



Strategi Penguatan Ekonomi Kreatif Usaha Pangan Bergizi Melalui Pelatihan Pemasaran Online

Elita Endah Mawarni¹, Andrik Hermanto², Dian Rosahanti³, Biji Bintang⁴, Ivan Rahmawan⁵

¹Program Studi S1 Gizi, STIKES Banyuwangi

²⁻⁵Program Studi S1 Keperawatan, STIKES Banyuwangi

E-mail: litaendah36@gmail.com

ABSTRAK

Potensi industri pangan pada kelompok binaan Taman Nasional Alas Purwo Kabupaten Banyuwangi cukup besar dan bervariasi namun di era global ini penuh tantangan dan sangat kompetitif. Berdasarkan situasi di lapangan para kelompok binaan Taman Nasional Alas Purwo belum mengetahui cara menghitung kandungan nilai gizi pada produk yang dihasilkan, mereka juga belum memanfaatkan social media seoptimal mungkin dan belum mengetahui cara melakukan penjualan melalui *e-commerce*. Tujuan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah untuk memberikan edukasi, pelatihan, dan pendampingan dalam perhitungan gizi pangan pada produk UMKM serta meningkatkan keterampilan dan keahlian dalam teknik pemasaran online berbasis *marketplace*. Selain itu juga, dari hasil kegiatan ini diharapkan mampu meningkatkan perekonomian dan pemahaman IPTEK pada khalayak sasaran pengabdian sehingga lebih produktif dalam pemasaran. Adapun sasaran pengabdian adalah anggota UMKM Desa Kedungsari Purwoharjo, Banyuwangi sebanyak 15 orang. Pemecahan masalah dilakukan dengan tiga tahap kegiatan yaitu (1) tahap persiapan, (2) tahap pelaksanaan, dan (3) tahap evaluasi. Pada tahap persiapan diisi dengan cara sosialisasi, observasi, wawancara, dengan calon mitra. Tahap pelaksanaan dilakukan dengan cara memberikan edukasi, pengetahuan, dan pelatihan kepada masyarakat. Sedangkan pada tahap ketiga yaitu tahap monitoring dan evaluasi dilakukan dengan cara pendampingan dan monitoring anggota UMKM Desa Kedungsari dalam mempraktekkan perhitungan gizi pangan dan teknik pemasaran produk UMKM. Adapun hasil dari kegiatan pengabdian ini menunjukkan indikasi keberhasilan oleh anggota UMKM Desa Kedungsari dalam mempraktekkan perhitungan gizi pangan dan teknik pemasaran produk UMKM dengan menerapkan pengetahuan yang telah diberikan dan mampu meningkatkan perekonomian masyarakat Desa Kedungsari sehingga masyarakat menjadi lebih inovatif dan produktif.

Kata Kunci: Ekonomi, Gizi, Online, Pemasaran

ABSTRACT

The potential for the food industry in the target group of Alas Purwo National Park, Banyuwangi Regency is quite large and varied, but in this global era it is full of challenges and very competitive, so that small and medium industries (IKM) need the support of various parties. This community service (PPM) aims to provide education, training, and assistance in calculating food nutrition for MSME products and improving skills and expertise in marketplace-based online marketing techniques. Society in nutritional calculations and marketing. Apart from that, this activity is also expected to be able to improve the economy and understanding of science and technology for the target audience so that they are more productive in marketing. The target of dedication is 10 members of UKM Kedungsari Purwoharjo Village, Banyuwangi. Problem solving is carried out in three stages of activity, namely (1) the preparation stage, (2) the implementation stage, and (3) the stage evaluation. The approach/preparation stage is carried out by way of outreach, observation, interviews, with potential partners. The implementation phase is carried out by giving education, knowledge, and training to the community. The monitoring and evaluation stage is carried out with assistance and monitoring of Kedungsari Village UMKM members in practicing food nutrition calculations and MSME product marketing techniques. The results of this PPM activity were to show indications of success by members of the Kedungsari Village UMKM in practicing food nutrition calculations and MSME product marketing techniques by applying the knowledge that had been given



and being able to improve the economy of the Kedungsari Village community so that the community became more innovative and productive.

