

**PKM KELOMPOK PENJUAL ASESORIS DI BUKIT KASIH KANONANG  
KECAMATAN KAWANGKOAN KABUPATEN MINAHASA  
SULAWESI UTARA**

**Rahel Widiawati Kimbal<sup>1)</sup>, Jeane Mantiri<sup>2)</sup>**  
Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Manado<sup>1)</sup>  
[rahelwkimbal@unima.ac.id](mailto:rahelwkimbal@unima.ac.id)  
Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Manado<sup>2)</sup>  
[jeanelitha@unima.ac.id](mailto:jeanelitha@unima.ac.id)

**ABSTRAK**

*Keindahan Tempat Wisata Religi Bukit Kasih Kanonang sudah dikenal banyak kalangan. Maka tidak mengherankan dalam rentang Juni hingga Desember 2016 tercatat ada 35.028 wisatawan yang telah mendatangi objek wisata ini. Besarnya kunjungan ini telah mendorong lahirnya penawaran berbagai jasa. Salah satu kegiatan ekonomi yang dilakukan masyarakat adalah penjualan asesoris. Kelompok penjual asesoris ini semuanya tidak memiliki latar belakang atau pendidikan formal. Kondisi ini menyiratkan bahwa kemampuan memasarkan asesoris yang berjalan antara pengunjung dengan penjual lebih bersifat natural. Permasalahan mitra seperti: (1) Rendahnya kualitas barang yang dijual oleh penjual asesoris. Hal ini ditandai dengan ketidakmampuan penjual untuk menjelaskan secara mendetail komponen-komponen yang ada di dalam barang asesoris yang mereka jual dan, (2). Kurangnya variasi barang yang ditawarkan oleh penjual dikarenakan mereka hanya menjadi tangan kedua atau ketiga dari pedagang di luar daerah. Akibatnya produk yang dihasilkan tidak semuanya memenuhi keinginan pasar. Solusi untuk permasalahan ini adalah pertama, memberikan sentuhan keilmuan berupa pemberian pelatihan ketrampilan cara mengelolah dan memasarkan barang asesoris dengan belajar mengenal lebih dekat karakter barang yang dijual. dan kedua, adalah, variasi produk asesoris yang monoton hendaknya dikembangkan menjadi lebih kaya dengan memasukkan unsur budaya bukit kasih. Maka perlu adanya kerjasama dengan pembuat asesoris dengan mengkomunikasikan model-model terbaru untuk diciptakan. sehingga ada penyegaran kembali produk asesoris. Metode dalam pelaksanaan kegiatan Program Kemitraan Masyarakat (PKM) ini melibatkan masyarakat khususnya penjual asesoris yang kurang memiliki pengetahuan dan keterampilan mengelolah usaha mereka dan melibatkan mahasiswa ekonomi sebagai pendamping. Melalui kegiatan ini dihasilkan: (1) ada respons yang baik dari para penjual asesoris sehingga mereka berpartisipasi dan hadir dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat (2) Terbentuknya pemahaman yang sama mengapa pengetahuan dan keterampilan menjadi sebuah kebutuhan bagi kegiatan pengelolaan dan pemasaran asesoris, (3) melalui kegiatan pengabdian pada masyarakat ini terjadi perubahan pola pikir (mindset) penjual asesoris dalam hal pengetahuan dan keterampilan untuk mengelola dan memasarkan asesoris dengan baik dan benar dan, (4) Meningkatnya pengetahuan dan keterampilan penjual asesoris tentang cara memasarkan asesoris agar terus meningkat, cara memelihara hubungan antara konsumen dan produsen. Selanjutnya cara membangun hubungan berkelanjutan dengan konsumen agar tetap bertahan bukan hanya sekedar jual beli saja.*

**Keyword:** *Kelompok Penjual Asesoris, Bukit Kasih, Wisatawan, Pedagang, Produk.*

## 1. PENDAHULUAN

Keindahan Tempat Wisata Religi Bukit Kasih Kanonang sudah dikenal banyak kalangan. Maka tidak mengherankan dalam rentang Juni hingga Desember 2016 tercatat ada 35.028 wisatawan yang telah mendatangi objek wisata ini. Besarnya kunjungan ini telah mendorong lahirnya penawaran berbagai jasa. Salah satu kegiatan ekonomi yang dilakukan masyarakat adalah penjualan asesoris. Kelompok penjual asesoris ini semuanya tidak memiliki latar belakang atau pendidikan formal. Kondisi ini menyiratkan bahwa kemampuan memasarkan asesoris yang berjalan antara pengunjung dengan penjual lebih bersifat natural. Pada kondisi ini mitra memiliki berbagai masalah seperti: (1) Rendahnya kualitas barang yang dijual oleh penjual asesoris. Hal ini ditandai dengan ketidakmampuan penjual untuk menjelaskan secara mendetail komponen-komponen yang ada di dalam barang asesoris yang mereka jual dan. (2). Kurangnya variasi barang yang ditawarkan oleh penjual dikarenakan mereka hanya menjadi tangan kedua atau ketiga dari pedagang di luar daerah. Akibatnya produk yang dihasilkan tidak semuanya memenuhi keinginan pasar.

Merujuk pada permasalahan yang telah disebutkan sebelumnya khususnya mitra kelompok penjual asesoris maka solusi yang akan dilakukan adalah untuk mengatasi berbagai permasalahan. Pertama, permasalahan yang sangat mendasar yakni terkait dengan bagaimana strategi untuk meningkatkan kualitas barang dan jasa sehingga dapat menjawab harapan dan keinginan dari para pengunjung di Bukit Kasih Kanonang. Hal ini dapat dilaksanakan dengan memberikan sentuhan keilmuan berupa pemberian pelatihan ketrampilan cara mengelola dan memasarkan barang asesoris dengan belajar mengenal lebih

dekat karakter barang yang dijual. hal ini tentu saja membutuhkan kerjasama dengan tukang pembuat barang asesoris di daerah lain. Seperti para penjual dapat mengetahui dasar dari kualitas barang dengan mengetahui bahan yang digunakan, lamanya waktu pembuatan, tempat pembuatannya dimana, dan model apa saja yang banyak diminta oleh pembeli. Kegiatan pengenalan ini hendaknya dilakukan berjenjang sampai penjual asesoris dan pembuat asesoris dapat memiliki hubungan kerjasama yang saling menguntungkan satu dengan yang lainnya. Dengan kata lain, luaran dari strategi ini akan terlihat pada peningkatan penguasaan kemampuan menjelaskan secara mendetail mengenai asesoris yang dijual. harapannya informasi yang mendetail mampu memberikan daya tarik tersendiri pada pembeli untuk dapat membeli asesoris dengan mendapatkan kepuasan maksimal. hal ini tentu saja menjadi nilai tambah untuk kemajuan usaha penjual asesoris di Bukit Kasih kanonang.

Selanjutnya permasalahan kedua. Yaitu variasi produk asesoris yang monoton hendaknya dikembangkan menjadi lebih kaya dengan memasukkan unsur budaya bukit kasih. Contohnya asesoris kalung pada gantungannya sebagian besar bergambar salib, liontin bulat dan hati. Produk asesoris kalung ini terus dijumpai dan tidak pernah berubah. Hal yang sama juga dijumpai pada asesoris gelang, cincin, gantungan kunci dan topi. produk yang monoton dan tidak variatif ini tentu saja membosankan para pembeli. Oleh sebab itu perlu adanya kerjasama dengan pembuat asesoris dengan mengkomunikasikan model-model terbaru untuk diciptakan. sehingga ada penyegaran kembali produk asesoris. hal ini akan merangsang para pembeli untuk membeli produk baru, bahkan akan mengkoleksi barang tersebut sebanyak mungkin. karena produk tersebut akan memberikan kepuasan tersendiri. Kepuasan

yang didapat seperti kebanggaan pernah mengunjungi bukit kasih dengan membeli asesoris yang ada tulisan bukit kasih atau gambar bukit kasih pada setiap asesoris ataupun asesoris tugu bukit kasih serta benda-benda sekitar yang dapat dijadikan asesoris unggulan bukit kasih. Tentu saja solusi ini akan berdampak pada daya tarik wisata yang telah mendapat sentuhan penerapan Program Kemitraan Masyarakat (PKM).

## **2. METODE KEGIATAN**

### **A. Metode yang ditawarkan**

Keberhasilan suatu program ditentukan oleh tingkat partisipasi atau dapat diterima dan dirasakan manfaat kegiatannya oleh masyarakat luas. Oleh karena itu dalam pelaksanaan kegiatan Program Kemitraan Masyarakat (PKM) ini direncanakan melibatkan masyarakat khususnya penjual asesoris yang kurang memiliki pengetahuan dan keterampilan mengelola usaha mereka. Penjual asesoris ini juga bersedia dihimpun dan membentuk kelompok penjual asesoris yang belum pernah ada. Diharapkan kegiatan ini akan memberikan dampak yang lebih luas terutama dalam mengatasi permasalahan yang dihadapi penjual asesoris saat ini. Di samping itu kegiatan ini akan melibatkan pemerintah desa dan tokoh agama atau adat setempat yang memiliki pengaruh kuat serta menjadi pribadi panutan dalam masyarakat.

Selain itu, kegiatan Program Kemitraan Masyarakat (PKM) ini juga menggunakan pendekatan lain yaitu dengan cara melibatkan mahasiswa ekonomi sebagai pendamping dan sekaligus mereka belajar dan membagi ilmu dengan kegiatan magang dengan membagikan pengalaman belajar mereka di dalam kelas. Hal ini juga akan melahirkan jiwa wirausaha mahasiswa untuk menjadi wirausahawan melalui pengalaman praktis mengaplikasikan dan mengembangkan ilmu pengetahuan dan

keterampilan yang didapat untuk membantu kelompok penjual asesoris. Pada kegiatan IbM ini mereka akan berperan menjadi pendamping sekaligus tutor dan mitra latihan bagi para penjual asesoris yang mengikuti pelatihan ketrampilan mengelola usaha. Kehadiran mereka akan memperkuat dan menyemangati partisipasi mitra kegiatan dalam hal ini kelompok penjual asesoris. Kemitraan ini akan menguntungkan dalam menjamin keberhasilan dalam mengatasi permasalahan prioritas yang dialami oleh para penjual asesoris di Bukit Kasih Kanonang.

### **B. Pelaksanaan Kegiatan :**

#### **1. Sosialisasi**

Satu kegiatan yang sangat penting adalah sosialisasi. Kegiatan ini ditekankan pada pemberian pemahaman akan pentingnya kegiatan untuk meningkatkan pendapatan dan keberlanjutan Bukit Kasih sebagai ikon wisata serta untuk memastikan kepuasan para pengunjung. Pada proses sosialisasi ini, penjual asesoris akan diberi gambaran bagaimana mitra dapat mengatasi masalah-masalah mendasar yang selama ini mereka hadapi. Hal ini penting untuk menumbuhkan kesadaran sejak awal bahwa kegiatan ini bukan semata-mata untuk kepentingan Tim Universitas Negeri Manado melainkan untuk menjawab kebutuhan mereka. Seperti dalam hal memproduksi dan menjual asesoris sebagai cendramata yang tentu saja dapat memberikan keuntungan tersendiri. Dengan begitu maka mitra akan mengambil tanggung jawab bersama untuk menjamin keberhasilan pelaksanaan kegiatan pengabdian sekaligus melihat bahwa kegiatan ini tak bisa diabaikan. Kesadaran ini akan berperan penting untuk menentukan keberhasilan pelaksanaan kegiatan Program Kemitraan Masyarakat (PKM)

#### **2. Proses Pelatihan**

Pelaksanaan kegiatan ini langsung memadukan teori dan praktek dalam setiap pertemuannya. Ini berarti bahwa penjual asesoris sebagai mitra akan langsung dilibatkan dalam praktek cara mengelola sambil diselingi pemberian teori yang sesuai dengan konteks dan tujuan pengelolaan usaha penjual asesoris. Dengan demikian pelatihan ini menjadi proses pembelajaran teori ekonomi sekaligus penerapannya. Pada titik ini peran pelibatan komunitas belajar menjadi terasa sangat bermanfaat sebab mereka akan bermain peran (role play) untuk menjadi model dan pada giliran berikutnya menjadi partner latih bagi para penjual asesoris yang mengikuti kegiatan pelatihan. Dilain waktu, komunitas belajar dapat menjadi tempat bertanya untuk aspek pengetahuan atau teoretis yang belum dipahami. Hal ini sangat membantu peran tim pelaksana sekaligus bisa membuka jalan keberhasilan bagi pelaksanaan keseluruhan kegiatan. Dalam kaitan itu dapat ringkas bahwa implementasi yang dilaksanakan untuk menjadi solusi permasalahan sebagai berikut.

Pertama, Pengetahuan dan keterampilan dalam hal mengelola usaha asesoris. Para penjual asesoris diberikan teori dan latihan mengenai cara mengelola usaha ini. mulai dari pengadaan produk yang dijual hendaknya diketahui kualitas barang yang dibeli dari pedagang di daerah lain. sehingga hal ini akan membantu mereka mempromosikan barang yang dijual dengan disertai cerita-cerita mengenai Bukit Kasih yang memiliki sejarah khusus bagi masyarakat Minahasa. Tambahan cerita rakyat mereka akan menjadi daya tarik sendiri yang membuat pengunjung merasa puas yang tentu saja secara spontan akan ikut membeli asesoris mereka. Selanjutnya mitra usaha hendaknya menggunakan

bahasa yang tepat dan mudah dimengerti oleh pengunjung tanpa membuat kesalahan berkomunikasi. Serta ikut menciptakan suasana akrab yang membuat pengunjung betah dan akan berlama-lama menikmati keindahan alam Bukit kasih.

Kedua, pengetahuan mengenai cara memperbanyak variasi asesoris agar beranekaragam. Transfer ilmu ini diberikan melalui pelatihan dengan memberikan 1) pengenalan produk yang dihasilkan seperti kalung, gelang, gantungan kunci, cincin. 2) mempelajari keunikan Bukit Kasih dengan dimunculkannya gambar-gambar penting seperti gambar salib, monument Bukit Kasih, patung Toar Lumimuut yang merupakan nenek moyang orang minahasa dan gambar unik lain yang memiliki karakter mengenai Bukit Kasih. 3) mendesain gambar-gambar yang akan menjadi ikon khusus asesoris Bukit Kasih. 4) bekerjasama dengan pembuat asesoris dengan memberikan gambar yang menjadi karakter unik Bukit Kasih. 5) pengetahuan kepada mitra dengan tetap menjaga kualitas produk asesoris yang dihasilkan.

### 3. Evaluasi dan Keberlanjutan Program

Tahapan ini merupakan pemantauan dan pengecekan pada setiap langkah dan solusi yang diharapkan apakah telah memenuhi harapan. Kemajuan dan tantangan akan dipantau untuk menjadi bahan refleksi untuk langkah selanjutnya. Peran tiap komponen dalam pengabdian baik pelaksana maupun mitra dinilai peran dan tanggapannya. Secara umum, keberhasilan akhir akan dievaluasi dengan merujuk pada ketersediaan output, outcome dan impact dari pelaksanaan Program Kemitraan Masyarakat (PKM). Dalam konteks kegiatan ini, evaluasi akan melihat tercapainya output antarlain terlaksananya proses peningkatan

pengetahuan dan ketrampilan mengelola usaha, terciptanya lapangan pekerjaan, Sedangkan outcome dapat dilihat pada peningkatan kapasitas penjual asesoris sebagai anggota mitra, peningkatan layanan penjual asesoris, dan peningkatan pengetahuan dan ketrampilan penjual asesoris. Pada aspek impact ditunjukkan pada peningkatan pendapatan dari kelompok penjual asesoris, terjadinya perkembangan jumlah dan kualitas penjual asesoris dan bertambahnya serapan tenaga kerja baru.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Program Kemitraan Masyarakat (PKM) ini dilaksanakan kepada kelompok penjual asesoris yang merupakan mitra dalam kegiatan ini. Mitra dalam kegiatan ini berjumlah 15 orang dan mereka memiliki jenjang pendidikan yang berbeda-beda seperti SD, SMP dan SMA.

Persoalan kelompok penjual asesoris ini sebagai mitra terletak pada 2 hal yaitu : (1) Rendahnya kualitas barang yang dijual oleh penjual asesoris. Hal ini ditandai dengan ketidakmampuan penjual untuk menjelaskan secara mendetail komponen-komponen yang ada di dalam barang asesoris yang mereka jual dan. (2). Kurangnya variasi barang yang ditawarkan oleh penjual dikarenakan mereka hanya menjadi tangan kedua atau ketiga dari pedagang di luar daerah. Akibatnya produk yang dihasilkan tidak semuanya memenuhi keinginan pasar. Selanjutnya status sosial kelompok penjual asesoris ini bervariasi. Ada yang bekerja sebagai petani, ibu rumah tangga, tukang ojek, pengusaha warung dan lain-lain.

Lokasi PKM dari perguruan tinggi adalah 30 Km dengan sarana transportasi yang digunakan adalah angkutan umum, mobil dan sepeda motor. Sarana komunikasi yang digunakan berupa telepon, internet dan surat. Untuk tim PKM berjumlah 1 (satu)

dosen yang bergelar doktor dengan 5 (lima) orang mahasiswa.

Untuk metode pelaksanaan kegiatan yaitu memberikan sentuhan keilmuan berupa pemberian pelatihan ketrampilan cara mengelolah dan memasarkan barang asesoris dengan belajar mengenal lebih dekat karakter barang yang dijual. dan kedua, adalah, variasi produk asesoris yang monoton hendaknya dikembangkan menjadi lebih kaya dengan memasukkan unsur budaya bukit kasih. Maka perlu adanya kerjasama dengan pembuat asesoris dengan mengkomunikasikan model-model terbaru untuk diciptakan. sehingga ada penyegaran kembali produk asesoris. Luaran kegiatan PKM ini antara lain: (1) Peningkatan jumlah penjual asesoris handal yang memiliki keterampilan dan pengetahuan khusus pada bidang pengelolaan usaha asesoris di Bukit Kasih. (2) Terciptanya produk asesoris baru yang memiliki karakter Bukit Kasih Kanonang.

Metode dalam pelaksanaan kegiatan Program Kemitraan Masyarakat (PKM) ini melibatkan masyarakat khususnya penjual asesoris yang kurang memiliki pengetahuan dan keterampilan mengelolah usaha mereka. Penjual asesoris ini juga bersedia dihimpun dan membentuk kelompok penjual asesoris yang belum pernah ada. Diharapkan kegiatan ini akan memberikan dampak dalam mengatasi permasalahan yang dihadapi penjual asesoris. Di samping itu kegiatan ini akan melibatkan pemerintah desa dan tokoh agama atau adat setempat yang memiliki pengaruh kuat serta menjadi pribadi panutan dalam masyarakat.

Selain itu, kegiatan Program Kemitraan Masyarakat (PKM) ini juga menggunakan pendekatan dengan cara melibatkan mahasiswa ekonomi sebagai pendamping dan sekaligus mereka belajar dan membagi ilmu. Kemitraan ini akan menguntungkan dalam menjamin keberhasilan dalam mengatasi permasalahan prioritas yang

dialami oleh para penjual asesoris di Bukit Kasih Kanonang.

Melalui kegiatan ini dapat dicapai beberapa hal seperti:

(1) Ada respons yang baik dari para penjual asesoris sehingga mereka berpartisipasi dan hadir dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Para penjual asesoris ketika mendapatkan undangan dari Tim pengabdian sangat antusias untuk mengikuti kegiatan ini. Hal ini dibuktikan dengan kehadiran mereka yang tepat waktu. Bukan itu saja, kehadiran mereka menandakan besarnya harapan untuk mendapatkan pengetahuan mengenai cara menjual dan mengelola asesoris yang ada.

(2) Terbentuknya pemahaman yang sama mengapa pengetahuan dan keterampilan menjadi sebuah kebutuhan bagi kegiatan pengelolaan dan pemasaran asesoris. Ketika mengikuti kegiatan ini, para penjual asesoris menjadi sadar ternyata kegiatan pengelolaan dan pemasaran asesoris ini sangat penting dalam usaha kegiatan mereka. Hal ini dinyatakan oleh salah satu penjual asesoris yaitu Ibu Eva Pinatik yang mengatakan bahwa selama ini mereka hanya bermodalkan kenekatan ketika menjual asesoris. Mereka hanya memiliki bekal pengetahuan alami yang datang dari diri mereka sendiri. Sehingga kemampuan mereka menjual aksesoris berdasarkan keaktifan pribadi lepas pribadi.

(3) melalui kegiatan pengabdian pada masyarakat ini terjadi perubahan pola pikir (mindset) penjual asesoris dalam hal pengetahuan dan keterampilan untuk mengelola dan memasarkan asesoris dengan baik dan benar. Terbentuknya pola pikir yang baik dan benar dalam menjual asesoris di lokasi

wisata Bukit Kasih Kanonang, tentu saja menjadi input positif buat masyarakat setempat dan khususnya para penjual asesoris. Karena selama ini mereka hanya berpikir menjual dan barang mereka dibeli oleh para pengunjung. Itulah tujuan utama mereka dan setelah itu memperoleh keuntungan. Seperti yang dituturkan oleh salah satu penjual yaitu Hesti Pinatik yang menyatakan bahwa ketika mereka menjual asesoris kepada pengunjung, mereka mengikuti dari belakang dan seakan-akan terus menerus mengikuti pengunjung. Mereka akan berhenti ketika para pengunjung sudah membeli produk mereka. Hal lain lagi mereka tidak pernah memikirkan perasaan pengunjung apakah mereka nyaman atau tidak dengan kehadiran para penjual asesoris. Hal itulah yang membuat beberapa pengunjung mengeluarkan kata menolak dengan kasar ketika ditawarkan produk asesoris tersebut. Sebagai penjual hal itu adalah hal yang biasa. Bagi mereka penjual asesoris yang penting barang mereka laku dibeli. Setelah mengikuti kegiatan ini para penjual asesoris mulai mendapatkan pengetahuan bagaimana keberadaan mereka dapat diterima oleh pengunjung tanpa mengganggu kenyamanan pengunjung. Hal yang dilakukan adalah mereka akan memberikan informasi tentang keberadaan bukit Kasih dengan menuangkan sejarah bukit Kasih yang cukup menarik mengenai cerita dari setiap patung yang ada. Misalnya patung Toar Lumimuut yang merupakan nenek moyang orang Minahasa. Begitu juga dengan adanya patung salib dan bangunan 4 (empat) rumah ibadah. Cerita ini dapat membantu pengunjung untuk

menikmati keindahan wisata Bukit Kasih ini. Tentu saja secara otomatis mereka akan membeli asesoris meskipun tidak ditawarkan. Selanjutnya ketika barang mereka akan dibeli, para penjual asesoris akan menjelaskan beberapa arti dibalik asesoris yang mereka jual. Contohnya salib artinya adalah sebuah pengorbanan serta arti-arti lain yang tergambar dalam beberapa asesoris tersebut.

(4) Meningkatnya pengetahuan dan keterampilan penjual asesoris tentang cara memasarkan asesoris agar terus meningkat, cara memelihara hubungan antara konsumen dan produsen. Selanjutnya cara membangun hubungan berkelanjutan dengan konsumen agar tetap bertahan bukan hanya sekedar jual beli saja. Awalnya hal ini kurang disadari oleh para penjual asesoris. Mereka hanya berpikir klasik yaitu ketika barang mereka dibeli orang maka hubungan mereka selesai ketika terjadi transaksi jual beli. Selama ini mereka tidak berpikir bahwa hubungan ini harus tetap dijaga meskipun pengunjung baru sekali datang mengunjungi. Mereka tidak berpikir bahwa pengunjung itu memiliki keinginan untuk kembali datang mengunjungi Bukit Kasih, dengan membawa teman-teman mereka ataupun sendiri untuk kembali menikmati keindahan Lokasi wisata ini. Setelah mengikuti kegiatan ini para penjual asesoris sadar ternyata hubungan yang berkelanjutan sangat penting dalam kegiatan usaha mereka. Sebab apa yang mereka lakukan selama ini ternyata dapat memperpendek usaha mereka. Oleh sebab itu memelihara hubungan dengan memberikan produk yang berkualitas sangat penting. Bukan itu

saja pemberian bonus harga ikut membantu kelangsungan hubungan ini. Hal ini perlu diterapkan agar usaha ini tetap hidup dan berkelanjutan.

#### 4. KESIMPULAN

Melalui kegiatan Pengabdian pada masyarakat maka dapat disimpulkan: (1) ada respons yang baik dari para penjual asesoris sehingga mereka berpartisipasi dan hadir dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat (2) Terbentuknya pemahaman yang sama mengapa pengetahuan dan keterampilan menjadi sebuah kebutuhan bagi kegiatan pengelolaan dan pemasaran asesoris, (3) melalui kegiatan pengabdian pada masyarakat ini terjadi perubahan pola pikir (mindset) penjual asesoris dalam hal pengetahuan dan keterampilan untuk mengelola dan memasarkan asesoris dengan baik dan benar dan, (4) Meningkatnya pengetahuan dan keterampilan penjual asesoris tentang cara memasarkan asesoris agar terus meningkat, cara memelihara hubungan antara konsumen dan produsen. Selanjutnya cara membangun hubungan berkelanjutan dengan konsumen agar tetap bertahan bukan hanya sekedar jual beli saja.

#### Rekomendasi

1. Masyarakat mengharapkan kegiatan ini kembali dilaksanakan secara berkesinambungan agar dapat memberikan nilai tambah dalam usaha penjualan asesoris.
2. Penjual asesoris mengharapkan mereka bisa bekerjasama dengan pembuat asesoris secara langsung dimana tempat mereka membeli barang. Bukan hanya menjadi perpanjangan tangan dari penjual lain.
3. Pihak Universitas Negeri Manado dan pemerintah setempat dapat bekerjasama aktif untuk melahirkan penjual asesoris baru yang memiliki

keterampilan dan pengetahuan yang unggul.

## 5. REFERENSI

- Donald dan Douglas, 1996. Kiat Memasarkan Produk Anda, Pedoman Perencanaan Untuk Perusahaan Kecil. Arcan.Jakarta.
- Kotler, P. 2005. Manajemen Pemasaran (Terjemahan). Edisi Milenium. PT. Indeks Kelompok Gramedia. Jakarta.
- Maulana, A. 1987. Manajemen pemasaran. Erlangga. Jakarta
- Mujanah, S. dkk. 2016. IBM Kelompok Usaha Kecil Krupuk di kenjeran Kota Surabaya. Jurnal Pengabdian LPPM UNTAG Surabaya Vol 02 No 1 Hal 103-116
- Rahayu, S. dkk. 2014. IbM Kelompok Usaha Produk Olahan Susu Segar Di Dusun Boyong Desa Hargobinangun, Sleman Yogyakarta. Jurnal Inovasi dan Kewirausahaan Vol 3 No 3, September 2014. Hal 160-169.
- Saladin, D. 2003. Intisari Pemasaran dan Unsur-Unsur Pemasaran. CV. Linda Karya. Bandung.
- Yosef Ikanubun. 2017. Tugu di Bukit Kasih kanonang. Liputan 6.com Minahasa [www.tribunnews.com](http://www.tribunnews.com). Bukit Kasih Kanonag Tantang Wisatawan. [www.kompasiana.com](http://www.kompasiana.com). Mengunjungi Tugu Toleransi di Bukit Kasih Kanonang.