

PENGOLAHAN MENTIMUN DAN PEMASARAN DIGITAL SEBAGAI UPAYA OPTIMALISASI POTENSI MENUJU DESA MATRA

Wiwik Maryati¹, Suspahariati²

^{1,2}Program Studi Administrasi Niaga, Fakultas Bisnis, Bahasa dan Pendidikan,
Universitas Pesantren Tinggi Darul Ulum
email:: wiwikmaryati@fia.unipdu.ac.id

Abstrak

Program pengabdian kepada masyarakat ini merupakan program yang memberikan wawasan pada masyarakat yang berjumlah kurang lebih 25 orang terdiri dari ibu-ibu PKK maupun pelaku usaha rumahan (home industry) yang ada di desa Plandaan dalam pemanfaatan pengolahan sumber daya alam maupun pengoptimalan peran media sosial sebagai sarana pemasaran. Pelatihan pembuatan es timun dan pemasaran digital dipilih sebagai kegiatan karena bertujuan memberikan edukasi kepada masyarakat supaya mampu mendesain sebuah produk dengan memanfaatkan sumber daya alam yang pada akhirnya berfungsi sebagai sumber penghasilan. Selain itu masyarakat juga diedukasi mendesain kemasan produk yang marketable maupun strategi dalam memasarkan produk dengan media digital mengingat era saat ini konsumen akan lebih cepat menerima informasi produk melalui pemanfaatan media digital. Metode dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah metode survey dan keterlibatan partisipatif dengan masyarakat sasaran. Hasil dari kegiatan pelatihan pembuatan es timun, mendesain kemasan produk dan memasarkan produk melalui media sosial memberikan pemahaman bahwa dengan mengetahui potensi sumber daya desa dapat dioptimalkan menjadi sebuah produk yang bernilai jual dan saat ini promosi produk dapat dilakukan dengan mudah, terjangkau dan efektif yakni dengan peran media sosial. Kegiatan pelatihan tersebut juga mendapatkan respon antusias dari masyarakat sasaran baik dari kalangan pelaku usaha maupun ibu-ibu PKK.

Kata kunci : Pelatihan; Es Timun; Pemasaran Digital; Desa Plandaan; Desa Matra

Abstract

This community service program is a program that provides insight into the community of approximately 25 people consisting of PKK women and home industry actors in Plandaan village in the utilization of natural resource processing and optimizing the role of social media as a means of marketing. Training on making cucumber ice and digital marketing was chosen as an activity because it aims to provide education to the public so they are able to design a product by utilizing natural resources which ultimately functions as a source of income. Apart from that, the public is also educated on designing marketable product packaging and strategies for marketing products using digital media considering that in the current era consumers will receive product information more quickly through the use of digital media. The method for this community service activity is a survey method and participatory engagement with the target community. The results of the training activities on making cucumber ice, designing product packaging and marketing products via social media provide an understanding that by knowing the potential of village resources they can be optimized into a product with selling value and currently product promotion can be done easily, affordably and effectively, namely with the role of social media. This training activity also received an enthusiastic response from the target community, both business people and PKK women.

Key words: training; cucumber ice; digital marketing; Plandaan village; Matra Village

PENDAHULUAN

Kepekaan pada situasi dan kondisi yang ada di sekitar adalah modal utama bagi seorang pelaku usaha untuk dapat mengetahui peluang usaha yang kemungkinan bisa dikembangkan. Salah satu upaya untuk dapat menangkap peluang usaha tersebut adalah dengan mencoba mencermati potensi sumber daya di sekitar yang dapat dimanfaatkan dan diolah menjadi sebuah produk. Tentunya hal ini akan menjadikan support bagi pertumbuhan perekonomian suatu daerah apabila masyarakatnya secara mandiri mempunyai sumber penghasilan yang diperoleh dari berwirausaha.

Desa Plandaan merupakan salah satu desa yang ada di kecamatan Plandaan kabupaten Jombang dimana masyarakat desa Plandaan sebagian besar bermata pencaharian sebagai petani, ada juga yang bercocok tanam di ladang. Tentunya dari mata pencaharian yang membutuhkan interaksi dengan sumber daya alam tersebut dapat memberikan sumber penghasilan baru apabila dapat mengoptimalkan

lebih intensif terhadap pengolahan sumber daya alam. Sumber daya alam dari hasil bercocok tanam yang sudah dapat dimanfaatkan dengan baik adalah tanaman gadung yang diolah menjadi keripik gadung, dimana ini sudah menghasilkan beberapa pelaku usaha (homeindustry) keripik gadung.

Sumber daya alam lainnya yang berpotensi untuk diolah dan dikembangkan di desa tersebut adalah buah mentimun atau sering disebut ketimun atau timun. Selain dapat diolah menjadi sayuran, buah timun ini dapat dimanfaatkan menjadi sebuah produk dan salah satunya adalah es timun. Cukup banyak dan mudah ditemukan buah timun ini di desa Plandaan, sehingga tidak sulit bagi masyarakat untuk mendapatkan bahan baku apabila mereka ingin melakukan pengolahan pada sumber daya alam ini. Olahan es timun ini nantinya juga akan dikemas dalam packaging yang menarik sehingga ketika dijual akan menambah nilai jual pada produk. Oleh karena itu selain pengenalan pada pembuatan produk yang berbahan dasar sumber daya alam potensi desa, masyarakat juga dikenalkan pada cara mendesain kemasan produk dan strategi yang tepat dapat digunakan sebagai media pemasaran produk.

Melihat fenomena di atas, melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini program yang ditonjolkan adalah pelatihan cara membuat es timun dan mendesain kemasan produk serta cara memasarkan produk melalui media sosial seperti membuat marketplace maupun promosi lewat facebook. Dengan membuat produk yang dieksplor dari potensi sumber daya alam desa akan mendorong lahirnya para entrepreneur dan hal ini dapat mendongkrak perekonomian desa setempat yakni masyarakat menjadi mandiri dan sejahtera (Matra) karena dapat mengoptimalkan diri dengan berwirausaha yang pada akhirnya mereka sejahtera karena dapat mencukupi kebutuhan dengan penghasilan yang dimiliki. Sebagaimana dikatakan oleh Joewono (2011) dan Kasmir (2007:18) bahwa meningkatnya kesejahteraan masyarakat melalui kontribusinya pada pertumbuhan ekonomi maupun pemerataan pertumbuhan ekonomi dapat dicapai melalui kegiatan wirausaha. Sektor perekonomian sendiri di kabupaten Jombang menunjukkan cukup lumayan bagus menjadi pilihan minat pekerjaan bagi penduduk Jombang untuk memenuhi kebutuhan hidup. Ini berarti Jombang dapat dikatakan sebagai kota yang cukup berpotensi dapat mengembangkan entrepreneur (Maryati dan Bambang, 2015; Maryati dan Ida, 2019). Selain itu apabila suatu daerah mampu menghasilkan satu produk dari hasil mengolah sumber daya alam potensial di daerah tersebut sampai mampu memasarkannya maka hal itu juga akan menambah nilai daerah karena telah mampu melakukan positioning pada produk daerah (Maryati, 2018)

Program ini tidak hanya memberikan pemahaman pentingnya pemanfaatan potensi desa yang dapat diolah menjadi sebuah produk untuk menambah income keluarga. Namun juga memberikan pemahaman pentingnya packaging bagi sebuah produk maupun peran sosial media sebagai sarana promosi produk. Pemberian pemahaman ini berupa real action dengan menunjukkan bagaimana mendesain sebuah produk dari bahan baku alam sekitar maupun mendesain kemasan. Selain itu masyarakat juga ditunjukkan setelah produk dan kemasan dibuat yaitu dengan membantu membuat marketplace sebagai sarana promosi. Mendesain produk dengan kemasan yang sedemikian rupa maupun mempromosikannya dengan media yang tepat sasaran merupakan salah satu komponen dalam aktivitas pemasaran yang dapat menunjang kinerja pemasaran yakni terjualnya produk kepada konsumen. Sebagaimana dikatakan oleh Kotler dan K.L. Keller (2016:48) bahwa produk, harga (price), promosi dan saluran distribusi (place) merupakan aktivitas pemasaran yang disebut dengan marketing mix (4P). keberadaan marketing mix ini yang akan menentukan keberhasilan aktivitas pemasaran berupa penjualan.

Program ini memberikan kemanfaatan bagi masyarakat sasaran yakni ibu-ibu PKK dan para pelaku home industry (usaha rumahan) yang berjumlah kurang lebih 25 orang maupun bagi desa Plandaan sendiri. Masyarakat di desa Plandaan dapat mempunyai pemahaman tentang pentingnya mempunyai kepekaan terhadap potensi sumber daya alam di sekitar yang dapat diolah menjadi sebuah produk. Masyarakat di desa Plandaan juga dapat mendesain kemasan produk dan mengetahui cara memasarkan yang lebih efektif dan efisien yakni dengan memanfaatkan teknologi digital yang dapat digunakan untuk meraih konsumen lebih maksimal ketika produk tersebut dijual. Sebagaimana dikatakan oleh Wibowo (2016:241) bahwa era digitalisasi memberikan solusi agar bisnis yang dilakukan dapat sukses. Hal ini dikarenakan tujuan era digitalisasi yang juga dikenal dengan era perubahan (Hussey, 2000:6) maupun era 5.0 ini adalah untuk menciptakan nilai-nilai baru yang mengkolaborasikan pekerjaan dengan berbagai sistem informasi dan teknologi agar dapat mengembangkan dan memperbaiki kualitas sumber daya manusia yang dibutuhkan (A.B. Shana, 2020; M.I. Faadil, 2020). Sedangkan kemanfaatan bagi desa Plandaan, potensi desa yang berupa timun dapat teroptimalkan pemanfaatannya. Masyarakat desa akan dapat mempunyai penghasilan dengan produk yang

dihasilkannya, sehingga perekonomian desa juga akan menjadi baik dengan masyarakatnya yang mempunyai kemandirian dalam berwirausaha.

Berdasarkan analisis situasi yang dijelaskan di atas, masalah yang akan dikaji pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini terkait dengan : upaya mengeksplor potensi sumber daya alam selain gadung yang ada di desa Plandaan Jombang. mendesain sumber daya alam buah timun diolah menjadi es timun, membuat kemasan sederhana untuk produk es timun dan mengenalkan cara pemasaran melalui media sosial (membuat marketplace) di facebook.

METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan dengan metode survey dan keterlibatan partisipatif dengan masyarakat sasaran. Pada metode survey dilakukan dengan melakukan observasi pada awal pelaksanaan yang bertujuan pemetaan masalah yang terjadi pada masyarakat di desa Plandaan. Sedangkan metode keterlibatan partisipatif dilakukan dengan cara ikut terlibat langsung pada kegiatan program mulai dari pembuatan produk es timun sampai dengan keterlibatan dalam kegiatan mendesain kemasan dan cara memasarkan produk yang sudah diberi kemasan melalui media sosial.

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan di desa Plandaan kecamatan Plandaan kabupaten Jombang. Lokasi desa Plandaan ini dibatasi oleh beberapa desa yaitu :

Utara : Desa Puri Semanding

Barat : Desa Jatimlerek

Selatan: Desa Bangsri

Timur : Desa Karangmojo dan Tanggungkramat kecamatan Ploso

Kegiatan membuat produk, kemasan produk dan cara memasarkan produk dilakukan dengan tahapan-tahapan sebagai berikut: (1) melakukan survey untuk mengeksplorasi potensi desa yang ada di desa Plandaan, (2) merumuskan sumber potensi hasil eksplorasi yang dapat dimanfaatkan, (3) merencanakan kegiatan, (4) pelaksanaan kegiatan pembuatan produk es timun dan pengemasannya, (5) pelaksanaan kegiatan cara memasarkan melalui media sosial khususnya dalam membuat marketplace, (6) menganalisis hasil kegiatan, (7) evaluasi kegiatan untuk mengetahui umpan balik respon masyarakat sasaran, dan (8) rencana tindak lanjut.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa “Pelatihan Pembuatan Es Timun dan Pemasaran Melalui Media Sosial” di desa Plandaan dapat dilihat pada bagan 2.1 berikut ini :

