



Pemberdayaan Melalui Kreativitas Membuat Telur Asin dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat

Destia Rahmawati^{1*}, Asep Shodiqin¹, Yusuf Zaenal Abidin²

¹Jurusan Pengembangan Masyarakat Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Gunung Djati, Bandung

²Jurusan Manajemen Dakwah, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Gunung Djati, Bandung

*Email : destiarahmawati2312@gmail.com

ABSTRAK

Perkembangan zaman kian melesat jauh dengan segala pencapaiannya yang spektakuler. Untuk tetap berperan dan bermain di tengah budaya global, dakwah harus tetap memegang kendali dan mengatasi problematika zaman salah satunya di bidang ekonomi. Maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bentuk-bentuk dakwah yang dilakukan oleh pihak komunitas Telur Asin Batik terhadap masyarakat di Desa Dawuan Barat melalui daya atau penguatan, pengerahan (*mobilisasi*) sumberdaya, dan nilai tambahnya. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan metode deskriptif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa bentuk dakwah melalui penguatan dilakukan melalui penyuluhan dan sosialisasi, pengerahan (*mobilisasi*) sumberdaya melalui beberapa tahap di antaranya yaitu tahap *plan, do/ action, see*, dan bentuk dakwah melalui nilai tambah dengan adanya pengajian rutin serta mengadakan kegiatan Islam lainnya.

Kata Kunci : Pemberdayaan Ekonomi Umat; Pengerahan Sumberdaya; Nilai Tambah

ABSTRACT

The development of the times has accelerated far with all its spectacular achievements. To continue to play a role and play in the midst of global culture, da'wah must remain in control and overcome the problems of the times, one of which is in the economic field. So the purpose of this study was to find out the forms of da'wah carried out by the Salted Egg Batik community to the people in West Dawuan Village through power or reinforcement, mobilization of resources, and added value. This research is a qualitative research using descriptive method. The results of this study indicate that the form of da'wah through strengthening is carried out through counseling and

outreach, mobilization of resources through several stages including the plan, do/ action, see stages, and the form of da'wah through added value by having regular recitations and holding Islamic activities other.

Keywords: *Community Economic Empowerment; Deployment of Resources; Value-added*

PENDAHULUAN

Keberagaman yang dimiliki Indonesia sangatlah menakjubkan. Hanya saja seiring berjalannya waktu, banyak fenomena-fenomena yang terjadi di kehidupan muka bumi ini. Meskipun kita sedang berada di era digital yang perkembangannya sangat luar biasa, namun tetap saja masih terdapat beberapa hal di bidang-bidang lainnya yang dirasa belum bisa dikatakan maju salah satunya ialah dalam bidang ekonomi. Dengan adanya fenomena-fenomena yang terjadi maka menimbulkan dampak salah satunya ialah munculnya daya saing, sehingga kompetisi pasar yang kian membesar. Oleh karena itu, kegiatan industri harus terus berjalan secara terus menerus agar selalu ada produk yang dihasilkan, sehingga ada pemasukan dalam perekonomiannya. Menjadikan suatu produk bermanfaat berarti menghasilkan produk yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat dan memiliki daya jual yang tinggi.

Mayoritas penduduk Indonesia adalah beragama Islam. Maka dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat, peran umat Islam sangat dibutuhkan. Tingkat pengangguran akan bertambah jika peluang yang tersedia tidak dimanfaatkan dan sumber daya manusianya tidak dapat dikelola dengan baik. Sebuah industri tidak akan berkembang jika tidak ada sumber daya manusia yang inovatif. Karena pada dasarnya di dalam dunia industri, harus memiliki suatu ciri khas, keunikan dan berbeda dari yang lain dalam suatu produk yang dihasilkan. Sehingga dalam hal ini, tingkat kreativitas dan inovasi yang dikembangkan dapat menentukan nilai ekonomis dalam menghasilkan suatu produk. Jadi manusia sebagai pelaku yang merancang untuk menemukan solusi dalam proses aktivitasnya (Heru, 2009).

Berdasarkan data administrasi Desa Dawuan Barat yang mengatakan bahwa jumlah penduduk Desa Dawuan Barat sebanyak 9.485 jiwa dengan penduduk usia produktif 4.722 jiwa, sedangkan penduduk yang dikategorikan miskin 2.345 jiwa. Mata pencaharian sebagian besar penduduk adalah buruh, pedagang dan karyawan. Di wilayah desa Dawuan Barat terdapat dua bangunan pasar dan lahan pertanian yang sudah berkurang luasnya (sudah beralih fungsi menjadi perumahan, perkantoran dan gudang). Sehingga masyarakat Dawuan Barat yang dulunya sebagai petani sekarang menjadi karyawan, buruh pada home

industri, perkantoran, tukang ojek, pekerja bangunan, pedagang kaki lima, serta pekerjaan lainnya. Maka dalam hal ini, tingkat pendapatan masyarakat belum sepenuhnya memenuhi kebutuhan sehari-hari, karena harga barang tidak sebanding dengan pendapatannya, keterampilan masih kurang, upah pekerja masih rendah, dan kebutuhan pokok lainnya masih mahal. Pertumbuhan perekonomian desa masih didominasi oleh sektor perdagangan dan sebagian besar masyarakat Desa Dawuan Barat menjadi karyawan/buruh. Oleh karena itu perlu adanya inovasi dalam mengatasi permasalahan ini.

Pemberdayaan di bidang ekonomi merupakan sebuah upaya membangun kekuatan dengan cara mendorong, memotivasi, membangkitkan kesadaran, dan berupaya mengembangkan potensinya dalam ranah perekonomian (Mubyarto: 2000: 263). Jadi salah satu aktivitas *dakwah bil hal* salah satunya ialah dengan memanfaatkan daya kreativitas masyarakatnya melalui produksi telur asin batik yang dilakukan oleh masyarakat yang ikut serta dalam Komunitas Telur Asin Batik yakni di Desa Dawuan Barat, Kabupaten Karawang. Selama ini yang kita tahu mengenai seni membuat batik adalah sesuatu yang dilukiskan pada kain. Namun tidak dengan salah satu komunitas di daerah Karawang yakni di Desa Dawuan Barat, Kecamatan Cikampek yang menghasilkan telur asin bermotif batik. Hal inilah yang menjadi keunikan dan jarang sekali ditemui di seluruh penjuru Indonesia. Dengan adanya pergerakan tersebut, diharapkan dapat berbanding lurus dengan peningkatan produktivitas umat. Agar hal tersebut terwujud, maka diperlukan langkah dakwah secara berkelanjutan yang dapat memotivasi serta mengembangkan mad'unya baik dari segi keilmuan agama maupun sektor perekonomiannya.

Melihat fenomena yang terjadi, maka dakwah memainkan peranan yang penting dalam pembangunan masyarakat Islam salah satunya ialah dibidang ekonomi yang dilakukan oleh pihak pengelola komunitas telur asin batik sebagai da'i yang mengajak masyarakat di daerahnya untuk memanfaatkan potensi masyarakatnya sebaik mungkin. Maka dengan adanya kegiatan produksi tersebut, diharapkan untuk meningkatkan harkat dan martabat umat Islam dari kondisi kemiskinan, serta untuk melepaskan diri dari kemiskinan dan keterbelakangan ekonomi. Sehingga pada fokus penelitian ini jika dirumuskan berdasarkan kalimat tanya yaitu: bagaimana bentuk dakwah dalam memberikan daya atau penguatan kepada masyarakat melalui produksi telur asin batik?, bagaimana bentuk dakwah dalam pengerahan sumber daya melalui produksi telur asin batik?, dan bagaimana bentuk dakwah dalam menumbuhkan nilai tambah dalam meningkatkan

perekonomian masyarakat melalui produksi telur asin batik?

Penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini salah satunya ialah *pertama*, penelitian yang ditulis oleh Noning Verawati, dkk (2016) dengan judul penelitian “Pemberdayaan Masyarakat Bratasena Melalui Usaha Ekonomi Kreatif Telur Asin Rendah Kolesterol”; *kedua*, penelitian yang ditulis oleh Amrillah (2013) dengan judul penelitian “Perkembangan Industri Telur Asin di Kelurahan Limbangan Wetan Kecamatan Brebes dan Pengaruhnya terhadap Sosial Ekonomi Masyarakat Tahun 1980-2005”; dan *ketiga*, penelitian yang ditulis oleh Khasanah (2018) dengan judul penelitian “Dakwah Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Melalui Industri Kreatif Telur Asin di Kelurahan Kebonsari Kecamatan Jambangan Kota Surabaya”. Hal yang membedakan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada fokus penelitian dimana fokus penelitian sebelumnya terfokus pada pemberdayaan industri telur asinnya. Sedangkan fokus penelitian yang dilakukan oleh penulis ialah terdapat aktivitas dakwah yang dilakukan oleh pihak pendiri komunitas Telur Asin Batik kepada anggotanya melalui kreativitas membatik pada telur asin. Hal ini sejalan dengan wilayah kajian jurusan Pengembangan Masyarakat Islam. Di dalamnya terdapat kajian tentang dakwah dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat (*dakwah bil hal*) terutama yang berkaitan dengan daya dan penguatan, pengerahan (mobilisasi) sumberdaya, dan nilai tambah secara material maupun produktivitasnya. Jadi penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan perekonomian masyarakatnya melalui produksi telur asin batik tersebut dengan menggunakan metode penelitian secara deskriptif. Karena di dalam penelitian ini dibutuhkan penelitian secara mendalam dan harus mendapatkan sumber data secara fakta dan aktual.

LANDASAN TEORITIS

Teori yang sesuai dengan penelitian tentang aktivitas dakwah melalui kreativitas membatik pada telur asin dalam meningkatkan perekonomian masyarakat menggunakan teori mengenai dakwah, teori pemberdayaan ekonomi umat, dan teori ekonomi kreatif. Teori yang digunakan tersebut relevan dengan penelitian ini yang berjudul aktivitas dakwah melalui kreativitas membatik pada telur asin dalam meningkatkan perekonomian masyarakat yang membahas mengenai bentuk-bentuk dakwah melalui kegiatan tersebut.

Dakwah adalah seruan, imbauan, atau ajakan kepada manusia untuk berbuat kebaikan dan menaati petunjuk, amar ma'ruf nahi munkar, sesuai dengan ajaran yang diturunkan Allah kepada Rasul-Nya, agar mereka memperoleh kebahagiaan dunia dan akhirat (Khasanah, 2007: 25). Pada hakikatnya, dakwah Islam juga

merupakan realisasi dari suatu keyakinan (teologi) yang diwujudkan dalam sistem aktivitas manusia orang-orang yang beriman dalam ranah sosial. Dakwah berupa pemberdayaan (*dakwah bil hal*) dalam pelaksanaannya dapat dilakukan melalui kegiatan pemberdayaan masyarakat, yaitu dakwah dengan usaha membangun kekuatan dengan mendorong, memotivasi dan membangkitkan kesadaran akan potensi yang dimiliki serta berupaya mengembangkannya berdasarkan proses mandiri (Ali Aziz, 2009:378). Bentuk dakwah ini disebut *tamkin*, yakni suatu bentuk *dakwah bil hal* yang mentransformasikan nilai-nilai Islam melalui pengembangan dan pemberdayaan masyarakat termasuk sumber daya manusia, ekonomi dan lingkungan (Aliyudin, 2016:188).

Pemberdayaan diartikan sebagai upaya untuk memberikan daya (*empowerment*) atau penguatan (*strengthening*) terhadap masyarakat (Mardikanto, 2015). Menurut Eddy Papilaya yang dikutip oleh Zubaedi, pemberdayaan juga merupakan upaya membangun kapasitas masyarakat dengan mendorong, memotivasi, dan meningkatkan kesadaran akan potensi yang dimilikinya sehingga mereka berupaya mengembangkan potensi tersebut melalui tindakan nyata (Zubaedi, 2007:42).

Ekonomi Umat merupakan upaya untuk membantu mewujudkan kebahagiaan masyarakat yang beragama Islam dengan mengalokasikan dan mendistribusikan sumber daya yang terbatas di koridor dengan ranah ajaran Islam tanpa membatasi kebebasan individu untuk menciptakan ekonomi makro yang berkelanjutan dan ekologi yang berkelanjutan (Yunia, 2014).

Pemberdayaan ekonomi masyarakat adalah upaya mengerahkan sumber daya untuk dapat mengembangkan potensi ekonomi masyarakat guna meningkatkan produktivitasnya sehingga baik sumber daya manusia maupun sumber daya alam ada untuk meningkatkan produktivitasnya (Kartasasmita, 1996: 249).

Oleh karena itu, pemberdayaan ekonomi adalah pengembangan sistem ekonomi kerakyatan oleh rakyat itu sendiri, untuk kepentingan rakyat, atau dengan kata lain untuk meningkatkan kemampuan rakyat secara keseluruhan dengan mengembangkan dan merangsang potensi yang dimilikinya. Jadi upaya mobilisasi sumber daya untuk mengembangkan potensi ekonomi rakyat akan meningkatkan produktivitas rakyat. Dengan demikian, masyarakat atau pemilik lingkungan dapat berperan serta dalam produksi dan pertumbuhan nilai tambah, sehingga meningkatkan kemakmuran dan kesejahteraannya (Jaelani, 2014: 22).

Ekonomi kreatif merupakan konsep ekonomi baru yang memadukan informasi dan kreativitas serta bertumpu pada ide, gagasan, dan pengetahuan dari sumber daya manusia sebagai faktor produksi (Arjana, 2017: 227). Maka dapat dikatakan bahwa ekonomi kreatif merupakan proses setiap individu yang memanfaatkan ide, gagasan, bakat, atau kreativitasnya untuk menciptakan hal yang berbeda dari yang lainnya atau hal yang baru ke dalam bidang ekonomi. Karena pada dasarnya, industri tidak bisa lagi bersaing di pasar global hanya karena harga atau kualitas produknya saja, tetapi juga harus mampu bersaing berdasarkan inovasi, kreativitas dan imajinasi (Purnomo, 2016: 8).

Pada penelitian ini memfokuskan pada bentuk-bentuk dakwah yang dilakukan oleh pihak komunitas Telur Asin Batik melalui kreativitas membuat pada telur asin dalam meningkatkan perekonomian masyarakat di Desa Dawuan Barat, Kecamatan Cikampek, Kabupaten Karawang. Oleh karena itu, landasan teori lainnya yang tertuju pada rumusan masalah yang dikaji yaitu teori berupa penguatan, pengerahan (mobilisasi) sumberdaya, dan nilai tambah pada aktivitas komunitas tersebut.

Penguatan (*reinforcement*) adalah segala bentuk respons yang merupakan bagian dari modifikasi pengelola terhadap perilaku anggota yang dirancang untuk memberikan informasi atau umpan balik kepada anggota untuk mendorong atau mengoreksi respons mereka (Sanjaya, 2009). Kekuatan atau penguatan berarti menambah kekuatan pada sesuatu yang belum kuat. Makna ini diarahkan pada perilaku individu yang perlu diperkuat. Kekuatan atau penguatan ini adalah setiap konsekuensi atau efek dari perilaku yang memperkuat beberapa perilaku. Jadi daya atau penguatan dalam penelitian ini adalah respon positif dalam pengarahannya dari pengelola komunitas telur asin batik kepada masyarakat sekitarnya dengan tujuan sebagai dorongan untuk memanfaatkan potensinya melalui kreativitas membuat pada telur asin sehingga dapat mempertahankan dan meningkatkan perilaku tersebut.

