

PELATIHAN INOVASI DAN PEMASARAN ONLINE NUGGET PISANG UPAYA PENINGKATAN EKONOMI MASYARAKAT DESA CIHERANG KECAMATAN GUNUNG SARI KABUPATEN SERANG

Listiawati¹, Diah Permata Sari², Rani Sri Sumarsih³

^{1,2,3}Universitas Bina Bangsa

Email: Listy234@gmail.com

ABSTRAK

Permasalahan yang ada di desa Ciherang adalah melimpahnya buah pisang, namun kurangnya inovasi serta pemasaran masih mengandalkan metode konvensional saja. Salah satu tujuan kegiatan ini yaitu peningkatan ekonomi warga dengan mengoptimalkan produk unggulan. Metode yang digunakan yaitu deskriptif kualitatif. Penelitian ini menghasilkan pelatihan "Kegiatan Pelatihan pemasaran online di era industri 4.0 dan pembuatan produk UMKM sebagai upaya peningkatan ekonomi masyarakat Desa Ciherang.

Kata Kunci: Pelatihan, Pemasaran Online, Nugget Pisang, Desa Ciherang

ABSTRACT

The problem in Ciherang Village is the abundance of bananas, but the lack of innovation and marketing still relies on conventional methods. One of the objectives of this activity is to improve the local economy by optimizing superior products. The method used is descriptive qualitative. This research resulted in the training "Online marketing training activities in the industrial era 4.0 and the manufacture of MSME products as an effort to improve the economy of the Ciherang Village community.

Keywords: Training, Online Marketing, Banana Nugget, Ciherang Village

PENDAHULUAN

Desa yang maju adalah desa yang mampu mengembangkan potensi yang dimiliki. Desa Ciherang memiliki sumber daya alam yang sangat melimpah. Lahan pertanian yang sangat luas dan wilayah yang mempunyai perairan yang sangat baik. Sumber daya yang sudah dimiliki harus dikelola dengan baik agar perekonomian masyarakatnya pun meningkat. Buah pisang di Desa Ciherang jumlahnya melimpah dan banyak ditemukan di belakang rumah maupun di lahan kosong. Pada umumnya, masyarakat Desa Ciherang hanya menjual dan mengkonsumsinya sendiri. Walaupun dijual biasanya dalam bentuk pisang setengah matang sehingga tidak terdapat nilai tambah. Jika jumlahnya berlebih baru ditawarkan secara langsung ke tetangga sekitar. Tanpa ada media penjual kesulitan mendapatkan pembeli.

Salah satu tujuan peningkatan ekonomi ini dengan mengoptimalkan produk unggulan atau komoditas daerah. Produk unggulan ini akan memberikan manfaat dalam

mengoptimalkan sumber daya yang ada dalam suatu daerah dan meningkatkan taraf perekonomian masyarakat desa Ciherang. Menurut Chuzaimah dan Mabruroh (2008) menyatakan bahwa pembangunan ekonomi adalah suatu proses dimana suatu masyarakat menciptakan suatu lingkungan yang mempengaruhi hasil-hasil indikator ekonomi seperti kenaikan kesempatan kerja, peningkatan pendapatan dan perbaikan taraf hidup.

Pengabdian memaparkan kondisi mitra, meliputi kewilayahan berupa kondisi eksisting sumberdaya usaha kecil/menengah, masyarakat atau kebutuhan mitra yang menjadi fokus pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Upaya untuk menghadapi masalah tersebut makadiperlukan pengoptimalan potensi yang sudah ada di wilayah, baik dari sumber daya alam, sumberdaya manusia serta sumber dana lainnya untuk pembangunan ekonomi daerahnya. Salah satu cara dalam peningkatan ekonomi dengan memanfaatkan komoditas unggulan. Menurut Hidayah (2010) menyatakan bahwa komoditas unggulan merupakan komoditas terbanyak yang memiliki posisi strategis untuk dikembangkan di suatu wilayah. Salah satu produk unggulan yang ada di Desa Ciherang adalah buah pisang. Buah ini sangat banyak ditemukan di Desa Ciherang karena lahan kosong yang banyak ditanami pohon pisang. Namun, masyarakat masih kurang paham akan pengolahan buah pisang dan pemasarannya.

Berdasarkan hasil survey di lokasi Desa Ciherang, maka perlu untuk memberikan solusi berupa sosialisasi “pelatihan pembuatan dan pemasaran online nugget pisang sebagai upaya peningkatan ekonomi masyarakat” bagi masyarakat sehingga lebih kuat dalam pemasaran usaha, serta mengadakan pelatihan pembuatan produk inovasi dari pisang yang bertujuan untuk memotivasi masyarakat.

