

KEWIRAUSAHAWANAN SOSIAL INOVASI PRODUK AIR BERKALORI TIM ABDIMAS USU DENGAN MITRA CV.CANTHING KREASINDO DI KELURAHAN SUKA MAJU KECAMATAN MEDAN JOHOR SUMATERA UTARA

Dara Aisyah^{1*,#}, M.Sontang Sihotang^{2,* ,+,#}

¹ Department of Public Administration Faculty of Social and Political Sciences

² Department of Physics, Faculty of Mathematics and Natural Science,

^{*} Carbon Research Centre,

⁺ Centre of Excellence for Green Chitosan and Advanced Materials Research
University of North Sumatera,

Jln. Dr. Mansyur Kampus USU Padang Bulan-Medan 20155 Indonesia

e-mail : daisyah@usu.ac.id, muhammad.sontang@usu.ac.id

Abstrak

Model Kewirausahaan Sosial merupakan konsep kewirausahaan (*entrepreneurship*) yang mengutamakan kegiatan sosial dengan memberdayakan masyarakat yang berada di lingkungan sekitar kita. Keterlibatan Usaha Mikro, Kecil & Menengah (UMKM) menjadi bagian dari *Social- entrepreneurship*, untuk mendukung program pembangunan sosial ekonomi masyarakat. Guna mendukung program tersebut, Universitas Sumatera Utara melalui program pengabdian masyarakat (Abdimas) bersama mitra CV. Canthing Kreasindo melakukan program kewirausahaan sosial pengadaan air berkalori hasil inovasi pemanfaatan limbah pesisir menjadi produk kalsium organik yang diaplikasikan menjadi air berkalori. Pendekatan rekayasa sosial (*social engineering*) dilakukan untuk aplikasi kinerja program dalam meningkatkan taraf sosial ekonomi mitra serta warga di lingkungan Kelurahan Suka Maju, Kecamatan Medan Johor, Sumatera Utara. Sebenarnya mitra belum pernah terlibat dalam kegiatan inovasi, namun setelah program Abdimas dilakukan, mitra dapat melaksanakan kegiatan kewirausahaan sosial inovasi produk kalsium organik, kepada warga Kelurahan di lingkungan mitra. Tujuan pengabdian masyarakat dilakukan untuk mentransfer pengetahuan dan teknologi agar mitra UMKM dapat menjadi bagian dari *social entrepreneurship* berbasis inovasi produk limbah pesisir. Metode pengabdian dilakukan secara *knowledge sharing* melalui literasi, FGD (*Focus Group Discussion*), pelatihan, briefing dan pendampingan, guna mewujudkan kinerja program kepada mitra di lingkungan Kelurahan Suka Maju. Pelaksanaan Abdimas kepada mitra sebelumnya juga sudah melalui observasi, serta wawancara. Hasil kegiatan pengabdian menunjukkan keseriusan mitra dalam membantu program pemerintah daerah gunaantisipasi penyebaran Covid'19. Tim Abdimas membantu pendampingan sepenuhnya kepada mitra khususnya pengadaan air berkalori, untuk warga, serta mendampingi mitra sebagai event organizer kegiatan sosialisasi inovasi produk kepada warga Kelurahan Suka Maju. Mitra sudah memiliki konsep ide maupun kreatifitas dalam mengembangkan usaha inovasi baik dari segi promosi maupun *packaging* produk, hal ini terlihat dari inovasi produk yang dikembangkan. Pada dasarnya komunitas UMKM inovasi binaan tim Abdimas USU mendukung keberadaan kewirausahaan sosial berbasis kalsium organik, guna mendukung Program Pemda (Pemerintah Daerah) dalam mengantisipasi penularan Pandemi Covid'19 di

Kotamadya Medan, yang telah ditetapkan sebagai kawasan zona merah. Keberhasilan dan keberlangsungan program kewirausahaan sosial harus di dukung keterlibatan pemerintah, pengusaha, masyarakat melalui pendampingan secara berkelanjutan dengan dukungan kebijakan yang berpihak kepada UMKM.

Keywords: *Social entrepreneurship, CV Canthing, social engineering, pemberdayaan, inovasi limbah pesisir, Kalsium Organik, Air Berkalori, Kelurahan Suka Maju*

A.

B. LATAR BELAKANG

Keunggulan bersaing dapat di capai dengan orientasi kewirausahaan (Bhegawati dan Yuliasuti, 2019), Adapun kunci keberhasilan untuk mampu bertahan di tengah persaingan usaha terletak pada kemampuan UMKM dalam mengembangkan keunggulan kompetitifnya. Salah satu strategi dalam mengembangkan keunggulan kompetitif yaitu melalui inovasi. Seorang *entrepreneur* di tuntut untuk menghasilkan nilai lebih yang diperoleh melalui berbagai pengembangan inovatif, sasaran yang harus dicapainya adalah menghasilkan produk dan pelayanan baik di banding pesaing (Andrio, 2018). Salah satu karakter yang sangat penting dari *entrepreneur* adalah kemampuannya berinovasi (Larsen & Lewis 2007). Inovasi

terjadi karena perasaan tidak puas terhadap kondisi dan situasi yang ada serta adanya peluang untuk memperbaiki keadaan yang ada, inovasi harus dijadikan sebagai suatu alat dan bukan suatu tujuan, tujuan dari suatu inovasi adalah perubahan atau perbaikan dari kondisi yang ada menjadi lebih baik, namun tidak semua perubahan dapat dikatakan sebagai suatu inovasi (Saiman, 2011).

