Dinamis: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat
Volume 3 Nomor 2, Desember 2023
Halaman 117 - 126
e-ISSN 2798-4605

Pengarahan Peningkatan Kapabilitas Usaha Mandiri Bolen Pisang melalui *Marketing Mix* di desa Bibrik Madiun

Kusnul Ciptanila Yuni K, Universitas Hasyim Asy'ari Tebuireng Jombang
Imam Sopingi, Universitas Hasyim Asy'ari Tebuireng Jombang
Peni Haryanti, Universitas Hasyim Asy'ari Tebuireng Jombang
Athi' Hidayati, Universitas Hasyim Asy'ari Tebuireng Jombang
Anita Musfiroh, Universitas Hasyim Asy'ari Tebuireng Jombang
Lailatul Maghfiroh Putri R, Universitas Hasyim Asy'ari Tebuireng Jombang
Lutfia Sobaroh, Universitas Hasyim Asy'ari Tebuireng Jombang

Abstract:
The banana bolen independent business in Bibrik Madiun village is an integral part of the local economy that requires attention in improving its capabilities. This briefing aims to explore the application of marketing mix strategies as an effort to improve the competitiveness of this business. The method in this briefing uses a strategy assistance program or Asset-Based Community Development (ABCD) methodology. The results of the briefing showed that the level of community knowledge about stunting before the monitoring / briefing was only 60% who answered correctly from all counseling participants, and after monitoring / briefing the results increased by 20%. So it can be concluded that the activities carried out regarding the marketing mix knowledge of the community have successfully increased to 80%. This means that there is a positive impact of providing monitoring as well as marketing mix knowledge material on PKK cadres and community women in Bibrik village.

Keywords: Independent Business, Bolen Pisang, Marketing Mix, Business Capability, Bibrik Village Madiun

Abstrak:
Usaha mandiri bolen pisang di desa Bibrik Madiun merupakan bagian integral dari ekonomi lokal yang membutuhkan perhatian dalam meningkatkan kapabilitasnya. Pengarahan ini bertujuan untuk mengeksplorasi penerapan strategi *marketing mix* sebagai upaya untuk meningkatkan daya saing usaha ini. Metode dalam pengarahan ini menggunakan program bantuan strategi atau metodologi *Asset-Based Community Development* (ABCD). Hasil pengarahan menunjukkan bahwa tingkat pengetahuan masyarakat mengenai stunting sebelum dilakukanya monitoring/pengarahan hanya 60% yang menjawab benar dari seluruh peserta penyuluhan, dan setelah dilakukan monitoring/ pengarahan hasilnya meningkat 20%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kegiatan yang dilakukan mengenai pengetahuan *marketing mix* masyarakat berhasil meningkat menjadi 80%. Artinya terdapat dampak positif dari pemberian monitoring sekaligus materi pengetahuan *marketing mix* terhadap ibu kader PKK dan ibu-ibu masyarakat desa Bibrik.

Kata kunci: Usaha Mandiri, Bolen Pisang, *Marketing Mix*, Kapabilitas Usaha, Desa Bibrik Madiun

Email : kusnulciptanila@unhasy.ac.id

PENDAHULUAN

Perekonomian Indonesia tidak terlepas dari sektor-sektor yang mencerminkan kebutuhan dan pendukung aktivitas kehidupan (Sopingi, 2016). Salah satu sektor yang mendukung perekonomian Indonesia ialah sektor pertanian, karena Indonesia sendiri merupakan negara agraris. Indonesia mempunyai kekayaan alam yang melimpah. Indonesia mempunyai tanah yang subur dan memiliki hasil pertanian yang melimpah.

 e-ISSN 2798-4605

Bidang pertanian ini lah yang terus dikembangkan saat ini dan meningkatkan potensi ekonomi dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan pangan dan gizi serta menambah pendapatan (kesejahteraan) masyarakat. Salah satu upaya untuk memberdayakan potensi ekonomi masyarakat serta membangun sebuah masyarakat yang mandiri adalah melahirkan sebanyak-banyaknya wirausahawan (Arafah *et al*., 2022). Kewirausahaan pada dasarnya adalah kemandirian, terutama kemandirian dalam ekonomi dan kemandirian adalah keberdayaan (Yuwana, 2022).