METODE PELAKSANAAN

Lokasi penelitian berada langsung di Desa Ciherang. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini meliputi observasi dan wawancara. Observasi dilakukan melalui pengamatan di wilayah penelitian. Sedangkan wawancara dilakukan menggunakan instrumen penelitian yang dilakukan dengan pendekatan terhadap masyarakat desa di kelurahan. Analisis data penelitian ini meliputi analisis deskriptif kualitatif. Analisis deskriptif kualitatif ditujukan untuk analisis

data yang diperoleh dengan cara *indepth interview*/wawancara mendalam.

Pertama, Sosialisasi pemberian edukasi yang berupa kegiatan sosialisasi dilaksanakan dengan mendatangkan pemateri yang berkompeten dibidangnya. *Kedua*, Persiapan sarana dan prasarana, persiapan ini dilakukan tim yang berjumlah 15 orang untuk berkoordinasi dengan perangkat desa terkait ketersediaan sarana dan prasarana selama proses kegiatan. *Ketiga*, Sosialisasi dengan mengumpulkan ibu-ibu, persiapan ini dilakukan anggota, *keempat*, Evaluasi dalam hal ini evaluasi dilihat dari berjalannya pasar online yang telah disarankan

HASIL DAN PEMBAHASAN PELAKSANAAN

A. Landasan Teori

1. Konsep Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah adalah: 1) Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini. 2) Usaha Kecil adalah 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 yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini. 3) Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini. Berdasarkan definisi di atas maka pada intinya Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah adalah suatu bentuk usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.

2. Pengembangan SDM Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

Sebagaimana Pasal 19 UU No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM, pengembangan dalam

bidang sumber daya manusia sebagaimana dimaksud dalam Pasal 16 ayat (1) huruf c dilakukan dengan cara:

- a. Memasyarakatkan dan memberdayakan kewirausahaan;
- b. Meningkatkan keterampilan teknis dan manajerial; dan
- c. Membentuk dan mengembangkan lembaga pendidikan dan pelatihan untuk
- d. Melakukan pendidikan, pelatihan, penyuluhan, motivasi dan kreativitas bisnis, dan penciptaan wirausaha baru.

Berdasarkan ketiga aspek tersebut, sumber daya manusia merupakan hal yang terpenting dalam pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah agar dapat menciptakan wirausaha yang mandiri di masyarakat. Oleh karena itu, masyarakat perlu diberdayakan untuk meningkatkan kualitas SDM sehingga dapat mempengaruhi kualitas produksi yang dihasilkan dalam rangka meningkatkan perekonomian masyarakat untuk kesejahteraan masyarakat.

3. Pemasaran Online

Menurut Kotler dan Amstrong (2014:521), pemasaran online merupakan bagian dari e-commerce yaitu perusahaan untuk berkomunikasi, promosi dan menjual barang dan jasa melalui internet. Pemasaran online adalah aplikasi yang berjalan secara online untuk membantu perusahaan.

B. Peningkatan Ekonomi Dengan Mengoptimalkan Produk Unggulan

1. Kondisi Wilayah

Secara geografis desa Ciherang dengan luas 546.321 Ha. Batas Wilayah Desa Ciherang yaitu sebelah Utara Desa Gunung Sari, sebelah selatan Desa Pesangrahan/Desa Kadu Bereum, sebelah barat Perkebunan Gunung Kupak, sebelah Timur desa Pabuaran/Desa Cilowong dan memiliki ketinggian wilayah 1500 M.DPL. Dengan jumlah penduduk 4108 jiwa, 955 KK. Mayoritas masyarakat Desa Ciherang telah memiliki mata pencaharian. Sehingga keberadaan produk UMKM dengan olahan pisang ini merupakan sumber penghasilan tambahan dan menjadi kegiatan sampingan bagi sebagian masyarakat di Desa Ciherang, namun keberadaan UMKM dan pasar online ini jika masyarakatnya mau melanjutkan dan

memasarkan hingga keluar daerah maka UMKM yang dihasilkan dari buah pisang akan memiliki nilai ekonomis yang lebih tinggi di dukung pengemasan dan inovasi.

2. Penggalian Informasi

Informasi didapatkan dengan melakukan wawancara kepada warga mengenai potensi

Hasil Wawancara

X: lahan disini sangat luas, tanaman apa yang banyak tumbuh di sini bu?

Ibu Itoh : ya, pisang itu banyak sekali.

X : selain buah pisang apa ada lagi bu?

Ibu Itoh : ada Durian tapi ya tidak berbuah terus menerus musiman.

X: lalu biasanya diolah apa bu buah pisangnya?

Ibu Itoh: ya tidak diolah biasanya dimakan saja atau dijual.

X : lalu apa saja jenis buah pisang yang tumbuh di Desa Ciherang ini bu?

desa Sidobogem. Berikut ini adalah petikan hasil percakapan dengan Ibu Supiyatun yang merupakan salah satu warga Desa Sidobogem.