Para UMKM yang berinovasi memiliki kemampuan dalam menyelesaikan masalah sehingga dapat mempercepat pekerjaan mereka. Kemampuan berinovasi dengan mencoba ide-ide baru, mencoba metode operasi baru, inovasi produk, akan meningkatkan kinerja personal (Assegaf, et al. 2015). Tujuan utama dari inovasi adalah untuk memenuhi permintaan pasar sehingga produk inovasi

merupakan salah satu yang dapat digunakan sebagai keunggulan bersaing (Wahyono, 2002 ; Gray et. al 2002). Keberhasilan melakukan inovasi produk berarti selangkah lebih maju dibandingkan pesaingnya (Supranoto, 2009). Penelitian Defin dan Atim (2011) menyatakan bahwa terdapat pengaruh langsung orientasi kewirausahaan yang terdiri dari sikap inovatif, proaktif dan pengambilan resiko yang dimiliki pelaku usaha memiliki pengaruh langsung terhadap peningkatan keunggulan bersaing.

Pada dasarnya tanpa adanya inovasi, pelaku usaha tidak akan dapat bertahan lama. Hal ini disebabkan kebutuhan, keinginan, dan permintaan pelanggan berubah-ubah. Pelanggan tidak selamanya akan mengkonsumsi produk yang sama. Pelanggan akan mencari produk lain jika dirasakan dapat memenuhi kebutuhan pelanggan. Untuk itulah diperlukan adanya inovasi terus menerus jika usaha akan berlangsung lebih lanjut dan tetap berdiri dengan usahanya. Hal ini

tidak terlepas dari keinginan konsumen yang selalu berubah-ubah.

Inovasi memiliki peran yang sangat penting dalam pencapaian tujuan UMKM dalam mempertahankan kemampuan bersaingnya. Pada dasarnya UMKM diharapkan dapat memiliki kemampuan berinovasi dalam merespon lingkungan dan mengembangkan kemampuan baru yang akan meningkatkan kinerja usaha. Ketidakpastian pasar menyebabkan para pelaku usaha harus selalu berinovasi agar dapat memenangkan persaingan, bukan hanya untuk menghadapi ketidakpastian pasar dan kondisi persaingan bisnis yang semakin meningkat. Inovasi merupakan sumber penting bagi pertumbuhan perusahaan dan kunci penentu untuk menghadapi persaingan usaha (Lam, 2010 dalam Andrio, 2018).

Sebenarnya untuk mencapai inovasi membutuhkan usaha yang terkoordinasi dari seluruh pihak. Menurut (Fontana, 2011) inovasi sebagai keberhasilan ekonomi berkat adanya pengenalan cara

baru atau kombinasi baru dari cara – cara lama dalam mentransformasi input menjadi output (teknologi) yang menghasilkan perubahan besar atau drastis dalam perbandingan antara nilai guna yang dipersepsikan oleh konsumen atas manfaat suatu produk (barang dan/atau jasa) dan harga yang ditetapkan oleh produsen. Inovasi dalam konteks lebih luas bahwa inovasi yang berhasil mengandung arti tidak saja keberhasilan ekonomi melainkan juga keberhasilan sosial.

Inovasi yang berhasil adalah inovasi yang menciptakan nilai besar untuk konsumen, untuk komunitas, dan lingkungan pada saat yang sama. Sesungguhnya UMKM harus mengadopsi pendekatan holistik terhadap inovasi berkelanjutan (*continuous innovation*) lewat suasana inovatif terhadap iklim dan interaksi antar pelaku usaha. Membangun inovasi secara berkelanjutan merupakan dasar yang memungkinkan suatu usaha terus berlanjut karena inovasi berkelanjutan mempunyai hubungan langsung kesemua

elemen yang dikaitkan dengan kemampuan kompetisi didalam pasar global (Steiber, 2014 dalam Andrio, 2018).

Inovasi berkelanjutan (*continuous innovation*) didefinisikan sebagai kemampuan untuk mengabungkan efektifitas operasional dan strategi yang fleksibel – eksploitasi dan eksplorasi (Boer, Kuhn, & Gertsen 2006 dalam Andrio, 2018). Inovasi merupakan sebuah prasyarat bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah berkembang dan tumbuh. Inovasi UMKM yang dilakukan secara terus menerus dapat bersaing dan terus hidup (*sustainability*). Apalagi dengan melibatkan aspek-aspek komunikasi untuk memperoleh keberhasilan dalam menanamkan inovasi dalam benak masyarakat, seperti pesan yang berupa ilmu pengetahuan atau informasi, media penyebaran informasi, peran atau pelaku yang menyampaikan, serta bagaimana efek informasi mengenai inovasi tersebut kepada masyarakat.

Tuntutan proses komunikasi dalam inovasi diperlukan melalui interaksi antara organisasi dan

masyarakat, proses tersebut harus dapat dianalisis (Nasution, 2002). Keterkaitan difusi inovasi dengan proses komunikasi sangat dibutuhkan dalam perencanaan produk. Strategi dalam mensukseskan pengelolaan produk harus melalui edukasi di masyarakat mulai saat perancangan produk, proses, sampai selesainya produk menurut manfaat dan jenis produk, penjualan dan pembelanjaan uang untuk inovasi produk sesuai kebutuhan (Purwanto, 2019). Studi difusi inovasi berperan mulai melakukan konseptualisasi, menginformasikan dan menjabarkan lima tahapan dalam proses adopsi individu yaitu tahap pengetahuan, tahap bujukan, tahap putusan, tahap implementasi dan tahap konfirmasi (Nasution, 2002). Adanya tahapan difusi inovasi diharapkan dapat mewujudkan strategi pemberdayaan yang dapat diterima, dalam sebuah program, baik untuk mendukung sasaran jangka pendek maupun jangka panjang yang strategis (Shahreza, 2018).

Inovasi sosial sangat berkaitan dengan *social entrepreneurship*. Inovasi sosial adalah fondasi bagi seorang *social entrepreneur* dalam menjalankan bisnis atau kegiatannya untuk mencari kesempatan, memperbaiki sistem, menemukan pendekatan yang baru serta menciptakan solusi terhadap perubahan lingkungan yang lebih baik (Widiastuty, 2011). Seorang *social entrepreneur* mencari cara yang inovatif untuk memastikan bahwa usahanya akan memiliki akses terhadap sumber daya yang dibutuhkan selama mereka dapat menciptakan nilai sosial (Mort & Werawardena 2003). Nilai sosial yang ingin diciptakan para pelaku atau komunitas *social entrepreneurship* harus diinformasikan kepada para pelanggan sehingga terkait dengan perubahan yang terjadi di pasar dengan adanya sebuah *dynamic signal* bagi *social entrepreneurship*. Kewirausahaan Sosial menjadi prioritas dalam mengedepankan aktivitas sosial memberdayakan masyarakat sekitar melalui sektor ekonomi. Kegiatan kewirausahaan sosial

dapat dilaksanakan dengan menggabungkan pendekatan bisnis dan sosial. Sinergi antara pemilik modal, pengelola dan masyarakat dapat memberikan nilai tambah serta nilai sosial. Model ini dapat menjadi solusi bagi permasalahan sosial yang tengah dihadapi masyarakat Indonesia, khususnya kemandirian dalam bidang ekonomi (London & Morfopoulos, 2010 dalam Dedi, 2017).

Kewirausahaan sosial memiliki peranan penting dalam memberikan solusi di masyarakat terutama dalam mengurangi kemiskinan. Keberadaan kewirausahaan sosial akan menjadi pendorong perekonomian bagi masyarakat guna meningkatkan taraf sosial ekonomi masyarakat (Firdaus, 2014). Kewirausahaan sosial tidak hanya menghasilkan laba tetapi juga dapat meningkatkan taraf hidup masyarakat dengan mengurangi kesenjangan sosial. Kolaborasi UMKM dengan masyarakat sekitarnya akan semakin memperkuat terwujudnya *social entrepreneurship*.

Munculnya ide dan adanya keinginan untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat melalui usaha bersama-sama untuk menghasilkan keuntungan. Sebahagian keuntungan yang diperoleh akan digunakan untuk membangun usaha baru yang akan dikelola masyarakat dan seterusnya. Adapun perumusan masalah adalah bagaimana usaha mikro, kecil dan menengah dapat menjadi bagian *social entrepreneurship*.

Hulgard (2010) juga mengungkapkan *social entrepreneurship* dapat berkembang dengan cepat, dimana ada keyakinan bahwa kewirausahaan sosial dapat membantu mengatasi permasalahan sosial. Banyak riset tentang kewirausahaan sosial, seperti yang dilakukan oleh Haryadi dan Waluyo (2006), Rahmawati et al., (2011), Palesangi (2012), Situmorang dan Marzanti (2012), Pratiwi dan Siswoyo (2014), serta Utomo (2014) dalam A. Tenrinippi (2011), mengungkapkan *social entrepreneurship* sebagai

penciptaan nilai sosial yang dibentuk dengan cara bersinergi dengan orang lain atau komunitas masyarakat yang terlibat dalam suatu inovasi sosial dalam kegiatan ekonomi. Munculnya kewirausahaan sosial, karena belum optimalnya pemerintah dalam menyelesaikan masalah sosial karena implementasi kebijakan yang dibuat tidak efektif (Yunus, 2007; Jiao, 2011).

Masyarakat dilibatkan untuk berpartisipasi dalam kewirausahaan sosial untuk melakukan perubahan, memberikan ide kreatif dan inovatif dengan memanfaatkan sumberdaya yang dimiliki (Noruzi et al. 2010; Patra dan Nath, 2014) mengemukakan bahwa konsep kewirausahaan sosial adalah perluasan dari konsep dasar kewirausahaan yang secara historis telah diakui sebagai pendukung kegiatan ekonomi, terutama dalam menyelesaikan masalah.

Semua negara khususnya Indonesia akhir-akhir ini menghadapi masalah wabah

corona'19. Indonesia adalah salah satu negara yang terdampak terutama pada sisi ekonomi (Pakpahan, 2020). Pandemi Covid-2019 membawa berbagai dampak pada perekonomian seperti terjadi kesusahan dalam mencari lapangan pekerjaan, susah untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari, tidak mempunyai penghasilan dalam memenuhi kebutuhan untuk sehari-hari dan juga banyak kesusahan yang di terima dari semua sektor perekonomian dalam semua bidang juga merasakan dampak dari Covid-19 (Hanoatubun, 2020). Sampai dengan 17 April 2020, sebanyak 37.000 pelaku UMKM melaporkan diri kepada Kementerian Koperasi dan UKM terdampak Pandemi COVID-19 (Setiawan, 2020). Menurut rilis data tersebut, kesulitan yang dialami oleh UMKM selama Pandemi itu terbagi dalam empat masalah.

Pertama, terdapat penurunan penjualan karena berkurangnya aktifitas masyarakat di luar sebagai konsumen.

Kedua, kesulitan permodalan karena perputaran modal yang sulit sehubungan tingkat penjualan yang menurun.

Ketiga, adanya hambatan distribusi produk karena adanya pembatasan pergerakan penyaluran produk di wilayah-wilayah tertentu.

Keempat, adanya kesulitan bahan baku karena sebagai UMKM menggantungkan ketersediaan bahan baku dari sektor industri lain. Dampak Pandemi diyakini dapat lebih besar, karena tingginya tingkat kerentanan dan minimnya ketahanan akibat keterbatasan sumber daya manusia, *supplier*, dan opsi dalam merombak model bisnis (Febrantara, 2020).

Berdasarkan data Gugus Tugas Percepatan Penanganan Covid-19 Kota Medan hingga Jumat tanggal 17 April 2020, tercatat ada 8 kecamatan yang masuk dalam Zona Merah. Adapun 8 kecamatan tersebut yakni Kecamatan Medan Sunggal, Selayang, Tuntungan, Johor, Amplas, Denai, Kota dan

Tembung. Berdasarkan permasalahan Covid'19 ini, maka fokus pemilihan lokasi ditujukan kepada Kelurahan Suka Maju, Kecamatan Medan Amplas, yang termasuk zona merah dalam masalah Pandemi Covid'19.