Mobilisasi sumber daya adalah perluasan sumber daya, peningkatan keterampilan, pengetahuan dan kemampuan untuk mengelolanya. Pada dasarnya mobilisasi sumber daya lebih ditekankan pada kondisi yang mendukung penerjemahan nilai ke dalam tindakan praktis, serta kondisi dan persaingan yang memudahkan gerakan sosial sebuah organisasi untuk bekerja sama (Singh, 2010: 134). Sumber daya mencakup sumber daya manusia (keahlian, pengetahuan dan konsep/pemikiran) dan barang seperti uang, material, informasi, atau bentuk lainnya yang digunakan bagi mencapai tujuan organisasi. Sumber daya dapat berbentuk sumber daya keuangan maupun non-keuangan yang mendukung

memenuhi kebutuhan organisasi. Sedangkan mobilisasi sumber daya berarti perluasan sumber-sumber daya, dan peningkatan keterampilan, pengetahuan dan kapasitas dalam pengelolaan sumber daya yang dimiliki organisasi. Mobilisasi sumber daya adalah upaya yang memastikan tercukupinya sumber daya organisasi dalam pengembangan, pelaksanaan dan keberlanjutan pencapaian visi dan misi organisasi. Jadi dalam hal ini, adanya ketersediaan sumber daya untuk kolektivitas dalam jaringan sosial serta menekan rasionalitas tentang partisipasi dalam suatu gerakan sosial. Pada penelitian ini maka masyarakat di daerah Dawuan bersedia untuk ikut terlibat dalam komunitas telur asin batik untuk menghasilkan suatu produk unggulan dari komunitas tersebut.

Nilai tambah suatu produk adalah hasil dari nilai produk akhir dikurangi dengan biaya antara yang terdiri dari biaya bahan baku dan bahan penolong (Tarigan, 2004). Nilai tambah merupakan nilai yang ditambahkan kepada barang dan jasa yang dipakai oleh unit produksi dalam proses produksi sebagai biaya antara. Nilai yang ditambahkan ini sama dengan balas jasa atas ikut sertanya faktor produksi dalam proses produksi. Nilai tambah menggambarkan imbalan bagi tenaga kerja, modal, dan manajemen (Lakamisi, 2011). Salah satu kegunaan menghitung nilai tambah adalah untuk mengukur besarnya jasa terhadap para pemilik faktor produksi. Agar berhasil memenuhi dan memuaskan kebutuhan serta keinginan konsumen, maka nilai tambah yang dihasilkan juga harus menjadi alasan konsumen untuk membeli produk tersebut baik secara bertambahnya harga maupun dari segi kualitasnya. Misalnya dengan adanya keunikan atau ciri khas yang unggul dalam penelitian ini yakni produksi membuat pada telur asin sehingga menjadi pembeda dengan produk telur asin lainnya. Hal inilah yang menjadi nilai tambah pada produksi telur asin batik tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Desa Dawuan Barat merupakan salah satu dari sepuluh desa yang terletak di Kecamatan Cikampek Kabupaten Karawang dengan ketinggian tanah dari permukaan laut \pm 100 M. Kegiatan ekonomi desa selama ini masih didominasi oleh sektor perdagangan. Mengingat di wilayah desa Dawuan Barat terdapat dua bangunan pasar dan lahan pertanian sudah berkurang luasnya (sudah beralih fungsi menjadi perumahan, perkantoran dan gudang). Sehingga masyarakat Dawuan Barat yang dulunya sebagai petani/ buruh tani sekarang menjadi karyawan, buruh pada *home industry*, tukang ojek, pedagang kaki lima, serta pekerjaan lainya. Tingkat pendapatan masyarakat belum sepenuhnya memenuhi

kebutuhan sehari-hari, karena harga barang tidak sebanding dengan pendapatannya, keterampilan masih kurang, upah pekerja masih rendah, dan kebutuhan pokok lainnya masih mahal. Situasi ini tidak hanya terjadi di wilayah Desa Dawuan Barat saja, tetapi juga di wilayah lain memiliki situasi yang serupa. Pertumbuhan perekonomian desa masih didominasi oleh sektor perdagangan dan sebagian besar masyarakat Desa Dawuan Barat menjadi karyawan/buruh. Berdasarkan berbagai fenomena yang terjadi di Desa Dawuan Barat, maka *dakwah bil hal* melalui produksi telur asin batik ini merupakan jembatan agar dapat memberdayakan sekaligus meningkatkan perekonomian masyarakat dengan mengasah daya kreativitasnya. Jadi, sasaran dalam program di penelitian ini adalah kaum pribuminya yakni warga yang berada di Desa Dawuan Barat, Kecamatan Cikampek, Kabupaten Karawang itu sendiri.

Selama ini yang kita tahu bahwa batik adalah teknik melukis di atas kain. Namun berbeda dengan produksi batik yang berada di daerah Karawang yakni membatik pada cangkang telur bebek. Komunitas telur asin batik di Desa Dawuan Barat, Kecamatan Cikampek ini ialah produsen yang memproduksi telur asin batik. Kelompok Telur Asin Bakar (Batik Karawang) didukung penuh oleh PT. Pertamina (Persero) Terminal Bahan Bakar Minyak (TBBM) Cikampek. Sejak tahun 2018, komunitas ini menjadi salah satu mitra program Corporate Social Responsibility (CSR) PT Pertamina (Persero) TBBM Cikampek. Meskipun baru berdiri pada 2017, kelompok ini menjadi salah satu kelompok industri rumahan lokal yang berkembang. Kini, mereka telah mampu menjual telur asin sebanyak 3.000-5.000 butir per bulan. Usaha yang berjalan sekitar 14 tahun ini cukup bermanfaat bagi warga desa Dawuan Barat. Karena perekonomian di Desa ini mulai meningkat sejalan dengan permintaan telur asin batik Karawang ke luar daerah. Dulu hampir setiap hari sekitar 500 butir telur asin batik ini terjual ke beberapa daerah di Karawang. Untuk pasokan bahan baku bebek, mereka dapat dari luar daerah Karawang yaitu dari daerah Pamanukan Subang. Karena di Karawang sendiri di akui pengrajin telur masih sulit di dapatkan. Selain memproduksi telur asin batik, pihak pengelola komunitas Telur Asin Batik juga memasukkan unsur dakwah di setiap kegiatannya. Maka Bapak Suhara selaku tokoh agama sekaligus pendiri komunitas Telur Asin Batik tersebut memberdayakan masyarakatnya dalam bidang ekonomi (*dakwah bil hal*).