Ekonomi kreatif penting dalam meciptakan inovasi produk, harus diimbangi dengan adanya strategi pemasaran yang baik agar dapat mecapai tujuan dari target pemasaran, dalam hal strategi pemasaran *marketing mix* merupakan salah satu strategi yang dapat digunakan karena didalamnya membahas tujuh aspek penting dalam pemasaran yaitu *Product, Price, Palce, Promotion, Personel, Process, Physical Evidence* (Sa'adah & Sopingi, 2019). Bauran pemasaran (*marketing mix*) merupakan strategi pemasaran untuk mencapai tujuan organisasi dan konsumen (Hermanzah & Sopingi, 2022), serta bauran pemasaran merupakan alat pemasaran terkontrol yang dipadukan oleh perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkan pasar sasaran (Indiriani *et al*., 2020).

Islam mengajarkan kepada umatnya untuk berproduksi dan berperan dalam berbagai bentuk aktivitas ekonomi, pertanian, perkebunan, perikanan, perindustrian, dan perdagangan (Yuni, 2022). Bekerja dalam pandangan Islam bukan hanya untuk memenuhi kebutuhan hidup (Musta'anah & Sopingi, 2019). Tetapi juga merupakan suatu kewajiban agama, sehingga perlu perhatian, cara dan proses kerja yang akan membawa konsekuensi terhadap hasil, karena ekonomi Islam menolak mengambil keuntungan atau pendapatan yang diperoleh bukan berdasarkan pada pendapatan yang halal dari usaha atau dengan cara yang haram (Bukido & Mushlihin, 2022).

Pelaku ekonomi saat ini mayoritas adalah pelaku usaha UMKM yang mampu menjadi penopang stabilitas perekonomian nasional dan terus tumbuh berkembang (Rosidayanti *et al*., 2023). Namun basis UMKM sendiri dan ekonomi rakyat secara umum ternyata sangat lemah dalam visi, sikap wirausaha dan manajemen bisnis yang paling mendasar (Nur *et al*., 2022), walaupun sering dianggap cukup bertahan dalam menghadapi krisis ekonomi yang sampai saat ini masih belum dapat teratasi (Fitrianto *et al*., 2020). Eksistensi usaha kecil diakui masih belum bisa terlepas dari beberapa permasalahan. Dalam upaya mengembangkan usaha para pelaku UMKM khususnya usaha Keripik pisang. Meskipun pemerintah memberikan upaya pemberdayaan berupa kebijakan, program dan kegiatan untuk menguatkan sektor UMKM ini, namun upaya tersebut belum memberikan hasil yang maksimal pada masyarakat khususnya bagi para pelaku UMKM salah satu upaya yang kini ditempuh oleh masyarakat di desa Bibrik Jiwan Madiun (K *et al*., 2023).

Menurut Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Timur 2018, daerah sentra produksi bolen pisang di Madiun hingga tahun 2021 adalah di kabupaten Madiun. Bolen pisang merupakan komoditas utama yang menjadi andalan ekspor Madiun selain pisang buah dan tepung pisang. Ekspor bolen pisang yang dilakukan tersebut dapat mengangkat citra kabupaten Madiun sebagai produsen bolen pisang nasional. Selain itu, bolen pisang merupakan salah satu ciri khas dari kabupaten Madiun yang sudah dikenal di berbagai daerah. Terdapat beberapa produsen bolen pisang di kabupaten Madiun, baik industri besar maupun industri rumah tangga.

Industri bolen di kabupaten Madiun potensial untuk dikembangkan. Hal ini terlihat dari semakin meningkatnya jumlah penjual dan produk yang ditawarkan, tidak hanya terbatas pada bolen pisang, namun para pengusaha juga menawarkan keripik singkong, talas, ubi jalar dan sukun. Perkembangan usaha bolen yang cukup nyata ini mendorong

Copyright © 2023, Dinamis: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat

pengusaha bolen dan pemerintah kabupaten Madiun untuk terus meningkatkan pangsa pasar dan menjadikan bolen pisang sebagai salah satu produk unggulan kabupaten Madiun. Hal ini didukung dengan jumlah produksi pisang yang semakin meningkat dan kebijakan pemerintah provinsi yang terus mendukung perkembangan UKM di kabupaten Madiun.

