PENDAMPINGAN USAHA PENGEMBANGAN PRODUK KOMODITAS DI DESA TAMBAKSARI, PASURUAN MELALUI MEDIA *ONLINE*

Hari Minantyo^{1*}, Ivana Grasielda¹, Imelda Agustina Ngawi¹, Regina Clara Kuncoro¹

¹Fakultas Pariwisata, Program Studi Pariwisata-Bisnis Kuliner, Universitas Ciputra, Surabaya

Email: hari.minantyo@ciputra.ac.id

Informasi Artikel	Abstrak
<p>Kata kunci:</p> <p>Pengembangan produk komoditas, perencanaan bisnis, media <i>online</i>.</p> <p>Diterima: 23-09-2021 Disetujui: 10-01-2022 Dipublikasikan: 28-01-2022</p>	<p>Pengembangan produk komoditas menjadi produk olahan merupakan hal yang sangat penting untuk dilakukan. Karena dengan mengolah produk komoditas menjadi produk olahan dapat menambah nilai jual dari produk tersebut. Selain itu, pengolahan produk komoditas menjadi produk olahan juga dapat membantu untuk mengatasi hasil panen berlebih sehingga bisa menghindari terbuangnya hasil komoditas tersebut. Desa Tambaksari merupakan salah satu desa wisata yang menghasilkan kopi, pisang, keladi dan singkong. Kendala yang di alami saat ini adalah kurangnya pengetahuan untuk mengolah produk komoditas, serta strategi yang harus dilakukan untuk memasarkan produk. Pendampingan yang diberikan bertujuan untuk membantu menjawab permasalahan dari masyarakat di Desa Tambaksari. Pada saat pendampingan yang diberikan pengetahuan dan pelatihan mengenai pengolahan produk, strategi memasarkan produk menggunakan media <i>online</i> khususnya <i>Facebook & Tokopedia</i>, pengetahuan mengenai jenis jenis <i>packaging</i>, serta bagaimana jenis <i>packaging</i> yang sesuai dengan persyaratan untuk perizinan PIRT (Pangan Industri Rumah Tangga). Pendampingan ini menggunakan metode FGD (<i>focused group discussions</i>) untuk mengetahui permasalahan masyarakat Desa Tambaksari, dilanjutkan dengan menggunakan metode kuantitatif untuk menganalisa informasi yang telah terkumpul. Hasil pendampingan mendapatkan respon yang sangat baik.</p>
<p>Keywords :</p> <p>Commodity product development, business planning, online media</p>	<p>The development of commodity products into processed products is a very important thing to do. Because processing commodity products into processed products, can increase the selling value of these products. In addition, processing commodity products into processed products, also help to overcome excess yields so as to avoid wasting the results of these commodities. Tambaksari Village is a tourist village that produces coffee, bananas, taro, and cassava. The current obstacle is the lack of knowledge to process commodity products, as well as the strategies that must be done to market the product. The assistance provided aims to help answer the problems of the community in Tambaksari Village. At the time of assistance, knowledge and training were given regarding product</p>

processing, product marketing strategies using online media, especially Facebook and Tokopedia, knowledge about types of packaging, and how the types of packaging are in accordance with the requirements for PIRT (Home Industry Food). This assistance uses the FGD method (focused group discussions) to find out the problems of the people of Tambaksari Village, followed by using quantitative methods to analyze the information that has been collected. The results of the assistance received a very good response.

PENDAHULUAN

Desa Tambaksari berada di Kecamatan Purwodadi, Kabupaten Pasuruan, Jawa Timur, Indonesia memiliki luas wilayah sebesar 773 hektar, terdiri dari empat dusun yaitu Dusun Keraih, Ampelsari, Gunung Malang dan juga Tambakwatu. Jumlah penduduk Desa Tambaksari adalah 5.500 jiwa dengan jumlah kepala keluarga mencapai 1.500 kepala keluarga. Mata pencaharian masyarakat desa rata-rata adalah bertani dengan hasil alam yang dihasilkan cukup beragam antara lain singkong, kacang tanah, talas, ubi jalar, jahe, dan lengkuas. Selain pertanian, Desa Tambaksari juga memiliki area perkebunan yang menghasilkan alpukat, kopi, cengkeh, durian, kopi arabika, kopi robusta, serta keladi. Permasalahan utama yang dimiliki oleh masyarakat Desa Tambaksari adalah kurangnya inovasi dan perencanaan bisnis untuk memanfaatkan sumber daya alam yang melimpah, seperti komoditas keladi, pisang, singkong, dan kopi, padahal perkembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dalam rantai perekonomian menjadi salah satu tolak ukur motor pertumbuhan ekonomi yang dapat menciptakan peluang kerja dan mengurangi kemiskinan daerah (Rifandia dan Sastika, 2018). Selama ini masyarakat Desa Tambaksari memanfaatkan komoditas tersebut hanya untuk dikonsumsi pribadi, tanpa diolah lebih lanjut.