Adapun mitra yang terlibat dalam pengabdian ini adalah CV Chanting Kreativisia Indonesia, yaitu salah satu usaha yang bergerak di bidang jasa advertising dan pengadaan barang. Pemilik usaha ini adalah Bapak Yudho Bawono, SE. Beliau berkerja di usaha tersebut sejak tahun 2015. Pada awal usahanya beliau sebagai supplier barang-barang laboratorium dan obat-obatan, namun dalam rangka Pandemi Covid'19 terjadi penurunan omzet, disebabkan permintaan pasar menurun, dan beralih kepada barang-barang hasil inovasi pesisir, berupa air berkalori dalam rangka Antisipasi Pencegahan Covid'19. Mitra sangat tertarik ikut berpartisipasi dalam program kewirausahaan sosial pembagian air berkalori dalam rangka mensosialisasikan serta mengedukasi masyarakat

khususnya Kelurahan Amplas Kecamatan Medan Amplas, yang termasuk kategori zona merah pada Pandemi Covid'19. Mitra bersedia membantu untuk melakukan packaging dan proses pendistribusian air berkalori di Kelurahan tsb. Sebelum ini mitra belum pernah mengetahui inovasi pesisir air berkalori, mitra sangat merasakan manfaat dari air berkalori tersebut yang dapat di minum dan di spray ke wajah, untuk pencegahan Pandemi Covid'19.

B. METODE

PELAKSANAAN KEGIATAN

Adapun proses pelaksanaan kegiatan Pengabdian Masyarakat (Abdimas) ini dapat dibagi menjadi beberapa tahapan, sebagai berikut,

Tahap Pertama, Observasi, pada tahap ini, tim Abdimas melakukan observasi kepada mitra untuk mengetahui dengan pasti masalah mitra dan berbagai keperluan mitra.

Selanjutnya pada *Tahap Kedua*, Tim melakukan briefing, yaitu memberi penjelasan tentang rencana untuk melaksanakan

program kewirausahaan sosial, selanjutnya briefing tentang pengenalan inovasi air berkalium untuk Antisipasi Pandemi Covid'19 di kalangan masyarakat. Mitra telah mengetahui inovasi air berkalori sudah hampir 1 tahun, dalam mendukung program ini, pada *Tahap Ketiga*, Mitra melakukan sharing knowledge tentang pengadaan air berkalori untuk didistribusikan di masyarakat. Tim menjelaskan tentang pengadaan fasilitas pendukung untuk pembotolan dalam kemasan (*packaging*), penyediaan banner, brosur untuk promosi dan produk kemasan dengan stiker untuk pendistribusian di masyarakat. Tim menjelaskan kepada mitra mulai dari perancangan produk sampai melatih membuat kemasan botol air berkalori serta promosi produk, serta merancang jadwal pelaksanaan kegiatan sosialisasi produk di Kelurahan Suka Maju. Selanjutnya *Tahap Keempat*, tim Abdimas melatih mitra membuat packaging botol air berkalori dan menyumbangkan kemasan botol, galon air berkalori, dispenser

kepada Mitra untuk mempersiapkan pendistribusian produk air berkalori kepada Kelurahan Suka Maju, Posyandu, Masjid al-Ikhlas yang berada dekat dengan lokasi mitra.

Pada *Tahap Kelima*, Tim melakukan literasi kepada mitra sebagai event organizer dalam rangka pelaksanaan Sosialisasi inovasi produk air berkalori di Kelurahan Suka Maju. Terdapat proses pengolahan air berkalori dan packaging serta pendistribusian dalam event kewirausahaan sosial di Kelurahan Suka Maju dan lingkungan Masjid al-Ikhlas. Pengolahan air dengan percampuran kalsium berfungsi untuk meningkatkan kualitas air, yang sebelumnya tidak ada kandungan atau komposisi kalsium menjadi ada kandungan kalsium. Perubahan itu, menimbulkan terjadinya ada penambahan kalori dari 500 cal menjadi 1000 cal (Sertifikat Analisis Laboratorium Nano C). Pada *Tahap Keenam*, pendampingan mitra untuk penyediaan sarana dan prasarana

acara. Tim abdimas USU mendampingi mitra mempersiapkan segala keperluan untuk melakukan sosialisasi produk, guna menjelaskan manfaat produk dalam mendukung proses pembelajaran di masyarakat dengan adanya produk inovasi tersebut.

Akhirnya *Tahap Ketujuh*, Tim dan Mitra beserta Tim Kelurahan Suka Maju mengadakan rapat koordinasi untuk pengaturan tempat, peserta, undangan, pengaturan jadwal acara serta berbagai persiapan lainnya. Tim Pelaksana melakukan pelatihan kepada pihak mitra tentang pelaksanaan program kewirausahaan sosial terutama pembagian air berkalsium sebagai air berkalori untukantisipasi Covid'19.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Mitra yang terlibat dalam pengabdian ini adalah CV. Chanting Kreativisia Indonesia, yaitu salah satu usaha yang bergerak di bidang jasa advertising dan pengadaan barang. Pemilik usaha ini

adalah Bapak Yudho Bawono, SE.. Beliau berkerja di usaha tersebut sejak tahun 2015. Pada awal usahanya beliau sebagai supplier barang-barang laboratorium dan obat- obatan, namun dalam rangka pandemi covid'19 terjadi penurunan omzet, disebabkan permintaan pasar menurun, dan beralih kepada barang- barang hasil inovasi pesisir, berupa air berkalori dalam rangka antisipasi pencegahan covid'19. Mitra sangat tertarik untuk ikut berpartisipasi dalam program kewirausahaan sosial pembagian air berkalori dalam rangka mensosialisasikan serta mengedukasi masyarakat khususnya Kelurahan Amplas Kecamatan Medan Amplas, yang termasuk kategori zona merah pada pandemi covid'19. Mitra bersedia membantu untuk melakukan packaging dan proses pendistribusian air berkalori di Kelurahan tsb. Sebelum ini mitra belum pernah mengetahui inovasi pesisir air berkalori, setelah mencoba dan berusaha melakukan pemasaran, maka

sangat merasakan manfaat dari air berkalori tersebut yang dapat di minum dan di spray ke wajah, untuk pencegahan pandemi covid'19.