Gambar 1. Bagan Kegiatan Pelatihan Pembuatan Es Timun, Desain Kemasan dan Pemasaran Digital

Kegiatan	Minggu Ke-					
	1	2	3	4	5	6
Eksplorasi potensi sumber daya alam desa Plandaan						
Sosialisasi pada perangkat desa melalui rembug desa						
Merencanakan bentuk pelatihan, sasaran dan biaya						
Pelaksanaan (pembuatan es timun, desain kemasan dan cara pemasaran melalui media sosial)						
Evaluasi kegiatan (Umpan balik dari sasaran kegiatan)						
Rencana tindak lanjut						

HASIL DAN PEMBAHASAN

Plandaan merupakan salah satu desa dari 12 desa yang ada di kecamatan Plandaan kabupaten Jombang. 12 desa yang ada di kecamatan Plandaan tersebut yaitu Purisemanding, Bangsri, Klitih, karang Mojo, Kampung Baru, Sumberjo, Gebangbunder, Darurejo, Pelabuhan, Plandaan, Jatimlerek dan Tondowulan. Berdasarkan hasil survey pemetaan kondisi sosial kemasyarakatan yang ada di desa Plandaan, penduduk desa Plandaan mayoritas bekerja di sektor pertanian, bercocok tanam di ladang dan beternak. Dengan jumlah 3 dusun yaitu dusun Plandaan, Padangan dan Sambiroto, masyarakat

desa Plandaan merupakan desa yang cukup padat dengan jumlah penduduk kurang lebih 2473 jiwa (Data demografi Plandaan, 2022).

Produk keripik gadung merupakan potensi terbesar hasil olahan pertanian gadung yang dimiliki oleh desa Plandaan. Namun selain gadung dan ketela, ketimun juga merupakan sumber daya alam yang berpotensi untuk diolah dan dikembagkan sehingga ini menjadikan potensi juga bagi perkembangan sektor perekonomian. Hasil pendataan mayoritas pelaku usaha yang ada di desa Plandaan adalah pelaku usaha keripik gadung yang masih sederhana dalam melakukan pengemasan terhadap produk. Oleh karena itu pada kegiatan pengabdian masyarakat kali ini fokus kegiatan diarahkan pada sosialisasi pentingnya kemasan pada produk sekaligus mengenalkan cara mendesain kemasan dan memasarkan produk yang efektif melalui media sosial. Tak hanya itu saja, pada kegiatan pengabdian masyarakat kali ini masyarakat juga dikenalkan bagaimana memanfaatkan potensi desa yang lain yakni buah ketimun sebagai bahan dasar yang dapat diolah menjadi produk yang dapat menghasilkan nilai jual juga.

Berdasarkan data fokus yang didapatkan di atas, maka dilakukanlah analisis perencanaan dan pelaksanaan program untuk menjalankan temuan survey. Pada kegiatan analisis perencanaan ditentukan sumber daya alam apa yang berpotensi untuk dapat diolah dengan mudah menjadi sebuah produk. Begitu pula dengan rencana kemasan ditentukan jenis pembungkus plastik maupun desain labeling yang meliputi: pemilihan kata-kata yang lugas dan tepat, komposisi warna maupun bentuk tulisan. Untuk kemasan yang dilakukan adalah :

1. Pembungkus bahannya dipilih plastik yang jenisnya agak tebal ada perekatnya pelaku usaha tidak perlu melakukan proses perekatan secara manual menggunakan lilin.
2. Pada labeling identitas usaha yang dituliskan berupa nama usaha (dicontohkan KPMT X) dan nama produk dan pesan slogan. Demikian juga untuk identitas alamat dan kontak personnya, komposisi bahan, berat (netto) dituliskan di sisi belakang pada kemasan.



Gambar 1 Hasil Olahan Menjadi Produk Es Timun dan Kemasan Produk

Pada kegiatan pengenalan pemasaran melalui media sosial, masyarakat sasaran kegiatan sebelumnya diinfo untuk membawa handphone agar mereka langsung bisa mempraktekannya bagaimana membuat marketplace yang ada di media sosial maupun membuat facebook. Selain itu masyarakat sasaran juga dikenalkan media sosial lainnya yang dapat digunakan sebagai sarana promosi produk. Dengan masyarakat mempraktekkan langsung cara membuat marketplace mereka akan mengalami secara langsung dan dapat merasakan kekurangan/hambatan apa yang harus diatasi dari potensidiri mereka.

Pada akhir sesi dari kegiatan ini diadakan evaluasi berupa pemberian umpan balik (feedback) dari sasaran kegiatan untuk mengukur respon masyarakat sampai sejauhmana memahami materi yang disampaikan tersebut. Dari hasil umpan balik menunjukkan pada secara umum masyarakat sasaran antusias terhadap kegiatan yang dilakukan. Masyarakat menjadi tahu bahwa ada potensi sumber daya lain yang dapat diolah dan dimanfaatkan menjadi sebuah produk. Tentunya hal ini akan menjadikan sumber penghasilan baru selain pemanfaatan sumber daya gadung yang sudah dilakukan. Masyarakat juga mempunyai pemahaman bahwa kemasan pada produk merupakan hal yang tidak dapat diremehkan karena akan menambah nilai pada sebuah produk. Mereka jadi mengenal bahwa ada pembungkus sederhana tetapi lebih elegant dan menarik konsumen dibandingkan dengan bungkus

plastik biasa yang selama ini mereka kenal. Demikian juga untuk media promosi mereka tidak lagi berpikir bahwa promosi memerlukan biaya besar, namun dengan pemanfaatan media social yang saat ini mudah didapat mereka dapat memasarkan produk dengan efektif.

Berdasarkan analisis data yang dielaskan di atas, menunjukkan bahwa program pembuatan es timun dan pemasaran melalui media sosial di desa Plandaan berhasil dilakukan. Ini terbukti dari respon masyarakat yang antusias dan positif terhadap kegiatan tersebut. Keberhasilan kegiatan ini tidak terlepas dari beberapa faktor pendukung yaitu:

1. Keterlibatan aktif masyarakat sasaran dalam hal ini adalah para pelaku usaha dan ibu-ibu PKK di desa Plandaan. Mulai dari penggalan data ketika survey awal sampai pada kegiatan pelaksanaan, masyarakat sasaran begitu kooperatif. Kondisi masyarakat sasaran sangat peduli pada sebuah perubahan, sehingga motivasi untuk melakukan kegiatan juga ada. Terlebih ketika melihat hasil respon masyarakat yang antusias terhadap produk yang dibuat maupun cara memasarkannya.
2. Peran perangkat desa yang juga sangat peduli dengan penggiatan ekonomi kerakyatan, sehingga responsif sekali pada kegiatan tersebut. Ini terbukti dengan diberikannya kesempatan dan tempat untuk melakukan kegiatan pelatihan termasuk mobilisasi masyarakat sasaran kegiatan.

Adapun faktor penghambat kegiatan ini tetap ada namun masih dapat teratasi dengan keompakan dan keguyuban masyarakat sasaran untuk saling support ingin melakukan sebuah perubahan. Faktor penghambat dari kegiatan ini adalah masih ada beberapa masyarakat sasaran program yang kurang lancar dalam menggunakan media handphone/gadget. Oleh karena itu dari evaluasi kegiatan ini maka perlu dilakukan rencana tidak lanjut yaitu :

- a. Perlu diadakan pelatihan terkait dengan penggunaan teknologi informasi untuk kebutuhan saat ini.
- b. Membuka kembali jejaring kemitraan dengan berbagai pihak seperti dinas umkm dan perindustrian untuk lebih mengoptimalkan potensi produk daerah. Selain itu jejaring dengan pihak perguruan tinggi juga perlu ditingkatkan agar program pelatihan seperti ini dapat menjadi program yang berkelanjutan.

SIMPULAN

Kesimpulan yang dapat dijelaskan dari program pengabdian kepada masyarakat yang dikaji terkait dengan 3 hal. Pertama, masyarakat di desa Plandaan perlu dikenalkan pentingnya sebuah kepekaan dalam membaca peluang yang dapat diupayakan dari pemanfaatan potensi sumber daya alam yang ada di desa, Kedua, pelatihan pembuatan es timun, mendesain kemasan produk dan memasarkan produk melalui media sosial dipilih sebagai program kegiatan karena timun merupakan salah satu sumber daya berpotensi yang dapat dimanfaatkan menjadi produk. Demikian juga cara mendesain kemasan produk perlu diberikan agar masyarakat memahami bahwa produk akan lebih bernilai apabila ada kemasannya. Sedangkan pelatihan pemasaran melalui media sosial diberikan agar masyarakat mempunyai pemahaman bahwa saat ini promosi produk dapat dilakukan dengan mudah, terjangkau dan efektif yakni dengan peran media sosial. Ketiga, respon masyarakat yang positif dan antusias terhadap kegiatan pelatihan menunjukkan bahwa kegiatan yang dilakukan berhasil dengan baik meskipun ada sedikit hambatan namun dapat diatasi.

Melihat hasil kegiatan pelatihan yang telah dilakukan maka beberapa saran yang dapat ditindak lanjuti yaitu dengan melanjutkan program pelatihan kewirausahaan dan digital marketing tersebut secara terprogram, terjadwal dan terstruktur. Selain itu juga melaksanakan rencana tindak lanjut yakni memperkuat jejaring sesegera mungkin untuk mengoptimalkan potensi desa.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini tidak akan terlaksana dengan baik tanpa kontribusi dari pihak-pihak terkait. Oleh karena itu kami sampaikan terima kasih kepada pihak-pihak yang sudah memberikan support terlaksananya kegiatan ini yaitu :

- 1) Seluruh jajaran pimpinan Universitas Pesantren Tinggi Darul Ulum (Unipdu) Jombang.
- 2) Aparat pemerintahan desa Plandaan Jombang.
- 3) Warga masyarakat desa Plandaan khususnya masyarakat sasaran kegiatan.

DAFTAR PUSTAKA

- A.B. Syana. (2022, Nopember 4). Menyambut Era Marketing 5.0 Technology For Humanity. <https://www.marketeers.com/menyambut-era-marketing-5-0-technology-for-humanity>
- Hussey, D.E. (2000). How to Manage Organisasional Change. London: Kogan Page Limited.

- Joewono.H. (2011). Strategi Pengembangan Kewirausahaan Nasional: Sebuah Rekomendasi Operasional. Jurnal Infokop, (Vol. 19), 1-23.
- Kasmir. (2007). Kewirausahaan. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kotler, P. dan K.L. Keller. (2016). Marketing Management. Global Edition 15. Pearson. www.downloadslide.net.
- Maryati, W dan Bambang, S. (2015). Model Paguyuban Untuk Mempertahankan Usaha Entrepreneur Community Di Kawasan Psantren Kota Jombang. Proceeding FMI.
- Maryati, W. (2018). Peran UKM dalam Menetapkan Posisi (Positioning) Produk Khas daerah Melalui Manajemen Image Di Era Persaingan Global: Kajian UKM di Kabupaten Jombang. Jurnal Bisma, 10 (2), 134-144. <https://doi.org/10.26740/bisma.v10n2.p134-144>.
- Maryati, W dan Ida, M. (2019). Peluang Bisnis di Era Digital Bagi Generasi Muda Dalam Berwirausaha: Strategi Memperkuat Perekonomian. Jurnal Mebis, 4(2), 125-130. www.ijeise.upnjatim.ac.id
- M.I. Faadil. (2022, Nopember 3). Apa Itu Konsep Masyarakat 5.0? Relevankah di Indonesia? <https://medium.com/ia-icp/society-5-0-apa-itu-konsep-masyarakat-5-0-relevankah-di-indonesia-2d65a158302>.
- Wibowo. (2016). Manajemen Perubahan. Edisi Ketiga. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada