

Kajian Pengembangan Produktifitas Ekonomi melalui Produk Aqwanu untuk Mendukung Kemandirian Ekonomi Kreatif MWC NU Buayan Kebumen

Niken Lestari*, Mei Rahmawati

Institut Agama Islam Nahdlatul Ulama Kebumen Kebumen, Jawa Tengah, Indonesia

*Email : sayanikenlestari@gmail.com

Abstrak

Organisasi keagamaan seperti Nahdlatul Ulama sangat penting untuk mengembangkan bisnis di bidang ekonomi kreatif dengan sumber daya manusia berkualitas baik. Nahdlatul Ulama terus berupaya meningkatkan bidang perekonomian. Untuk mencapai kemandirian ekonomi, PBNU mempunyai empat program strategis. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis potensi dan tantangan organisasi Nahdlatul Ulama untuk mengembangkan produk kreatif MWC NU Buayan Kebumen berupa air isi ulang merek Aqwanu dilatarbelakangi oleh beberapa sisi; konsumen, ekspedisi, pelayanan, system kinerja, globalisasi dan sosialisasi. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif pengembangan produk Aqwanu, sedangkan analisis data menggunakan SWOT. Jenis data adalah data primer yang diperoleh peneliti secara langsung dari responden melalui dokumentasi dan wawancara. Untuk memperoleh gambaran faktor pendukung dan penghambat pengembangan produktifitas produk Aqwanu digunakan metode deskriptif. Hasil penelitian diperoleh bahwa dalam mengelola produk Aqwanu yang dikelola dibawah naungan MWC NU Buayan Kebumen masih terdapat kendala minimnya pembukuan dan branding secara digitalisasi. Dukungan masyarakat NU dan harga ekonomis menjadi kekuatan untuk mengembangkan produktifitas ekonomi produk.

Kata kunci: Produktifitas Ekonomi; Nahdlatul Ulama; SWOT

PENDAHULUAN

Pengembangan ekonomi kreatif di berbagai daerah samapi saat ini masih terus digalakkan untuk pencapaian pembangunan ekonomi dalam hal peningkatan pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat. Sejalan dengan Undang-Undang Nomor 24 tahun 2019 tentang ekonomi kreatif, tujuan pengembangan ekonomi kreatif fokus pada peningkatan pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat. Joseph A. Schumpeter melalui teori neo-klasik beranggapan inovasi dalam ekonomi kreatif dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Faktor-faktor penting untuk meningkatkan ekonomi menurut Robert Solow: (i) modal manusia; (ii) ibu kota; (iii) teknologi; dan (iv) output (Khusaini, Finuliyah, and Lestari 2023). Dapat disimpulkan bahwa beberapa faktor dapat mempengaruhi pertumbuhan ekonomi. Salah satu faktor dalam mencapai pembangunan ekonomi adalah meningkatkan kontribusi ekonomi kreatif. Oleh karena itu perlu upaya pengembangan ekonomi kreatif dengan kolaborasi berbagai pihak.

Ekonomi kreatif merupakan penggabungan dari ekonomi dan kerativitas. Dalam perkembangannya ekonomi kreatif seringkali terkendala dari berbagai sisi, seperti: (i) kurangnya kolaborasi antar pelaku ekonomi kreatif; (ii) kualitas sumber daya manusia; (iii) kesenjangan antara teknologi dan informasi; (iv) kurangnya modal; kesulitan memasuki pasar; dan (iv) kurangnya kolaborasi di antara para pemangku kepentingan. Salah satu upaya adalah menanamkan pola pikir tentang pentingnya ekonomi kreatif dan berbagai komponennya dari berbagai lapisan masyarakat, salah satunya organisasi keagamaan di Indonesia. Sebagai negara mayoritas Muslim, masyarakat di Indonesia mempunyai perspektif positif tentang organisasi keagamaan bagi kehidupan para anggotanya secara berkelanjutan.

Sampai saat ini, tidak banyak organisasi keagamaan di Indonesia yang mempunyai cetak biru secara komprehensif, solid, dan meyakinkan terkait mengatasi problematika ekonomi yang dapat mengantarkan masyarakat menjadi lebih sejahtera dan makmur. Merujuk pada pandangan antropolog Akhil Gupta dalam bukunya *The Anthropology of the State* (2006), fenomena ketidakstabilan ekonomi di Indonesia saat ini dapat dijadikan sebagai media yang disebut *the imagination of the state power* (Mukhsinun 2020). NU ingin membuktikan bahwa sebagai organisasi keagamaan terbesar adalah organisasi yang mampu menyentuh segala aspek kehidupan

bangsa dan negara, bukan hanya soal agama. Maka, isu ketidakstabilan ekonomi dapat menjadi tema besar program kerja NU.

Nahdlatul Ulama (NU) mempunyai mimpi dan rencana untuk membangun dan mengembangkan unit usaha. Untuk itu, memasuki abad kedua, NU terus berupaya meningkatkan perekonomiannya. Di awal abad kedua, Pengurus Besar Nahdlatul Ulama (PBNU) bertekad menghidupkan kembali sebagian semangat asli NU yang sempat klem pada 100 tahun pertama berdirinya, termasuk ketuhanan untuk mendongkrak perekonomian. Ada sejumlah langkah yang digagas PBNU untuk membangkitkan semangat Nahdlatul Tujjar di kalangan nahdliyyin, serta sejumlah program yang bertujuan memperkuat kemandirian organisasi. Untuk mencapai kemandirian tersebut, PBNU memiliki empat program strategis yaitu, pengembangan sumber daya ekonomi himpunan melalui unit-unit usahanya, peningkatan perekonomian warga NU, pengembangan pesantren, dan pengembangan ekonomi khusus. Sebagai bagian dari peningkatan perekonomian warga NU, PBNU memfasilitasi inisiatif perekonomian Nahdliyyin Nahdliyyat dengan berbagai program seperti penguatan perekonomian rumah tangga, inisiatif literasi keuangan dan pendidikan, memfasilitasi berbagai koperasi bagi anggota NU, pengembangan ekosistem usaha, peningkatan akses permodalan, pemasaran, dan lain-lain. Dengan adanya program mandiri ekonomi NU di abad kedua ini MWC NU kecamatan Buayan akan mengadakan program usaha-usaha UMKM untuk nantinya dapat bekerjasama dalam pembangunan Market NU, dan dalam hal ini Aqwanu juga akan menjadi peran utama sebagai donator pengembangan dan pengelolaan management program ekonomi mandiri. Turut mensukseskan profil dan struktur organisasi Banom NU sekecamatan Buayan utamanya dalam bidang perekonomian.

Ekonomi kreatif didefinisikan sebagai kegiatan ekonomi yang didasarkan pada kreatifitas, ketrampilan, dan bakat individu yang mempunyai nilai ekonomi dan mempengaruhi kesejahteraan masyarakat (Husin et al. 2013). Kementerian Perdagangan Indonesia (2008) merumuskan ekonomi kreatif sebagai upaya pembangunan ekonomi berkelanjutan melalui kreativitas dengan iklim ekonomi yang kompetitif dan memiliki sumber daya cadangan sumber daya terbarukan. Ekonomi produktif dapat diartikan sebagai serangkaian kegiatan untuk tujuan memberikan kapasitas perekonomian kepada perusahaan, meningkatkan produktivitas tenaga kerja, meningkatkan pendapatan, dan menciptakan hubungan usaha yang saling menguntungkan (Eryadini, Nurdiana, and Alfarucha 2021). Salah satu upaya produktifitas ekonomi di wilayah MWC NU Buayan Kebumen Jawa Tengah yaitu menciptakan produk Aqwanu untuk mengembangkan ekonomi organisasi dan kemandirian administrasi. Dalam produktifitas usaha, Aqwanu menjadi salah satu produk UMKM atau dalam kategori usaha kecil dan menengah.

Ekonomi produktif bertujuan supaya masyarakat mampu mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhannya, yang mana pelaksanaannya melibatkan kegiatan kemasyarakatan maupun lembaga keuangan (Atok et al. 2022). Pada sisi yang lain, wujud ekonomi produktif seperti pemberdayaan organisasi yang telah menjadi adat merupakan pemberdayaan ekonomi berorientasi pada UMKM atau biasa disebut ekonomi rakyat (Nurhidayat et al. 2023). Sasaran utama pemberdayaan Masyarakat NU yaitu pemberdayaan setiap rumah tangga, rumah tangga merupakan unit sosial terkecil dalam kehidupan masyarakat, hal ini yang mendorong untuk memberdayakan usaha guna meningkatkan produktifitas ekonomi.

Ekonomi kreatif merupakan konsep ekonomi yang memadukan informasi dan kreatifitas yang mengandalkan ide, gagasan, dan pengetahuan dari sumber daya manusia sebagai faktor produksi (Dinihayati and Purwanti 2020). Pada dasarnya ekonomi kreatif adalah Masyarakat yang memiliki potensi berupa akal, kemudian digunakan untuk berfikir mencari sesuatu atas keterbatasan ekonomi untuk mengentaskan diri sehingga dapat menghidupkan proses kemandirian ekonomi. Kemunculan ekonomi kreatif merupakan efek dari pergerakan ekonomi global yang melaju pesat, ekonomi kreatif dapat berkembang dari satu daerah ke daerah lainnya. Ekonomi kreatif yang ada di MWC NU Buayan berupa produk Aqwanu dan dilatarbelakangi oleh beberapa sisi; konsumen, ekspedisi, pelayanan, sistem kinerja, globalisasi dan sosialisasi.

Salah satu Banom Organisasi NU yang dituakan dari struktur ranting adalah MWC NU, salah satunya MWC NU Buayan yang sudah berdiri sejak tahun 2000. Struktur organisasi MWC NU Buayan diantaranya; Bapak Kyai Sugeng Tohir selaku Rois Suriyah MWC NU Buayan dan K.H. Miftahul Hasani, S.Pd.I selaku Katib Rois Suriyah MWC NU Buayan. Bapak Kyai Imam

Tofikun, S.Pd. selaku Ketua Tanfidziyah MWC NU Buayan, Bapak Kyai Muhammad Ma'muri, M.Pd, selaku Sekretaris MWC NU Buayan, dan K.H. Abdurrahman Alfatih selaku Bendahara MWC NU Buayan. Bapak Rudi selaku ketua UPZISNU LAZISNU Buayan juga mendukung penuh atas terciptanya produk Aqwanu yang berkontribusi dan berkolaborasi dengan organisasi NU di wilayah Buayan. Adanya dukungan dan persetujuan dari beberapa Lembaga atas terciptanya produk Aqwanu sangat diperlukan. Sebagai tombak berkembangnya produk ekonomi kreatif, Aqwanu adalah produk pertama yang dimunculkan secara mandiri oleh MWC NU Buayan. Berkembang pesat dalam Upaya *support system* aktivitas kerohanian maupun umum, selain berperan sebagai donator kegiatan juga memandirikan ekonomi MWC NU Buayan dalam proses menjemput abad ke 2, menjemput ekonomi mandiri.

Masyarakat Nahdliyin di lingkungan Majelis Wakil Cabang Nahdlatul Ulama Kecamatan Buayan, Kabupaten Kebumen, Jawa Tengah memiliki unit usaha produksi air minum dalam kemasan dengan merek Aqwanu. Air yang bersih dan sehat serta dapat dikonsumsi yaitu air yang memenuhi syarat kemenkes. Menjadi parodi utama perekonomian organisasi NU untuk mengembangkan manajemen organisasi MWC NU Buayan. Menjadi pondasi awal kesejahteraan umat, mengembangkan profil organisasi unggul dalam ekonomi yang mandiri, Produk air isi ulang Aqwanu memanfaatkan warga nahdliyin sebagai pasar utama. Majelis Wakil Cabang Nahdlatul Ulama Kecamatan Buayan terdapat 20 ranting, dan ranting-ranting tersebut menjadi agen dan distributor. Dengan hal ini akan menjadikan manajemen produksi Aqwanu optimistik terhadap produk yang di kelolanya, karena telah memiliki pasar *captive* sehingga penjualannya dapat dikendalikan dan dikembangkan. Selain menjadi perputaran manajemen keuangan organisasi, juga bisa menjadi peluang pekerjaan bagi masyarakatnya baik dalam segi penjualan, peluang pekerjaan sebagai ekspedisi, sebagai marketing, ataupun produksi air isi ulang Aqwanu tersebut sehingga dapat memberikan manfaat dan kesejahteraan bagi masyarakat nahdliyin.

Dalam pendistribusiannya, MWC NU Buayan mengutamakan masyarakat nahdliyin sebagai sasaran utamanya, seperti toko-toko para pengurus organisasi Nahdlatul Ulama seperti kalangan MWC NU, Muslimat NU, Fatayat NU, Anshor dan Banser NU. Tidak hanya toko yang beliau jadikan tujuan sasaran tetapi juga personal di rumah pengurus NU apabila mereka berkenan memasarkan untuk kemanfaatan bersama juga akan diantar berapapun permintaannya. Tidak hanya toko dan personal tetapi Aqwanu juga bekerjasama dengan instansi-instansi kelembagaan Nahdlatul Ulama, seperti MI Ma'arif NU Buayan dan SMK Ma'arif 8 Kebumen yang berketempatan di wilayah kecamatan Buayan untuk ikut serta mengkonsumsi dan memberdayakan perekonomian manajemen NU bersama Aqwanu.

Air yang digunakan sebagai bahan baku bersumber dari mata air buatan yang disalurkan kedalam penampungan toren atau tabung air untuk didiamkan selama kurang lebih 7 (tujuh) hari sebagai sarana pembersihan dan pengendapan. Selanjutnya air berjalan melalui saluran depot air terproses sampai bisa dikonsumsi. Setelah air sudah di diamkan 7 (tujuh) hari, selanjutnya galon dibersihkan dicuci melalui mesin depot air yang dimiliki oleh pengelola usaha menggunakan sabun dan sikat khusus pembersih galon. Setelah galon bersih dan siap pakai, galon langsung diisi dengan mesin otomatis depot air hingga siap distribusi. Bahkan dalam proses penyaringan, pengendapan, isi ulang, hingga penutupan atau segel tutup semua dengan proses mesin otomatis tanpa sentuhan tangan sehingga air minum higienis dan ekonomis untuk dikonsumsi.

Setelah menghitung, menimbang dan memutuskan, maka dalam harga jualnya dari pengelola seharga Rp7.000,00 ketika pengelola mengantar langsung kepada distributor/agen. Berbeda lagi jika pengelola mengantar sendiri dengan membawa *helper* yang membantu menurunkan galon Aqwanu dari truk ke distributor/agen maka *helper* tersebut sudah mengambil keuntungan sebesar Rp 500,00 rupiah, sehingga dari *helper* ke distributor/agen dijual seharga Rp.7.500,00 setelah Aqwanu sudah terdistribusi kepada distributor lalu dijual lagi ke konsumen, maka harga jualnya yaitu Rp 10.000,00 sehingga keuntungan yang didapatkan oleh masyarakat NU sebagai distributor yaitu sebesar Rp 2.500,00. Untuk pengembangan ekonomi organisasi MWC NU Buayan dalam bentuk pengelola langsung dengan sistem sosial, dimana beberapa persen dari hasil penjualan Aqwanu setiap bulannya.

Penelitian ini didasarkan pada Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs) No.8 yang bertujuan untuk mencapai produktivitas ekonomi yang lebih tinggi melalui pembaruan teknologi dan inovasi, mendorong kebijakan ke arah pembangunan ekonomi dengan kegiatan manufaktur,

penciptaan lapangan kerja, kewirausahaan, kreativitas dan inovasi dan mendorong pembentukan pengembangan UMKM. Meski penelitian terdahulu banyak yang menjelaskan terkait dampak positif pengembangan produktifitas ekonomi kreatif, akan tetapi penelitian terdahulu masih sedikit yang fokus membahas tentang tantangan dan potensi pengembangan produktifitas ekonomi kreatif dalam organisasi keagamaan khususnya Nahdlatul Ulama.