Selama adanya Covid'19 mitra tidak mampu menambah omzet, karena penjualan menurun, akhirnya mitra mempunyai tambahan kemampuan ekonomis, melalui inovasi produk air berkalori, sampai akhirnya merancang program kewirausahaan sosial untuk membantu program pemerintah dalam antisipasi Pandemi Covid'19 di Kelurahan Suka Maju.

Pelaksanaan kegiatan yang dilakukan bersama mitra, melalui beberapa tahapan.

Tahap pertama, memberi penjelasan tentang konsep kewirausahaan sosial dan peran mitra dalam menjalankan program kewirausahaan sosial. *Tahap kedua*, menjelaskan kepada mitra tentang inovasi produk dari pemanfaatan limbah pesisir. Adapun *Tahap ketiga*,

melatih mitra mempersiapkan produk dan promosi produk serta packaging produk. Terakhir *Tahap ke empat*, mitra di beri edukasi melalui metode literasi, sebagai event organizer untuk mempersiapkan acara kewirausahaan sosial yaitu Sosialisasi Inovasi Produk Air Berkalori Dalam Rangka Antisipasi Covid'19 di Kelurahan Suka Maju dan Masjid al-Ikhlas (Gambar 2).

Gambar 1. Plank Lokasi Pengabdian Masyarakat (Abdimas) USU 2020 di Masjid al-Ikhlas Pelaksanaan Abdimas USU

Tahap pertama, kegiatan diawali dengan pemberian penjelasan



mengenai pengenalan konsep dan peran kewirausahaan sosial, serta pengenalan inovasi produk dari pemanfaatan limbah pesisir menjadi produk air berkalori (Gambar 3). Pelaksanaan kegiatan tersebut dipandu oleh tim abdimas USU.

Gambar 2. Pelaksanaan kepada Mitra kegiatan tentang penjelasan konsep kewirausahaan sosial oleh Ibu Dara Aisyah (FISIP USU) dan penjelasan tentang Inovasi Produk Air Berkalori oleh Bapak Muhammad Sontang Sihotang (FMIPA USU).



Materi awal disampaikan oleh ibu Dara Aisyah, mengenai konsep kewirausahaan sosial dan peran kewirausahaan sosial untuk memberdayakan masyarakat. Bill Strickland (1968), Muhammad Yunus (1976) dan Bill Drayton (1980) merupakan para pencetus proyek kewirausahaan sosial yang menyediakan dana awal dengan visi sosial untuk pembentukan aktivitas sosial di komunitas dengan tujuan membasmi kemiskinan melalui program pemberdayaan yang terdiri dari penglibatan untuk pelaksanaan program dalam memajukan masyarakat yang bermanfaat dengan peranan para usahawan

yang menggunakan kekayaan ekonomi mereka demi kemaslahatan umat atau kebaikan bersama - sama masyarakat (Bradley, 1985; Thompson, Alvy & Lees, 2000).

Konsep kewirausahaan sosial adalah usaha untuk menyatukan antara kejayaan komersial dengan kejayaan sosial dari peranan para kalangan industri yang menggunakan kekayaan ekonomi mereka, demi kemajuan sosial atau masyarakat. Pada dasarnya, fenomena kewirausahaan selalunya bertujuan untuk pembangunan ekonomi (Busenitz, Chandler, & Zacharakis (2003) , namun para peneliti akhir-akhir ini mengemukakan bahawa kewirausahaan sebagai proses



untuk mendorong kemajuan sosial (Alvord, Brown, & Letts, 2004; Boschee 1995; Dees dan Elias 1998; Thompson 2002).

Penelitian kewirausahaan sosial kini telah berkembang dengan pesat bersama-sama gerakan sosial dan transformasi sosial untuk memotivasikan berbagai keinginan dalam membangun gerakan perubahan sosial (Pearse Andrews, 2001).

Pada dasarnya melalui kerja sama mitra, tim mengutarakan bahwa pelaksanaan program ini merupakan *novasocial* sebagai usaha untuk membasmi kemiskinan dan memberdayakan masyarakat pesisir seperti nelayan, istri nelayan, anak nelayan, komunitas pengolah ikan di kawasan pesisir pantai. Melalui tata kelola dan pemanfaatan limbah pesisir, maka berbagai

produk keperluan komunitas pesisir untuk pembangunan usahawan berinovasi halalan thoyyiban akan dihasilkan pada masa hadapan (Aisyah, 2016).

Gambar 3. Sosialisasi Pelaksanaan kegiatan tentang penjelasan konsep kewirausahaan sosial oleh Ibu Dara Aisyah

(FISIP USU) dan penjelasan tentang Inovasi Produk Air Berkalori oleh Bapak Muhammad Sontang Sihotang (FMIPA USU).

Pada *tahap kedua* disampaikan materi oleh Bapak Muhammad Sontang tentang peran inovasi kalsium menjadi air berkalori dalam program kewirausahaan sosial. Peran Kewirausahaan sosial melalui pemanfaatan limbah pesisir menjadi produk kalsium dapat diaplikasikan kepada penyediaan makanan dan minuman berbasis kalsium (<https://www.satuhatisumut.com/sumut/sontang-sihotang-limbah-pesisir-bisa-dimanfaatkan-jadi-karbon-dan-kalsium/>).