Keywords: *Marketing, Nutritious Food, Training*

DOI: <https://doi.org/10.54832/judimas.v1i2.166>

Pendahuluan

Potensi industri pangan di pada kelompok binaan Taman Nasional Alas Purwo Kabupaten Banyuwangi cukup besar dan bervariasi. Agar mampu bertahan di era global yang penuh tantangan dan sangat kompetitif, industri kecil menengah (IKM) membutuhkan dukungan berbagai pihak. Menurut Naisbit, 1994 (Singgih), perkembangan ekonomi dunia akan didominasi oleh usaha kecil dan menengah, dengan kata lain negara yang memiliki jaringan yang kuat pada usaha kecilnya akan berhasil dalam persaingan di pasar global.

UMKM tidak terlepas dari usaha kecil dengan pengertian usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar. (Undang-Undang, 2008).

Berdasarkan analisis situasi, maka ditemukan beberapa masalah yang muncul pada kelompok binaan Taman Nasional Alas Purwo, diantaranya masalah penjualan; semua produk UMKM pada sentra UMKM kelompok binaan kurang efektif, karena hanya dilakukan dengan menawarkan barang pada lingkungan sekitar Banyuwangi dan juga hanya mengandalkan event-event tertentu saja. Menurut (Sugiyanto, 2021) bahwa UMKM merupakan salah satu sektor yang mempunyai peranan penting dalam pembangunan ekonomi. Menurut (Pakpahan, 2020); Kurangnya pemanfaatan *e-commerce* guna untuk meningkatkan penjualan produk yang dimiliki oleh seluruh kelompok binaan. Untuk penjualan secara online masih belum difokuskan karena terkendala beberapa hal, diantaranya yaitu masih banyaknya pelaku UMKM yang belum mengenal pemasaran secara online terutama pemasaran melalui online marketplace seperti bukalapak, tokopedia, olx dan marketplace lain. Pemanfaatan marketplace masih sangat minim di kalangan pelaku UMKM kelompok binaan Taman Nasional Alas Purwo Banyuwangi, padahal dengan memanfaatkan marketplace dapat meningkatkan jumlah penjualan dan promosi.



Berbagai produk yang dihasilkan oleh kelompok binaan Taman Nasional Alas Purwo seperti makanan, minuman, kerajinan, peternakan dan budidaya hewan laut. Anggota kelompok binaan yang memiliki produk berupa makanan belum melakukan pengukuran kandungan nilai gizi pada produknya. Kandungan nilai gizi ini diperlukan untuk mengetahui komposisi dan nilai gizi yang terdapat dalam produk.

Berdasarkan situasi di lapangan para kelompok binaan Taman Nasional Alas Purwo belum mengetahui cara menghitung kandungan nilai gizi pada produk yang dihasilkan, mereka juga belum memanfaatkan social media seoptimal mungkin dan belum mengetahui cara melakukan penjualan melalui *e-commerce*. Maka berdasarkan permasalahan tersebut STIKES Banyuwangi akan melakukan Program Pengabdian yaitu berupa pemberian edukasi terkait menghitung nilai gizi pada produk, serta pemanfaatan social media dan cara penggunaan aplikasi *e-commerce* untuk melakukan penjualan produk yang dihasilkan dengan tema “Upaya Peningkatan Kualitas Produk UMKM pada Kelompok Binaan Taman Nasional Alas Purwo di Kabupaten Banyuwangi”.

Metode Pelaksanaan

Adapun tahapan dalam pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini yakni;

1. Tahap Persiapan

Koordinasi antara tim kerja dengan mitra untuk mempersiapkan hal yang diperlukan (jadwal kegiatan, tempat kegiatan, media yang akan digunakan, dan bagaimana kegiatan nanti akan dilakukan)

2. Tahap Pelaksanaan

- a. Adapun tahapan dalam pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini yakni Melakukan edukasi terkait jenis makanan dan kandungan dalam makanan serta mempraktikkan cara menghitung komposisi zat gizi pada makanan.
- b. Memberikan pengetahuan kelompok binaan terkait pemanfaatan social media dan bagaimana cara membuat produk menjadi lebih menarik sehingga dapat dipasarkan.
- c. Memberikan pengajaran kepada kelompok binaan terkait penggunaan aplikasi *e-commerce* dan melakukan praktek langsung mulai dari pendaftaran akun, mengunggah produk dan memasarkan produk.



3. Tahap Evaluasi

- a. Kegiatan yang dilakukan pada tahap ini adalah melakukan evaluasi terhadap proses kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat mulai dari awal sampai dengan akhir dengan menggunakan metode *posttest* guna mengetahui peningkatan pengetahuan serta sikap peserta kegiatan pengabdian terhadap materi.
- b. Evaluasi hasil diharapkan dapat mengetahui seberapa besar capaian tujuan antara lain: meningkatnya pengetahuan, pemahaman, serta kesiapan peserta untuk dapat menghasilkan produk yang bergizi dan berdaya jual.

Hasil dan Pembahasan

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini diikuti oleh kurang lebih 15 orang dengan karakteristik peserta terdiri dari berbagai jenis kelamin, tingkat umur, dan jenjang pendidikan yang berbeda. Antusias masyarakat sangat terlihat ketika narasumber memaparkan terkait pengukuran kandungan nilai gizi pada produk, perhitungan bahan yang dapat dimakan (BDD), pengetahuan terkait penggunaan aplikasi e-commerce untuk penjualan produk di UMKM, dan Pengetahuan terkait pemanfaatan media sosial untuk sarana promosi produk di UMKM.

Dari hasil proses pelaksanaan kegiatan penyuluhan ini, dapat dilihat bahwa ada peningkatan pengetahuan dari yang awalnya mereka tidak tahu dan tidak menganggap penting nilai gizi pada makanan/produk UMKM yang dihasilkan, maka setelah ada acara ini, mereka bisa menambah pengetahuan dan keterampilan menghitung gizi pada makanan dengan mudah.

Pada materi yang kedua disampaikan pengetahuan kepada kelompok binaan terkait pemanfaatan social media dan bagaimana cara membuat produk menjadi lebih menarik sehingga dapat dipasarkan. Dari pemaparan materi ini peserta diberikan tambahan pengetahuan tentang teknik pemasaran yang lebih menarik konsumen. Begitu juga dengan pemaparan materi ketiga dengan tema penggunaan aplikasi ecommerce dan melakukan praktek langsung mulai dari pendaftaran akun, mengunggah produk dan memasarkan produk. Praktek penghitungan gizi dapat dilakukan dengan mudah dengan cara online yang sudah ada di website pada laman nilai gizi.com. (NilaiGizi.com, n.d.)



Gambar 1. Laman pencarian nilai gizi makanan

Pada materi kedua, pengetahuan tentang teknik pemasaran yang lebih menarik konsumen, peserta diajarkan bagaimana cara memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi produk yang dihasilkan UMKM tersebut. Dalam hal ini peserta bisa melakukan praktikum menggunakan media komunikasi yaitu android yang bisa dijadikan media pemasaran produk untuk meningkatkan penjualan produk.



Gambar 2. Materi tentang pengenalan bisnis melalui media sosial

Begitu juga pada materi ketiga, tentang peningkatan penjualan melalui E-Commerce. Pada materi ini peserta dikenalkan dengan teknik pemasaran melalui e commerce yang ada di Indonesia, seperti tokopedia, lazada, blibli, kaskus, shopee, dll. Peserta mempraktekkan cara mendaftarkan teknik pemasaran menggunakan e commerce tersebut. Alasan kami menyarankan kepada warga binaan UMKM Kedungsari karena menggunakan Marketplace dan media sosial memiliki fitur chat atau messenger yang bisa diakses kapan saja. Sehingga mudah dan efektif digunakan untuk sarana pemasaran.



.Gambar 3. Materi tentang peningkatan penjualan melalui E-Commerce

Sosialisasi dan Pelatihan

Penyuluhan atau sosialisasi kepada kelompok UMKM binaan Taman Nasional Alas Purwo di desa Kedungsari, Purwoharjo, Banyuwangi, adalah bentuk kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan secara langsung kepada masyarakat sejumlah kurang lebih 15 orang. Penyuluhan atau sosialisasi yang diberikan meliputi pengukuran kandungan nilai gizi pada produk, teknik mempromosikan produk melalui social media dan marketplace. Sosialisasi yang dilakukan dibagi menjadi dua sesi; yang pertama adalah sesi pemaparan dari tim narasumber dan yang kedua adalah sesi diskusi (Gambar 4).



Gambar 4. Sesi Sosialisasi dan Diskusi dengan Warga oleh narasumber (Tim Pengabdian)



Gambar 5 Foto Kegiatan

Kesimpulan

Penerapan ilmu pengetahuan dan teknologi (IPTEK) tentang perhitungan nilai gizi pada makanan, minuman/produk UMKM dan teknik pemasaran online berbasis *E-Commerce* ini kami lakukan pada kegiatan pengabdian masyarakat dalam rangka, mengupayakan peningkatan ekonomi pada warga binaan yang berlokasi di desa Kedungsari, Banyuwangi Jawa Timur.

Adapun materi yang dibawakan pada kegiatan ini adalah pengukuran kandungan nilai gizi pada produk, teknik mempromosikan produk melalui social media dan marketplace sehingga diharapkan dengan teknik ini dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan penjualan produk dan meningkatkan pendapatan warga.

Dalam penyampaian materi ini menggunakan teknik simple yang mudah dipraktikkan oleh peserta, karena bisa dilakukan menggunakan media android yang rata-rata sudah dimiliki oleh peserta. Keunggulan dari pemberian materi ini adalah:

- a. Kegiatan sosialisasi dan penyuluhan yang telah dilakukan ini berpengaruh positif bagi masyarakat dan dapat meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya menciptakan produk bergizi yang mudah dipasarkan dengan cara memanfaatkan media sosial yang ada.
- b. Selain itu dengan adanya penyuluhan ini mampu memberdayakan pelaku UMKM Desa Kedungsari untuk lebih kreatif, inovatif dan produktif terutama dalam memproduksi dan memasarkan produk.



Ucapan Terima Kasih

Ucapan terimakasih kami tujukan kepada STIKES Banyuwangi yang telah mendanai kegiatan ini, Selain itu juga kami tujukan kepada ketua UMKM Desa Kedungsari yang telah memberikan izin untuk pelaksanaan kegiatan dan juga seluruh pihak yang telah membantu dalam kegiatan ini sehingga kegiatan edukasi mentransfer ilmu pengetahuan dan teknologi pada kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat berjalan dengan baik dan lancar.

Daftar Pustaka

- NilaiGizi.com*. (n.d.). Retrieved from NilaiGizi.com: <https://nilaigizi.com>
- Pakpahan, A. K. (2020). COVID-19 Dan Implikasi Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah. *Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan*.
- Singgih. (n.d.). Strategi Penguatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) sebagai Refleksi Pembelajaran Krisis Ekonomi Indonesia. *Jurnal Ekonomi Modernisasi Fakultas Ekonomi Universitas Kanjuruhan Malang*.
- Sugiyanto, S. P. (2021). Potensi Kekayaan Intektual Pada Pemberdayaan Umkm Dan Koperasi Kota Tangerang Selatan,. *Proceedings Universitas Pamulang*, 502-520.
- Undang-Undang. (2008). *Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, UMKM*.