Ibu Itoh : ya macam-macam ada pisang susu, pisang raja, pisang sobo, pisang ulin banyak.

X : lalu harga jualnya kira-kira berapa?

Ibu Itoh : ya tidakk tentu selakunya saja.

X : baik bu terima kasih atas waktunya. Mohon maaf kami telah mengganggu.

Berdasarkan hasil wawancara di atas, dapat disimpulkan bahwa salah satu potensi yang banyak ditemukan yaitu buah pisang. Karena buah satu ini sangat mudah ditanam dan tidak mudah mati dan tidak perlu perawatan. Namun setelah wawancara dapat ditarik kesimpulan bahwa buah pisang yang didapatkan tidak diolah dengan baik sehingga harga jualnya pun relatif rendah. Upaya KKM dan dibantu perangkat desa Ciherang. KKM memberikan sosialisasi pelatihan pembuatan produk dari pisang serta pemasaran yang telah disesuaikan dengan perkembangan jaman di masa sekarang yang sudah online.

Selain itu tantangan selanjutnya karena semakin banyaknya penjual dengan produk yang sama tentu penjual harus berinovasi agar memiliki diferensiasi dengan pesaing. Sehingga buah pisang yang awalnya hanya dijual begitu saja atau dimakan sekarang harus diolah agar memiliki nilai tambah, sehingga dapat meningkatkan taraf perekonomian. Kegiatan ini mengumpulkan ibu-ibu PKK Desa Ciherang. Pelatihan ini dimulai dengan demo membuat nugget pisang.

3. Pelaksanaan Pelatihan

Pertama, Pemateri menjelaskan kepada peserta bahan baku dan tata cara pembuatan nugget secara langsung. Peserta sangat antusias dalam mengikuti langkah-langkah yang harus dilakukan dalam membuat nugget pisang. Selanjutnya pemateri menyampaikan bagaimana menciptakan nilai tambah dalam sebuah produk agar bisa meningkatkan pendapatan masyarakat. Pengenalan sebuah inovasi tentu tidak begitu saja diterima, namun perlahan peserta menyadari bahwa pembeda sebuah produk adalah dari inovasi yang dilakukan penjual. Produk yang inovatif dicontohkan berupa pisang nugget beraneka rasa. Dulunya masyarakat hanya makan pisang secara langsung ataupun digoreng, sekarang ada alternatif lain yang bisa meningkatkan nilai ekonomi.



Gambar 1. Pembuatan Nugget Pisang



Gambar 2. Proses pembuatan Nugget Pisang

Setelah menentukan produk nugget pisang selanjutnya adalah menentukan kemasan. Faktor *Packaging* menjadi bagian penting dalam mendukung inovasi. Kemasan tidak hanya berfungsi melindungi produk, lebih dari itu dalam kemasan berisi keterangan merek, tanggal kadaluwarsa, label halal dan Contact Person berupa (Nomor Hp ataupun akun sosial media) untuk memudahkan dalam melakukan pembelian ulang. Kemasan juga bisa menjadi media promosi yang menunjukkan kualitas produk. Kemasan pisang nugget berupa mika dengan label stiker. Mika dipilih transparan agar terlihat aneka rasa yang ada dalam pisang nugget.



Gambar 3. Kemasan Nugget Pisang

Tahap selanjutnya, pemateri menjelaskan cara membuat katalog dan caption ketika di upload di social media. Hal ini menjadi faktor penting sebagai pendukung dari produk yang sudah dibuat. Pengambilan foto dengan cahaya yang bagus tentu membuat konsumen tertarik dengan produk yang dijual. Pemberian testimoni juga menjadi faktor pendukung konsumen dalam membeli atau tidak membeli sebuah produk. Sehingga penjual harus tahu bagaimana mengelola pelanggan yang baik agar puas dan memberikan testimoni yang baik.

Pemateri memberikan pengarahan tentang pemasaran secara online. Bagaimana mekanisme pelaksanaan hingga cara memasarkan produk dengan menggunakan media social dan memberikan wadah untuk memasarkan produk dengan membuat grup di aplikasi whatsapp. Produk nugget pisang ini memberikan peluang ibu-ibu untuk dipasarkan melalui pasar online. Tidak hanya di daerahnya saja namun nugget pisang bisa dikirim hingga luar kota karena bisa dibekukan dan dikirim. Melalui grup tersebut dapat dipantau dan dievaluasi apakah sudah berjalan dengan baik apa belum. Selama masa pemantauan kurang lebih 3 minggu para ibu-ibu sudah banyak memasarkan dagangannya melalui grup tersebut, sehingga sudah banyak produk yang terjual tidak hanya nugget pisang saja. