

PENINGKATAN PENDAPATAN KELOMPOK TANI BERBASIS EKONOMI KREATIF DI NEGERI HATIVE BESAR KOTA AMBON

Mersiana Sahureka¹, Lesly Latupapua^{*2}

^{1,2}Forestry Departement, Agriculture of Faculty, Pattimura University

e-mail: mersisahu@gmail.com¹, leslylatupapua@gmail.com²

^{*}corresponding author

Abstrak

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PkM) dilaksanakan di Negeri Hative Besar Kota Ambon pada bulan Mei 2024, dengan tujuan mentrasfer ilmu pengetahuan teknologi kepada masyarakat tentang ekonomi kreatif. Tahapan kegiatan yang dilaksanakan dalam kegiatan PkM adalah tahap persiapan dan pelaksanaan kegiatan dengan penyampaian materi penyuluhan dengan judul 1) Analisis Pendapatan Usaha Tani Agroforestry 2). Desain Kemasan Produk yang Kreatif dan Inovatif. Kegiatan penyuluhan tentang ekonomi kreatif bagi kelompok tani digunakan untuk meningkatkan penghidupan kelompok tani dan membangun alternatif mata pencarian yang berkelanjutan, yang berkontribusi ada peningkatan kesejahteraan kelompok tani. Keberadaan kelompok tani dapat memudahkan koordinasi dalam kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan produksi maupun pemasaran hasil agroforestry. Salah satu cara untuk peningkatan daya beli konsumen terhadap produk yaitu mendesain dan membuat kemasan yang sesuai, menarik dan higienis. Dampak yang diterima oleh kelompok tani yakni melalui PkM ini, kelompok tani memahami pentingnya nilai-nilai inovatif dalam pengembangan usaha tani baik teknologi maupun kreatifitas.

Kata kunci: Ekonomi Kreatif, Kelompok Tani, Pendapatan

Abstract

Community service activities (PkM) were carried out in Negeri Hative Besar Ambon City in Mei 2024, with the aim of transferring technological knowledge to the community regarding the creative economy. The activity stages carried out in PkM activities are the preparation and implementation stages of activities with the delivery of extension material with the title 1) Analysis of Agroforestry Farming Business Income 2). Creative and Innovative Product Packaging Design. Extension activities on the creative economy for farmer groups are used to improve the livelihoods of farmer groups and build alternative sustainable livelihoods, which contribute to increasing the welfare of farmer groups. The existence of farmer groups can facilitate coordination in activities related to the production and marketing of agroforestry products. One way to increase consumer purchasing power for products is to design and make packaging that is appropriate, attractive and hygienic. The impact received by farmer groups is that through PkM, farmer groups understand the importance of innovative values in developing farming businesses, both technology and creativity.

Keywords: Creative economy, Farmer groups, Income

1. PENDAHULUAN

Kemajuan dan perkembangan globalisasi saat ini menimbulkan persaingan yang semakin ketat termasuk dalam perolehan sumber daya, hal tersebut menuntut pengembangan usaha yang bersifat multidimensi yang membutuhkan perencanaan yang bersifat sistemik dan partisipatif dari berbagai pihak, selain itu untuk menjaga daya saing produk sebagai industri kreatif dengan desain dan kualitas produk dapat ditingkatkan melalui pemanfaatan ilmu pengetahuan, teknologi dan kewirausahaan (Hartono & Hartomo, 2016). Ekonomi kreatif adalah penciptaan nilai tambah yang berbasis ide yang lahir dari kreatifitas sumber daya manusia (orang kreatif) dan berbasis ilmu pengetahuan termasuk warisan budaya dan teknologi (Kemenparekraf, 2014). Pentingnya ekonomi kreatif dalam meningkatkan perekonomian membutuhkan kerjasama dan keterlibatan berbagai pihak untuk meningkatkan potensi, memberikan motivasi serta dapat menciptakan lingkungan usaha ekonomi kreatif yang kondusif secara bersama-sama sehingga mampu

memberikan manfaat bagi banyak pihak. Kreativitas dapat digali melalui kewirausahaan dengan memanfaatkan peluang keberlimpahan sumber daya alam, manusia maupun budaya (Ridzal & Hasan, 2019).