Selain belum optimalnya pengolahan hasil alam, masyarakat Desa Tambaksari juga mengalami kesulitan dalam penggunaan teknologi *digital marketing* melalui media sosial yang sebenarnya dapat membawa pengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan penjualan UMKM (Hendrawan, 2019). Media sosial seperti Facebook dan *e-commerce* seperti Tokopedia berperan sangat penting dalam mengoptimalkan pemasaran sebuah produk, untuk membangun *brand image* agar dapat bertumbuh pada era digital saat ini. Dengan adanya *marketplace* dari facebook ini banyak masyarakat yang terbantu dalam ekonomi masyarakat dan membantu masyarakat lebih tertata terhadap proses jual beli (Alwafi dan Magnadi, 2016). Tokopedia juga memberikan kemudahan dan kenyamanan serta pengalaman sebelumnya dalam berbelanja *online* inilah yang mendorong konsumen untuk lebih memilih dan beralih ke media *online* untuk berbelanja kebutuhannya (Riyanto dan Supriyanto, 2020). Dengan adanya *marketplace*, konsumen dapat membeli barang secara *online* dengan harga yang murah, praktis, dan efisien. (Budiana dan Amin, 2021).

Oleh dari itu, mahasiswa Tourism – Culinary Business semester 4, dari mata kuliah MICE Business, bekerjasama dengan mahasiswa semester 2 dari mata kuliah Leisure Business merancang

sebuah kegiatan pengabdian masyarakat yang bertujuan untuk mengoptimalkan potensi Desa Tambaksari dengan serangkaian kegiatan yaitu: *webinar, workshop, food gallery*, serta *starter kit*. Kegiatan ini juga didampingi oleh dosen pengampu dari kedua mata kuliah tersebut.

Tujuan diadakannya rangkaian kegiatan ini adalah untuk menjadi wadah bagi masyarakat Desa Tambaksari dalam bertanya serta berkonsultasi dalam hal pengembangan potensi hasil alam (komoditas) yang dimiliki. Selain itu, melalui rangkaian kegiatan ini diharapkan masyarakat Desa Tambaksari bisa mendapatkan inspirasi dan wawasan untuk mampu berkreasi serta menciptakan inovasi produk dan bisnis baru, yang sangat berguna untuk pengembangan Desa.

METODE

Pelaksanaan kegiatan pendampingan pada masyarakat di Desa Tambaksari, Pasuruan adalah sebagai berikut:

1. Mengadakan FGD dengan masyarakat Desa Tambaksari untuk mengetahui kebutuhan Desa dan masyarakat disana.
2. Mendiskusikan mengenai bantuan yang akan diberikan kepada Desa Tambaksari dan masyarakat desa.
3. Melakukan koordinasi dan mentoring antara mahasiswa dan dosen mata kuliah Leisure Business semester 2 dan MICE Business semester 4, untuk memper-detail hasil kreasi dan perencanaan bisnis.
4. Merancang dan mengimplementasikan kegiatan pendampingan untuk masyarakat Desa Tambaksari, yang terdiri dari:
 - a. Memberikan pelatihan mengenai cara untuk memaksimalkan penggunaan Facebook dan Tokopedia sebagai media penjualan online. Pelatihan dilakukan dalam bentuk webinar yang dilaksanakan secara online melalui media Zoom.
 - b. Memberikan cooking demo dan penjelasan mengenai cara untuk mengolah dan membuat carang mas dari keladi, sebagai contoh bentuk pemanfaatan produk komoditas dari Desa Tambaksari.
 - c. Mengadakan Food Gallery untuk menunjukkan beberapa konsep bisnis yang merupakan hasil dari mahasiswa Leisure Business semester 2, yang bisa diaplikasikan di Desa Tambaksari. Setelah itu dilanjutkan dengan voting kepada perangkat dan masyarakat desa untuk memilih konsep bisnis yang diminati untuk dikembangkan lebih lanjut oleh desa. Masyarakat desa Tambaksari memilih 3 dari 18 konsep.
 - d. Melakukan tapping video dari 3 konsep yang terpilih, untuk selanjutnya diserahkan ke masyarakat Desa Tambaksari.

- e. Membuat e-book yang berisi tentang resep dan perencanaan bisnis dari 3 konsep yang terpilih (strategi marketing, costing, branding, dan packaging).
 - f. Membuat e-book yang berisi konsep branding dan packaging untuk produk keripik keladi.
 - g. Membuat e-book materi mengenai packaging yang disampaikan pada saat webinar dan workshop.
 - h. Memberikan resep dan packaging dari carang mas keladi.
 - i. Mencetak e-book yang telah dibuat dan juga memasukkan video hasil kreasi yang terpilih ke dalam flashdisk.
5. Menyerahkan hasil pengabdian masyarakat online yang telah dibuat, ke Desa Tambaksari yang diwakili oleh perangkat desa, dalam bentuk fisik, yaitu buku yang telah dicetak (berisi tentang marketing, costing, branding, dan packaging dari produk konsep terpilih; branding dan packaging dari keripik keladi; materi mengenai packaging yang disampaikan pada saat webinar dan workshop, resep dan packaging dari carang mas keladi), serta flashdisk yang berisi video pembuatan dan penjelasan mengenai konsep bisnis dan kreasi terpilih.

Tabel 1. Jadwal kegiatan

No.	Keterangan	Waktu Pelaksanaan
1.	<i>Focused Group Discussion</i>	April 2021
2.	Perencanaan Kegiatan	April 2021
3.	Pembuatan Proposal	April 2021
4.	Persiapan Pelaksanaan Kegiatan	April 2021
5.	Pelaksanaan Kegiatan Pendampingan	Mei 2021
6.	<i>Voting</i>	Mei 2021
7.	<i>Mentoring</i> , Pembuatan Video, dan <i>E-book</i>	Mei – Juni 2021
8.	Penyerahan Hasil Pengabdian Masyarakat <i>Online</i> dalam bentuk Fisik (Buku & <i>Flashdisk</i>)	Juni 2021

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan pengabdian masyarakat dimulai dengan kegiatan FGD dengan kepala desa Tambaksari, Bapak Jatmiko berserta dengan jajarannya. Selama pelaksanaan FGD, jajaran perangkat desa menceritakan tentang latar belakang desa, meliputi hasil hasil komoditas dan juga permasalahan-permasalahan yang dihadapi oleh Desa Tambaksari.

Berdasarkan hasil FGD yang telah dilakukan, kami merencanakan sebuah rangkaian acara yang terdiri dari dengan *webinar*, *workshop*, *food gallery*, dan *starter kit*. Rangkaian kegiatan diawali

dengan *webinar* yang bertemakan “Dongkrak Penjualan Lewat Media Online” yang dilakukan secara *online* melalui media Zoom pada tanggal 27 Mei 2021 dengan durasi 2 jam, yang dihadiri oleh masyarakat Desa Tambaksari serta Dinas Pertanian dan Dinas Perindustrian. *Webinar* ini bersifat 2 arah dengan narasumber membimbing para peserta dalam mengaplikasikan Facebook dan Tokopedia. Masyarakat desa yang mengikuti acara ini mendapatkan *briefing* terlebih dahulu untuk mempersiapkan aplikasi Facebook dan Tokopedia pada *handphone* masing-masing sebelum hari-H acara. *Webinar* ini fokus pada penjualan produk olahan melalui Facebook dan Tokopedia serta mengajak masyarakat Desa Tambaksari untuk belajar mengenai manfaat dari media *online* sebagai wadah bisnis dengan maksimal yang disampaikan oleh narasumber ahli dalam bidangnya yaitu Urief Setiawan (praktisi jualan *online* sejak 2014). Materi yang disampaikan mengenai Facebook adalah penjelasan mengenai Facebook *Ads*, cara membuat halaman baru dalam Facebook untuk bisnis, *tips and trick* konten menarik di Facebook, serta memberikan diskon promo menarik untuk meningkatkan penjualan. Sedangkan materi yang disampaikan mengenai Tokopedia adalah penjelasan fitur Tokopedia yaitu *Topads*, statistik toko, *power merchant*, *gold merchant*, *online booking* ekspedisi, *reputation system*, pusat resolusi, promo, fitur *chat*, dan *broadcast chat* dan cara meningkatkan performa toko dengan responsif terhadap pembeli, mempercepat proses pesanan, menggunakan fitur *fulfillment*, serta menghindari poin penalti. Ada juga materi mengenai cara membuat katalog baru, cara menambah dan edit produk, menentukan jenis promosi yang tepat untuk toko, serta langkah-langkah mudah membuat *voucher* toko *via desktop*.