Penelitian ini fokus pada kajian terkait potensi, tantangan dan pengembangan produk unggulan milik jama'ah Nahdlatul Ulama di MWC NU Buayan Kebumen Jawa Tengah. Dilaksanakannya program kemandirian ekonomi bagi jama'ah NU memberikan pengaruh terhadap peningkatan produktivitas ekonomi NU, mendorong terciptanya lapangan kerja, dan kemandirian organisasi NU khususnya bidang ekonomi. Sehingga perlu digali lebih dalam lagi terkait produk unggulan NU agar bisa lebih memperdayagunakan sumber daya serta perlu dipahami tantangan dalam pengembangan produk supaya memunculkan inovasi-inovasi baru yang dapat meningkatkan produktivitas ekonomi menjadi lebih baik lagi.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif dengan pendekatan analisis SWOT. Sumber data yang digunakan adalah data primer yang berupa hasil wawancara dengan pengelola usaha air minum Aqwanu di Buayan Kebumen. Kriteria memilih Aqwanu sebagai objek penelitian adalah (i) sumber daya manusia yang memiliki pengetahuan terkait kewirausahaan, (ii) telah mengembangkan unit usaha, dan (iii) memiliki faktor produksi sebagai modal dalam melaksanakan pengembangan produktifitas ekonomi. Setelah melaksanakan wawancara dengan narasumber, dapat menemukan peta kekuatan, kelemahan, peluang, dan tantangan pada kuadran SWOT sebagai acuan dalam merumuskan strategi percepatan pengembangan produktivitas ekonomi dengan produk unggulan melalui kontribusi MWC NU Buayan Kebumen. Dalam penelitian ini, metode analisis deskriptif digunakan untuk memperoleh gambaran faktor pendorong dan penghambat pengembangan produk unggulan MWC NU Buayan. Dengan menggunakan analisis deskriptif, maka data yang akan disajikan berupa data yang akan disajikan berupa data deskriptif berupa kata tertulis dan perilaku yang diamati (Bahiyah dan Hidayat, 2018). Berikut disajikan bagan analisis SWOT:



HASIL DAN DISKUSI

Untuk membangun kegiatan pemasaran yang aktif dan kreatif, maka dibutuhkan perizinan produksi sesuai dengan peraturan izin pendirian usaha baik itu personal maupun organisasi dan instansi. Selaku pemilik saham perorangan atas nama Bapak Anwar Baihaqi pengurus MWC NU Buayan yang tinggal di Desa Karangbolong RT 02, RW 02 Kecamatan Buayan. Beliau mendirikan usaha air minum isi ulang dengan merek Aqwanu yang bekerjasama dengan management MWC NU kecamatan Buayan untuk kesejahteraan organisasi yang mandiri. Dengan perizinan dan uji

coba sample berdasarkan Sertifikat Pelatihan Kursus Hygiene Sanitasi Depot air minum Nomor: 443.6/8348/X/2019 yang berisikan berdasarkan Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 43 Tahun 2014 tentang Hygiene Sanitasi Depot Air minum bagi pemilik atau penanggungjawab yang diselenggarakan oleh Dinas Kesehatan Kabupaten Kebumen pada tanggal 19 oktober 2019 yang bertempat di sekretariat PERPADAM, dinyatakan LULUS. Selanjutnya sertifikat diberikan kepada depot air minum Aqwanu, pemilik atas nama bapak Anwar Baihaqi, tempat tanggal lahir Kebumen, 09 Agustus 1972. Selain dari perizinan usaha, juga adanya pengecekan hasil uji laboratorium untuk kelayakan kadar air minum yang akan dikonsumsi.



Gambar 1
Produk Air Isi Ulang Aqwanu

Berdasarkan hasil pemeriksaan laboratorium dengan nomor surat 071/P-Bak-DAM/X/2019 disampaikan bahwa hasil pemeriksaan menurut UPTD Unit Laboratorium Kesehatan Daerah Kabupaten Kebumen pada sample air minum Aqwanu diantaranya:

Tabel 1. Pemeriksaan Laboratorium

No.Kode Sample	: 01156/P-Bak-DAM/X/2019
Jenis Sample	: Air Minum
Lokasi Sample	: Karangbolong,Buayan
Petugas Sample	: APS
Petugas Pemeriksa	: Yuli Dryaningsih,S.Tr.KL
Tanggal Sampling	: 30 Oktober 2019
Tanggal pemeriksaan	: 30 Oktober 2019
Parameter pemeriksaan	: MPN coliform
Metode Pemeriksaan	: Metode MPN Tabungan Ganda 5-1-1

Hasil Pemeriksaan berdasarkan sample yang diambil:

Tabel 2. Hasil Pemeriksaan Laboratorium

No.	Titik Lokasi	Parameter Pemeriksaan	Hasil Pemeriksaan	Kadar Maksimal yang Diperbolehkan	Satuan	Ket.
1	Keran Pengisian Galon	1 total coliform	0	0	Per 100 ml	Memenuhi Baku
		2 total coliform	-	0	sampel	Mutu
		3 total coliform	-	<i>E-coli</i> negatif		

