun mempromosikan kegiatan tersebut supaya dapat menarik sehingga mampu mengundang minat masyarakat dari luar daerah untuk dapat hadir dalam festival tersebut. Dengan Teknologi ini diharapkan Manajemen dapat meningkatkan kemampuan managerial maupun melakukan promosi hingga ke luar daerah. Selain itu Strategi pemasaran ini berfungsi menjadi sarana informasi Desa Wisata Demping serta berfungsi demi bahan evaluasi kegiatan oleh pengelola Desa Wisata Demping untuk pelaksanaan berikutnya*



PENDAHULUAN

Di lereng Gunung Lawu, terdapat kecamatan Jenawi yang merupakan bagian dari kabupaten Karanganyar, provinsi Jawa Tengah. Potensi wisata yang dimiliki oleh kecamatan Jenawi masih belum dikembangkan oleh pemerintah daerah. Potensi wisata yang terdapat ditempat ini yakni wisata alam, budaya serta spiritual. Potensi tersebut banyak ditemukan di desa Anggrasmanis dibandingkan dengan 8 desa lainnya yakni Gumeng, Lempong, Jenawi, Balong, Trengguli, Menjing, Sidomukti, serta Seloromo. Potensi suatu desa seperti ciri khas serta daya tariknya merupakan sebuah aset wisata, ketika potensi tersebut dikembangkan sebagai produk wisata sehingga dapat menarik banyak pengunjung, hal ini disebut dalam konteks wisata pedesaan ialah Desa Wisata. Kemajuan ilmu pengetahuan, teknologi dan sains berkembang begitu pesat. Tetapi sayangnya kemajuan teknologi tidak diikuti kemajuan moral, etika dan spiritual. Hal ini yang menjadikan problematika dalam berbagai bidang seperti ekonomi, budaya, pertahanan, sosial, keamanan, politik bahkan sampai bidang pendidikan. Manusia sudah kehilangan nilai kemanusiaannya karena pada kenyataan ini dapat dilihat dari kejadian-kejadian yang kerap diberitakan dimedia masa, media elektronik bahkan dalam kehidupan masyarakat. Perselisihan antar suku dan agama, kriminalitas, isu global warming, perubahan iklim, banjir, kemarau yang berkepanjangan adalah gambaran berita yang sudah tidak lagi kita kagetkan. Miris rasanya kalau melihat kenyataan ini. Namun Vivekananda, (1993 : 5) melantangkan pendapatnya agar kita menyudahi tangisan yang lama ini, kita harus menjadi manusia yang bisa berdiri dengan kedua kaki kita.

Apa yang dikatakan Vivekananda sudah cukup jelas untuk menggambarkan sikap manusia saat ini. Karena dewasa ini banyak manusia yang kehilangan nilai-nilai kemanusiaan. Segala kearifan lokal disetiap desa sudah pudar, sebagai contoh tentang pertanian. Masuknya model pertanian modern merubah cara pandang petani dalam bercocok tanam. Pertanian modern membawa prinsip bertani dengan waktu panen yang cepat serta mendapat hasil yang berlimpah. Hal ini tidak salah dari segi pemenuhan kebutuhan manusia, namun hakikat sejatinya bertani telah hilang dengan prinsip ini, manusia tidak lagi menjadi terikat dengan alamnya. Alam hanya dilihat sebagai objek yang dieksploitasi demi kebutuhan manusia. Hanya karena mereka tampak hijau, tidak bicara, tidak bisa berbahasa manusia. Semuanya menjadi objek yang dapat diambil manfaatnya demi manusia melalui cara teknis maupun mekanis. Komunitas Tin-Thir sebuah organisasi yang mewadahi aspirasi para pemuda desa di Desa Sidomukti, Kecamatan Jenawi, melihat kejadian-kejadian tersebut Komunitas Tin-Thir berupaya melalui berbagai macam kegiatannya yang mampu memberi kontribusi atas permasalahan yang ada. Komunitas ini terdiri dari beberapa individu, seperti : pelajar SMU, Petani, Satpam (Security), Penjahit, Mahasiswa, Seniman, Montir, Karyawan Pabrik, orang-orang sederhana dan baik hati yang mempunyai kepedulian atau Visi-Misi yang sama. Komunitas ini dibentuk dengan tujuan untuk menyalurkan aspirasi dan kegiatan-kegiatan dari orang-orang yang terlibat didalamnya ataupun masyarakat secara umum. Salah satu kegiatan dalam rangka upaya untuk mengenalkan desa wisata ini adalah pelaksanaan Festival Jajanan Tradisional yang sudah dilakukan oleh komunitas tinthir Nusantara dalam 2 tahun terakhir, namun masih menemukan kendala dalam pelaksanaannya yaitu kurangnya pengetahuan dan pemahaman pengelola maupun peserta festival dalam strategi pemasaran baik pemasaran produk maupun pemasaran kegiatan itu sendiri.