Dilihat dari studi kelayakan bisnis, UMKM bolen pisang di kabupaten Madiun khususnya di desa Bibrik perlu kiranya dilakukan pengkajian mendalam (Kurniawati *et al*., 2022). Hal ini didasarkan pada prospek dari usaha tersebut. Untuk itulah, perlu adanya dilakukan sebuah studi peningkatan pendapatan penjualan bolen pisang yang berlokasi di desa Bibrik kecamatan Jiwan kabupaten Madiun.

Berdasarkan uraian di atas, pengabdi berfokus pada peran *marketing mix* pada UMKM bolen pisang terhadap peningkatan pendapatan penjualan bolen pisang dan ditinjau dari aspek gambaran pengembangan bisnis dan penghambat (Bastomi *et al*., 2022). Dari adanya hal tersebut maka peneliti tertarik untuk melakukan pengabdian kepada masyarakat dengan judul "Pengarahan Peningkatan Kapabilitas Usaha Mandiri Bolen Pisang melalui *Marketing Mix* di desa Bibrik Madiun".

METODE KEGIATAN

Asset Bassed Community Development (ABCD)

Program pengarahan ini sebagaimana metodologi menurut Setyawan *et al*., (2022) yaitu dengan menggunakan strategi atau metodologi *Asset-Based Community Development* (ABCD). Peningkatan Kapabilitas Usaha Mandiri Bolen Pisang berbasis aset adalah strategi untuk peningkatan peningkatan pendapatan penjualan. Strategi ini dimanfaatkan untuk meningkatkan peningkatan pendapatan penjualan melalui *marketing mix*. *Marketing mix* adalah konsep yang mengacu pada strategi yang digunakan oleh perusahaan untuk memasarkan dan mempromosikan produk atau layanan mereka. Oleh karena itu, marketing mix ini memilih sasaran yaitu masyarakat UMKM diperlukan konsep dalam mencari sumber daya manusia di desa dalam rangka melaksanakan pengabdian masyarakat di desa Bibrik dengan menggunakan metodologi ABCD, yaitu:

1. *Appreciative Inquiry*. Pertama, suatu teknik atau pendekatan untuk menemukan dan memahami potensi suatu sumber daya manusia atau suatu kegiatan yang dapat diterapkan sebagai suatu penemuan disebut *appreciative inquiry* (AI). Dengan melakukan pendekatan kepada Ibu lurah yaitu Ibu Mei yang mana beliau merupakan ketua kader PKK di desa Bibrik. Memanfaatkan waktu bersama Ibu Lurah untuk mengumpulkan sekaligus menganalisa informasi sebelum melakukan program monitoring (Sidik *et al*., 2023).
2. Pemetaan Komunitas. Pada dasarnya tujuan pemetaan komunitas adalah untuk meningkatkan pemahaman dan memotivasi kelompok-kelompok lokal untuk secara aktif memanfaatkan sumber daya manusia yang ada, seperti anggota kelompok tiga dusun 1, 2 dan 3 desa Bibrik yang mengumpulkan masyarakat dari berbagai dusun.
3. Pemetaan Intuisi dan Asosiasi. Merupakan kegiatan interaksi yang berkembang sebagai hasil dari keterkaitan dan elemen pendukung yang mewujudkannya, seperti orientasi pada tujuan yang telah ditetapkan.
4. *Individual Asset Mapping Interviews* dan *Focus Group Discussion* (FDG) merupakan alat atau prosedur yang diperlukan dalam pemetaan ini untuk menghasilkan pemecahan masalah yang dapat menghasilkan solusi bagi masyarakat dalam program pencegahan stunting melalui keberlanjutan monitoring.

Copyright © 2023, Dinamis: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat

 e-ISSN 2798-4605

5. Skala Prioritas (Buah Banging Rendah), yang berfokus pada pencapaian tingkat keberhasilan dengan melakukan segala upaya untuk memenuhi harapan dengan tetap mempertimbangkan keterbatasan ruang. Berikut langkah-langkah yang dilakukan dalam pelaksanaan kegiatan monitoring/pendampingan sebagaimana menurut Wijayanti *et al*., (2021):

   Fase I: Menetapkan Konteks *Appreciative Inquiry* (AI). Menggunakan teknik "pengamatan dengan tujuan" selama fase pengembangan masyarakat berbasis aset (ABCD). Ini terutama terdiri dari dua komponen penting: mengidentifikasi tujuan program dan waktu untuk mengenal orang-orang dan lokasi di mana perubahan yang akan dicapai. Pada titik ini, empat langkah yang paling penting adalah (a) Tempat, (b) Orang, (c) Fokus Program, dan (d) Informasi Latar Belakang. Desa Bibrik adalah lokasi yang dituju dari tujuan mahasiswaan ini, dan penerapan *marketing mix* dalam meningkatkan penjualan adalah fokus yang dimaksud. Karena masih minimnya pengetahuan masyarakat dalam memahami terkait teknologi, maka program dalam kemahasiswaan ini berfokus pada hal tersebut.

   Fase 2: Menemukan final adalah tahap kedua, yang datang setelah menganalisis dan memasang skenario. Strategi berbasis aset ini dapat diluncurkan dalam beberapa cara sebagai evaluasi aktivitas atau tingkat keberhasilan organisasi saat ini. Ini dapat digunakan pada saat ini untuk membandingkan kegiatan yang akan diminta dengan apa yang sudah tersedia. Program peningkatan kapabilitas usaha mandiri di Bibrik memiliki sasaran masyarakat khususnya ibu PKK dan ibu-ibu yang lain terutama anak muda. Oleh karena itu diperlukan strategi yang inovatif dalam membantu mengedukasi atau meningkatkan pengetahuan masyarakat akan meningkatkan penjualan dan memahami bahwa *marketing mix* dan aset alam yang dapat dikonsumsi dalam pemenuhan kebutuhan sehari-hari.

   Fase 3: Tahap merancang di masa depan. Sedangkan pada level ini juga dimungkinkan untuk berbicara tentang menciptakan visi atau tujuan, dan menciptakan visi memiliki dampak positif yang signifikan dalam membawa perubahan. Pada titik ini, mahasiswa mengadakan kegiatan peningkatan kapabilitas di pertemuan rutin kader (PKK) dan ibu-ibu serta pemuda. Dalam kegiatan tersebut itu nanti dirancang diadakan edukasi bersama sekaligus pennyampaian materi dari mahasiswa dan dilakukan tes. Selain itu, mahasiswa juga mengadakan kerjasama dengan pihak puskesmas untuk melakukan Tes terhadap masyarakat setelah dilakukan edukasi penyampaian materi oleh mahasiswa, dilakukannya tes yang bertujuan untuk mengukur pengetahuan sekaligus untuk memperluas perspektif pengetahuan masyarakat tentang pentingnya *marketing mix*.

   Fase 4: Tahap Kegiatan monitoring, edukasi, dan evaluasi. Masyarakat di desa Bibrik belum terbuka mengenai penjualan. Maka dari itu diadakannya monitoring dan pengarahan sebagai upaya peningkatan pengetahuan masyarakat mengenai *marketing mix* yang dapat meningkatan penjualan bolen pisan. Program monitoring ini akan dilanjutkan dan dilakukan oleh (PKK) dalam sebulan sekali dengan tujuan supaya masyarakat lebih memiliki pikiran yang terbuka dan pengetahuan yang mendalam mengenai *marketing mix*.

Copyright © 2023, Dinamis: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan Pengabdian

Langkah awal yang dilakukan oleh mahasiswa yaitu melakukan koordinasi dan wawancara dengan ketua kader kesehatan (PKK) desa Bibrik yaitu ibu Mei. Dari hasil koordinasi dan wawancara diperoleh bahwa masyarakat desa Bibrik masih mengalami kesulitan dalam hal pemasaran produk bolen pisang. Kita tahu bahwa pemasaran sangatlah penting untuk peningkatan penjualan. Selain itu, Ibu Mei juga memperkenalkan kami mahasiswa dengan anggota-anggiota kader (PKK) desa Bibrik. Melihat banyaknya aset sumber daya manusia (SDM) yang dimiliki desa Bibrik, mahasiswa memutuskan untuk mengajak kader-kader (PKK) untuk melakukan program monitoring yang ditujukan kepada masyarakat desa Bibrik karena masyarakat setempat diketahui memiliki potensi pengetahuan yang cukup besar apabila dilakukan pendampingan dan pengawasan secara terarah. Program monitoring tersebut akan dapat mempengaruhi pola pikir masyarakat yang sebelumnya belum memiliki pola pikir terarah akan menjadi tersistematis.