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan dengan responden, informasi mengenai kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang diperoleh dari produk air isi ulang Aqwanu di MWC NU Buayan Kebumen. Berdasarkan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang terkait dengan produk Aqwanu di MWC NU Buayan dapat dilakukan analisis SWOT sesuai tabel berikut:

Tabel 3. Matriks SWOT

Faktor Internal	Faktor Eksternal
Kekuatan	Peluang
<ul style="list-style-type: none"> a. Lokasi strategis b. Sumber Daya Manusia Ramah c. Kualitas produk mampu bersaing d. Besarnya dukungan dari Masyarakat NU khususnya e. Harga yang terjangkau f. Mampu menawarkan produk dengan varian kemasan g. Meningkatkan Produktivitas Usaha 	<ul style="list-style-type: none"> a. Produk yang berkembang melalui organisasi NU b. Kebutuhan Masyarakat yang semakin berkembang c. Melakukan Kerjasama dengan Lembaga Organisasi/Banom NU dan memanfaatkan SDM untuk melakukan pelatihan wirausaha d. Meningkatkan standarisasi pelayanan kepada pelanggan e. Mensosialisasikan produk melalui kegiatan kerohanian dalam support aktifitis f. Menjalin Kerjasama dengan Lembaga Instansi, Usaha perorangan, Toko/swalayan
Kelemahan	Ancaman
<ul style="list-style-type: none"> a. Belum terbentuknya struktural usaha b. Minimnya pencatatan dan pembukuan usaha c. Modal besar yang diperlukan dalam pendirian usaha d. Kondisional tempat produksi e. Perawatan alat produksi f. Efisiensi biaya meningkat g. Media Transportasi milik pribadi h. Kurangnya branding terhadap wilayah diluar Buayan 	<ul style="list-style-type: none"> a. Kondisi jalan rusak wilayah Buayan dan beberapa lingkup jalan desa b. Semakin banyaknya persaingan baru c. Mahalnya akomodasi d. Lemahnya kondisi ekonomi menurunkan daya beli

Tabel 4. Analisis SWOT

Kekuatan	Kelemahan
<p>a. Peluang usaha pada lokasi yang strategis memudahkan mengembangkan income usaha Aqwanu</p> <p>b. Adanya dukungan dari Masyarakat NU terkait produktifitas dan pendistribusian Aqwanu sehingga menjadi peluang dan kekuatan menjalankan ekonomi kreatif NU yang mandiri</p> <p>c. Dalam mempertahankan branding Aqwanu mampu bersaing dengan adanya kemunculan produk lain yang sepadan, namun Aqwanu tetap bertahan dengan kualitas yang menjamin.</p> <p>d. Banyaknya dukungan dari Masyarakat NU khususnya, dari berbagai Banom NU terhadap Aqwanu yang mendukung penuh kegiatan NU menjadi salah satu strategi.</p> <p>e. Dengan harga ekonomis Aqwanu memiliki berbagai varian bentuk kemasan sesuai kebutuhan Masyarakat NU yang efisien</p> <p>f. Mampu meningkatkan produktifitas dengan standarisasi permintaan pasar.</p>	<p>a. Kebutuhan struktur organisasi usaha untuk menjalankan roda manajemen, melalui organisasi NU membantu membentuk management sesuai spesifikasi kewirausahaan.</p> <p>b. Terhambatnya pencatatan dan pembukuan pada usaha Aqwanu, belum adanya tenaga administrasi. Minimalisasi pengetahuan akuntan sehingga perlunya pelatihan profesi administrasi. Memanfaatkan beberapa kegiatan pelatihan kewirausahaan yang diadakan oleh beberapa Lembaga perekonomian diwilayah Buayan.</p> <p>c. Permodalan mandiri dilakukan untuk mengawali berdirinya usaha Aqwanu menjadi tolak ukur tanggung jawab bersama dalam pengembalian permodalan. Melalui hasil laba dari hasil produksi dan penjualan Aqwanu maka usaha dapat terus berkembang</p> <p>d. Kondisional tempat produksi Aqwanu menjadi perhatian, dengan tempat dan penerangan yang seadanya, maka dibutuhkan gotong-royong bersama untuk menjaga kebersihan, membangun suasana yang nyaman, dan aman untuk bekerja. Dengan menambah penerangan, melakukan pembersihan area kerja setiap sebelum dan setelah produksi.</p> <p>e. Perlunya perawatan alat produksi Aqwanu, memerlukan biaya jasa pembersihan, perbaikan, dan pembaharuan mesin depot air, maka dibutuhkan akomodasi biaya. Dengan administrasi yang sudah data, maka harus ada pembiayaan yang nantinya dibutuhkan dalam usaha. Alokasi dari hasil laba beberapa persen.</p> <p>f. Media transportasi antar dan pengambilan Aqwanu menggunakan mobil bak milik pribadi, menjadi perhatian bersama MWCNU Buayan guna menambah fasilitas milik usaha bersama.</p> <p>g. Perlunya branding diluar wilayah Buayan menjadi cabang referensi pengembangan Aqwanu, melalui media cetak brosur Aqwanu sebagai sarana pengenalan produk mandiri kreatif menjadi sarana pengembangan produk.</p>