Peran kewirausahaan sosial dapat berperan dalam usaha menyelesaikan masalah sosial ekonomi komunitas pesisir pantai. Kajian ini menghasilkan hubungan erat perguruan tinggi dalam mewujudkan inovasi sosial melalui pendekatan social engineering untuk pembangunan

sosioekonomi (Desi Yunita, Risdiana, et., al., 2018).

Kewirausahaan sosial melalui pemanfaatan limbah pesisir menjadi produk kalsium, sebagai bahan untuk pembuangan logam berat untuk mengatasi pencemaran. dengan penggunaan teknologi memberikan satu model inovasi sosial kepada masyarakat (Irma Paramita Sofia, 2015). Model ini merupakan bentuk pengabdian kepada masyarakat pesisir pantai dalam tanggungjawab sosial terhadap persekitaran, mengurangi beban perbelanjaan, peningkatan kesehatan serta peningkatan pendapatan, demi memenuhi kehendak pembangunan sosial yang berkualitas.

Peran kalsium berguna dalam usaha menjaga kualitas keseimbangan alam dan manusia secara lestari. Proyek pemanfaatan limbah tulang ikan sejak tahun 2012 (Aisyah, 2012) ini mampu meningkatkan kualitas produk kalsium dengan kualitas

organik dan halal toyyiban serta menawarkan harga yang lebih murah untuk berbagai keperluan kualitas produk makanan dan minuman.

Pengenalan terhadap manfaat kalsium kepada masyarakat akan memberdayakan ekonomi rakyat melalui pemenuhan kesehatan masyarakat dengan penyediaan bekal kalsium secara berterusan. Model kewirausahaan sosial berkemampuan melibatkan komuniti pesisir pantai dengan memanfaatkan limbah tulang ikan agar menjadi berbagai produk yang dapat memenuhi keperluan masyarakat pesisir pada umumnya.

Selanjutnya pada *tahap ketiga*, mitra diberikan pelatihan dalam menyediakan promosi produk air berkalori. Penyediaan stiker, banner, spanduk, dan brosur untuk bahan promosi serta packaging produk untuk pendistribusian air berkalori di Kelurahan Suka Maju (lihat gambar 5 dan 6). Pada dasarnya pelaksanaan kegiatan sudah

sampai tahap ketiga, manakala *tahap keempat* adalah pelaksanaan Sosialisasi Inovasi Produk Air Berkalori kepada warga Kelurahan Suka Maju Kecamatan Medan Johor.



Gambar 4. Mitra dampingi dalam penyediaan stiker, banner, spanduk & brosur untuk bahan promosi

Sepanjang kegiatan berlangsung, respon mitra sangat baik, dapat dilihat dan dirasakan dari



antusias mitra selama mengikuti dan menjalankan kegiatan Abdimas, sampai saat ini. Antusias mitra terlihat dari keaktifan mitra dalam berkomunikasi, keseriusan dalam belajar untuk membuat desain promosi, serta menjalankan pengadaan air berkalori untuk pendistribusian kepada warga di Kelurahan Suka Maju.

Gambar 5. Mitra didampingi untuk packaging produk pendistribusian air berkalori di

Kelurahan Suka Maju

Pada dasarnya hasil alih teknologi melalui briefing, pelatihan, dan literasi kepada mitra sudah menghasilkan berbagai jenis produk, yang telah diusahakan mitra. Oleh karena itu diharapkan mitra dapat berkoordinasi kepada tim Kelurahan (Gambar 7) dalam menyelesaikan acara sosialisasi inovasi produk dengan pihak Kelurahan Suka Maju, Mesjid al-Ikhlas dan Posyandu.



Gambar 6. Tim Abdimas USU dan Mitra melakukan rapat koordinasi dengan Tim Kelurahan Suka Maju-Medan untuk acara Sosialisasi

Mitra juga sangat kooperatif dan aktif membantu tim Abdimas USU terutama selaku pengelola event organizer acara sosialisasi air berkalori di kelurahan Suka Maju (Gambar 8) dan Mesjid al- Ikhlas (Gambar 9) yang berada di dekat lokasi

mitra, terutama dalam menyiapkan p e n g e m a s a n (*packaging*) botol air berkalori serta berkoordinasi dengan pihak-pihak terkait demi suksesnya acara tersebut.



Gambar 7. Tim abdimas USU dan mitra, melakukan acara sosialisasi inovasi produk kepada J a m a ' a h M e s j i d A l - I k h l a s Tim dan mitra dalam program kewirausahaan sosial mendistribusikan produk ke masyarakat untuk dikenali dan dirasakan masyarakat. Acara sosialisasi inovasi produk dihadiri berbagai kalangan, seperti Lurah, Camat, para peserta posyandu, PKK, Karang Taruna, staf kelurahan, Kepala Lingkungan, dan wakil-wakil peserta PKH dari setiap lingkungan. Pada dasarnya acara tersebut dihadiri 50 peserta, dengan memperkenalkan inovasi produk dalam bentuk paparan dan pameran. Mitra juga

memberikan sosialisasi produk di masyarakat sebagai bukti bahwa mitra sudah memperoleh pengetahuan dan pemahaman tentang program kewirausahaan sosial dan inovasi produk.

Gambar 8. Pihak tim Abdimas dan mitra, melakukan acara sosialisasi inovasi produk kepada warga Kelurahan Suka Maju

Sebenarnya pelaksanaan acara sudah dilakukan dengan sukses,



dimana semua sudah dilaksanakan sesuai dengan rencana, mulai dari surat undangan, serta susunan acara. Berbagai promosi dan packaging produk sudah selesai dikerjakan. Pihak Kelurahan sudah berkoordinasi dengan pihak Kecamatan, dan hasilnya sukses pada acara tersebut. Pihak Kelurahan melalui pak Lurah dan Sekretaris Lurah berhasil berkomunikasi mempersiapkan

tempat, acara dan fasilitas lainnya yang diperlukan sehingga pada acara berlangsung. Puji syukur kepada Alloh S.W.T karena kegiatan terlaksana dengan lancar, Alloh S.W.T telah limpahkan kemudahan dalam segala hal, program Abdimas USU di Kelurahan Suka Maju dapat berjalan dengan aman dan sukses, tertib dan lancar. Masyarakat dapat menerima informasi inovasi produk dengan jelas dan produk air berkalori yang didistribusikan dapat bermanfaat untuk kesehatan mereka.

Hasil inovasi pesisir. Adapun produk tersebut diolah menjadi air berkalsium untuk air berkalori, sehingga masalah residu pesisir dapat dimanfaatkan. Air berkalsium untuk air berkalori sebagai sarana alih teknologi (transfer knowledge) di masyarakat untuk Antisipasi Covid'19 di Kelurahan Suka Maju.

Tim mendapati bahwa mitra ada beberapa masalah yang dihadapi

oleh pihak CV. Chanting dalam rangka Pandemi Covid'19 , adalah sebagai berikut:

1. Belum memiliki produk inovasi untuk antisipasi Covid'19.

2. Sebelum ini selain produk pembuatan iklan dan pengadaan barang, mitra belum pernah ada

produk inovasi yang bermanfaat untuk kesehatan masyarakat pengguna, terutama masyarakat

umum di kota Medan yang memerlukan produk untuk pencegahan Covid'19.

3. Belum pernah melakukan packaging dan mendistribusikan produk inovasi berupa air berkalori.

Mitra belum pernah melakukan packaging produk air berkalori, serta mendistribusikan

produk tersebut untuk keperluan antisipasi Covid'19 di masyarakat, khususnya di Kelurahan

Suka Maju yang masuk

kategori zona merah.

4. Belum pernah mendapat edukasi produk inovasi air berkalori Mitra belum pernah memperoleh edukasi dari inovasi pesisir menjadi produk air berkalori yang bermanfaat untuk menambah

stamina tubuh manusia dalam rangka antisipasi Covid'19 di Kelurahan Suka Maju.

5. Belum pernah mengikuti dan melakukan program kewirausahaan sosial Mitra belum pernah mengikuti dan turut serta melakukan program kewirausahaan sosial dalam pembagian air

berkalori untuk pencegahan Covid'19 di Kelurahan Suka Maju.

6. Belum pernah di latih dalam rangka peningkatan kecerdasan sumber daya manusia untuk

produk kesehatan Mitra belum pernah mendapat penambahan ilmu di bidang produk kesehatan

hasil inovasi pesisir dari para akademisi USU, yang sangat bermanfaat untuk kesehatan diri dan masyarakat umumnya.

Target dan luaran dari kegiatan pengabdian masyarakat ini, mengacu pada permasalahan mitra yang diawali dengan proses transfer knowledge tentang kewirausahaan sosial, inovasi pesisir untuk menghasilkan produk air berkalori. Tim melakukan pelatihan promosi produk, packaging produk, serta persiapan sebagai event organizer untuk sosialisasi produk, manfaat dan kegunaan produk, serta proses pendistribusian produk di masyarakat. Berdasarkan permasalahan mitra, maka tim abdimas telah memberi pelatihan dan pendampingan kepada mitra sebagai pelaku event organizer dalam implementasi kewirausahaan sosial di Kelurahan Suka Maju.

Tabel .1. Garis Besar Target dan Luaran Pelaksanaan Kegiatan

Permasalahan Mitra	Solusi	Target	Luaran
Mitra belum mengetahui inovasi produk air berkalori.	Diberikan transfer knowledge tentang produk inovasi.	Terlaksana proses transfer knowledge.	Mengenal dan mengetahui produk knowledge.
Mitra belum pernah melakukan program kewirausahaan sosial di Kelurahan Suka Maju.	Diberikan briefing dan literasi tentang aplikasi produk untuk program kewirausahaan sosial.	Terlaksana pelatihan dan pendampingan.	Stiker, Banner, Brosur, Spanduk, Produk dalam kemasan.
Mitra belum pernah melakukan sosialisasidi masyarakat dengan inovasi produk kesehatan.	Diberikan edukasi tentang produk.	Literasi kepada mitra dalam pelaksanaan kegiatan sosialisasidi Kelurahan dan Mesjid	Mitra mendapat pengetahuan dan pengalaman sebagai event organizer untuk acara sosialisasi produk air berkalori.
Mitra belum pernah mendokumentasikankegiatan keusahawanan sosial.	Diberikan literasi dokumentasi kegiatan.	Literasi gallery foto dan video kegiatan.	Berita koran Gallery foto Video kegiatan

C. PENUTUP

1. Kesimpulan

Berdasarkan kegiatan abdimas ini, maka dapat disimpulkan bahwa pada awalnya mitra belum memiliki pengetahuan mengenai

bagaimana cara melakukan program kewirausahaan sosial di masyarakat, khususnya dalam rangka membantu masyarakat di era Pandemi Covid'19 di lingkungan Kelurahan Suka Maju dan jema'ah Masjid al-Ikhlas di sekitar tempat tinggal mitra. Kolaborasi dan respon mitra sangat produktif dan akuntabel, sehingga kegiatan abdimas ini dapat terlaksana dengan baik. Tingkat pemahaman mitra dalam menerima transfer knowledge dari tim abdimas sangat baik, karena mitra lebih menyukai proses pembelajaran secara praktek, melalui penjelasan yang ada contoh, yaitu tim harus mendemonstrasikannya kepada mitra. Proses literasi kepada mitra harus berterusan, berkesinambungan, guna mempercepat tingkat pemahaman mitra dalam menjalankan program kewirausahaan sosial sebagai event organizer untuk acara dengan melakukan proyek pengadaan air berkalori untuk

pendistribusian kepada warga di Kelurahan Suka Maju Medan.

