

PELATIHAN PEMBUATAN CINDERAMATA GANTUNGAN KUNCI MENGUNAKAN MATERIAL RESIN BAGI PARA IBU RUMAH TANGGA DI DESA WISATA BRAJA HARJOSARI LAMPUNG TIMUR

Dwi Asmi*, Agung Abdi Kiswandono dan Yanti Yulianti

Jurusan Fisika FMIPA, Universitas Lampung, Bandar Lampung
Jl. Prof. Sumantri Brojonegoro No.1 Bandar Lampung 35145
Penulis Korespondensi : dwiasmi82@yahoo.com

Abstrak

Pariwisata merupakan suatu aktivitas perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu dari tempat tinggal semula ke daerah tujuan dengan alasan bukan untuk menetap atau mencari nafkah melainkan hanya untuk bersenang senang, memenuhi rasa ingin tahu, maupun untuk menghabiskan waktu liburan dan pulang dengan membawa cinderamata. Tujuan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan para ibu rumah tangga di desa wisata Braja Harjosari dalam pembuatan cinderamata menggunakan bahan dasar resin melalui kegiatan pelatihan. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah metode ceramah, diskusi, demonstrasi dan praktek langsung dalam pembuatan cinderamata berbahan dasar resin. Kegiatan pelatihan dilaksanakan di ruang Majelis Taklim desa Wisata Braja Harjosari Lampung Timur dengan jumlah peserta 20 orang. Hasil yang diperoleh adalah adanya peningkatan pengetahuan yang signifikan yaitu dari rata-rata nilai awal 35,5 menjadi 94,25 pada nilai akhir, sehingga rata-rata perbedaan kenaikan nilai adalah sebesar 58,75. Para pesertapun berkeinginan untuk membuat usaha pembuatan cinderamata untuk meningkatkan perekonomian warga.

Kata kunci: *Cinderamata, desa wisata Braja Harjosari, gantungan kunci berbasis resin*

1. Pendahuluan

Salah satu sektor pembangunan yang mendapat perhatian yang cukup besar oleh pemerintah baik di kabupaten atau kota adalah sektor pariwisata. Pariwisata di Indonesia telah dianggap sebagai salah satu mesin penggerak perekonomian serta sebagai sarana untuk memperbaiki lingkungan. Pariwisata memiliki dampak yang besar pada kegiatan ekonomi. Aspek ekonomi pariwisata tidak hanya berhubungan dengan kegiatan ekonomi seperti usaha perhotelan, restoran dan penyelenggaraan paket wisata, tetapi juga kegiatan ekonomi lainnya seperti cinderamata atau lebih dikenal dengan sebutan souvenir. Cinderamata mempunyai peran yang sangat penting dalam industri pariwisata karena berhubungan dengan pengalaman pribadi para wisatawan dan juga sebagai oleh-oleh [1,2]. Selain itu, cinderamata juga mempunyai keterkaitan yang erat dengan beberapa sektor yang lain lebih besar seperti budaya, sosial dan ekonomi [3], identitas, dan budaya [4], dan juga belanja [5].

Desa Braja Harjosari merupakan salah satu desa yang terletak di Kecamatan Braja Slebah

Kabupaten Lampung Timur. Desa Braja Harjosari berjarak kurang lebih 36 km dari ibukota Lampung Timur (Sukadana) atau berjarak kurang lebih 80 km dari ibu kota Provinsi Lampung (Bandar Lampung). Desa ini sebelah Utara berbatasan dengan desa Braja Yekti dan Taman Nasional Way Kambas (TNWK) dengan jumlah penduduk desa Braja Harjosari saat ini berjumlah 5.874 jiwa terdiri atas 3.008 laki-laki dan 2.866 perempuan [6]. Sebagai salah satu desa penyangga hutan TNWK, desa Braja Harjosari pada tahun 2016 telah dicanangkan sebagai desa wisata, hal ini merupakan hasil kerja sama dengan pihak TNWK dalam pemberdayaan masyarakat di sekitar kawasan hutan TNWK. Konsep wisata yang dikembangkan di daerah ini adalah wisata agro (agrowisata) dan wisata budaya.

Berbagai upaya pemerintah daerah dalam mewujudkan desa ini menjadi desa wisata yang ideal baik dalam peningkatan sarana maupun prasarana telah dilakukan, akan tetapi peningkatan kompetensi pengetahuan dan keterampilan sumber daya manusia di desa tersebut khususnya dalam pembuatan cinderamata unik khas daerah desa

wisata Braja Harjosari bagi kaum ibu rumah tangga dalam menunjang perekonomian warga masih kurang dilakukan. Peningkatan kompetensi sumber daya manusia baik pengetahuan maupun keterampilan penting untuk dilakukan, baik dalam bentuk diskusi maupun melalui pelatihan atau workshop. Oleh sebab itu salah satu kegiatan pelatihan yang diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan para ibu rumah tangga di desa wisata Braja Harjosari adalah melalui kegiatan pelatihan dalam hal ini khususnya dalam pembuatan cinderamata unik berbahan dasar resin (berupa gantungan kunci) yang dapat dijadikan oleh-oleh bagi para wisatawan domestik maupun asing yang berkunjung di daerah ini.

