
PENINGKATAN *KAPABILITAS* PEMASARAN PASCABENCANA BAGI PEREMPUAN HUNIAN TETAP PAGER JURANG, SLEMAN, YOGYAKARTA

Bevaola Kusumasari¹ dan Hempri Suyatna²

Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Gadjah Mada

(bevaola@ugm.ac.id)¹ (hempry@ugm.ac.id)²

ABSTRAK

Bencana merupakan fenomena alam yang telah menjadi bagian kehidupan manusia. Banyaknya kerugian materiil maupun nonmateriil yang muncul dari setiap peristiwa bencana menimbulkan rasa keprihatinan. Perempuan adalah salah satu kelompok masyarakat yang memiliki kerentanan paling tinggi dibandingkan laki-laki, padahal perempuan memiliki potensi untuk menjadi agen perubahan apabila memiliki *kapabilitas* dalam manajemen bencana. Perempuan di Hunian Tetap Pager Jurang, Sleman, Yogyakarta telah melakukan adaptasi yang baik dalam kehidupan pascabencana dengan mengembangkan wirausaha makanan dan kerajinan tangan untuk memperoleh peningkatan penghasilan. Namun, kendala pemasaran membuat semangat perempuan menjadi kendur. Tulisan ini bertujuan untuk memaparkan kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan dalam rangka meningkatkan kualitas pemasaran hasil karya perempuan. Metode yang digunakan dalam pengabdian masyarakat ini adalah pelatihan pemasaran, penguatan modal dan kelembagaan, serta advokasi dan pendampingan. Dampak dari program pengabdian masyarakat menunjukkan bahwa ada peningkatan *kapabilitas* dan jaringan pemasaran bagi perempuan Pager Jurang.

Kata kunci: bencana, perempuan, pemasaran, *kapabilitas*, dan usaha kecil

ABSTRACT

Disaster is a natural phenomenon which has become part of everyday human life. The amount of material and non-material losses arising from any catastrophic event raises concerns together. Women are one of the most vulnerable people to disaster. However, women have shown their potential capability to become agents of change if managed purposely. Women Pager Jurang, Sleman, Yogyakarta have done a good adaptation in post-disaster life by developing entrepreneurial skill in selling food products and crafts to increase their income. However, marketing knowledge has become their constraints to make their efforts sustained. This paper aims to describe community service activities in order to improve the capability of women in marketing knowledge. The activity used for community service were included training on marketing, financial capital, and institution, advocacy, and community assistance. The program has shown positive impacts on the marketing capability and networking for women in Pager Jurang.

Keywords: disaster, woman, marketing, small enterprises, and capability

1. PENDAHULUAN

Wilayah Kabupaten Sleman merupakan salah satu bagian wilayah rawan bencana, khususnya bencana erupsi Gunung Merapi. Periodisasi aktivitas Merapi antara 2 hingga 7 tahun. Aktivitas erupsi Gunung Merapi memiliki ciri khas, yaitu mengeluarkan lava pijar dan awan panas tanpa membentuk kaldera. Bencana erupsi Gunung Merapi terbesar terjadi pada 26 Oktober 2010 dan 5 November 2010 yang mengakibatkan kerusakan parah, korban luka, dan sebanyak 275 orang meninggal dunia. Material semburan Gunung Merapi telah mengakibatkan kerusakan di beberapa dusun di Kabupaten Sleman, Provinsi D.I. Yogyakarta. Kerusakan yang diakibatkan oleh erupsi Gunung Merapi tersebut berdampak pada sektor permukiman, infrastruktur, sosial, ekonomi, dan lintas sektor yang mengakibatkan terganggunya aktivitas dan layanan umum di daerah sekitar Gunung Merapi.