Pengelolaan hasil hutan saat ini, tidak semata-mata untuk pemenuhan kebutuhan hidup sehari-hari tetapi mesti diarahkan bagi peningkatan ekonomi berkelanjutan yang dapat memenuhi kebutuhan masyarakat baik jangka pendek jangka menengah maupun jangka panjang. Pemanfaatan dan pengelolaan hasil hutan yang mulai bergeser dari semula berorientasi pada kayu menjadi pemanfaatan tidak langsung berupa jasa lingkungan atas eksistensi hutan yang ada. Jasa lingkungan merupakan wujud ekosistem terjaga yang mana komponen penyusunnya tetap di pertahankan dan dikelola. Konsep ini menekankan pentingnya menjaga keberlanjutan ekosistem untuk kesejahteraan manusia.

Pola pikir masyarakat yang sudah terbentuk yakni pemanfaatan dan pengelolaan sumber daya alam berdasarkan kearifan lokal secara turun-temurun. Namun seiring dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi informasi maka lahan agroforestry hanya untuk bercocok tanam atau bertani dibandingkan memanfaatkan lahan agroforestri untuk pengembangan usaha jasa lingkungan yang dapat memberikan hasil yang optimal seperti ekowisata, pembuatan kebun bibit maupun diversifikasi produk komoditi agroforestri.

Negeri Hative Besar adalah salah satu desa di kota Ambon yang menjadi pintu masuk dari Bandara Internasional Pattimura Ambon. Masyarakat desa Hative Besar sebagian besar bermata pencaharian sebagai petani subsisten yang bergantung pada alam. Komoditi agroforestri merupakan sumber pendapatan bagi masyarakat. Namun permasalahan yang dihadapi oleh petani adalah sistem produksi dan pemasaran berskala kecil dengan produk berupa bahan mentah yang dijual tanpa adanya sentuhan inovasi yang dapat meningkat nilai jual dari produk. Produk belum dikemas dengan baik untuk menarik minat konsumen untuk itu mendesain kemasan yang menarik yang dapat membedakannya dari produk lain sangat penting. Kemasan suatu produk dapat dipakai untuk membedakan satu produk dengan produk lain yang sejenis yang dihasilkan oleh perusahaan lain. Kemasan secara tidak langsung dapat dipakai sebagai alat komunikasi dengan konsumen (Mukhtar & Nurif, 2015) Dengan demikian kelompok tani perlu dibekali dengan ilmu pengetahuan, teknologi dan inovasi dalam meningkatkan produktifitas dan daya saing melalui kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat dengan judul : Peningkatan Pendapatan Kelompok Tani Berbasis Ekonomi Kreatif di Negeri Hative Besar Kota Ambon yang bertujuan, dengan tujuan mentransfer ilmu kepada masyarakat tentang ekonomi kreatif.

2. METODE

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dilakukan di negeri Hative Besar pada bulan Mei 2024 terkait dengan judul: Peningkatan Pendapatan Kelompok Usaha Tani Berbasis Ekonomi Kreatif. Berdasarkan permasalahan prioritas mitra, maka tim memberikan solusi dengan metode pendekatan dengan memberikan materi terkait dengan pendapatan usaha tani dan mendesain model pengembangan produk kelompok tani hutan dengan inovasi dan kreatifitas.

Untuk mendukung realisasi metode yang ditawarkan, sebagai berikut:

1. Tahap Persiapan: pendekatan awal dimana tim melakukan koordinasi awal dengan raja maupun saniri negri dan kelompok tani hutan myang ada di negeri Hative Besar terkait dengan kegiatan PKM yang akan dilaksanakan
2. Tahap Pelaksanaan Kegiatan PKM: menunjukkan langkah-langkah solusi atas persoalan prioritas mitra yaitu dengan memberikan penyuluhan dengan tujuan untuk menambah pengetahuan mitra, materi yang disampaikan dengan Judul: 1). Analisis Pendapatan Usaha Tani Agroforestri, 2) Desain Kemasan Produk yang Kreatif dan Inovatif