2. Bahan dan Metode

Bahan-bahan yang digunakan dalam kegiatan ini adalah resin bening, katalis, cetakan plastik, bahan isian, minyak goreng, pengaduk kayu, ring gantungan kunci, wadah plastik untuk membuat campuran, plastik kemasan, dan kertas buffalo untuk mencetak label produksi. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah metode ceramah, eksperimen, diskusi dan tanya jawab. Cinderamata yang dibuat adalah gantungan kunci menggunakan bahan dasar resin. Pengertian resin menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah zat padat tanpa bentuk, berwarna kuning kecokelat-cokelatan, berasal dari getah pohon damar sebagai bahan pembuat pernis, lem, patri, dan lain sebagainya [7]. Peserta yang dilibatkan langsung pada kegiatan ini berjumlah 20 orang. Evaluasi dilakukan pada awal kegiatan berupa pretest dan akhir kegiatan yaitu post-test dengan tujuan untuk mengukur keberhasilan kegiatan apakah menunjukkan tingkat keberhasilan atau tidak. Sebagai indikator keberhasilan kegiatan adalah dengan menganalisis tingkat pemahaman peserta saat sebelum kegiatan dan sesudah kegiatan melalui evaluasi pretest dan posttest. Melalui kegiatan eksperimen langsung ini diharapkan para peserta lebih memahami dan dapat lebih meningkatkan kreatifitasnya dalam pembuatan cinderamata berupa gantungan kunci berbahan dasar resin.

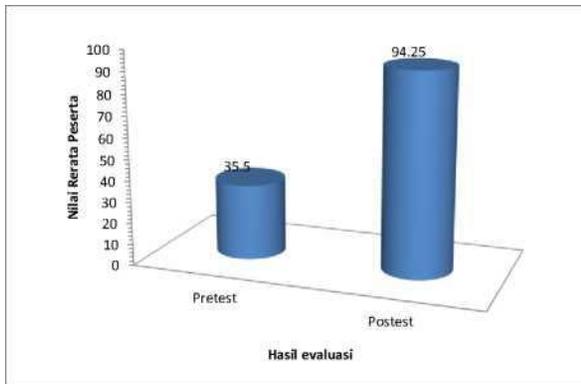
3. Hasil dan Pembahasan

Untuk mengetahui efektivitas keberhasilan kegiatan ini maka dilakukan evaluasi berupa pretest dan posttest. Gambar 1 menunjukkan hasil evaluasi pretest dan posttest kegiatan pengabdian kepada

masyarakat di Desa Wisata Braja Harjosari Lampung Timur. Hasil evaluasi sebelum kegiatan yang ditunjukkan pada Gambar 1 menunjukkan bahwa rata-rata pretest adalah rata-rata 35,50. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat pemahaman pengetahuan peserta masih rendah. Sedangkan nilai rata-rata posttest adalah 94,25 terlihat bahwa adanya peningkatan pemahaman para peserta setelah mengikuti kegiatan. Para peserta terlihat begitu antusias dan juga sangat senang mengikuti seluruh kegiatan karena secara langsung peserta terlibat dalam kegiatan. Prosentase perbedaan rata-rata peningkatan pemahaman peserta setelah mengikuti kegiatan adalah 58,75 %. Dengan demikian kegiatan ini dapat dikatakan berhasil, karena hasil individu yang diperoleh di atas perbedaan rata-rata setelah mengikuti kegiatan. Diharapkan dari hasil kegiatan ini para peserta dapat mengimplementasikannya dalam kegiatan wisata di desa Braja Harjosari. Ketersediaan cinderamata di desa wisata Braja Harjosari akan menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan, karena salah satu aktifitas wisatawan utama dalam berwisata adalah belanja [8,9] dan komponen penting dari belanja adalah pembelian cinderamata (souvenir) [10,11]. Dampak pariwisata dapat ditingkatkan dengan menjual produk lokal dan dengan membantu masyarakat lokal mempertahankan kepemilikan bisnis yang melayani wisatawan. Sejumlah studi juga telah dilakukan terkait dengan pentingnya cinderamata yang dibeli wisatawan dan dampaknya terhadap ekonomi lokal [12,13]. Karena tingginya tingkat pengeluaran wisatawan, maka cinderamata buatan lokal dapat memainkan peran yang luar biasa dalam rangka meningkatkan pendapatan perempuan, anak-anak dan orang tua di daerah tujuan wisata pedesaan.

Gambar 2, 3, 4, dan 5 memperlihatkan foto-foto proses pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan di desa Braja Harjosari.

Gambar 1. Hasil evaluasi pretest dan posttest kegiatan pelatihan pembuatan gantungan kunci berbahan resin.



Gambar 2 menunjukkan peserta sedang membuat gantungan kunci. Gambar 3 menunjukkan produk gantungan kunci berbahan resin yang dihasilkan lengkap dengan kemasannya. Gambar 4 menunjukkan peserta sedang memamerkan produk gantungan kunci hasil kerja kelompok dan Gambar 5 menunjukkan foto bersama narasumber, peserta dan kepala desa dengan hasil produk gantungan kunci yang telah diselesaikan oleh seluruh peserta. Produk gantungan kunci inipun dipamerkan pada kegiatan Lampung Fair 2018 pada bulan Oktober di Stan Unila seperti yang ditunjukkan pada Gambar 6.



Gambar 2. Peserta sedang praktek pembuatan gantungan kunci.



Gambar 3. Produk gantungan kunci berbahan dasar resin yang dihasilkan oleh peserta lengkap dengan kemasannya.



Gambar 4. Peserta memamerkan produk gantungan kunci yang dihasilkan.



Gambar 5. Foto bersama narasumber, peserta, kepala desa dan produk gantungan kunci yang dihasilkan.



Gambar 6. Produk hasil kegiatan pengabdian yang dipamerkan pada kegiatan Lampung Fair 2018.

4. Kesimpulan

Kesimpulan yang diperoleh dari kegiatan ini adalah para peserta secara umum memiliki tingkat pemahaman pengetahuan yang relatif baik, meskipun rata-rata skor pretest di bawah 50 dari skor maksimum 100, dan setelah mengikuti kegiatan, ada peningkatan yang signifikan yaitu rata-rata kenaikan nilai sebesar 58,75. Dengan demikian kegiatan ini dirasakan sangat bermanfaat dan perlu lebih ditingkatkan.

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Lampung atas bantuan biaya kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui Surat Penugasan Kegiatan Pengabdian Dosen Senior Tahun Anggaran 2018 No. 1405/UN26.21/PP/2018.

Daftar Pustaka

Wilkins, H. (2010). Soeveniers: What and why we buy. *Journal of Travel Research*, 50(3), 239-247.
Swanson, K. Dallen, T. (2012). Souvenirs : Icons of

Meaning, Commercialization and Commoditization, *Tourism Management*, 33(3), 489 - 499.

- Goss, J. (2004). The Souvenir: Conceptualizing the Object(S) of Tourist Consumption, in *A Companion to Tourism* (eds A. A. Lew, C. M. Hall and A. M. Williams), Blackwell Publishing Ltd, Malden, MA, USA.
- Morgan, N., and Pritchard, A. (2005). On souvenirs and metonymy: Narratives of memory, metaphor and materiality. *Tourist Studies*, 5(1), 29-53.
- Timothy, D.J. and Olsen, D.H. (2006). *Tourism, Religion and Spiritual Journeys*: Routledge 2 Park Square, Milton Park, Abingdon, Oxfordshire, U.K.
- BPS Braja Slebah. 2017. *Braja Slebah dalam Angka 2017*. Percetakan Pelangi. Lampung Timur.
- Kamisa. (2017). *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Edisi Terbaru). CV. Cahaya Agency Surabaya
- Fairhurst, A., Costello, C., and Holmes, A. (2007). An examination of shopping behaviour of visitors to Tennessee according to tourist typologies. *Journal of Vacation Marketing*, 13(4), 311-320.
- Fairhurst, A., Costello, C., and Holmes, A. (2007). An examination of shopping behaviour of visitors to Tennessee according to tourist typologies. *Journal of Vacation Marketing*, 13(4), 311-320.
- Littrell, M., Baizerman, S., Kean, R., Gahring, S., Niemeyer, S., Reilly, R., and Stout, J.A. (1994). Souvenirs and tourism styles. *Journal of Travel Research*, 30(1), 3-11.
- Lehto, Xinran Y, Liping A Cai, Joseph T O'Leary, and Tzung-Cheng Huan. (2004). Tourist shopping preferences and expenditure behaviours: The case of the Taiwanese outbound market. *Journal of Vacation Marketing* 10 (4), 320-332.
- Kim, S., and Littrell, M.A. (1999). Predicting souvenir purchase intentions. *Journal of Travel Research*, 38(2), 153-162.
- Revilla, G., and Dodd, T. (2003). Authenticity perceptions of Talavera pottery. *Journal of Travel Research*, 42(1), 94-99.