Bentuk Dakwah dalam Memberikan Daya atau Penguatan Kepada Masyarakat

Islam adalah agama universal. Di dalam ajaran agama Islam membimbing seluruh aspek kehidupan manusia, termasuk dimensi vertikal (*habl min al Allah*) dan dimensi horizontal (*habl min al Nas*). Islam memiliki sumber utama yakni Al-Qur'an yang isinya mengenai akidah, syariah, etika (moralitas), serta sejarah-sejarah. Di dalamnya berisikan firman-firman untuk mengatur perilaku dan tata cara hidup manusia, baik sebagai individu maupun sebagai makhluk sosial (masyarakat). Keuniversalan ini juga tampak pada muamalah yang memiliki bidang gerak yang sangat luas yang dapat sesuai dengan keadaan, kondisi dan tempat tinggal. Sebagai khalifah Allah di muka bumi, manusia berkewajiban membangun dunia dan memanfaatkan sumber daya alamnya dengan cara yang baik dan adil. Dengan demikian, manusia secara individual bertanggung jawab memanfaatkan tenaganya untuk bekerja dalam rangka memakmurkan bumi dan mengupayakan pemenuhan kebutuhan pokoknya. Secara otomatis bila kesadaran semacam ini diaplikasikan dalam bentuk kerja, akan membawa dampak positif dan berimplikasi pada pemenuhan kebutuhan hidup dalam rangka memperdayakan diri di bidang ekonomi. Oleh karena itu, manusia mempunyai tanggungjawab moral dalam pengimplementasian ajaran Islam tersebut. Maka dari itu Bapak Suhara selaku salah satu tokoh agama di Desa Dawuan Barat ini berdakwah melalui pemberdayaan ekonomi pada komunitas yang didirikannya. Jadi selama perjalanan hidupnya, tidak hanya berkat dalam hal *ibadah mahdhab* yang terkait langsung dengan *habl min Allah* saja, tetapi juga memperhatikan aktifitas yang terkait dengan *habl min al-Nas*, di antaranya mempunyai program atau kegiatan realistik untuk menyelesaikan masalah ekonomi yang dihadapi oleh umat Islam yaitu dengan memberi keyakinan atau penguatan kepada warga sekitar yang ikut serta bergabung dalam komunitasnya. Penguatan (*reinforcement*) merupakan bentuk respon dari modifikasi tingkah laku pengelola terhadap tingkah laku anggotanya. Hal ini bertujuan untuk memberikan umpan balik bagi anggota atas respon yang diberikan sebagai suatu dorongan atau koreksi (Sanjaya, 2009: 37). Melalui keterampilan penguatan (*reinforcement*) yang diberikan pihak pengelola, maka para anggota akan merasa terdorong untuk memberikan respon setiap kali muncul stimulus dari pengelola atau para anggota akan berusaha menghindari respon yang dianggap tidak bermanfaat.

Oleh karena itu, peran keterampilan penguatan (*reinforcement*) adalah untuk memberi penghargaan kepada anggota sehingga mereka terdorong untuk meningkatkan keterlibatannya dalam setiap proses pembelajaran. Tujuan lain dari pembelajaran penguatan adalah untuk meningkatkan motivasi dan perhatian peserta atau anggota ketika pembelajaran atau pelatihan berlangsung, dan dapat

mengembangkan cara berpikir peserta atau anggota ke arah yang lebih baik. Peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) atau Usaha Kecil Menengah (UKM) dalam pertumbuhan perekonomian suatu negara sangatlah penting. Berbagai upaya dapat dilakukan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat termasuk pembuatan Telur Asin Batik sebagai bentuk usaha mikro yang berdampak pada penguatan ekonomi masyarakat.

Kegiatan sosialisasi atau penyuluhan yang dilakukan mengutamakan perubahan persepsi masyarakat bahwa usaha perlu dikembangkan untuk meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan. Sebagaimana halnya menurut Amanah (2007) penyuluhan adalah tindakan yang bertujuan mengubah masyarakat dengan mengembangkan potensinya dengan beberapa metode, sehingga dalam bekerjanya dapat memecahkan permasalahan menuju kehidupan yang lebih baik lagi. Melalui *home industry* yang memproduksi telur asin batik, kegiatan sosialisasi atau penyuluhan yang dilakukan diutamakan untuk merubah pola pikir masyarakat bahwa usaha perlu untuk dikembangkan untuk meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan. Selama kegiatan berlangsung para ibu-ibu sangat antusias dalam kegiatan ini, dilihat dengan tingginya respon para masyarakat yang tertarik bergabung dalam kegiatan komunitas Telur Asin Batik. Selanjutnya, para peserta diharapkan dapat mempraktekan proses pengolahan telur asin batik dan sekaligus menyebarkan informasi mengenai cara pembuatannya kepada masyarakat di Desa Dawuan Barat, Kecamatan Cikampek, Kabupaten Karawang.

Salah satu bukti pencapaian tujuan atau keberhasilan kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah partisipasi peserta dalam kegiatan yang dikembangkan melalui diskusi selama masa penyuluhan dan kehadiran peserta selama kegiatan. Keberhasilan dari kegiatan ini juga terlihat dari banyaknya pertanyaan ibu-ibu mengenai proses pembuatan, penambahan bahan baku lainnya dan keinginan dari ibu-ibu untuk langsung mempraktekannya, serta cara pengemasannya sehingga bisa mengolahnya. Kegiatan pemberdayaan ekonomi masyarakat ini diharapkan memberikan manfaat yang penting bagi masyarakat untuk menggunakan daya kreativitasnya dan peluang yang diberikan melalui membuat pada telur asin, sehingga salah satu tujuan komunitas dapat tercapai yakni membantu menambah penghasilan bagi warga sekitar untuk kebutuhan sehari-hari. Setelah kegiatan produksi selesai, maka dilakukan evaluasi secara keseluruhan untuk ditinjau kembali proses dan hasil produksinya dan respon masyarakat yang sebagai pembeli. Sehingga pihak pengelola dapat memperbaiki segala kekurangan dan menjadikan komunitas Telur Asin Batik ini melambung jauh.

Pada kegiatan memproduksi Telur Asin Batik, pihak pengelola komunitas

memberi beberapa penguatan di antaranya melalui penguatan *verbal* dan *nonverbal*. Penguatan *verbal* adalah penguatan melalui ekspresi verbal berupa pujian, dukungan, persetujuan atau dorongan yang membuat anggota merasa puas dan terdorong, sehingga mendorong mereka untuk berpartisipasi lebih aktif dalam kegiatan. Tanggapan dari pelatih atau manajer berupa pujian, dukungan dan pengakuan dapat memberikan penguatan terhadap kinerja anggota. Anggota yang diperkuat merasa bangga dan termotivasi untuk meningkatkan proses belajar mereka lagi. Penguatan verbal dapat diekspresikan dalam dua bentuk, melalui kata-kata dan melalui sebuah kalimat (Barnawi & Arifin, 2012: 209-211). Dalam hal ini, bapak Suhara dan bapak Wirdanu sebagai pihak pengelola memberi penguatan pada ibu-ibu yang ikut serta bergabung dengan komunitas Telur Asin Batik dengan menjelaskan terlebih dahulu apa tujuan dari kegiatan yang akan dilakukan. Tujuan tersebut ialah tentunya untuk menggunakan akal dan daya kreativitas yang telah Allah SWT beri pada setiap Hamba-Nya untuk digunakan dengan sebaik mungkin. Sedangkan Penguatan *nonverbal* ini dapat dipahami sebagai bentuk apresiasi, dan penghargaan yang tidak harus berupa materi, tetapi juga dapat berupa kata-kata, senyuman, anggukan, dan sentuhan (Asril, 2010: 77). Dalam hal ini pihak penyelenggara komunitas Telur Asin Batik selalu memiliki sikap ramah tamah kepada orang lain terutama terhadap para anggotanya yang mayoritas ibu-ibu. Terkadang mereka juga menyiapkan sesajian makanan untuk dicemil oleh para ibu-ibu yang sedang membuat telur asin di tempat produksi. Pada dasarnya manusia cenderung mau merespons atau ikut serta dalam suatu kegiatan jika adanya faktor pendukung salah satunya dengan adanya penguatan (*reinforcement*). Begitupun halnya dengan masyarakat yang ikut serta dalam kegiatan produksi telur asin batik yang tetap membutuhkan penguatan agar semakin bersemangat dalam memproduksinya.