PELUANG	ANCAMAN
<p>a. Banyaknya dukungan dari berbagai pihak baik Lembaga, Banom, dan Organisasi menjadi tanggung jawab bersama untuk mengembangkan Aqwanu.</p> <p>b. Memberikan pelayanan yang baik dan ramah sesuai ajaran amaliyah NU dan juga memberikan fasilitas yang memudahkan dan menarik simpatik pelanggan.</p> <p>c. Branding Aqwanu tidak hanya sebagai support system kegiatan kerohanian Masyarakat NU, tetapi juga dalam kegiatan Masyarakat umum, Lembaga selain ma'arif NU, tetapi juga bekerjasama dengan Toko /Swalayan diluar wilayah Buayan.</p>	<p>a. Adanya jalur transportasi wilayah Buayan dan jalan desa menjadi kendala untuk ekspedisi Aqwanu, namun tidak menjadi kendala dalam jangka tertentu. Menjadi perhatian dan tanggungjawab bersama, tetap beraktifitas</p> <p>b. Banyaknya persaingan produk dan usaha yang sama tidak menjadi kendala produksi, melainkan menjadi evaluasi bagaimana konsep branding yang menguatkan berkembangnya Aqwanu.</p> <p>c. Perlunya akomodasi dalam menjalankan usaha menjadi perhatian pendiri usaha, agar dapat tetap berjalan, menjadi kebutuhan utama dapat dialokasikan dari administrasi pendapatan</p>

Strategi yang dilakukan untuk mengembangkan produktifitas management produksi dan administrasi, seperti:

1. Menentukan lokasi yang strategis, efisien, dan bersih untuk meningkatkan dan menjaga stabilitas produk yang terjamin kualitasnya.
2. Melakukan pencatatan aktifitas produksi dan distribusi secara manual dan digital untuk memudahkan produsen mengecek hasil produksi maupun *cek-out* galon Aqwanu pada saat terdistribusi.
3. Mengadakan fasilitas-fasilitas yang memadai untuk membantu peningkatan produksi Aqwanu sehingga apabila terdapat permintaan dalam jumlah yang banyak oleh konsumen permintaan dapat segera terealisasi dengan baik dan memenuhi kebutuhan konsumen.
4. Meningkatkan sosialisasi marketing kepada Masyarakat dengan cara membuat brosur Aqwanu atau kartu nama Aqwanu untuk di edarkan kepada Masyarakat kecamatan Buayan dan wilayah diluar kecamatan Buayan bersamaan dengan kegiatan-kegiatan pengajian, organisasi NU, maupun Market NU juga merupakan strategi yang menunjang kemajuan produktifitas Aqwanu.
5. Meningkatkan dan memanfaatkan Teknologi digital untuk branding produk agar dapat dilihat oleh masyarat luas terutama warga nahdliyin, agar dapat mengonsumsi produk sendiri yaitu Aqwanu. Branding secara online baik melalui *Facebook, Instagram, WhatsApp, Telegram* dan aplikasi lainnya untuk mendukung strategi marketing Aqwanu.
6. Menjangkau dan bekerjasama dengan Intansi-intansi NU atau Lembaga NU diwilayah Buayan dan sekitarnya untuk bisa mendukung penuh produktifitas Aqwanu dengan cara mengonsumsi dan serta ikut mendistribusikan Aqwanu sebagai pondasi rota perputaran management Aqwanu.
7. Sebagai *Sponsorship* setiap kegiatan organisasi NU, Formal, maupun Non-Formal juga menjadi salah satu strategi daya tarik minat Masyarakat NU sebagai objek marketing agar Aqwanu dapat bermanfaat bagi Masyarakat Nahliyin.
8. Memberikan reward dan apresiasi kepada distributor maupun konsumen yang mendistribusi dan mengonsumsi Aqwanu lebih dari jangka waktu lama, sehingga menjadi perhatian dan support kepada pelanggan Aqwanu, dengan begitu juga menjadi salah satu strategi meningkatkan pengembangan produktifitas Aqwanu.

KESIMPULAN

Nahdlatul Ulama adalah organisasi Islam terbesar di Indonesia berkomitmen meningkatkan dan menciptakan Ekonomi Mandiri Kreatif. Dibuktikan dengan PBNU memiliki empat program strategis yaitu, pengembangan sumber daya ekonomi himpunan melalui unit-unit usahanya, peningkatan perekonomian warga NU, pengembangan pesantren, dan pengembangan ekonomi

khusus. Salah satu contoh realisasi terlaksananya kemajuan ekonomi mandiri kreatif MWC NU Buayan yaitu produk Aqwanu. Berkembang dan terdistribusi bersama Masyarakat NU di wilayah Buayan, menjadi pondasi awal kemajuan kemandirian ekonomi kreatif MWC NU Buayan. Dalam mendirikan usaha tentu saja terdapat kelemahan dan kekuatan disetiap perjalanan mengembangkan usaha.

Pada produk Aqwanu masih minimnya pembukuan administrasi dan branding secara digitalisasi, namun dengan adanya beberapa pertemuan musyawarah kini akan adanya pelaksanaan administrasi pembukuan dengan cara seleksi kader mandiri oleh pihak MWC NU Buayan khusus pemegang dan pengelolaan administrasi secara baik dan terstruktur. Sistem branding yang akan dilakukan yaitu mensosialisasikan kembali kepada Masyarakat, mendistribusikan secara support sistem kegiatan, akan dibuat akun khusus *branding* Aqwanu dan brosur Aqwanu untuk mengenalkan kepada Masyarakat secara manual maupun digital, memperbanyak cabang distribusi diluar wilayah Buayan. Melakukan beberapa pertemuan pelatihan wirausaha dan musyawarah lanjutan sistem yang akan dikembangkan dalam branding Aqwanu.

REFERENSI

- Atok, Aldivon, Pratidina Santoso, Direktorat Jenderal, Otonomi Daerah, Kementerian Dalam, and Desa Wisata. 2022. "PEMBERDAYAAN MASYARAKAT MELALUI PROGRAM DESA WISATA I. Pendahuluan Kondisi Ekonomi Masyarakat Merupakan Salah Satu Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Kesejahteraan Masyarakat Pada Suatu Negara . Masalah Ini Merupakan Salah Satu Permasalahan Yang Telah Cuku." 7(November):33-48.
- Dinihayati, Erti, and Yanti Purwanti. 2020. "Creative Economy on E-Waroeng Kube." VI(01):1-9.
- Eryadini, Ninies, Ratna Nurdiana, and Fitrotun Nufus Alfarucha. 2021. "Pengaruh Pemberdayaan Perempuan Terhadap Peningkatan Ekonomi Produktif." 01(01).
- Husin, Dasmi, Mukhlisul Muzahid, Ali Imran, Anhar Firdaus, and Lakharis Inuzula. 2013. "THE IMPLEMENTATION OF SHARIA-BASED CREATIVE ECONOMY THROUGH GOOD GOVERNANCE TO ACHIEVE THE REGIONAL INDEPENDENCE LEVEL." 538-50.
- Khusaini, Moh, Firdaus Finuliyah, and Alfi Muflikhah Lestari. 2023. "Eco-Creative Hub Model as The Key to Integrating Creativity." 3(2):435-44.
- Mukhsinun. 2020. "KONTEKSTUALISASI DOKTRIN ASWAJA SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN EKONOMI UMAT." *Labatila* (1):1-16.
- Nurhidayat, Ipan, Sekolah Tinggi, Ilmu Sosial, Dan Ilmu, and Politik Tasikmalaya. 2023. "Pemberdayaan Masyarakat Untuk Meningkatkan Ekonomi Di Desa Kertajaya Kecamatan Cigugur Kabupaten Pangandaran." 1.