Kegiatan ini terbagi menjadi tiga tahap yakni wawancara, kegiatan monitoring dan evaluasi pasca kegiatan. Wawancara dilaksanakan pada minggu ke-dua tanggal 15 Juli 2023. Dalam kegiatan wawancara ini, kami memilih ibu Mei selaku ketua kader (PKK) desa Bibrik untuk menjadi narasumber. Selanjutnya sebagai bentuk tindak lanjut dari hasil wawancara tersebut, mahasiswa meminta izin kepada ibu Mei untuk melakukan program monitoring yang akan berkolaborasi dengan kader (PKK) yang mana monitoring ini bertujuan dalam meningkatkan pengetahuan masyarakat terkait *marketing mix*. Ketua kader yakni ibu Mei selaras dengan pemikiran mahasiswa yang berniat akan melalukan program monitoring secara rutin dan terarah. Pernyataan ini adalah sebagaimana hasil wawancara dengan ibu Mei selaku ketua kader desa Bibrik sebagai berikut:

> "Kader (PKK) belum secara teratur melakukan program monitoring, karena terkendala oleh beberapa hal seperti masyarakat yang sibuk kerja sehingga waktu untuk kami melakukan program-program terlalu singkat, mungkin dengan adanya mahasiswa, kami para kader dapat terbantu memotivasi masyarakat supaya mengikuti program monitoring secara terarah dan rutin".

Dalam merealisasikan program monitoring untuk masyarakat, maka dilakukan beberapa tahapan untuk mencapai keberhasilan. Tahapan tersebut sebagai berikut:

1. Sosialisasi awal

Merupakan tahap pengenalan dan pengetahuan dasar kepada masyarakat tentang monitoring. Mahasiswa berkerja sama dengan pihak puskesmas untuk memberikan pengarahan awal mengenai kegiatan monitoring yang akan dilakukan saat pertemuan rutin kader PKK. Pengarahan dilakukan dengan *door to door* memberi informasi kepada masyarakat tentang tujuan maupun manfaat yang akan didapatkan ketika mengikuti kegiatan monitoring tersebut.

2. Pelaksanaan kegiatan

Pada tahap ini mahasiswa mengadakan kegiatan monitoring di pertemuan rutin kader (PKK) dan ibu-ibu desa Bibrik. Dalam kegiatan ini diadakan edukasi bersama sekaligus pennyampaian materi dari mahasiswa dan dilakukan tes. Selain itu, mahasiswa juga mengadakan kerjasama dengan pihak pemerintahan desa melakukan pendampingan dan pengawasan untuk masyarakat dan kader (PKK) dengan melakukan tes pengetahuan terhadap masyarakat setelah dilakukan edukasi penyampaian materi oleh mahasiswa, dilakukannya tes yang bertujuan untuk mengukur pengetahuan sekaligus untuk memperluas perspektif pengetahuan masyarakat tentang *marketing mix* bagi perkembangan anak.

Copyright © 2023, Dinamis: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat

 e-ISSN 2798-4605

Sifat metode tes adalah untuk peningkatan pengetahuan masyarakat. Dalam metode monitoring/pengarahan dan tes masing-masing memiliki kelebihan dan kekurangan, di antaranya sebagai berikut:

a. Metode monitoring/pengarahan
   Kelebihan:
   1) Masyarakat dapat memperoleh informasi yang luas dan mendalam tentang permasalahan yang disampaikan pada kegiatan monitoring.
   2) Masyarakat akan menerima instruksi yang praktis dalam menjalankan tugasnya.
   3) Meningkatkan dan mengembangkan perilaku serta pengetahuan ilmiah masyarakat.

   Kelemahan:
   1) Kondisi kurang kondusif.
   2) Masyarakat banyak yang ramai.
   3) Membutuhkan penataan ruang tersendiri

b. Metode tes
   Kelebihan:
   1) Masyarakat dapat secara langsung mengaplikasikan pengetahuannya dalam kondisi yang sedang terjadi.
   2) Mengukur pengetahuan sekaligus untuk memperluas perspektif pengetahuan masyarakat tentang bahaya stunting bagi perkembangan anak.
   3) Pemateri dapat secara langsung menentukan serta menyampaikan informasi mengenai kesulitan maupun permasalahan yang masih perlu dibenahi oleh masyarakat.
   4) Pemateri dapat secara langsung memberikan saran kepada masyarakat sehingga dapat memecahkan masalah dalam situasi yang nyata.

