
ANALISIS POLA PELATIHAN MANAGEMENT DI DESA GIRIPURWO SEBAGAI PENINGKATAN SUMBER DAYA MANUSIA

Cepi Safruddin Abdul Jabar¹, Joko Pamungkas², Sutiyem³, Winarso⁴, Nur cahaya
ningrum⁵

^{1,2,3,4,5} Universitas negri yogyakarta
Email: joko_pamungkas@uny.ac.id

ABSTRAK

Kata Kunci:
Pola Pelatihan,
Management,
Giripurwo

Tujuan dari Penelitian ini adalah untuk mengetahui gambaran pelaksanaan pola pelatihan manajemen di de Giripurwo, Purwosari, Gunungkidul sebagai peningkatan sumber daya manusia. Penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Diawali dengan melakukan analisis data sekunder mengenai gambaran terkait dengan produk - produk yang dapat dikembangkan di desa Giripurwo. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara dan dokumentasi. Subjek penelitian sebagai sumber data dalam penelitian ini adalah masyarakat giripurwo. Pola management pelatihan yang dipilih ialah pelatihan management pengemasan nilai-nilai produk yang ada di desa giripurwo dan juga pengemasan yang berbasis IT. Di era new normal ini banyak sekali produk-produk yang ditawarkan lewat sosial media. Sosial media kini sudah menjadi teman dan disana disediakan apapun yang kita butuhkan. Digital marketing dibicarakan sebagai upaya pemasaran produk berbasis IT. Dengan digital marketing dan pemanfaatan sosial media dapat menekan biaya promosi dan dapat dialihkan untuk bahan produksi.

ABSTRACT

Keywords:
Training Pattern,
Management,
Giripurwo

The purpose of this study was to describe the implementation of management training patterns in de Giripurwo, Purwosari, Gunungkidul as an increase in human resources. This research is a research that uses a descriptive qualitative approach. It begins with analyzing secondary data regarding the description related to the products that can be developed in the village of Giripurwo. Data collection techniques were carried out by means of observation, interviews and documentation. The research subject as a source of data in this study is the Giripurwo community. The selected management training pattern is packaging management training on product values in the village of giripurwo and also IT-based packaging. In this new normal era, there are many products offered through social media. Social media has now become a friend and there is provided whatever we need. Digital marketing is discussed as an IT-based product marketing effort. With digital marketing and the use of social media, promotion costs can be reduced and can be transferred to production materials.

PENDAHULUAN

Dalam membangun sebuah desa Undang-undang no 6 tahun 2014 negara berupaya untuk memberikan dorongan untuk memberdayakan pembangunan desa dengan memanfaatkan sumber daya yang ada. Sumber daya yang dimaksudkan adalah sumber daya baik sumber daya manusia maupun sumber daya alam.

Sumber daya adalah potensi yang dimiliki oleh materi atau unsur lain dalam kehidupan dimana ia dapat meningkatkan kesejahteraan manusia. Sumber daya dapat mensejahterakan manusia dan tentu saja sangat menuntungkan bagi suatu daerah yang memiliki potensi. Setiap sumber daya memiliki kegunaan yang lebih spesifik dan memiliki ciri tersendiri (Maksumah, 2021).

Sumber daya manusia merupakan suatu komponen yang penting di Desa. Sumber daya manusia itu sendiri merupakan individu yang produktif bekerja sebagai penggerak

suatu organisasi, baik itu di dalam institusi maupun perusahaan yang memiliki fungsi aset sehingga harus dilatih dan dikembangkan kemampuannya. Sumber daya manusia secara makro memiliki pengertian jumlah penduduk dalam usia produktif yang ada di sebuah wilayah (Aufa, 2021).

Manajemen sumber daya manusia merupakan penembangan sumber daya manusia yang berfungsi melakukan peencanaan daya manusia, penerapan, perekrutan, pelatihan, pengembangan karier karyawan atau pegawai serta melakukan inisiatif terhadap pengembangan organisasional sebuah organisasi atau perusahaan (Syarief, Kurniawan, Widodo, Nugroho, & Rimayanti, 2022).