Gambar 1. Pelatihan penggunaan Facebook dan Tokopedia melalui *webinar* yang dilaksanakan secara *online* melalui Zoom.

Acara dilanjutkan dengan *workshop* “Berkreasi Melalui Keladi” yang berfokus terhadap pengelolaan keladi di Desa Tambaksari, dengan dibagikan resep serta cara pengolahan produk. Produk inovasi tersebut adalah Carang Mas *Coated in Infusion* dengan berbagai inovasi rasa *cinnamon*, gula merah, jahe, dan *sesame seed*. Narasumber pada *workshop* ini adalah Chef Yohanes Singgih yang berkolaborasi dengan mahasiswa Tourism – Culinary Business mata kuliah *Leisure Business* semester 2 untuk mempraktekkan secara *live* resep yang telah ditetapkan. Dalam mempraktekkan resep, akan dijelaskan juga mengenai bahan-bahan yang digunakan, kegunaan bahan-bahan tersebut, teknik-teknik yang digunakan untuk proses pembuatan resep, hingga *tips and trick*

untuk memaksimalkan hasil dari resep tersebut. Setelah itu, mahasiswa Tourism – Culinary Business yang akan mendemonstrasikan cara mengemas produk olahan keladi. Pada ini ada sesi *live cooking* dan *sharing* seputar *packaging*, serta bimbingan bagi masyarakat dalam pemasaran pada media sosial melalui grup WhatsApp.

Gambar 2. *Live cooking* bersama Chef Yohanes Singgih melalui media zoom dan hasil produknya.

Setelah *workshop* selesai dilanjutkan dengan sesi *Food gallery* yang melakukan *showcase* produk-produk dan konsep bisnis yang telah dibuat oleh mahasiswa Tourism – Culinary Business mata kuliah *Leisure Business* semester 2 berdasarkan komoditi unggulan dan juga kebutuhan masyarakat Desa Tambaksari. Mahasiswa selanjutnya membuat video singkat mengenai ide produk yang mereka buat disertai juga dengan infografis mengenai produk inovasi, kompilasi video tersebut ditayangkan langsung melalui Zoom. Setelah masyarakat Desa Tambaksari melihat video tersebut, dilaksanakan sistem *voting* untuk dapat menjadi pilihan peluang bisnis. Setelah itu, dipilih 3 kelompok dari hasil *voting* terbanyak untuk nantinya melakukan video detail pada *starter kit*. Acara *starter kit* dibagi menjadi 2 jenis, yaitu dalam bentuk video dan juga dalam bentuk *e-book*. Video yang menampilkan seluruh peralatan dan bahan yang digunakan, teknik-teknik yang digunakan dalam pengolahan, serta menampilkan juga langkah-langkah pembuatan produk secara detail, dan hasil dari produk sebelum dan sesudah *dipacking*. Sedangkan *e-book* berisi resep secara lengkap menggunakan takaran bahan-bahan dalam satuan gram, mililiter, dan takaran sendok makan, terdapat juga jumlah porsi yang dihasilkan dalam 1 resep, cara pembuatan, serta perencanaan bisnis (*branding, packaging, marketing, dan costing*) dari produk yang telah dikerjakan oleh mahasiswa Tourism – Culinary Business mata kuliah *Leisure Business*. Perencanaan bisnis mahasiswa menggunakan komoditas yang beragam seperti Kong Chips yang menggunakan bahan dasar singkong, Hello, Nature! yang menggunakan pisang, dan Roko menggunakan bahan dasar kopi. *Starter kit* berupa video akan diberikan dalam bentuk *flashdisk* sedangkan untuk *e-book* akan dicetak menjadi buku. Dalam materi *packaging* akan berisikan bentuk *packaging* yang sesuai dengan persyaratan dari PIRT, foto *packaging*, penjelasan dan foto mengenai cara untuk membungkus produk menggunakan *packaging*, serta penjelasan mengenai *packaging* itu sendiri, diberikan juga kontak *online supplier* yang menjual

packaging dan tempat untuk *print* logo agar warga Desa Tambaksari dapat langsung menerapkan tanpa perlu mencari *supplier* yang baik dan terjangkau.

Gambar 3. *Food Gallery*: Pameran infografis dari hasil kreasi dari mahasiswa Leisure Business semester 2, kemudian dilanjutkan dengan *voting* untuk memilih 3 hasil kreasi terbaik.

Gambar 4. Penutupan acara yang oleh Bapak Jatmiko, selaku Kepala Desa Tambaksari.