Maka kesimpulannya, penguatan yang diberikan oleh pihak penyelenggara komunitas Telur Asin Batik terhadap para anggotanya ini sesuai dengan salah satu teori yang telah dianalisis oleh peneliti yaitu pemberdayaan yang diartikan sebagai upaya untuk memberikan daya (*empowerment*) atau penguatan (*strengthening*) kepada masyarakat (Mardikanto, 2015), serta dakwah dalam bentuk pemberdayaan ekonomi masyarakat (*dakwah bil hal*) dalam implementasinya dapat dilaksanakan melalui kegiatan pemberdayaan masyarakat, yaitu dakwah dengan upaya untuk membangun daya, dengan cara mendorong, memotivasi, dan membangkitkan kesadaran akan potensi yang dimiliki serta berupaya untuk mengembangkannya dengan dilandasi proses kemandirian (Ali Aziz, 2009). Bentuk dakwah ini disebut *tamkin*, yakni suatu bentuk *dakwah bil hal* yang mentransformasikan nilai-nilai Islam

melalui pengembangan dan pemberdayaan masyarakat termasuk sumber daya manusia, ekonomi dan lingkungan (Aliyudin, 2016:188).

Bentuk Dakwah dalam Pengerahan (Mobilisasi) Sumberdaya

Mobilisasi sumber daya lebih ditekankan pada kondisi yang mendukung penerjemahan nilai ke dalam tindakan praktis, serta kondisi dan persaingan yang memudahkan gerakan sosial sebuah organisasi untuk bekerja sama (Singh, 2010: 134). Aspek-aspek penting dalam memobilisasi sumber daya yaitu adanya basis dukungan, strategi, serta hubungan dengan masyarakat secara luas. Dalam strategi menjalankan aksinya, Pak Suhara sebagai pihak pendiri Komunitas Telur Asin Batik didukung dengan sumber daya yang ada. Sumber daya tersebut di mobilisasi dalam melancarkan aksinya. Didukung dengan sumber daya yang ada, mobilisasi sumber daya ini meliputi pengetahuan, uang, media, tenaga kerja, solidaritas, legitimasi, dan dukungan internal serta eksternal dari kaum elit (Maarif, 2010: 69).

Setiap Social Movement Organization (SMO) harus mampu mengelola sumber-sumber material, seperti pekerjaan (*jobs*), penghasilan (*income*), tabungan (*saving*), serta sumber-sumber non-material seperti wewenang (*authority*), komitmen moral (*moral commitment*), kepercayaan (*trust*), persahabatan (*friendship*), kemampuan (*skill*) dan sebagainya (Sukmana, 2013: 45). Sumber daya ini sangat penting dalam Komunitas Telur Asin Batik. Hal ini dikarenakan agar mampu menjaga eksistensi gerakan dalam mencapai tujuan. Sehingga perubahan yang diinginkan dapat tercapai.

Seperti yang diungkapkan oleh McCarthy, dkk (1997 :1217) dalam strategi dan taktik dalam mobilisasi sumber daya, mobilisasi sumber daya tidak hanya merupakan bentuk interaksi antara gerakan dan otoritas yang diakui, tetapi juga memiliki langkah-langkah yang strategis seperti memobilisasi pendukung, menetralsir dan mengubah pemimpin publik menjadi simpatisan, serta mencapai tujuannya. Kedilemaan dalam memilih strategi yakni ketika satu tujuan tercapai namun dapat bersinggungan dengan tujuan lainnya. Meskipun demikian, strategi memegang peranan penting dalam persaingan dan kerjasama antar organisasi. Ketika lingkungan hidup menjadi kebutuhan yang sangat penting bagi kelangsungan hidup masyarakat, khususnya bagi para ibu-ibu rumah tangga yang menggantungkan hidupnya pada penghasilan suaminya, maka jika ada peluang bagi mereka menghasilkan upah dan tidak mengganggu aktivitas sebagai Ibu Rumah Tangga (IRT) maka akan melakukan berbagai cara yang rasional untuk ikut serta bergabung dalam komunitas Telur Asin Batik tersebut.

Teori mobilisasi sumber daya McCarthy, dkk (1997) menekankan pada

kondisi yang mendukung transformasi nilai ke dalam tindakan yang nyata dan memperhatikan bagaimana memaksimalkan penggunaan sumber daya yang tersedia untuk melaksanakan suatu gerakan. Dalam teori mobilisasi sumber daya, terdapat tiga aspek dalam memajukan gerakan sosial, yaitu basis dukungan, strategi dan metode, serta hubungan dengan masyarakat luas. Ini bertujuan untuk memobilisasi dan memaksimalkan sumber daya yang ada untuk mendukung kemajuan gerakan sosial yang dilakukan oleh pihak Komunitas Telur Asin Batik dalam memberdayakan perekonomian masyarakat di Desa Dawuan Kecamatan Cikampek Kabupaten Karawang.

Pada proses mobilisasi sumberdaya melalui produksi telur asin batik yang dilakukan oleh pihak Komunitas Telur Asin Batik dilakukan melalui beberapa tahap di antaranya yaitu *pertama*, tahap perencanaan (*plan*) yang merupakan perencanaan produksi untuk mengidentifikasi peluang, masalah, kebutuhan masyarakat, koordinasi dan perencanaan dengan berbagai pihak yang terlibat dalam kegiatan yang dilakukan oleh masyarakat. Dalam hal ini, penyelenggara komunitas Telur Asin Batik memegang sebuah ide yakni memproduksi telur asin yang kemudian dibatik sebagai pembeda dan menjadi ciri khas dari telur yang lainnya. Langkah awal yang ia lakukan ialah berkoordinasi dengan berbagai pihak setempat yakni dengan pihak stakeholder maupun perusahaan yang terdekat yaitu PT. Pertamina yang kemudian disetujui oleh berbagai pihak stakeholder dan mendapat dukungan dari perusahaan setempat, maka Bapak Suhara sebagai pendiri sekaligus tokoh agama di daerah tersebutpun mulai untuk menyampaikan inovasinya kepada jamaah ibu-ibu yang berada di mushola Al-Hidayah Desa Dawuan Barat, lalu memulai proses selanjutnya dengan memobilisasi mereka melalui pelatihan membuat telur asin terlebih dahulu. *Kedua*, tahap *do/action* yang merupakan tahap yang mengimplementasikan segala rencana yang telah diproduksi melalui pelatihan bersama para warga. Pada tahap ini, pihak penyelenggara komunitas Telur Asin Batik melakukan proses pelatihan kepada masyarakat yang ingin ikut bergabung ke dalam komunitas Telur Asin Batik.

Pelatihan yang dilakukan oleh para pihak penyelenggara kepada masyarakat yang ikut serta bergabung ke dalam komunitas Telur Asin Batik ini dilakukan di dekat rumah Bapak Wirdanu selaku teman (*partner*) yang membantu Bapak Suhara dalam mendirikan komunitas Telur Asin Batik, karena memiliki halaman kosong yang cukup luas sehingga dijadikan sebagai tempat produksi Telur Asin Batik. *Ketiga*, tahap *see* yang merupakan tahap observasi serta refleksi yakni tahap pemasaran produk sebagai suatu uji coba kepada publik, baik warga setempat maupun warga lainnya. Kemudian diobservasi serta dievaluasi. Pada

tahap ini, pihak penyelenggara komunitas Telur Asin Batik mulai memasarkan produk yang dihasilkan oleh anggota komunitas. Pemasaran dilakukan secara *online* maupun *offline*. Dilihat dari perkembangannya, pihak pendiri bersama anggota komunitas Telur Asin Batik membuat situs online untuk memasarkan produk yang kini sudah dikenal oleh beberapa kota lainnya di antaranya Bandung, Medan, dsb. Selain memasarkannya secara *online*, mereka juga menawarkan produk secara langsung ke kerabat terdekat untuk mengenalkan hasil yang di produksi. Setelah itu, ketika proses pemasaran dan pendistribusian telah berjalan, maka pihak penyelenggara komunitas menganalisis perkembangan dari proses produksi hingga proses pemasaran agar komunitas Telur Asin Batik ini dapat berjalan secara terus menerus.

Mobilisasi sumber daya yang dilakukan pihak pendiri Komunitas Telur Asin Batik untuk membantu meningkatkan perekonomian masyarakat dengan memproduksi telur asin batik ini dapat memberikan sinergitas pergerakan bagi pendiri dan masyarakat untuk mendesak pemerintah agar lebih peduli dengan keadaan masyarakat yang membutuhkan pekerjaan untuk memenuhi kehidupannya sehari-hari. Ketika lingkungan hidup menjadi kebutuhan yang sangat penting bagi kelangsungan hidup masyarakat, khususnya bagi para ibu-ibu rumah tangga yang menggantungkan hidupnya pada penghasilan suaminya, maka jika ada peluang bagi mereka menghasilkan upah dan tidak mengganggu aktivitas sebagai Ibu Rumah Tangga (IRT) maka akan melakukan berbagai cara yang rasional untuk ikut serta bergabung dalam komunitas Telur Asin Batik tersebut.

Masyarakat akan dikatakan berdaya jika mereka tahu, mengerti, faham, dan bahkan termotivasi untuk melakukan kegiatan menuju arah yang positif, selain hal tersebut keberdayaan masyarakat menjadi sebuah acuan untuk mempermudah dalam melakukan pemberdayaan (Sari, dkk, 2020: 110). Pada dasarnya Islam adalah agama pemberdayaan. Dalam pandangan islam, pemberdayaan harus merupakan gerakan tanpa henti. Dasar-dasar dalam melaksanakan pemberdayaan yaitu untuk mencapai derajat *khairu ummah*, demi terbentuknya masyarakat yang madani secara moral dan juga spritual, tidak hanya itu akan tetapi untuk melahirkan masyarakat islam yang berkualitas (Machendrawaty. 2001: 41). Perbedaan taraf hidup manusia adalah sebuah rahmat sekaligus “pengingat” bagi kelompok manusia yang lebih “berdaya” untuk saling membantu dengan kelompok yang kurang mampu. Pemahaman seperti inilah yang harus ditanamkan di kalangan umat Islam, sikap simpati dan empati terhadap sesama harus di pupuk sejak awal berjalannya proses memobilisasi sumberdayanya.

Maka berdasarkan hasil penelitian peneliti terhadap aktivitas dakwah melalui

kreativitas membuat pada telur asin dalam meningkatkan perekonomian masyarakat ini dapat dikatakan mampu dalam mengerahkan (memobilisasi) sumberdayanya karena komunitas Telur Asin Batik mampu mengikuti segala dinamika yang terjadi, terdapat adanya inovasi serta melihat peluang yang dapat ditangkap dan menyusun strategi untuk merebutnya, sehingga produk yang dihasilkan komunitas ini dapat memiliki ciri khas. Komunitas Telur Asin Batik juga berfokus pada pengelolaan sumberdaya. Pihak pengelola komunitas yang berperan sebagai “penyeimbang” antara bisnis dan tokoh agama, harus kompeten dalam menjalankan perannya sebagai penyeimbang. Untuk menjadi penyeimbang maka yang harus dilakukan adalah mengelola aset yang dimiliki antara lain mampu mengelola dana-dana yang dimiliki, penguatan terhadap sumberdaya, mampu mengelola data dan informasi sebagai pengetahuan, memanfaatkan teknologi, informasi dan komunikasi. Maka jika komunitas yang dikelola oleh Bapak Suhara ini mampu mengelola aset organisasinya dengan baik dan sesuai, maka hal tersebut dapat menjadi penguat bagi komunitas Telur Asin Batik Karawang untuk dapat bertahan.

Pengerahan (*mobilisasi*) yang dilakukan oleh pihak penyelenggara komunitas Telur Asin Batik terhadap para anggotanya ini sesuai dengan salah satu teori yang telah dianalisis oleh peneliti yaitu mengembangkan potensi ekonomi rakyat untuk meningkatkan produktivitas dari rakyat sehingga baik itu sumber daya manusia maupun sumber daya alam di sekitar keberadaan rakyat dapat ditingkatkan produktivitasnya (Kartasasmita, 1996).

Bentuk Dakwah dalam Menumbuhkan Nilai Tambah dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat

Ekonomi kreatif adalah sebuah konsep yang didasarkan pada kreativitas untuk mewujudkan cita-cita pembangunan ekonomi. Penggunaan sumber daya tidak hanya terbarukan, tetapi bahkan tidak terbatas yaitu ide, gagasan, bakat, dan kreativitas. Nilai ekonomis suatu produk atau jasa di era kreatif tidak lagi ditentukan oleh bahan baku atau sistem produksi seperti di era kreatif industri. Tetapi saat ini ditentukan oleh pemanfaatan kreativitas dan kreasi inovasi (Purnomo, 2016). Oleh karena itu, dalam memproduksi setiap produk diperlukan inovasi dan kreativitas untuk mendapatkan nilai tambah. Nilai tambah (*value added*) merupakan peningkatan nilai suatu komoditas saat proses pengolahan,

transportasi atau penyimpanan selama produksi (Suprpto, 1999). Barang yang kehilangan manfaatnya diberi nilai tambah untuk meningkatkan nilai manfaatnya. Apabila nilai tambah dari perlakuan yang diberikan mampu memberikan nilai tambah yang tinggi, maka akan dapat menarik investor baru untuk menanamkan modalnya serta menjadi peluang kerja baru bagi masyarakat (Nurhayati, 2004). Meskipun potensi Indonesia sangat besar, produk-produk tersebut saat ini masih kurang dihargai untuk nilai tambahnya.

Bapak Suhara sebagai pendiri awal komunitas Telur Asin Batik memiliki inovasi yang cukup terbilang unik. Berawal dari menghadiri perlombaan teknologi tepat guna yang diadakan oleh DPMD Kabupaten Karawang, maka ia terinspirasi untuk mencoba peluang usaha dengan membuat pada cangkang telur bebek agar menjadi nilai tambah dari produk yang dihasilkannya.

Nilai tambah dari perspektif komoditas atau produk adalah nilai yang diberikan (*attributed*) kepada produk sebagai hasil dari proses tertentu, sehingga secara teoritis, semakin ke hilir penerapan proses, maka semakin besar nilai tambah yang dapat dibentuk (Bantacut, 2013). Nilai tambah juga merupakan selisih antara komoditas yang mendapatkan perlakuan pada tahap tertentu dengan nilai yang digunakan selama proses berlangsung. Analisis nilai tambah merupakan metode perkiraan bahan baku yang mendapatkan perlakuan khusus untuk mendapatkan nilai tambah (Artika & Marini, 2016).

Nilai tambah dari pemrosesan diperoleh dengan mengurangi biaya bahan baku dan input lainnya ke nilai produk akhir (tidak termasuk tenaga kerja). Nilai tambah tersebut berkaitan dengan kualitas tenaga kerja berupa teknologi, keahlian dan keterampilan yang diterapkan dalam proses dan kualitas bahan baku. Nilai tambah dalam industri barang olahan diperoleh dengan mengurangi nilai produk yang dihasilkan pada biaya bahan baku dan input lainnya. Besarnya nilai tambah dipengaruhi oleh kapasitas produksi, jumlah dan harga bahan baku dan pelengkap lainnya, serta harga produk. Berdasarkan teori di atas, dapat disimpulkan bahwa nilai tambah produk UMKM adalah nilai jasa faktor produksi tetap, tenaga kerja dan keterampilan manajemen pengolahan dikurangi nilai bahan baku dan bahan pendukung lainnya. Suatu produk atau jasa yang bernilai tinggi atau memiliki nilai tambah yang dapat dilihat pada proses produksi dan langkah inovasinya untuk memuaskan kebutuhan dan memuaskan pelanggan.