Desa mempunyai kemampuan untuk dikembangkan jadi tidak hanya mengembangkan potensi saja namun diperlukan upaya untuk mengembangkan potensi lokal untuk mencapai tingkat kesejahteraan desa. Dalam mengoptimalkan sumber daya yang ada disuatu desa, kita harus bisa meningkatkan kualitas sumber daya manusia melalui peningkatan pendidikan, sehingga nantinya akan diperoleh sumber daya manusia yang mampu mengolah sumber daya alam dengan baik dan benar.

Salah satu upaya untuk mengembangkan sumber daya manusia dengan cara mengadakan pelatihan manajemen. Pelatihan ini mendatangkan ahli dibidangnya dari Universitas Negeri Yogyakarta. hal ini dilakukan untuk membangun dan memotivasi masyarakat giripurwo khususnya pada sumber daya manusianya. Pola pelatihan ini disinyalir dapat dijadikan strategi desa giri purwo untuk mengembangkan potensi sumber daya manusia yang ada.

METODE PENELITIAN

Penelitian pelaksanaan pola pelatihan manajemen didesa giripurwo sebagai peningkatan Sumber Daya Manusia ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, dan digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah. Tujuan penelitian ini adalah untuk mendapatkan data yang mendalam, suatu data yang mengandung makna, makna diartikan sebagai data yang sebenarnya, yang memiliki nilai dibalik data yang tampak. Oleh karena itu dalam penelitian ini tidak menekankan pada generalisasi (Sugiyono, 2010).

Penelitian ini diawali dengan analisis kebutuhan sumber daya manusia di desa giripurwo gunung kidul. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara dan dokumentasi. Subjek penelitian sebagai sumber data dalam penelitian ini adalah masyarakat giripurwo yang melakukan pelatihan pola manajemen. setelah itu data yang diperoleh dianalisis data kualitatif dengan skema analisis kualitatif (Sugiyono, 2011). Untuk mengecek keabsahannya data hasil penelitian dilakukan triangulasi, yaitu pengecekan data dari berbagai sumber untuk mendapatkan data dari sumber yang berbeda dengan teknik yang sama.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Konsep implementasi dalam peningkatan SDM tentang management investasi, pariwisata, UMKM dan pengemasan nilai-nilai produksi Giripurwo dengan kolaborasi antara akademisi birokrasi dan praktisi, dari kosep itu Audiens yang hadir adalah bapak dan ibu yang terkumpul dalam paguyuban desa prima. Pemateri akademisi lebih berbicara tentang bagaimana pengemasan nilai-nilai produksi Giripurwo. Pemateri birokrasi

berbicara mengenai bagaimana cara mengemas produk yang ada di desa giripurwo ini seperti tempe dan jamu untuk lebih menarik dan inovatif.

Pemateri praktisi berbicara materi lebih fokus membahas tentang bagaimana memmanagement investasi, pariwisata dan UMKM. Di desa giripurwo merupakan desa yang terletak di jalur pariwisata sehingga potensi mengembangkan investasi dan umkm di sektor ini sangat bisa dilakukan. 7 sapta yang harus di pegang dalam unsur management Sapta pesona merupakan konsep sadar wisata dengan dukungan peran serta masyarakat sebagai tuan rumah destinasi, dalam upaya menciptakan lingkungan dan suasana kondusif, Aman, Tertib, Bersih, Sejuk, Indah, Ramah dan Kenangan.

Antusias warga pada konsep peningkatan SDM ini cukup baik ditandai dengan beberapa pertanyaan dari peserta pelatihan mengenai bagaimana caranya agar desa giripurwo maju dalam pariwisata. menurut pemetari praktisi caranya adalah secara bertahap dengan pelatihan mempersiapkan SDM terlebih dahulu kemudian mendatangkan investor. pertanyaan dari perserta bagaimana caranya kemasan yang bagus dan laku, murah dan tidak kalah dengan pemasaran tradisional yang lebih murah. Pemetari akademisi menerangkan bahwa Gunakan bahan yang murah dan bagus, untuk pemasaran butuh proses merubah mindset dari tradisional ke modern serta Dengan di upload di media sosial setiap saat dan testimoni.

Pemateri birokrasi mengusung tema dengan pemasaran dan aset desa giripurwo berbasis digital dan pengembangan berbasis TI. digital branding dan digital marketing . digital branding concept & framework, digital marketing, digital marketing vs traditional marketing. Digital branding merupakan sebuah proses untuk memberikan arti yang spesifik tentang brand/ produk/ jasa untuk membuat suatu pesan kepada konsumen untuk menjadi top of mind melalui digital marketing platform. Branding bukan berarti hanya nama, logo, slogan dan design. harus mencari sesuatu yang unik dari produk yang dihasilkan. Keuntungan digital branding adalah untuk meningkatkan pengakuan, membangun kepercayaan pelanggan, menghasilkan potensial atau pelanggan baru, dan mendukung iklan atau promo yang dibuat. Cara membangun digital branding adalah membangun aset digital, jadilah ahli untuk produk, memvisualisasikan konten, dan buat konten kreatif dan interaktif. Tujuan dari digital marketing adalah memperkenalkan brand, membangun komunitas, mengidentifikasi brand, meningkatkan brand. Teknologi informasi seperti handphone, kamera, internet, website, media sosial, dan media penjualan merupakan suatu kesatuan yang dibutuhkan dalam pemasaran. Pentingnya pemasaran dengan TI yaitu penggunaan TI semakin banyak, mudah menyebar, visualisasi bermacam-macam, dan lebih efektif.

Manajemen sumber daya manusia adalah suatu fungsi dalam sebuah desa atau wilayah yang fokus pada kegiatan pengelolaan dan pengarahan untuk orang-orang yang ada dalam daerah tersebut. Sumber daya manusia dianggap sebagai salah satu sumber terpenting untuk membangun desa saat ini. Manajemen sumber daya manusia lebih penting daripada sumber daya lain karena orang-orang ini menggunakan aset lain dalam organisasi, menciptakan daya saing dan mewujudkan tujuan (Setiyowati, 2021). Tujuan disini tentunya untuk emngembangkan suatu daerah tersebut.

Sumber daya manusia diartikan sebagai sumber dari kekuatan yang berasal dari manusia-manusia yang dapat didayagunakan oleh organisasi. Dengan berpegang pada pengertian tersebut, sumber daya manusia adalah manusia bersumber daya dan merupakan kekuatan (power). Dari berbagai pengertian tersebut maka dapat diartikan bahwa sumber daya manusia adalah sumber daya yang memiliki potensi, kontribusi dan peran yang berpengaruh terhadap upaya pencapaian tujuan organisasi(Primayana, n.d.).

Di desa giripurwo sudah dilakukan dalam pengembangan potensi sumber daya manusianya melalui pelatihan yang dilakukan dengan mendatangkan ahli dari Universitas

Negeri Yogyakarta. pelatihan yang dilakukan merupakan pelatihan yang lebih untuk menggali potensi yang ada di masyarakat setempat. Produk UMKM menjadi salah satu terobosan bagi desa giripurwo. Kombinasi antara pelatihan pengemasan produk dengan produk yang sudah ada di daerah tersebut menjadi perpaduan yang sangat baik.

Manajemen Sumber daya Manusia dengan memberikan bekal tentang pemasaran berbasis digital merupakan upaya baru untuk masyarakat giripurwo. Di era new normal ini banyak sekali produk-produk yang ditawarkan lewat sosial media. Sosial media kini sudah menjadi teman dan disana disediakan apapun yang kita butuhkan. Digital marketing dibicarakan sebagai upaya pemasaran produk berbasis IT. Dengan digital marketing dan pemanfaatan sosial media dapat menekan biaya promosi dan dapat dialihkan untuk bahan produksi (Hardilawati, 2020). Digital Marketing membantu perusahaan atau pelaku usaha dalam mempromosikan dan memasarkan produk dan jasa mereka dan mampu memperluas pasar baru yang sebelumnya tertutup atau terbatas karena adanya keterbatasan waktu, jarak dan cara berkomunikasi (Prabowo, 2018).