Kegiatan Festival Jajanan Tradisional ini dilakukan berdasar dari inisiatif warga sendiri sehingga segala hal mengenai konsep acara hingga pemasaran belum berjalan maksimal. Sehingga diperlukannya sebuah pemberdayaan demi mengembangkan desa wisata Demping. Pemberdayaan ini berfokus pada keterlibatan warga desa dalam perencanaan strategi pengembangan wisata sehingga warga desa mendapatkan manfaatnya. Atas dasar pemaparan fenomena di latar belakang, diperlukan sebuah program yakni pelatihan strategi pemasaran festival jajanan tradisional pada dukuh Demping ini agar kegiatan tersebut dapat terlaksana dengan baik.

Permasalahan Mitra

Atas dasar informasi yang tersaji dalam sub bab analisis situasi dapat disimpulkan bahwa permasalahan mendasar yang ada di kelompok “Komunitas Tinthir Nusantara” adalah minimnya pengetahuan dan pemahaman tentang strategi pemasaran baik untuk produk maupun pemasaran kegiatan festival jajanan tradisional itu sendiri. Kompetensi dan pengetahuan yang dimiliki oleh Perangkat Desa, Pengelola Desa Wisata Demping dan masyarakat sekitar serta sulitnya sinyal internet sangat menghambat masuknya keterbaruan teknologi pemasaran di desa tersebut. Oleh karena itu, perlu dilakukannya pelatihan strategi pemasaran tersebut agar festival jajanan tradisional dapat terlaksana dengan baik. Berdasarkan kesepakatan dengan Bapak Yona Arthea, SS selaku ketua kelompok “Komunitas Tinthir Nusantara”, melalui program kemitraan masyarakat ini akan membantu anggota kelompok dan juga masyarakat sekitar dalam memberikan pelatihan dan pendampingan sebelum, pada saat, dan setelah kegiatan jajanan tradisional tersebut terlaksana.

Solusi Yang Ditawarkan

Berdasarkan situasi dan kondisi yang dihadapi Komunitas Tinthir Nusantara selaku pelaksana kegiatan Festival Jajanan Tradisional ini sebagai salah satu upaya agar bisa meningkatkan produktifitas dalam mengelola dan mengembangkan keberhasilan dan pelaksanaan kegiatan tersebut adalah dengan mengadakan pelatihan dan pendampingan strategi pemasaran sebelum, pada saat dan setelah Festival Jajanan Tradisoinal tersebut terlaksana. Teknologi Strategi Pemasaran yang digunakan dapat digunakan untuk mengelola manajemen dan juga sebagai media promosi yang baik. Dengan pelatihan ini diharapkan Manajemen dapat meningkatkan kemampuan managerial maupun melakukan promosi hingga ke luar daerah. Selain itu strategi pemasaran ini dapat digunakan sebagai sarana informasi Desa Wisata Demping.

Kegiatan ini dapat dijalankan sesuai dengan fungsinya masing-masing. Pelatihan Strategi Pemasaran bermaksud demi membagikan ilmu serta pemahaman strategi marketing untuk pelaksana kegiatan maupun peserta yang terlibat dan juga bisa dimanfaatkan untuk sarana promosi kepada para wisatawan serta berguna menjadi tolak ukur evaluasi demi pelaksanaan kegiatan berikutnya.

METODE

Kegiatan pengabdian ini memilih cara pelaksanaannya yakni dengan Metode Survei dan Observasi, metode ini dilakukan untuk menemukan mitra yang tepat terkait dengan program ini. Desain alur pengabdian kepada masyarakat ini adalah melalui beberapa tahap, yaitu:

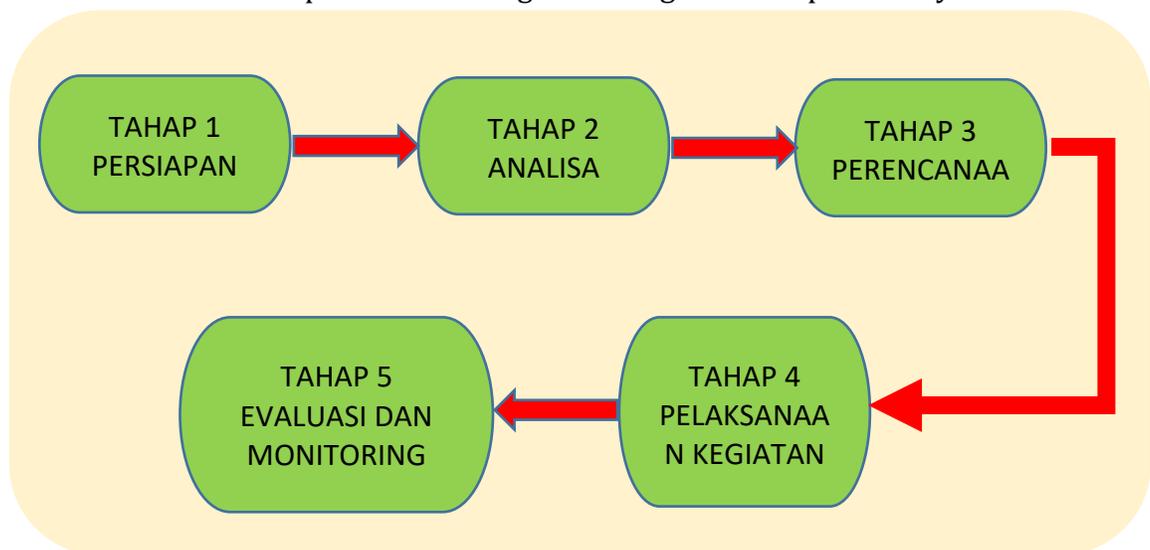
1. Tahap Persiapan; dalam mengimplementasikan program, telah dirancang persiapan yang matang. Pada tahapan ini tim akan melaksanakan observasi serta survey terhadap mitra



demikian memahami ciri khas keseluruhan serta untuk menemukan inti permasalahan yang dihadapi oleh mitra.

2. Tahap Analisa; pada tahapan ini yang dilaksanakan adalah tim berdiskusi dengan mitra untuk melakukan analisa kebutuhan mitra sebagai upaya untuk menemukan penyelesaian permasalahan yang dihadapi oleh mitra sesuai dengan program pengabdian kepada masyarakat ini. Tim menemukan kendala permasalahan mitra pada sistem pemasaran dan juga pada kemampuan sistem magajerial dan tata kelola keuangan dalam mengelola Desa Wisata Damping. Memahami kebutuhan seperti software (perangkat lunak) serta perangkat keras (hardware) dilaksanakan pada tahapan ini.
3. Tahap Perencanaan; tahap yang ketiga adalah melakukan perencanaan dan persiapan untuk pelaksanaan kegiatan. Teknologi yang akan dibentuk harus menjadi solusi bagi permasalahan yang dihadapi. Sehingga dari tahapan ini dapat dilaksanakan setelah tim menemukan inti permasalahan pada mitra. Apabila program pengabdian kepada masyarakat ini tersusun kemudian tim pengabdian akan kembali berdiskusi dengan mitra untuk mewujudkan sinkronisasi kerjasama yang baik antara tim pengabdian dengan mitra.
4. Tahap Pelaksanaan; Langkah berikutnya yang keempat adalah jika telah terjadi kesepakatan kerjasama, maka kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bisa segera dilaksanakan dengan tujuan akhir bahwa kemampuan manajerial mitra dapat meningkat dan mampu melakukan pemasaran hingga keluar daerah.
5. Tahap Evaluasi, Monitoring dan Laporan; Pada tahap ini tim pengabdian dan mitra melakukan evaluasi dan monitoring kegiatan yang mana tujuan dari evaluasi dan monitoring ini penting bagi program kerjasama dimasa mendatang sehingga kerjasamanya lebih meningkat. Selain itu pada tahap ini tim peneliti akan melaporkan hasil kinerja sesuai dengan indikator capaian dan memenuhi target luaran yang sesuai atas dasar program Pengabdian Kepada Masyarakat seperti yang tertuang pada bab sebelumnya.

Berikut Gambar Metode pelaksanaan Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat:



HASIL

Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Dian Nuswantoro sangat berkomitmen pada pelaksanaan pemberdayaan masyarakat. Tema



yang diusung pada Rencana Strategi Pengabdian di kurun waktu 2016 hingga 2020 yaitu: “Penerapan Ilmu Pengetahuan Teknologi, Sosial, Ekonomi dan Budaya untuk meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Melalui Kewirausahaan Bersinergi dengan Program Penelitian untuk mencapai Hilirisasi & Komersialisasi hasil-hasil penelitian & pengabdian kepada masyarakat”. Berdasar pada tema tersebut tim pengabdian kepada masyarakat memberikan pelatihan bagaimana menyelenggarakan Festival Jajanan Pasar tersebut yang baik sehingga tujuan dari dilaksanakannya kegiatan dapat berlangsung sebagaimana yang diharapkan.



Gambar 1. Pelaksanaan Kegiatan

Dimulai dari strategi pertama dalam pelaksanaan kegiatan tersebut adalah dengan mempersiapkan SDM untuk mampu mandiri menjadi Pelaksana Kegiatan/ *Event Organizer* (EO) yang dapat menjalankan festival tersebut dengan baik, persiapan yang harus dilakukan untuk menjadi *Event Organizer* (EO) dalam sebuah festival antara lain harus memahami pasar sasaran yang akan dituju, memiliki Ide Kreatif dan inovatif, memiliki database pelanggan, kemampuan menjual, mampu berpikir detail, pembagian tugas yang jelas, tim yang solid, membuat jadwal setahun ke depan, modal usaha yang cukup, dan ikut dalam wadah organisasi tertentu. Disamping hal tersebut kebutuhan susunan tim yang yang seharusnya ada dalam sebuah kegiatan adalah minimal harus ada Koordinator Utama, ketua Pelaksana, sekretaris, bendahara, humas, seksi scara, seksi publikasi, seksi pemasaran, seksi dekorasi, seksi keamanan, seksi perlengkapan, seksi konsumsi, seksi dokumentasi, pembantu umum



Gambar 2. Penyusunan Tim Pelaksana Kegiatan

Setelah tim Pelaksana Kegiatan (EO) ini terbentuk langkah berikutnya yang dilakukan adalah tim harus mulai membuat tema/ konsep yang jelas, menentukan target yang akan dicapai, merencanakan anggaran, menyusun rencana cadangan, menyusun timeline (tabel waktu), membuat susunan acara, menentukan pengisi acara, kerjasama dengan vendor terpercaya, menyelesaikan masalah perijinan, pendelegasian tugas yang jelas, menentukan media promosi, mencari media partner yang tepat serta ditutup dengan evaluasi setelah pelaksanaan event.



Gambar 3. Strategi Pemasaran

Terkait dengan kegiatan festival yang akan dilaksanakan adapun beberapa mitra kerjasama yang harus digandeng demi suksesnya kegiatan tersebut sehingga tim pengabdian bekerjasama dengan anggota EO yang telah dibentuk berusaha untuk menganalisis kebutuhan apa saja yang memerlukan kerjasama dengan pihak lain dan ditemukan beberapa kebutuhan diantaranya tempat acara, sound system, pembangkit listrik, panggung, dekorasi, biro jasa promosi outdoor, biro jasa desain kreatif, cetak print digital, Percetakan, catering, transportasi, obyek wisata, media massa, orkes tunggal, persewaan peralatan musik dan seni, instansi Pemerintah dan Kepolisian dan tidak lupa



wartawan media yang akan meliput kegiatan tersebut.

Diakhir kegiatan tim pengabdian juga memberi pelatihan tentang bagaimana menyusun laporan akhir yang dapat digunakan untuk evaluasi pada kegiatan berikutnya, adapun laporan-laporan yang dimaksud adalah susunan panitia, susunan acara, anggaran biaya, denah tata lokasi, daftar peserta bazaar, daftar peserta lomba, surat kesediaan berpartisipasi, surat pengajuan kerjasama, surat pengajuan dana pemerintah, surat undangan, proposal sponsor dan juga foto-foto pelaksanaan

KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat untuk pelaksanaan festival pekan Jajanan Tradisional di Dykuh Demping, Anggrasmanis, Jenawi, Karananayar ini diberikan dalam bentuk pelatihan strategi manajemen untuk menyiapkan tim pelaksana/ Event Organizer (EO) yang kompeten demi suksesnya kegiatan festival tersebut. Para peserta dibagi ilmu serta pemahaman perihal segala komponen pada penyusunan rencana kegiatan. Pengabdian ini menambah kapabilitas para peserta pelatihan perihal kesiapannya dalam menjadi seorang Event Organizer yang mandiri dan meningkatkan kemampuan dalam mengatur setiap kegiatan serupa yang akan diselenggarakan di kemudian hari. Pemahaman peserta lebih dalam perihal analisa kegiatan yang sesuai kebutuhan, penentuan jenis kebutuhan, menjalankan kegiatan sesuai ketetapan hingga melaporkan pertanggung jawaban dengan akuntabel.

DAFTAR REFERENSI

- [1] Bhaktivedanta, Swami, A.C. 2006. Bhagavad-gita Menurut Aslinya. Jakarta :Hanuman Sakti.
- [2] Bogdan, R. C & Biklen. S. K. 1982. Qualitative research for education: an introduction to theory and methods. Boston London Sydney Toronto : Allyn and Bacon, Inc.
- [3] Herimanto & Winarno. 2008. Ilmu Sosial & Budaya Dasar. Jakarta : Bumi Aksara.
- [4] Herusatoto, Budiono. 2001. Simbolisme Dalam Budaya Jawa. Yogyakarta :Hanindita Graha Widia.
- [5] <http://www.karanganyarkab.go.id>
- [6] <http://www.tejasurya.com/artikel-spiritual/sloka-mantra/90.html>
- [7] <http://www.tinthir.blogspot.com>
- [8] Jaman, I Gede dkk. 2007. Tri Hita Karana Dalam Konsep Hindu. Denpasar :Pustaka Bali post.
- [9] Kajeng, I Nyoman dkk. 1999. Sarasamuccaya. Surabaya : Paramita.
- [10] Kaler, I Gusti Ketut. 1994. Butir-butir Tercecer Tentang Adat Bali Bagian 2. Denpasar : Bali Agung.
- [11] Krishna, I.B. Wika. 2006. Darsana. Bahan Ajar STHD Jawa Tengah.
- [12] Kertajaya, Hermawan. 2008. Arti komunitas. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- [13] Monier, Sir William. 1993. Sanskrit-English Dictionary. New Delhi : Motila Banarsidas.
- [14] Nikotopia. 2007. Pelestarian Sumber Mata Air Untuk Kelangsungan Hidup Masyarakat Tawangrejo. Jenawi : Komunitas Tin-Thir.
- [15] _____. 2008. Re-view Naliko Semono. Jenawi : Laporan Kegiatan Komunitas Tin-Thir.
- [16] Pendit, Nyoman. S. 2001. Nyepi Kebangkitan, Tolransi dan Kerukunan. Jakarta:Gramedia.



- [17] Pudja, Gede. 1999. Bhagawadgita (Pancama Veda). Surabaya : Paramita
- [18] Ristanto, Indro. 2012. Surat Laporan Pertanggungjawaban Naliko Semono Komunitas Tin-Thir. Jenawi : Thin-Thir.
- [19] Ritzer, George. 2012. Sosiologi Ilmu Pengetahuan erparadigma Ganda. Jakarta:Raja Grafindo Persada.
- [20] Sayanacarya,Bhasya Of. 2005.Atharva Veda Samhita II. Surabaya : Paramita.
- [21] _____. 2005. Yajur Veda Samhita III. Surabaya : Paramita.
- [22] Sujana & Susila. 2000. Manggala Upacara. Jakarta : Departemen Agama R.I.
- [23] Sura, I Gede. 1993. Pengendalian Diri Dan Etika Dalam Ajaran Agama Hindu.Jakarta : Hanuman Sakti.
- [24] Titib, I Made. 2002. Tri Hita Karana Menurut Kitab Suci Veda dan Aktualisasinya dalam Desa Adat Bali. Perpustakaan Digital PHDI Pusat. Jakarta : PHDI.
- [25] Triguna I.B.G Y. 2000. Teori Tentang Simbol.Denpasar : Widya Dharma. UNHI.
- [26] Vivekananda, Swami. 1993. Suara Vivekananda. Bandung : Hanuman Sakti.
- [27] Wardani, DAW, 2019. Nilai Tri Hita Karana Dalam Pasar Jajan Tradisional Naliko Semono Pada Komunitas TIN-THIR Di Kecamatan Jenawi Kabupaten Karanganyar, Jurnal Agama Hindhu Widya Aksara, Sekolah Tinggi Hindu Dharma, Klaten
- [28] Wojowasito, S. 1977. Kamus Kawi-Indonesia. Bandung : Pengarang.
- [29] Zoetmulder. 1982. Kamus Jawa Kuna Indonesia. Jakarta: Kanisius.