   Kekurangan:
   1) Memerlukan waktu yang lama.
   2) Tujuan kegiatan tidak tercapai tanpa supervisi yang baik dari trainer
   3) Membutuhkan sarana prasarana yang mendukung.

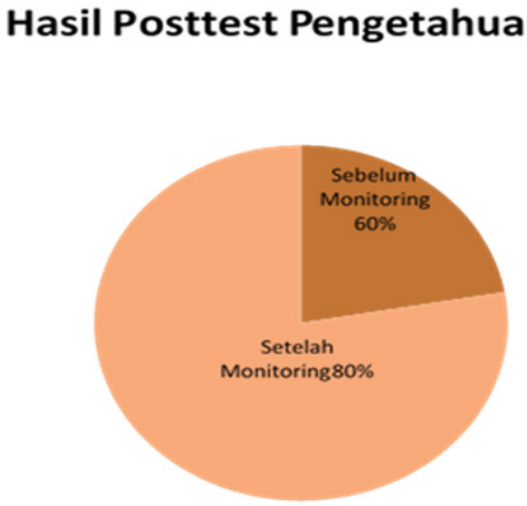
3. Pengembangan/Tindak Lanjut

Tahap pengembangan/tindak lanjut akan dilaksanakan menyesuaikan kondisi masyarakat. Dalam artian tindak lanjut program monitoring dapat disesuaikan dengan kondisi atau ketersediaan waktu yang dimiliki masyarakat untuk mengikuti program.

Pelaksanaan Monitoring

Hasil pelaksanaan monitoring terhadap masyarakat yaitu ibu-ibu Bibrik didapatkan sebelum dan setelah kegiatan monitoring sebagai berikut :

Copyright © 2023, Dinamis: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat



Gambar 1. Hasil Posttest Pengetahuan Ibu Sebelum dan Sesudah Monitoring

Berdasarkan gambar 1 hasil tingkat pengetahuan masyarakat mengenai *marketing mix* sebelum dilakukan kegiatan monitoring hanya mencapai hasil 60% yang menjawab benar dari seluruh peserta monitoring, tetapi setelah dilakukan kegiatan monitoring hasilnya meningkat mencapai 20%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kegiatan yang dilakukan mengenai pengetahuan *marketing mix* masyarakat berhasil meningkat menjadi 80%. Artinya terdapat dampak positif dari pemberian monitoring sekaligus materi pengetahuan stunting terhadap ibu hamil dan ibu balita masyarakat Bibrik. Sebagaimana penelitian dari Bukido & Mushlihin (2022) bahwa terdapat pengaruh peningkatan pengetahuan pada ibu setelah dilakukan penyuluhan. Menurut Nurhidayati *et al*., (2021) terdapat pengaruh dalam pemberian edukasi *marketing mix* guna pemasaran produk bolen pisan dengan media booklet.

Gambar 2. Mentoring

Kegiatan Posttest disampaikan oleh pemerintahan desa dengan metode pembacaan soal satu per satu, yang bertujuan supaya masyarakat lebih interaktif, memahami dan memperhatikan soal-soal yang dibacakan tentang *marketing mix* digunakan untuk pemasaran produk bolen pisang secara maksimal. Materi soal *posttest* yang disampaikan

Copyright © 2023, Dinamis: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat

 e-ISSN 2798-4605

oleh narasumber antara lain tentang ciri-ciri, faktor, dampak dan *marketing mix*. Selain itu, membahas juga tentang pemasaran bolen pisang. Pemberdayaan masyarakat dalam bidang ekonomi merupakan upaya proses meningkatkan pengetahuan, kesadaran individu dan masyarakat serta kemandirian dalam meningkatkan perekonomian melalui pendekatan edukatif dan partisipatif (Annas *et al*., 2023). Kegiatan monitoring untuk ibu kader PKK dan ibu desa Bibrik sangat diperlukan keberlanjutannya dalam kegiatan pemberdayaan masyarakat yang dilakukan oleh kader serta tokoh masyarakat terkait. Upaya kesehatan akan semakin mudah apabila banyak mitra yang terlibat.

Pengetahuan masyarakat terutama ibu kader PKK dan ibu desa Bibrik mengenai *marketing mix* sangatlah ditingkatkan karena kurangnya perekonomian yang ada di desa Bibrik. Selain itu, *marketing mix* dapat mendukung pertumbuhan ekonomi yang sangat maju guna memberikan kemajuan ekonomi desa Bibrik.

KESIMPULAN

Tingkat pengetahuan masyarakat mengenai *marketing mix* sebelum dilakukan kegiatan monitoring hanya mencapai 60% yang menjawab benar dari seluruh peserta, tetapi setelah dilakukan kegiatan hasilnya meningkat mencapai hasil 20%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kegiatan yang dilakukan oleh mahasiswa dan pemerintahan desa mengenai peningkatan pengetahuan stunting masyarakat berhasil meningkat menjadi 80%. Artinya terdapat dampak positif dari pemberian monitoring sekaligus materi pengetahuan marketing mix terhadap ibu kader PKK dan pemerintahan desa Bibrik. Pemberdayaan masyarakat dalam bidang ekonomi merupakan upaya proses meningkatkan pengetahuan, kesadaran individu dan masyarakat serta kemandirian dalam meningkatkan perekonomian dan mengatasi masalah perekonomian melalui pendekatan edukatif dan partisipatif. Kegiatan monitoring untuk ibu kader PKK dan ibu-ibu desa Bibrik sangat diperlukan keberlanjutannya dalam kegiatan pemberdayaan masyarakat yang dilakukan oleh kader serta tokoh masyarakat terkait. Upaya kesehatan akan semakin mudah apabila banyak mitra yang terlibat.

DAFTAR PUSTAKA

Annas, Ramadhani, W., Maula, M., Jannah, M., Raisatunnisak, Adisa, S., & Wulandari, S. (2023). Pendampingan dan Sosialisasi Pembuatan Lumpia Durian dengan Metode ABCD (Asset Based Community Development) sebagai Upaya Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat. *MALIK AL-SHALIH: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, *2*(1), 62–71. https://doi.org/10.52490/malikalshalih.v2i1.1831

Arafah, S., Miko, J., & Syafitri, E. (2022). Implementasi Personal Branding dalam Meningkatkan Kredibilitas Jiwa Entrepreneurship di Era Digital. *Dinamis: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *2*(2), 119–123.

Bastomi, M., Nu'man, M. S., Zahro, A., Aminudin, K., & Hakim, T. (2022). Peningkatan Daya Saing Kopi dengan Strategi Kemasan Dan Pemasaran di dusun Borojabung. *DINAMIS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *2*(1), 1–6. https://doi.org/10.33752/dinamis.v2i1.530

Bukido, R., & Mushlihin, M. A. (2022). Pemberdayaan Usaha Ekonomi Produktif bagi Masyarakat Miskin di desa Gangga II dengan Menggunakan Metode ABCD. *NYIUR-Dimas: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, *2*(1), 45–56. https://doi.org/10.30984/nyiur.v2i1.286

Copyright © 2023, Dinamis: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat

Fitrianto, A. R., Amaliyah, E. R., Safitri, S., Setyawan, D., & Arinda, M. K. (2020). Pendampingan dan Sosialisasi pada Usaha Toko Kelontong dengan Metode ABCD (Asset Based Community Development) Sebagai Upaya Pemberdayaan Ekonomi dan Peningkatan Literasi Usaha Toko Kelontong. *Jurnal Abdidas*, *1*(6), 579–591. https://doi.org/10.31004/abdidas.v1i6.120

Hermanzah, L. A., & Sopingi, I. (2022). Strategy of Islamic Marketing: Studi Kasus Pada Pariwisata Religi. *JIES: Journal of Islamic Economics Studies*, *3*(2010), 109–125. https://doi.org/10.33752/jies.v3i3.681

Indiriani, E., Utomo, A., & Edy, I. C. (2020). *Model Strategi Penguatan Daya Saing Industri Kreatif Pariwisata Bernilai Kearifan Lokal*. Deepublish.

K, K. C. Y., Efendi, M. N., & Hidayati, A. (2023). Grand Design of Village-Based Islamic Economic Development Planning in an Effort to Achieve Sustainable Development of Indonesia Gold 2045 in Ngancar village , Plaosan district , Magetan Regency. *Proceedings of Femfest International Conference on Economics, Management, and Business*, *1*, 199–210.

Kurniawati, S. R., Jaelani, A. F., & Dardiri, M. (2022). Analisis Potensi dan Minat Masyarakat Dalam Program Badan Usaha Milik Desa Murni Jaya Di Desa Sumbermulyo Kabupaten Jombang Tahun 2021. *DINAMIS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *2*(2), 94–101. https://doi.org/10.33752/dinamis.v2i2.516

Musta'anah, A., & Sopingi, I. (2019). Implementasi Pengelolaan Zakat Produktif Hibah Modal Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Mustahik Miskin (Studi Pada Baznas Kota Mojokerto). *ZISWAF : Jurnal Zakat Dan Wakaf*, *6*(1), 65. https://doi.org/10.21043/ziswaf.v6i1.5611

Nur, S., Mas'ud, A., Suriadi, L., Tamburaka, S., & Ariani, W. O. R. (2022). Pengembangan Usaha Ekonomi Produktif Melalui BUMDes dalam Mendukung Pemulihan Ekonomi Pedesaan di Kec.Konda, Konawe Selatan, Sulawesi Tenggara. *DINAMIS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *2*(2), 107–111. https://doi.org/10.33752/dinamis.v2i2.704

Nurhidayati, A., Tahwin, M., & Yudianto, A. (2021). Pendampingan Pengelolaan dan Pengembangan Pisbol Rizquna di desa Punjulharjo kecamatan Rembang. *ABDI WIRALODRA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *3*(September), 95–109. https://doi.org/10.31943/abdi.v3i2.40

Rosidayanti, Sopingi, I., & Haryanti, P. (2023). Peningkatan Inklusi Keuangan Syariah melalui Penyaluran Dana Kepaada UMKM : Studi Kasus Pada BWM Tebuireng Jombang. *Iqtisadie: Journal of Islamic Banking and Shariah Economy*, *3*(2), 165–180. https://doi.org/10.36781/iqtisadie.v3i2.474

Sa'adah, H., & Sopingi, I. (2019). Marketing Mix-7P dan Religi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah (Survey Pada PT. Bank BRISyariah KCP Wahid Hasyim Jombang). *MALIA: Journal of Islamic Banking and Finance*, *3*(1), 59. https://doi.org/10.21043/malia.v3i1.8089

Setyawan, W. H., Mansur, Rahayu, B., Maryam, S., Aslichah, Khoiruddin, Muafiqie, H., Ratnaningtyas, E. M., Nurhidayah, R., & Efendi, M. Y. (2022). *Asset Based Community Development (ABCD)*.

Sidik, A., Fadhil, F., Dwi, L., Romadon, N. A., Ramadhan, M. V., Wijaya, S., Sulistio,

Copyright © 2023, Dinamis: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat
https://ejournal.unhasy.ac.id/index.php/dinamis

 e-ISSN 2798-4605

A., Putri, M. D., Lathifah, U. N., Fitrotunnisa, Z., Yuliana, H., Imas, A. N., & Kholifah, A. (2023). Pendampingan dan Sosialisasi Kepada UMKM dengan Metode ABCD sebagai Upaya Peningkatan Ekonomi Masyarakat. *Kampelmas*, *2*(1), 129–139. https://proceedings.uinsaizu.ac.id/index.php/kampelmas/article/view/627

Sopingi, I. (2016). Etika Bisnis Menurut Al-Ghazali: Telaah Kitab Ihya' 'Ulum Al-Din. *Iqtishoduna*, *10*(2), 142–148. https://doi.org/10.18860/iq.v10i2.3223

Wijayanti, R., Suratman, & Fitriana, I. (2021). Peningkatan Manajemen Usaha dan Diversifikasi Produk Usaha Rumahan Jajanan Tradisional desa Bintoro kabupaten Demak. *Jurnal ABM-Mengabdi*, *8*(2), 15–25. https://doi.org/10.31966/jam.v8i2.949

Yuni, K. C. K. (2022). Implikasi Terhadap Regulasi Pemekaran Ekosistem Securities Crowdfunding Syariah Pasca Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, *8*(3), 3323–3332. https://doi.org/10.29040/jiei.v8i3.6801

Yuwana, S. I. P. (2022). Pemberdayaan dan Peningkatan Kualitas SDM Masyarakat dengan Menggunakan Metode Asset Bassed Community Development (ABCD) di Desa Pecalongan Kec. Sukosari Bondowoso. *Sasambo: Jurnal Abdimas (Journal of Community Service)*, *4*(3), 330–338. https://doi.org/10.36312/sasambo.v4i3.735

Copyright © 2023, Dinamis: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat
https://ejournal.unhasy.ac.id/index.php/dinamis