Untuk memperlengkapi usaha masyarakat Desa Tambakasari yang sudah berjalan, yaitu kripik keladi, kami juga membuatkan *brand* untuk produk kripik keladi tersebut. Sangat disayangkan jika produk yang dihasilkan oleh desa sudah baik, tapi tidak maksimal dalam penjualan karena belum memiliki *brand* yang bisa dikenal oleh masyarakat secara luas. Selain membuatkan *brand*, kami juga membuatkan *design* kemasan dari produk tersebut. Kami juga memberikan 1 buah mesin *vacuum sealer* dan 1 buah mesin *sealer*, dengan harapan dapat mempermudah masyarakat Desa Tambaksari untuk melakukan proses *packing*.

Gambar 5. Penyerahan bentuk fisik (buku, *flashdisk*, mesin *vacuum sealer*, mesin *sealer*) hasil pengabdian masyarakat *online* kepada Kepala Desa Tambaksari.

Diakhir rangkaian kegiatan, ada pengisian kuesioner untuk mengukur keberhasilan kegiatan ini. Berdasarkan dari kuesioner yang diisi, dapat disimpulkan bahwa kegiatan pendampingan masyarakat untuk pengembangan usaha yang dilakukan di Desa Tambaksari berjalan dengan sangat baik.

Masyarakat Desa Tambaksari mendapatkan pengetahuan, wawasan, dan inspirasi baru dari keseluruhan materi yang disampaikan oleh narasumber. Selain itu, kreasi produk olahan dari keladi juga bisa dipraktekkan langsung oleh masyarakat Desa Tambaksari, yang mana bisa membantu mengembangkan UMKM di Desa Tambaksari dalam menciptakan produk olahan jenis baru dari Desa Tambaksari dengan menggunakan hasil komoditas yang terdapat di desa tersebut.

KESIMPULAN

Pendampingan usaha pengembangan produk komoditas di Desa Tambaksari, Pasuruan, melalui media *online*, berhasil membantu masyarakat Desa Tambaksari untuk meningkatkan pengetahuan mengenai penggunaan media *digital* yaitu Facebook dan Tokopedia dalam melakukan penjualan secara *online*. Hasil kreasi dari keladi juga membantu masyarakat untuk bisa mengolah keladi menjadi produk olahan lain yang baru (selain keripik), sehingga UMKM di Desa Tambaksari bisa memiliki keragaman produk yang berbahan dasar keladi. Selain itu, kreasi dan konsep bisnis yang ditampilkan dalam rangkaian, juga memberikan tambahan wawasan dan inspirasi bagi masyarakat desa untuk mengembangkan potensi komoditas lainnya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim Pengabdian kepada masyarakat mengucapkan terima kasih kepada Universitas Ciputra yang telah memberikan dukungan dan dorongan dalam melaksanakan pengabdian kepada masyarakat di Desa Tambaksari ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Alwafi, F., Magnadi, R. H., & Manajemen, J. (2016). PENGALAMAN BERBELANJA TERHADAP MINAT BELI SECARA ONLINE PADA SITUS JUAL BELI TOKOPEDIA.COM. *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT*, 5(2), 1–15. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Budiana, B., & Amin, N. M. F. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen dalam Pembelian Secara Online. *Ecopreneur: Jurnal Program Studi Ekonomi Syariah*, 2(1), 26–41.
- Hendrawan, A., Suchyowati, H., Cahyandi, K., Rayendra, A., & Maritim Nusantara, A. (2019). PENGARUH MARKETING DIGITAL TERHADAP KINERJA PENJUALAN PRODUK UMKM ASTI GAURI DI KECAMATAN BANTARSARI CILACAP Program Doktor Ilmu Manajemen UNSOED. In *Jurnal Administrasi dan Kesekretarisan* (Vol. 4).
- Rifandia, F., & Sastika, W. (2018). *STUDI KOMPARASI: EFEKTIVITAS IKLAN UMKM WINA SUPERNACK MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DAN FACEBOOK DI KOTA CIMAHI 2018 COMPARATIVE STUDY: THE EFFECTIVENESS OF UMKM WINA SUPERNACK THROUGH SOCIAL MEDIA INSTAGRAM AND FACEBOOK IN CIMAHI 2018*. <https://apjii.or.id.2017>
- Riyanto, J. (2020). JURNAL MEDIA INFORMATIKA BUDIDARMA Analisa Sistem Aplikasi Marketplace Facebook Dalam Pengembangan Dunia Bisnis. *Jurnal Media Informatika Budidarma*, 4(4), 940–946. <https://doi.org/10.30865/mib.v4i4.2346>