Suatu produk akan lebih diminati oleh orang lain ketika memiliki nilai tambah berupa ciri khas tersendiri yang menjadi pembeda dalam produk yang

dihasilkan komunitas sendiri dengan produk yang dihasilkan komunitas lainnya. Menggunakan daya kreativitas melalui membuat pada telur asin tentunya bertujuan untuk meningkatnya nilai tambah dari telur asin yang diproduksi tersebut. Selain itu juga untuk memberikan lapangan pekerjaan bagi atau memproduktifkan waktu luang warganya terutama Ibu Rumah Tangga (IRT) dalam menambah perekonomian keluarganya. Jadi pada produksi telur asin batik yang dihasilkan oleh masyarakat di Desa Dawuan Barat dalam komunitas Telur Asin Batik ini dapat memperoleh penghasilan yang cukup untuk menambah upah bagi kebutuhan sehari-hari. Hal ini terjadi karena pada produksinya memiliki nilai tambah tersendiri, sehingga nilai berupa ciri khas maupun angkanya pun dapat bertambah dalam penghasilannya.

Menurut Winardi (1989), pemasaran terdiri dari pelaksanaan aktivitas bisnis yang mengalihkan barang dan jasa dari pihak produsen ke pihak konsumen atau pemakai. Kegiatan pemasaran yang diklasifikasikan di antaranya ialah adanya produk, harga, promosi, dan tempat. Harga produk rata-rata Rp. 4.000-6.000/pcs. Dengan demikian, nilai produksi pada usaha produksi telur asin ini jika ada pesanan 100 pcs maka pendapatannya sekisaran Rp.400.000-600.000 dalam satu kali pesanan, jika dalam sebulan memiliki pesanan yang lebih dari 100 pcs, maka penghasilan yang didapatkan bisa mencapai nilai jutaan rupiah perbulannya. Setiap penggunaan bahan baku 1 pcs telur bebek maka tenaga kerja mendapatkan pendapatan sebesar Rp. 1.000 dari nilai tambah. Jadi keuntungan yang diperoleh dari produksi telur asin batik adalah Rp 4.000/pcs bahan baku dengan tingkat keuntungannya sebesar 95,00 % dari nilai tambah yang dihasilkan. Proses promosi produk Telur Asin Batik juga dilakukan dengan memanfaatkan media sosial baik aplikasi *whatsapp* maupun *facebook*. Beberapa orang kenalan baik teman, tetangga dan orang lain diberbagai daerah dapat tertarik untuk memesan dan mengapresiasi produk olahan yang dibuat tersebut.

Selain adanya nilai tambah yang dihasilkan dari produksi Telur Asin Batik ini, Bapak Suhara selaku pihak pendiri komunitas Telur Asin Batik juga memanfaatkan majelis ta'lim Al-Hidayah sebagai nilai tambah untuk ladang pahala yang berupa beberapa kegiatan ke Islaman lainnya di antaranya pengajian rutin dan memperingati hari-hari besar Islam seperti Idul Adha, Isra Miraj, dsb. Pada pengajian rutin ibu-ibu di salah satu masjid Desa Dawuan Barat biasanya dilakukan setiap seminggu sekali. Bapak Suhara sebagai salah satu tokoh agama di Desa Dawuan Barat, maka beliau yang biasanya menjadi ustadz yang memimpin pengajian rutin tersebut. Pembahasan-pembahasan yang diberikan dalam

pengajian tersebut biasanya mengenai aqidah, akhlak, syariah, ibadah, peran perempuan, dsb yang menyangkut kehidupan sehari-hari salah satunya ialah mengenai ekonomi menurut Islam itu sendiri. Tujuannya ialah agar para jamaahnya dapat menggunakan peluang usaha Telur Asin Batik dengan sebaik mungkin supaya waktu luang mereka menjadi produktif dan dapat menghasilkan upah untuk keluarganya secara halal. Maka dalam hal ini dapat mensejahterakan masyarakatnya. Karena selain adanya aktivitas memproduksi telur asin batik, disisi lain pihak pengelola juga mensejahterakan masyarakatnya melalui kegiatan-kegiatan keIslaman lainnya. Selain adanya pengajian rutin, pihak pengelola komunitas Telur Asin Batik juga mengadakan kegiatan mengumpulkan para anggotanya untuk ikut serta dalam merayakan peringatan hari besar Islam tersebut seperti halnya saat menjelang Idul Adha, keuntungan yang mereka dapatkan dibelikan hewan kurban (Kambing atau Sapi) yang kemudian disembelih dan diolah menjadi makanan, serta di makan secara bersama-sama. Maka dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa pemberdayaan ekonomi umat (*dakwah bil hal*) yang dilakukan pihak pengelola berbanding lurus dengan meningkatnya produktivitas umat, sehingga masyarakatnya dapat sejahtera secara duniawi maupun bekal untuk akhirat nanti.

Nilai tambah yang dihasilkan oleh masyarakat di Desa Dawuan Barat dalam produksi membatik pada telur asin ini dapat sesuai dengan salah satu teori yang telah dianalisis oleh peneliti yaitu umat atau rakyat dengan lingkungannya mampu berpartisipasi dalam produksi dan menambah nilai, sehingga meningkatkan kemakmuran dan kesejahteraannya (Jaelani, 2014). Komunitas Telur Asin Batik ini dapat dikatakan sejahtera karena di setiap langkah atau kegiatannya selalu terselip dakwah yang disampaikan kepada para jamaahnya. Hal inilah yang menjadi kegiatan yang sangat inovatif dan inspiratif karena tidak semua UMKM dapat beriringan dengan kegiatan-kegiatan Islami.

PENUTUP

Kehadiran Komunitas Telur Asin Batik mampu memberikan efek penguatan terhadap ketahanan ekonomi masyarakat di Desa Dawuan Barat, Kecamatan Cikampek, Kabupaten Karawang. Penguatan pada kemampuan yang dimiliki masyarakat dapat menjadi solusi untuk meningkatkan perekonomian masyarakat. Peran komunitas terhadap pembangunan aspek ekonomi dalam keluarga menjadi suatu yang sangat penting diupayakan agar keluarga dapat membangun dirinya menjadi keluarga yang mandiri secara ekonomi. Pihak pendiri Komunitas Telur Asin Batik dapat berhasil memberikan penguatan kepada masyarakat yang ikut

serta dalam komunitasnya sebagai ladang mendapatkan penghasilan yang diiringi khazanah ke Islamian yang diberikan pihak pengelola Komunitas Telur Asin Batik seperti memberi penguatan dengan mengingatkan peran, fungsi, dan tujuan umat Muslim hidup di dunia, dsb. Bentuk dakwah melalui penguatan ini juga merupakan sebagai pengingat bahwasannya dakwah mesti piawai memainkan piranti-piranti budaya lokal guna mencapai tingkat efisiensi maksimal dan tingkat keberhasilan yang optimal salah satunya dengan memberdayakan masyarakat di bidang ekonomi (*dakwah bil hal*).

Pengerahan (Mobilisasi) Sumberdaya yang dilakukan pihak pengelola Komunitas Telur Asin Batik dilakukan melalui beberapa tahap di antaranya adalah *plan, do/ action, see*. Tahapan-tahapan inilah yang menjadikan proses mobilisasi yang dilakukan pihak pengelola komunitas Telur Asin Batik menjadi terstruktur sehingga progresnya dapat dilihat dengan mudah. Dalam tahap ini, pihak pengelola komunitas tentunya selalu menyelipkan unsur Islaminya entah pada saat proses pengajakannya, pendampingannya, dsb.