Di lain sisi, pengalaman masyarakat Sleman menghadapi erupsi Merapi sebelum tahun 2010 telah mengajarkan mereka tentang cara meningkatkan kesiapsiagaan warga terkait risiko bencana. Beberapa tindakan siap siaga (*preparedness*) yang dilakukan masyarakat sebagai berikut. Pertama, selalu menyiapkan motor, barang, surat berharga, dan kebutuhan dasar secukupnya apabila status Merapi naik. Dengan posisi siaga, ketika Merapi erupsi, mereka bisa dengan cepat menyelamatkan diri ke tempat yang dianggap aman. Kedua, melakukan pemantauan tentang kondisi terbaru Merapi melalui gardu pandang atau informasi dari pemerintah daerah. Ketiga, ketika status merapi meningkat, masyarakat menggunakan pakaian dengan lengan panjang dan berbahan *non-polyester* yang dapat melindungi tubuh dari bahaya awan panas (Fatimah, 2008).

Dalam beberapa referensi tentang gender dan bencana, perempuan memiliki kerentanan yang sangat tinggi dibandingkan laki-laki. Hal ini disebabkan oleh perbedaan kemampuan dan perbedaan fisik antara laki-laki dan perempuan sehingga perempuan lebih rentan daripada laki-laki pada saat sebelum, selama, dan setelah bencana terjadi (Enarson dan Morrow, 1998:5). Selain itu, marginalisasi politik dan ketergantungan pada laki-laki menyebabkan tingkat kerentanan perempuan terhadap bencana semakin besar (Neumayer dan Plumper 2007). Dalam persoalan pascabencana, misalnya, perempuan memiliki keterbatasan akses pada sumber daya apabila dibandingkan dengan laki-laki. Perempuan juga tidak memiliki kekuatan jaringan sosial yang besar dan tidak selalu memiliki wewenang untuk membuat keputusan besar (Scanlon, 1998). Tingkat kemiskinan perempuan prabencana, status sekunder dalam angkatan kerja, pekerjaan sektor informal yang luas, kurangnya hak atas tanah, dan tanggung jawab domestik yang luas membuat perempuan rentan secara ekonomi jauh sebelum bencana terjadi. Bencana mengganggu perdagangan dan pasar, menghancurkan sumber daya produktif dan infrastruktur, serta membuat hidup perempuan pekerja lebih sulit melalui masa krisis.

Terbatasnya sumber daya ekonomi juga merupakan salah satu faktor dalam kerentanan sosial. Secara langsung, hal tersebut meningkatkan dampak bencana terhadap perempuan sebagai individu maupun kelompok. Sumber daya ekonomi yang dimaksud adalah adanya penghasilan yang layak, dimilikinya akses terhadap tabungan atau kredit, pekerjaan yang memberikan jaminan perlindungan sosial, keterampilan, pendidikan, pelatihan, dan kontrol atas sumber daya produktif. Dalam konteks kehidupan pascabencana, seluruh sumber daya

ekonomi tersebut memungkinkan perempuan korban bencana untuk dapat bertahan (*survive*) dan memulai kehidupan baru dengan membangun kembali tempat tinggal dan usahanya (Enarson, 2000). Oleh karena itu, mengembalikan sumber daya ekonomi dan kapasitas perempuan merupakan hal yang krusial dalam proses pemulihan jangka panjang dengan tetap memerhatikan keluarga dan peran perempuan sebagai istri, ibu, dan anggota masyarakat.

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh tim dari Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Gadjah Mada terhadap perempuan di Dusun Pager Jurang, Kecamatan Cangkringan, Kabupaten Sleman bertujuan untuk meningkatkan potensi perempuan dalam memperoleh akses sumber daya ekonomi¹. Erupsi Gunung Merapi tahun 2010 yang cukup besar ikut memengaruhi kondisi sosial masyarakat. Hal itu terlihat dengan semakin meningkatnya jumlah penduduk yang tidak bekerja. Pada tahun 2009, jumlah penduduk yang tidak bekerja sebesar 10,77%. Jumlah ini kemudian meningkat hingga mencapai 14,03% pada tahun 2010. Adapun pertumbuhan ekonomi di Kabupaten Sleman selama tahun 2011 sebesar 4,84 %, dan pada tahun 2010 sebesar 4,11%.