Dalam suatu pemasaran online, peran digital branding sangatlah penting karena dengan hal tersebut kita bisa membangun suatu ikatan dengan pelanggan, membuat brand kita menjadi mudah untuk diingat orang, memperluas jangkauan, jaringan dan lain-lain. Digital branding disini bisa berupa logo, website, sosial media dan lain-lain (Fadly & Utama, 2020). Pada materi yang disampaikan oleh bapak Ariyawan beliau menyampaikan tentang pemanfaatan IT untuk Visualisasi produk khususnya digital branding. Pola pelatihan manajemen sumber daya manusia dapat dijadikan sebagai bekal dan memadukan potensi yang sudah ada sehingga dapat membangun desa Giripurwo.

KESIMPULAN

Upaya pola pelatihan manajemen yang dilakukan di desa giripurwo sebagai salah satu untuk meningkatkan sumber daya manusia. Potensi yang dimiliki oleh desa Giripurwo ini dapat dikembangkan dengan adanya pelatihan ini. pelatihan ini menjadi bekal untuk masyarakat giripurwo dalam membangun desa.

Pola pelatihan yang dipilih ialah pelatihan manajemen pengemasan nilai-nilai produk yang ada di desa giripurwo dan juga pengemasan yang berbasis IT. Di era new normal ini banyak sekali produk-produk yang ditawarkan lewat sosial media. Sosial media kini sudah menjadi teman dan disana disediakan apapun yang kita butuhkan. Digital marketing dibicarakan sebagai upaya pemasaran produk berbasis IT. Dengan digital marketing dan pemanfaatan sosial media dapat menekan biaya promosi dan dapat dialihkan untuk bahan produksi.

BIBLIOGRAFI

- Aufa, Atilia. (2021). Pengertian Sumber Daya Manusia dan Manajemen SDM. Retrieved from jojonomic website: <https://www.jojonomic.com/blog/sumber-daya-manusia/>
- Fadly, Hawangga Dhiyaul, & Utama. (2020). Membangun Pemasaran Online dan Digital Branding di Tengah Pandemi Covid 19. FKIP UMS, 5(2).
- Hardilawati, wan laura. (2020). Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi COVID 19. Akuntansi Dan Ekonomika, 10(1).
- Maksumah, Lifthifah Anis. (2021). Pengembangan Masyarakat Desa dengan Mengoptimalkan SDM dan SDA. Retrieved from Kompasiana website: <https://www.kompasiana.com/lifthifahanis8469/6194a21ec26b7774906abe05/penge-mbangan-masyarakat-desa-dengan-mengoptimalkan-sdm-dan-sda>

- Prabowo, W. A. (2018). Pengaruh Digital Marketing terhadap Organizational Performance Dengan Intellectual Capital Dan Perceived Quality sebagai Variabel Intervening Pada Industri Hotel Bintang Tiga Di Jawa Timur. *Manajemen Pemasaran*, 12(2), 101–112. <https://doi.org/https://doi.org/10.9744/pemasaran.12.2.101-112>
- Primayana, Kadek Hengki. (n.d.). Manajemen Sumber Daya Manusia dalam peningkatan Mutu Pendidikan di Perguruan Tinggi. *Penjamin Mutu*.
- Setiyowati, Harlis. (2021). Penerapan Manajemen Pengetahuan Pada PT. Citra Abadi Sejati. *Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1(1).
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2011). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: alf.
- Syarief, Faroman, Kurniawan, Andrie, Widodo, Zandra Dwanita, Nugroho, Hari, & Rimayanti, Rimayanti. (2022). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Widina Bhakti Persada.



This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.