Terdapat beberapa nilai tambah yang dihasilkan Komunitas Telur Asin Batik ini di antaranya ialah sebagai produk yang berciri khas di antara produk telur lainnya sehingga bisa dijadikan ikon oleh-oleh Kabupaten Karawang. Selain itu, pihak pendiri Komunitas Telur Asin Batik yang berlatar belakang sebagai salah satu tokoh agama di Desa Dawuan Barat yang mengisi pengajian rutin di masjid Al-Hidayah memanfaatkan fasilitas masjid tersebut sebagai pusat pemberdayaan umat terutama ibu-ibu yang bergabung dalam Komunitas Telur Asin Batik. Hal inilah yang menjadi nilai tambah lainnya dalam komunitas ini karena selain mendapatkan nilai tambah berupa materi, disisi lain juga mendapatkan nilai tambah berupa ukhrowinya.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, sebagai tindak lanjut hasil penelitian maka peneliti bermaksud mengajukan beberapa usulan serta saran kepada pihak yang terkait sebagai pelaku yang melakukan aktivitas dakwah melalui kreativitas membuat pada telur asin dalam meningkatkan perekonomian masyarakat tersebut agar bisa lebih berprogres dan lebih baik lagi untuk ke depannya di antaranya bagi pihak Desa Dawuan Barat, saya rasa perlu adanya peran dari kelompok masyarakat seperti PKK, Karang Taruna untuk mengoptimalkan peran Komunitas Telur Asin Batik ini dalam memberdayakan ekonomi umat (*dakwah bil hal*) masyarakat Desa Dawuan Barat melalui produksi Telur Asin Batik, dan bagi pihak Komunitas Telur Asin Batik, perlu adanya tambahan inovasi atau kreasi dari olahan telur asin batik untuk meningkatkan nilai

tambah dari produksi ini. Selain itu juga perlu diperhatikan secara berkala agar produksi telur asin batik ini dapat berjalan secara terus menerus, dan bahkan sebagai komunitas yang mampu memotivasi masyarakat lainnya agar lebih berani lagi dalam melakukan sebuah inovasi dan memberdayakan masyarakat lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Afnita, M & Umar, F. (2014). Pengaruh Budaya Organisasi dan Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan di BPJS Ketenagakerjaan Kantor Pusat. *ISSN:2303-100X. Jurnal Analisis*, Vol.3 No.2:172-179.
- Aziz, M. A. (2009). *Ilmu Dakwah edisi revisi*. Jakarta: Kencana.
- Aliyudin. (2016). Dakwah Bi Al-Hal Melalui Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat. *Jurnal ANIDA, Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah*, 15(2), 187-206.
- Amanah, S. (2007). Makna Penyuluhan dan Transformasi Perilaku Manusia. *Jurnal Penyuluhan*, I, 63-67.
- Amrillah, D. H. (2013). *Perkembangan Industri Telur Asin di Kelurahan Limbangan Wetan Kecamatan Brebes dan Pengaruhnya Terhadap Sosial Ekonomi Masyarakat Tahun 1980-2005. Skripsi*, Jurusan Sejarah Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Semarang.
- Arjana, I. G. B. (2017). *Geografi Parwisata dan Ekonomi Kreatif. Ed. 1. Cet. 3*. Depok: Rajawali Pers.
- Artika & Marini. (2016). Analisis Nilai Tambah (Value Added) Buah Pisang Menjadi Kripik Pisang di Kelurahan Babakan Kota Mataram (Studi Kasus: Pada Industri Rumah Tangga Kripik Pisang Cakra). *Ganec Suara*, Vol. 10 No.1.
- Asril, Z. (2010). *Micro Teaching*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Bantacut, T. (2013). Pembangunan Ketahanan Ekonomi dan Pangan Perdesaan Mandiri Berbasis Nilai Tambah. *Pangan*, 22(2): 181-196.
- Barnawi & Arifin. (2012). *Etika dan Profesi Kependidikan*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Heru. (2009). *Kewirausahaan (Entrepreneurship) Pendekatan Manajemen dan Praktik*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Jaelani, D. I. (2014). Pemberdayaan Ekonomi Umat dalam Perspektif Islam (Sebagai Upaya dan Strategi). *Eksyar*, Volume 01, Nomor 01, Juni 2014: 018-034.
- Kartasmita, G. (1996). *Pembangunan untuk Rakyat Memadukan Pertumbuhan dan Pemerataan*. Jakarta: PT. Pustaka Cidesindo.
- Khasanah, A. (2018). *Dakwah Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Melalui Industri*

- Kreatif Telur Asin di Kelurahan Kebonsari Kecamatan Jambangan Kota Surabaya. Skripsi*, Jurusan Pengembangan Masyarakat Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Ampel, Surabaya.
- Khasanah, S. U. (2007). *Berdakwah dengan Jalan Debat*. Purwokerto: STAIN Purwokerto Press.
- Lakamisi, H. (2011). *Analisis Usaha Dan Nilai Tambah Agroindustri Kerupuk Singkong. Skripsi* Faperta Ummu. Ternate.
- Maarif, S. (2010). *Perilaku Kolektif dan Gerakan Sosial*. Yogyakarta: Gress Publishing.
- Machendrawaty, N. (2001). *Pengembangan Masyarakat Islam*. Bandung ; Rosdakarya.
- Mardikanto, T. (2015). *Pemberdayaan Masyarakat dalam Perspektif Kebijakan Publik*. Bandung: Alfabeta.
- McCarthy, John D & Mayer N Z. (1977). Resource Mobilization And Social Movements: A Partial Theory. *The American Journal Of Sociology* Vol 82 (6): 1212-1241
- Mubyarto. (2000). *Membangun Sistem Ekonomi Strategi Pembangunan Pedesaan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Nurhayati, P. (2004). *Nilai Tambah Produk Olahan Perikanan Pada Industri Perikanan Tradisional di DKI Jakarta. Skripsi* Fakultas Pertanian IPB. Bogor.
- Purnomo, R. A. (2016). *Ekonomi Kreatif Pilar Pembangunan Indonesia*. Surakarta: Ziyad Visi Media.
- Sanjaya, W. (2009). *Strategi Pembelajaran Berorientasi Standar Proses Pendidikan*. Jakarta: Kencana.
- Sari, P M., Saeful A., & Indira S R. (2020). Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Melalui Home Industry. *Jurnal Tamkin: Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam*, Volume 5, Nomor 1, 2020, 105-124.
- Singh, R. (2010). *Gerakan Sosial Baru*. Yogyakarta: Resist Book
- Sukmana, O. (2013). Konvergensi Antara Resource Mobilization Theory dan Identity Oriented Theory Dalam Studi Gerakan Sosial Baru. *Jurnal Sosiologi Reflektif* 8(1):39–62.
- Suprpto, A. (1999). *Pengembangan Agribisnis Komoditas Unggulan dalam memasuki Pasar Global*. Makalah disampaikan dalam Lokakarya Nasional Musyawarah Nasional V POPMASEPI. Medan.
- Tarigan, R. (2004). *Perencanaan Pembangunan Wilayah*. PT Bumi Aksara. Jakarta
- Verawati, N., Soewito., & Ardansyah. (2016). Pemberdayaan Masyarakat Bratasena Melalui Usaha Ekonomi Kreatif Telur Asin Rendah Kolesterol. *Jurnal Sosialita*, No.1 Vol.8

D. Rahmawati, A. Shoqidin, Y. Z. Abidin

- Winardi. (1989). *Profil Usaha Industri Kue Pia Boulevard Manado. Skripsi* Fakultas Pertanian Universitas Sam Ratulangi, Manado.
- Yunia, I. (2014). *Prinsip Dasar Ekonomi Islam*. Jakarta: Kencana.
- Zubaedi. (2013). *Pengembangan Masyarakat : Wacana dan Praktik*. Jakarta: Kencana.