Pascabencana erupsi Gunung Merapi, banyak perempuan yang memulai usaha barunya atau yang kembali meneruskan usahanya yang hancur. Di sisi lain, berbagai kerusakan yang ditimbulkan akibat bencana telah berpengaruh pada jalannya usaha yang dikelola oleh perempuan di Kabupaten Sleman. Yang paling nyata dirasakan adalah hancurnya tempat kerja dan habisnya modal yang dimiliki. Dampak lainnya yang juga memberikan pengaruh walaupun kecil adalah pemasaran yang terganggu serta kesulitan mencari bahan baku dan tenaga kerja baru.

Pascabencana, berbagai LSM dan pemerintah daerah memberikan bantuan dalam bentuk materi maupun pelatihan-pelatihan, seperti pelatihan membuat bakpia telo ungu, jahe susu instan, dan kerajinan tangan. Namun, kegiatan-kegiatan yang diterima oleh kaum perempuan di Dusun Pager Jurang berhenti sampai tahap pembuatan produk, sedangkan kegiatan pemasaran belum menjadi orientasi dari pemberi bantuan tersebut. Akibatnya, semangat perempuan menjadi lemah ketika produk yang dihasilkannya tidak bisa dipasarkan. Pada konteks ini, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik UGM melakukan pelatihan mengenai pemasaran kepada perempuan Dusun Pager Jurang agar dapat memasarkan hasil produksinya dan meningkatkan penghasilan ekonomi keluarga.

2. MASALAH

Penelitian yang dilakukan oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Politik yang berjudul “Strategi Perempuan Tangguh Bencana di Yogyakarta” menegaskan bahwa perempuan memainkan peran yang penting pascabencana dilihat dari kontribusinya terhadap perbaikan ekonomi keluarga. Dalam penelitian tersebut yang menjadi responden utama adalah perempuan yang memiliki pekerjaan dan mempunyai penghasilan pribadi atas usaha yang dilakukannya. Perempuan dalam riset ini adalah perempuan yang berdaya secara ekonomi dan memiliki akses pada sumber daya meskipun secara fisik perempuan-perempuan ini sangat rentan.

1 Kegiatan pengabdian masyarakat ini merupakan tindak lanjut dari hasil penelitian Hibah Kolaboratif Fisipol 2013 yang berjudul “Strategi Perempuan Menuju Masyarakat Tangguh Bencana di Yogyakarta” (Kontrak No. 3548/J01.SP/UP-26/VII/2013).

Karakteristik perempuan Dusun Pager Jurang sebagian besar bekerja sebagai peternak sapi dengan sistem gaduh. Setiap pagi, perempuan-perempuan tersebut pergi ke ladang mencari rumput untuk pakan sapi. Mereka mengelola usaha ternak sapi secara berkelompok dengan sistem gaduh, yaitu mendapat pinjaman sapi dari kelompok dan mengembalikan dalam bentuk anak sapi. Selain mengambil untung dari selisih harga jual sapi, sapi-sapi yang diternakkan merupakan sapi perah sehingga mereka bisa mengambil susu dari sapi tersebut kemudian menjualnya. Sistem pemasaran susu sapi tersebut dilakukan melalui kelompok yang kemudian dijual ke koperasi.

Selain bekerja sebagai peternak sapi dengan sistem gaduh, profesi lain yang dijalani oleh perempuan korban bencana erupsi Gunung Merapi adalah sebagai pencari pasir. Meskipun tergolong pekerjaan berat, kasar, dan berbahaya, para perempuan tersebut tetap bertahan karena pekerjaan tersebut dianggap sebagai salah satu cara yang relatif paling cepat untuk mendapatkan uang. Setiap hari, rata-rata, mereka bekerja sejak pukul 07.00 hingga pukul 17.00 dengan rata-rata pendapatan Rp50.000,- per hari.

Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa strategi lain yang dilakukan oleh perempuan di Dusun Pager Jurang pascabencana adalah mengembangkan usaha kecil. Hal tersebut dimaklumi karena perkembangan kewirausahaan perempuan ternyata sangat berpotensi sebagai motor utama pendorong proses pemberdayaan perempuan dan transformasi sosial. Motivasi para perempuan tersebut untuk bekerja atau membuka usaha tidak hanya dipengaruhi oleh latar belakang sosial dan budaya, tetapi juga dipengaruhi oleh berbagai alasan ekonomi, seperti motivasi transaksi, yaitu kebutuhan akan uang atau pendapatan tambahan untuk membiayai kebutuhan keluarga sehari-hari; motivasi antisipasi, seperti antisipasi jika ada yang meninggal dunia atau antisipasi jika ada kebutuhan-kebutuhan darurat lainnya; dan motivasi spekulasi.

Di antara ketiga motivasi tersebut, motivasi transaksi berperan lebih dominan. Oleh karena itu, semakin besar tekanan ekonomi yang dihadapi oleh seorang perempuan dalam kehidupannya, semakin besar pula kemungkinan perempuan itu untuk mencari pekerjaan atau membuka usaha sendiri. Dalam konteks pemulihan bencana, motif perempuan untuk memperoleh penghasilan dalam upaya menopang kehidupan ekonomi keluarga menjadi alasan yang kuat bagi mereka untuk menekuni sektor usaha kecil. Usaha kecil yang dikembangkan oleh perempuan di Dusun Pager Jurang merupakan usaha baru karena latar belakang mereka adalah sebagai masyarakat agraris. Pascaerupsi Merapi, mereka banyak menerima pelatihan yang diselenggarakan oleh pemerintah maupun LSM, seperti pelatihan pembuatan bakpia ungu, *wedang uwuh*, dan kerajinan manik-manik. Ada beberapa usaha yang merupakan usaha yang telah ditekuni perempuan di Dusun Pager Jurang sejak sebelum erupsi Gunung Merapi terjadi. Salah satu usaha tersebut adalah usaha pengolahan susu sapi.

Karena sebagian besar usaha yang dikembangkan oleh perempuan di Hunian Tetap Pager Jurang adalah usaha yang relatif baru, maka mereka membutuhkan pasar untuk memasarkan produk-produknya. Pada praktiknya, strategi pemasaran yang dilakukan perempuan-perempuan tersebut masih mengandalkan pesanan dan promosi dari mulut ke mulut (*gethok tular*). Meskipun ada yang melakukan penjualan sendiri ke pasar lokal dan

mengikuti pameran, jumlahnya masih sangat sedikit dan terbatas. Masalah lain yang juga ditemukan adalah jaringan pemasaran yang dilakukan oleh perempuan dusun yang sangat sempit. Selain itu, kurangnya strategi pemasaran yang dimiliki oleh perempuan Dusun Pager Jurang berimplikasi pada lamanya proses pemulihan ekonomi pascabencana untuk kembali pada kehidupan ekonomi yang normal. Dalam konteks ini, kegiatan pengabdian masyarakat yang bertujuan memberikan pelatihan mengenai strategi pemasaran dapat menjadi salah satu cara menumbuhkan *kapabilitas* dalam diri perempuan agar menjadi berdaya.

3. METODE

Untuk meningkatkan *kapabilitas* perempuan dalam mengembangkan pemasaran produk-produk usaha kecilnya, ada beberapa metode yang dilakukan oleh Tim Pengabdian Fisipol UGM. Berikut ini beberapa metode tersebut.

3.1 Tahap Sosialisasi Program

Tahap ini dilakukan dengan melakukan sosialisasi program ke segenap *stakeholder* masyarakat, seperti kepala dukuh, koordinator pengusaha kecil, dan beberapa tokoh kunci perempuan di Huntap Pager Jurang. Karena kegiatan pengabdian masyarakat ini berbasis pada riset yang telah dilakukan sebelumnya, maka sosialisasi rencana pelaksanaan program yang dilakukan oleh tim mendapatkan respons positif dari masyarakat.

3.2 Pelatihan Pemasaran

Untuk meningkatkan *kapabilitas* masyarakat dilakukan pelatihan tentang peningkatan pemasaran produk-produk usaha kecil yang dimiliki masyarakat. Pelatihan dilaksanakan dengan mengundang beberapa narasumber yang kompeten dan dilaksanakan di Balai Pertemuan Hunian Tetap Pager Jurang. Sekitar 40 orang hadir dalam acara pelatihan tersebut. Materi pelatihan yang diberikan meliputi peningkatan motivasi kerja (etos kerja), peningkatan strategi serta jejaring pemasaran, dan penguatan kelembagaan pengusaha kecil.

Pemberian motivasi kerja dikaitkan dengan pemberian dorongan kewirausahaan berbasis spiritual (*spiritual entrepreneurship*). Materi ini diberikan untuk meningkatkan semangat/etos perempuan pengusaha kecil agar tetap memiliki motivasi tinggi dalam mengembangkan usaha mereka. Beberapa nilai-nilai lokal di masyarakat, seperti gotong royong dan *sambatan* didorong untuk menjadi kunci dalam pengembangan usaha kecil masyarakat. Selain itu, materi peningkatan strategi dan jejaring pemasaran diberikan untuk mendorong inovasi perempuan pengusaha kecil dalam mengembangkan jejaring pemasaran mereka yang selama ini masih berorientasi lokal dan sangat terbatas. Materi lain yang disampaikan juga mendorong perempuan untuk mengembangkan strategi pemasaran, baik melalui *offline* maupun *online* (menggunakan media internet/teknologi informasi). Terkait dengan produk, materi tentang kualitas, pengemasan produk, dan harga juga disampaikan agar produk-produk usaha kecil yang dihasilkan masyarakat mampu bersaing di pasaran.

Untuk menjamin keberlanjutan program ini, tim juga memberikan materi mengenai penguatan kelembagaan ekonomi yang ada. Adanya kelembagaan yang kuat diharapkan

mampu menjadi wadah bagi perempuan-perempuan pengusaha kecil untuk dapat berbagai informasi dan memperkuat jejaring di antara mereka dalam usaha mengembangkan dan memasarkan produk-produknya.

3.3 Advokasi

Tim pengabdian masyarakat Fisipol UGM juga melakukan advokasi ke pemerintah Kabupaten Sleman dan SKPD terkait, seperti Bappeda, Badan Pemberdayaan Perempuan, Dinas Perindustrian dan Perdagangan Koperasi mengenai kendala pemasaran yang dihadapi oleh para perempuan pengusaha kecil. Dalam berbagai kegiatan sarasehan yang diselenggarakan oleh pemerintah Kabupaten Sleman, berbagai kendala yang dihadapi oleh perempuan pengusaha kecil sering disampaikan. Selain melalui advokasi secara langsung (lisan), tim pengabdian masyarakat juga menyusun *policy brief* terkait dengan kondisi yang dihadapi oleh perempuan di Pager Jurang. Ada lima *policy brief* yang berhasil dibuat, yaitu yang terkait dengan advokasi Hunian Tetap Pager Jurang.

3.4 Penguatan Modal Keuangan

Untuk mendorong peningkatan kapasitas kelembagaan kelompok perempuan pengusaha kecil, tim pengabdian Fisipol UGM juga memberikan bantuan permodalan kepada lembaga yang ada. Pemberian modal tersebut diharapkan mampu mendorong inisiatif kelompok untuk lebih berkreasi dan berinovasi dalam meningkatkan pemasaran produk-produk mereka.

3.5 Pendampingan

Untuk memastikan bahwa program-program pelatihan dapat berkelanjutan, tim pengabdian juga melakukan kegiatan pendampingan dengan pemantauan dan evaluasi secara rutin. Pemantauan dan evaluasi dilakukan kurang lebih 4 kali dengan menyampaikan pertanyaan tentang perkembangan pemasaran dan hambatan-hambatan yang muncul di dalam pemasaran tersebut. Di dalam proses pendampingan ini, tim asistensi juga memberikan solusi-solusi atas hambatan yang dihadapi oleh masyarakat.

4. PEMBAHASAN

Penguatan *kapabilitas* pemasaran bagi perempuan pengusaha kecil di Hunian Tetap Pager Jurang merupakan aplikasi dari proses pemberdayaan terhadap masyarakat. Secara konseptual, pemberdayaan ingin menempatkan masyarakat sebagai subjek dalam proses pembangunan. Pemberdayaan juga membahas usaha individu, kelompok, dan komunitas dalam mengontrol kehidupan mereka sendiri dan berusaha untuk membentuk masa depan sesuai dengan yang mereka inginkan. Prinsip ini, pada intinya, mendorong masyarakat untuk menentukan sendiri apa yang harus dilakukan dalam upaya mengatasi permasalahan yang dihadapi. Dengan demikian, mereka akan mempunyai kesadaran dan kekuasaan penuh untuk membentuk hari depannya.

Selama ini, peran serta masyarakat hanya sering dilihat dalam konteks yang sempit, yaitu hanya memandang manusia sebagai tenaga kasar yang digunakan untuk mengurangi biaya pembangunan. Dengan kondisi tersebut, partisipasi masyarakat hanya terbatas pada implementasi atau penerapan program. Daya masyarakat tidak dikembangkan sehingga kreativitas tidak tumbuh dari dalam diri mereka. Hal itu menyebabkan mereka harus menerima keputusan yang sudah diambil pihak luar. Pada akhirnya, partisipasi menjadi bentuk yang pasif dan tidak memiliki kesadaran kritis (Nasdian, 2014:90).

Secara konseptual, konsep pemberdayaan yang berprinsip pada partisipasi dan kemandirian dalam proses pembangunan sebenarnya sangat ideal dalam upaya meningkatkan kapasitas masyarakat dan menguatkan perekonomian lokal. Pembangunan masyarakat harus selalu melihat partisipasi masyarakat secara maksimal agar setiap orang dalam komunitas dapat terlibat secara aktif. Kepemilikan komunitas dan proses membuat pembangunan masyarakat sebagai sesuatu yang bersifat inklusif akan dapat direalisasikan dan semakin ideal apabila banyak warga masyarakat yang aktif berpartisipasi. Hal tersebut tidak berarti bahwa setiap orang akan berpartisipasi pada jalan yang sama karena mereka akan berbeda dari sisi keterampilan, kepentingan, dan kapasitas (Ife, 1996:179).

Berdasarkan kelemahan dalam program-program pemberdayaan masyarakat sebelumnya, tim pengabdian Fisipol UGM berupaya melakukan proses pemberdayaan yang benar-benar komprehensif. Dimensi partisipasi masyarakat menjadi unsur utama dalam proses pemberdayaan masyarakat ini. Oleh karena itu, Program-program pemberdayaan yang dilakukan pada kegiatan pengabdian masyarakat berbasis pada pendekatan riset yang telah dilakukan sebelumnya. Dari hasil riset sebelumnya diidentifikasi masalah bahwa perempuan di Huntap Pager Jurang sudah memiliki berbagai produk usaha kecil, tetapi mereka masih terkendala dengan masalah pemasaran. Oleh karena itu, tahapan-tahapan pemberdayaan yang dilakukan adalah dengan menyentuh aspek individual dan kelompok melalui berbagai program pelatihan, penguatan permodalan, dan pendampingan untuk mendorong keberlanjutan program. Melalui serangkaian program tersebut diharapkan kelemahan pemasaran dalam pemberdayaan sebelumnya yang sering hanya berhenti pada pelatihan atau pun bantuan permodalan akan dapat diatasi.

Indikator yang digunakan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah tentang pengetahuan warga terhadap konsep pemasaran, *product branding*, jaringan pemasaran, dan pentingnya sosial media dalam pemasaran. Capaian dari kegiatan ini adalah rata-rata 75% masyarakat mengalami peningkatan pengetahuan. Pada awalnya, banyak masyarakat yang datang hanya memiliki pemahaman yang terbatas tentang pemasaran. Namun, melalui kegiatan ini, pengetahuan masyarakat bertambah. Hal itu ditandai dengan adanya komitmen warga untuk memberdayakan orang muda di hunian tetap untuk membantu memasarkan produk melalui kekuatan sosial media, seperti *facebook* dan *twitter*.

Tabel 1. Indikator Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian

Indikator	Baseline	Capaian
Pengetahuan warga tentang konsep pemasaran	30%	75%
Pengetahuan warga tentang <i>product branding</i>	30%	75%
Pengetahuan warga tentang jaringan pemasaran	30%	75%
Pengetahuan warga tentang pentingnya sosial media dalam pemasaran	30%	75%

Untuk menyesuaikan dengan *karakteristik* masyarakat, program-program pelatihan dalam pengabdian masyarakat dikembangkan dengan metode yang lebih sederhana, yaitu dengan menyelenggarakan sarasehan dan diskusi santai/informal sehingga masyarakat tidak terlalu berat dalam menerima materi-materi pelatihan. Materi-materi pelatihan yang disampaikan mengambil beberapa kasus pemasaran sehingga peserta pelatihan akan memperoleh gambaran-gambaran kasus dan strategi yang seharusnya dilakukan dalam meningkatkan pasar. Metode pelatihan dengan diskusi informal, ternyata, mampu mendorong partisipasi dan perhatian peserta yang lebih intens.

Implementasi pendekatan partisipasi, ternyata, mendapat respons positif dari perempuan-perempuan di Huntap Pager Jurang. Tingkat kehadiran mereka dalam pelatihan yang diselenggarakan menjadi salah satu bukti konkret. Setelah pelatihan, antusiasme perempuan-perempuan pengusaha kecil tersebut juga terlihat. Mereka mulai aktif mencari alternatif-alternatif pemasaran di luar jaringan pemasaran yang sudah dimiliki saat ini. Dari hasil pendampingan yang dilakukan, ternyata, ada perkembangan luas di lingkungan pemasaran yang dilakukan oleh para perempuan pengusaha kecil tersebut. Beberapa pengusaha kecil sudah dapat mengembangkan akses pemasaran, baik di Huntap Pager Jurang maupun di luar area Huntap Pager Jurang. Ada beberapa perempuan pengusaha, seperti pengusaha kecil bakpia ungu yang sudah bekerja sama dengan toko/warung yang ada di sekitar wisata Merapi.

Dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ada banyak hambatan yang ditemui. Beberapa hambatan tersebut sebagai berikut. Pertama, banyak perempuan di Huntap Pager Jurang yang ingin hasil yang cepat dan instan sehingga tidak sabar dalam menikmati hasil dari pengabdian yang dilakukan. Hal itu mengakibatkan banyak perempuan yang kemudian lebih tertarik menjadi penambang pasir di lereng Merapi daripada menekuni usaha kecil. Menjadi penambang pasir dipandang lebih menguntungkan karena hasilnya dapat segera diperoleh. Hal itu berbeda dengan mengembangkan usaha kecil, seperti usaha bakpia, *wedang uwuh*, dan kerajinan tangan yang hasilnya tidak langsung dapat dirasakan.

Kedua, *karakteristik* seorang petani berbeda dengan *karakteristik* seorang wiraswasta. Perempuan-perempuan di Huntap Pager Jurang bekerja sebagai petani atau membantu suaminya bertani sebelum mereka tinggal di tempat ini. Perbedaan tersebut sering menyebabkan motivasi

mereka menjadi kurang tinggi dalam mengembangkan usahanya. Pola-pola *subsisten* dan cenderung menerima hasil terbawa sampai sekarang sehingga dalam pengembangan usaha baru pun, orientasi mereka masih sekadar memenuhi kebutuhan dan cenderung kurang tertantang dalam mengembangkan usahanya agar lebih baik.

Ketiga, sebagai daerah relokasi bencana, Huntap Pager Jurang menjadi sasaran program dari banyak *stakeholder*, seperti pemerintah, LSM, dan perguruan tinggi. Realitas menunjukkan bahwa banyak program-program yang berasal dari eksternal tidak terkoordinasi dengan jelas sehingga banyak program yang tumpang tindih. Program-program tersebut sering hanya berhenti pada pelatihan dan jarang berfokus pada penguatan pemasaran. Banyaknya program-program dari pihak eksternal tersebut dikhawatirkan akan membuat masyarakat tergantung pada pihak luar. Kurangnya koordinasi dan sinergisme antar-*stakeholder* tersebut akan menyebabkan program menjadi tidak fokus dan tumpang tindih. Untuk mengatasi hambatan-hambatan tersebut, tim pengabdian masyarakat Fisipol UGM selalu menekankan tentang pemahaman dan kesadaran kepada masyarakat bahwa pemberdayaan memerlukan sebuah proses dan tidak dapat dicapai dalam waktu singkat.

Pemahaman terhadap perempuan yang terkait dengan perbedaan *karakteristik* antara petani dan pengusaha juga secara intens disampaikan, baik dalam kegiatan pendampingan maupun pelatihan. Untuk memberdayakan masyarakat, berbagai kegiatan sarasehan yang diselenggarakan oleh pemerintah dilaksanakan di Huntap Pager Jurang. Forum Pemantau Independen (FORPI) Sleman, misalnya, pernah menyelenggarakan sarasehan mengenai penambangan pasir di lereng Merapi di salah satu aula di Huntap Pager Jurang dengan mengundang Wakil Bupati Sleman dan SKPD terkait. Mengenai belum sinkronnya program-program dari berbagai pihak, tim pengabdian masyarakat telah melakukan berbagai kegiatan advokasi ke pemerintah terkait tentang pentingnya sinkronisasi dan koordinasi dalam pelaksanaan program-program di Huntap Pager Jurang.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut. Pertama, hasil kegiatan pengabdian masyarakat menunjukkan dampak positif bagi peningkatan pemasaran produk-produk usaha kecil yang dikelola oleh perempuan di Huntap Pager Jurang. Beberapa pengusaha kecil, seperti pengusaha bakpia, *wedang uwuh*, dan kerajinan tangan manik-manik sudah mampu mengembangkan jaringan pemasarannya di sekitar Huntap Pager Jurang, bahkan bekerja sama dengan warung/toko yang ada di sekitar lokasi wisata Merapi. Hal itu menunjukkan adanya peningkatan *kapabilitas* pemasaran dalam diri perempuan-perempuan di Huntap Pager Jurang.

Kedua, bantuan keuangan dan penguatan kelembagaan mampu mendorong inisiatif perempuan pengusaha kecil di Huntap Pager Jurang untuk melakukan aktivitas kelompok usaha.

Ketiga, peningkatan akses dan jaringan pemasaran membawa implikasi pada peningkatan ekonomi keluarga. Jika dikelola secara lebih intens, pengembangan usaha kecil

diharapkan dapat menjadi mata pencaharian pokok bagi perempuan-perempuan di Hunian Tetap Pager Jurang meskipun belum benar-benar signifikan. Seiring dengan larangan penambangan pasir di area kawasan lereng Merapi, pengembangan usaha kecil perlu dikelola secara lebih serius sehingga pada masa mendatang, usaha kecil tersebut bisa menjadi mata pencaharian utama masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Enarson, E. dan Morrow, B. H. (Ed.). 1998. *The Gendered Terrain of Disaster*. Westport: Praeger.
- Enarson. 2000. *Women's Voluntary Work Expands: Gender Equality, Work, and Disaster Reduction: Making The Connection*. USA: ILO In Focus Programme on Crisis Response and Reconstruction.
- Fatimah, Dati. 2008. *Gender dalam Pengelolaan Bencana: Studi Kasus Merapi*. Jakarta: Kantor Menteri Pemberdayaan Perempuan– APEC Gender Focal Point.
- Ife, Jim. 1996. *Community Development: Creating Community Alternatives Vision: Analysis and Practice*. Melbourne: Longman.
- Nasdian, Fredian Tonny. 2014. *Pengembangan Masyarakat*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Neumayer, E. dan Plumper, T. 2007. "The Gendered Nature of Natural Disasters: The Impact of Catastrophic Events on the Gender Gap in Life Expectancy 1981—2002" dalam *Annals of the Association of American Geographers*, 97(3), 551—566.
- Scanlon, J. 1998. "The Perspective of Gender: A Missing Element in Disaster Response" dalam In E. Enarson dan B. H. Morrow (Ed.). 1998. *The Gendered Terrain of Disaster: Through Women's Eyes*. Westport, CT: Praeger Publishers.