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Pengembangan Produk berbasis Ekonomi Kreatif

Pemanfaatan hasil hutan yang mulai bergeser dari semula berorientasi pada kayu menjadi pemanfaatan tidak langsung berupa jasa lingkungan atas eksistensi hutan yang ada. Jasa lingkungan merupakan wujud ekosistem terjaga yang mana komponen penyusunnya tetap di pertahankan dan dikelola. Konsep ini menekankan pentingnya menjaga keberlanjutan ekosistem untuk kesejahteraan manusia. Tentunya konsep ini tidak terlepas dari prinsip daya dukung daya tampung ekosistem yang dimaksud, (Sutrisno E, dkk 2024). Jenis Multiusaha Kehutanan yang mungkin diterapkan meliputi Hasil Hutan Bukan Kayu (HHBK), Perhutanan Sosial, jasa lingkungan, kawasan wisata alam, forest healing, dan Hasil Hutan Kayu (HHK) dengan sistem TPTI. menggunakan pengembangan bisnis kekinian dengan menggunakan konsep digital marketing,

Kegiatan penyuluhan tentang ekonomi kreatif bagi kelompok tani digunakan untuk meningkatkan penghidupan masyarakat setempat melalui pembentukan badan usaha dan untuk membangun alternatif mata pencarian yang berkelanjutan yang berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan masyarakat setempat dan memperbaiki strategi konservasi keanekaragaman hayati (Roshetko, 2013). Kekhasan setiap produk yang dihasilkan melalui ekonomi kreatif akan mendorong nilai jual yang tinggi karena memiliki karakteristik yang berbeda dari produk-produk lainnya. Ekonomi kreatif merupakan bentuk gelombang ekonomi baru yang lahir di awal abad 21 dimana bentuk intelektual menjadi prioritas utama daripada kekayaan yang dapat menghasilkan uang, kesempatan kerja, pendapatan dan kesejahteraan, adapun inti dari ekonomi kreatif terletak pada kreativitas dan inovasi (Priadi et al., 2020)

Ekonomi kreatif merupakan proses ekonomi yang termasuk kegiatan produksi dan distribusi barang serta jasa di dalamnya yang membutuhkan gagasan dan ide kreatif serta kemampuan intelektual dalam membangunnya. Ekonomi kreatif merupakan gabungan dua kata yang masing-masing memiliki makna tersendiri. Dalam konsep ekonomi kreatif, salah satu hal terbesar yang dibutuhkan adalah kreativitas. Hal itu karena industri kreatif merupakan inti dari bidang ekonomi kreatif yang digerakan oleh para kreator dan inovator Perdagangan dan perputaran barang dan jasa kreatif memunculkan corak ekonomi baru yang disebut ekonomi kreatif. Manfaat dari kegiatan – kegiatan ekonomi kreatif adalah membuka lapangan pekerjaan dan menciptakan inovasi'

Pengembangan ekonomi kreatif membutuhkan beberapa aspek yang mendukung agar program dan output yang dihasilkan dapat bersaing dan berkelanjutan, antara lain (Sari et al, 2020):

- a. Sumber daya manusia kreatif Pemikir dan pelaku yang dilatih secara khusus dalam keterampilan budaya dan seni yang mampu mendorong kepemimpinan industri tidak hanya terbatas mengenai budaya dan seni.
- b. Komunitas kreatif tempat pemusatan secara geografis, wilayah dari usaha atau pekerjaan kreatif dan organisasi budaya dilakukan.
- c. Kelompok kreatif produk budaya yang secara langsung maupun tidak langsung dihasilkan oleh individu, kelompok maupun perusahaan dengan memberdayakan potensi tradisi otentik lokal setempat

3.2. Implementasi Kegiatan

Letak Negeri Hative Besar yang sangat strategi sebagai pintu masuk kota Ambn dari Bandara Internasional Pattimra dan didukung dengan potensi hasil pertanian dan kehutanan mendorong masyarakat melakukan transaksi ekonomi. Adapun berbagai produk yang diujakan di sepanjang jalan merupakan hasil dari agroforestry tradisional "*dusung*" seperti buah-buahan;

mangga, sukun, rambutan, gandaria, langsung, duku, dan cempedak. Masyarakat negeri Htove Besar dalam kegiatan pengelolaan agroforestri telah membentuk kelompok tani. Keberadaan kelompok tani dapat memudahkan koordinasi dalam kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan produksi maupun pemasaran hasil agroforestri.

Kelompok tani adalah kelembagaan petanian atau peternak yang dibentuk atas dasar kesamaan kepentingan, kesamaan kondisi lingkungan (sosial, ekonomi dan sumberdaya) dan keakraban untuk meningkatkan dan mengembangkan usaha anggotanya serta ditumbuhkembangkan dari, oleh dan untuk petani yang saling mengenal, akrab, saling percaya, mempunyai kepentingan dalam berusahatani, kesamaan baik dalam hal tradisi, pemukiman, maupun hamparan lahan usaha tani (Pusat Penyuluhan Pertanian, 2012). Kelompok tani memiliki tiga fungsi utama yaitu sebagai unit belajar, unit kerjasama, dan unit produksi. Apabila ketiga unit tersebut sudah berjalan, maka diarahkan untuk menjadi unit kelompok usaha. Keberhasilan kelompok tani menjalani fungsi – fungsi tersebut tidak lepas dari pengaruh kerja keras anggota dalam kegiatan kelompok untuk mencapai tujuan yang telah disepakati bersama.

Kelompok tani akan membantu petani yang tergabung dalam keanggotaan untuk memfasilitasi segala kebutuhan mulai dari pembelian sarana produksi sampai penanganan pascapanen dan pemasarannya. Dengan demikian, untuk mengetahui gerak pembangunan pertanian perlu perhatian terhadap kelompok tani yang ada di desa (Hariadi, 2011). Sedangkan menurut Thomas, 2008, kelompok tani pada hakikatnya adalah untuk menggerakkan sumber daya manusia petani. Pembinaan kelompok tani berperan dalam meningkatkan pengetahuan, sikap dan keterampilan petani. Penguatan kelembagaan kelompok tani juga dilakukan melalui kegiatan pendampingan dan pertemuan atau musyawarah petani dengan dihadiri tokoh masyarakat, penyuluh pertanian dan instansi terkait sehingga kelompok tani yang terbentuk makin terikat oleh kepentingan dan tujuan bersama dalam meningkatkan produksi dan pendapatan dari usaha taninya (Nuryanti dan Swastika, 2011).

Kegiatan yang dilakukan melalui PKM di negeri Hative Besar yang melibatkan kelompok tani adalah penyuluhan. Penyuluhan bertujuan untuk menambah pengetahuan dan wawasan berpikir kelompok tani serta dapat memberikan solusi terkait dengan permasalahan yang dihadapi. Materi yang disampaikan dengan judul materi yang disampaikan yaitu:

1) Analisis Pendapatan Usaha Tani Agroforestri: bertujuan agar kelompok tani lebih memahami peranan agroforestri dalam meningkatkan pendapatan dan memberikan edukasi tentang bagaimana melakukan analisis pendapatan usaha tani agroforestri untuk mendapatkan keuntungan dan menghindari kerugian. Analisis usaha tani penting agar petani tahu bahwa usaha tani yang dilakukan layak atau tidak dikembangkan dan hal ini dapat dilakukan dengan melakukan perhitungann pengeluaran dan penerimaan dalam usaha tani agar pendapatan yang diperoleh lebih besar dari pengeluaran.

Menurut Jhingan dalam Nopiyanti (2020), pendapatan adalah penghasilan berupa uang selama periode tertentu. Maka dari itu, pendapatan dapat diartikan sebagai semua penghasilan atau menyebabkan bertambahnya kemampuan seseorang, baik yang digunakan untuk konsumsi maupun untuk tabungan. Dengan pendapatan tersebut digunakan untuk keperluan hidup dan untuk mencapai kepuasan. Dengan pendapatan menurut ilmu ekonomi menutup kemungkinan perubahan lebih dari total kekayaan badan usaha pada awal periode dan menekan pada jumlah nilai statis pada akhir periode. Dengan kata lain, pendapatan adalah jumlah kenaikan harta kekayaan karena perubahan penilaian yang bukan diakibatkan perubahan modal dan hutang.

Pada dasarnya konsep pendapatan menurut ilmu akuntansi dapat ditelusuri dari dua sudut pandang, yaitu:

- Pandangan yang menekankan pada pertumbuhan atau peningkatan jumlah aktiva yang timbul sebagai hasil dari kegiatan operasional perusahaan pendekatan yang memusatkan perhatian kepada arus masuk atau inflow.
- Pandangan yang menekankan kepada penciptaan barang dan jasa oleh perusahaan serta penyerahan barang dan jasa atau outflow.

Penerimaan adalah jumlah produksi yang dihasilkan dalam suatu kegiatan usaha dikalikan dengan harga jual yang berlaku di pasar. Pendapatan bersih adalah penerimaan kotor yang dikurangi dengan total biaya produksi atau penerimaan kotor di kurangi dengan biaya variabel dan biaya tetap. Biaya produksi adalah semua pengeluaran yang dinyatakan dengan uang yang diperlukan untuk menghasilkan produksi. Jadi pendapatan dalam hal ini adalah jumlah uang yang didapat atau diterima oleh perusahaan dari suatu aktivitasnya, hampir semua dari hasil penjualan produk atau jasa

2) Desain Kemasan Produk Agroforestri yang Inovatif dan Kreatif.

Desain kemasan suatu produk harus mendapatkan perhatian khusus. Kemasan adalah wadah yang terhadap produk. Kemasan menggunakan bahan yang ramah lingkungan, mudah dibawa, serta aman dan tidak menimbulkan kontaminasi pada makanan, serta memberikan informasi produk yang memadai akan menjadi pilihan konsumen. Menurut Widiyanti A, 2019. Peran kemasan pada produk adalah 1) Sebagai wadah yang memungkinkan diangkutnya suatu produk atau barang dari satu tempat ketempat yang lain atau dari produsen ke konsumen. 2) Melindungi produk yang dikemas dari pengaruh cuaca, benturan, tumpukan dan lain-lain. 3) Memberikan informasi, brand image dan sebagai media promosi dengan pertimbangan mudah dilihat, dipahami serta diingat. Selanjutnya ada beberapa hal yang dapat dilakukan untuk menciptakan kemasan produk terbaik yang dapat memikat hati konsumen yaitu 1) Unik dan kreatif, terlihat beda dengan kemasan produk yang lain walaupun produk sama. 2) Sesuaikan desain kemasan dengan produk, contohnya produk keripik pisang maka desain kemasan dan tampilannya berupa gambar buah pisang atau animasi buah dan kreativitas dalam desainnya. 3) Buat kemasan berbagai ukuran dan bentuk, tujuannya adalah agar konsumen mudah untuk membeli produk sesuai kebutuhan. 4) Buat kemasan yang dapat didaur ulang, tujuannya agar biaya tidak mahal, ramah lingkungan dan ikut berperan menjaga kelestarian lingkungan. Melalui kegiatan PKM ini diharapkan kelompok tani dapat mendesain dan membuat kemasan yang sesuai dan menarik dan terlebih higienis sehingga dapat menarik daya beli konsumen untuk meningkatkan penjualan produk yang ditawarkan.

3.3. Partisipasi Dalam PkM

Adapun kegiatan PKM yang dilakukan sudah mendapat persetujuan dari pemerintah di negeri Hative Besar dan disepakati bersama dengan kelompok tani. Sehingga mulai dari persiapan hingga pelaksanaan kegiatan bahkan melakukan evaluasi bersama untuk mengetahui apakah kegiatan PKM yang dilakukan sudah berjalan sesuai dengan tujuannya.



Gambar. 1. Suasana Penyampaian Materi dan Tanya-Jawab

Dampak yang dirasakan oleh masyarakat negeri Hative Besar dari kegiatan PkM yang dilakukan oleh Tim, secara garis besar memberikan pemahaman masyarakat tentang pentingnya inountuk meningkatkan daya saing dan daya beli konsumen terhadap produk yang kita jual. Materi penyuluhan yang diberikan begitu mudah dipahami karena sesuai juga dengan realita di masyarakat negeri Hative Besar karena inovasi ekonomi kreatif atau yang biasa disingkat sebagai ekraf mungkin sudah tidak asing lagi di telinga. Berbagai bisnis dijalankan dengan mengutamakan konsep kreatif sehingga tidak saja memudahkan masyarakat, tapi juga mengintensifkan kreativitas. Ekonomi kreatif telah menjadi salah satu bagian yang besar dalam pengembangan masyarakat

4. KESIMPULAN

Kegiatan PKM yang dilakukan oleh Tim PKM di negeri Hative Besar memberikan dampak positif bagi pengembangan usaha tani agroforestri yaitu dengan menambah pegetahuan maupun kreatiitas masyarakat tentang pentingnya pentingnya nilai-nilai inovatif dalam pengembangan usaha tani baik ivovasi teknolgi maupun informasi kreatif. Kegiatan PKM yang dilakukan oleh tim PKM Universitas Pattimura perlu juga mendapat dukungan dan kerjasama yang terus berkelanjutan agar IPTEKS yang dibagikan dapat memberikan manfaat yang sebesar-nesarnya bagi kesejahteraan kelompok usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Hartono, H & Hartomo, D. D. (2016). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perkembangan UMKM di Surakarta. *Jurnal Bisnis dan Manajemen (Journal of Business and Management)*, 14(1), 15–30.
- Hariadi, Samsi A. (2011). *Dinamika Kelompok. Teori dan Aplikasinya untuk Analisis Keberhasilan Kelompok Tani Sebagai Unit Belajar, Kerjasama, Produksi dan Bisnis.*
- Hasana N. L. (2016). Pengembangan Wirausaha Muda Ekonomi Kreatif Berbasis Budaya di Daerah Istimewa Yogyakarta, *Jurnal Studi Pemuda*, 4(2), 268-280.
- Pancawati L. Ni, Widaswara R, (2023). Pengembangan Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan Potensi Pariwisata, *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis: Jebaku*, 3(1). Politeknik Pratama – Purwokerto
- Nopiyaniti. (2020). Pengaruh Luas Lahan, Jumlah Produksi Dan Jumlah Tenaga Kerja Terhadap Pendapatan Usaha Petani Kopi Di Kelurahan Kota Baru Kecamatan Lahat Kabupaten Lahat. Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, UIN Raden Fatah Palembang, Dipublikasikan.
- Nuryanti, Sri dan Dewa K.S Swastika. (2011). Peran Kelompok Tani dalam Penerapan Teknologi Pertanian. *Forum Penelitian Agro Ekonomi*, 29(20), 115 – 128.
- Priadi, A., Pasaribu, V. L. D., Virby, S., Sairin, S., & Wardani, W. G. (2020). Penguatan Ekonomi Kreatif Berbasis Sumber Daya Desa Dikelurahan Rempoa. *Abdi Laksana: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(3), 356–358.
- Ridzal N. A. & Hasan W. A, (2019). Penguatan Ekonomi Kreatif Berbasis Potensi Lokal Dengan Meningkatkan Jiwa Wirausaha Dalam Pemanfaatan Sumber Daya Alam Di Kelurahan Masiri Kecamatan Batauga Kabupaten Buton Selatan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Membangun Negeri*, 3(2), 26-35 DOI:10.35326/pkm.v3i2.447
- Thomas W. Zimmerer, (2008). Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil
- Upaya yang Dilakukan untuk Mengembangkan Ekonomi Kreatif : <https://kumparan.com/berita-terkini/3-upaya-yang-dilakukan-untuk-mengembangkan-ekonomi-kreatif-21vZoVEcdJM/full>

Widiati A, (2019). Peranan Kemasan (Packaging) Dalam Meningkatkan Pemasaran Produk Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkh) Di “Mas Pack” Terminal Kemasan Pontianak. *Jurnal Audit Dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Tanjungpura*, 8(2) , 67-76.