Kegiatan Abdimas USU, telah terlaksana dan dapat dikatakan sukses. Pada dasarnya Mitra dapat memahami konsep dan peran kewirausahaan sosial di masyarakat. Mitra mampu memahami inovasi produk air berkalori untuk kesehatan. Sebenarnya mitra sebelumnya telah melakukan promosi produk kesehatan, namun mitra belum pernah mengetahui produk kalsium yang diperoleh dari pemanfaatan residu pesisir. Sebenarnya melalui program abdimas, mitra bertambah pengetahuannya tentang pemanfaatan limbah pesisir menjadi produk kalsium, dan mengetahui aplikasi kalsium menjadi air berkalori, yang dapat di minum menjadi air kesehatan serta dapat di semprotkan ke seluruh tubuh, khusus ke mata, sebagai anti radiasi, untuk mencerahkan mata dan sekaligus juga untuk wajah.

2.

Saran

Berdasarkan pengalaman tim dengan mitra dalam kegiatan abdimas ini, maka kegiatan pengabdian kiranya dapat terus dilanjutkan khususnya untuk pengurusan perizinan produk air berkalori agar terwujud legalitas izin edarnya. Sangat diharapkan dapat dilakukan testimoni pengguna terhadap produk, sebagai bukti penerimaan produk di masyarakat. Keperluan untuk sosialisasi di masyarakat di seluruh kecamatan yang ada di kotamadya Medan, menjadi tuntutan agar informasi yang diberikan dapat diterima secara merata. Pelaksanaan pelatihan pemanfaatan sampah menjadi produk kalsium sebagai bahan air berkalori, perlu dilakukan agar masyarakat dapat dengan mudah memperoleh air yang sehat dalam era Pandemi Covid'19.

DAFTAR PUSTAKA

A. Tenrinippi. 2019. Kewirausahaan Sosial Di Indonesia (Apa, Mengapa, Kapan, Siapa DanBagaimana) Meraja Journal. Vol. 2, No. 3, November 2019.

Agung Surya Dwianto. 2018. Social Entrepreneur Ship: Inovasi Dan Tantangannya Di Era PersainganBebas. ISSN 1411-083068. Majalah Ilmiah BIJAK 68 Vol. 15, No. 1, Maret 2018, pp. 68 – 76.

Andrio. 2018. Analisis Inovasi Berkelanjutan Pada Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) Industri Busana Muslim di Kota Bandung. Skripsi. Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Katolik Parahyangan., Bandung.

Assegaf, M., & Wasitowati, M. M. 2015. Knowledge Sharing Sebagai Sumber Inovasi dan Keunggulan Bersaing Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Sektor Batik. In Conference In Business, Accounting, And Management (CBAM) (Vol. 2, No. 1, pp. 208-221).

Bhegawati, Desak Ayu Sriary dan Yuliasuti, Ida Ayu Nyoman. 2019. Effect of Product Innovation and Entrepreneurial Orientation on Competitive Advantage in the Coconut Shell Craft Industry in Karangasem Regency. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*. Vol. 4, No. 1, Hal 71-89.

Dara Aisyah, et., al., 2012. Program Pemanfaatan Sisa Tulang Ikan Untuk Produk Hidroksiapatit. Kajian Di Pabrik Pengolahan Kerupuk Lekor Kuala Trengganu-Malaysia. *Jurnal Sositoteknologi Edisi 26 Tahun 11, Agustus 2012*.

Dara Aisyah, et., al., 2016. Model Keusahawanan sosial Pembuatan Produk Kalsium Organik Halalan Toyoyiban Dalam Kalangan Komuniti Pesisir: Kajian Kes Di Terengganu, Malaysia. *Journal of Holistic Student Development*. Vol. 1, No. 1 (2016).

Dara Aisyah, et., al., 2016. Pemberdayaan Masyarakat Pemanfaatan Limbah Tulang Ikan untuk Produk Hidroksiapatit (Hydroxyapatite/HA) Kajian di Pabrik Pengolahan Kerupuk Lekor Kuala Terengganu- Malaysia. *Indonesian Journal of Community Engagement* Vol. 02, No. 01, September 2016.

Dedi Rianto Rahadi. 2017. Analisis Sektor Usaha Kecil & Menengah Menjadi Model Kewirausahaan Sosial Berbasis Ekonomi Kreatif. *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia*. Vol. 4, Nomor 2, Feb 2017.

Defin Shahrial Putra & Atim Djazuli. 2013. Pengaruh Strategi Resource-Based Terhadap Keunggulan Bersaing yang Dimediasi oleh Orientasi Kewirausahaan (Studi pada Usaha Kecil Menengah Sasirangan Kota Banjarmasin). *Jurnal Aplikasi Manajemen*, Vol. 11, No. 3, Sept. Hal.392-398. ISSN: 1693-5241.

Desi Yunita, et., al., 2018. Rekayasa Sosial melalui Aplikasi Teknologi pada Masyarakat Penambang Pasir Besi di Pesisir Selatan Jawa Barat. *CR Journal*. Vol. 03 No. 02 Desember 2017. (133 – 146).

Febrantara, D. 2020. Bagaimana Penanganan UKM di Berbagai Negara Saat Ada Pandemi Covid-19. *DDTC Fiscal Research*. Retrieved from ; <https://drive.google.com/drive/folders/1MY31IOC3gWqEgzNkuJzqJnB9PV6qA2D>.

Firdaus, N. 2014. Pengentasan Kemiskinan Melalui Pendekatan Kewirausahaan Sosial. *Jurnal Ekonomi& Pembangunan*, 22(1), 55-67. Peneliti Pusat Penelitian Ekonomi Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia.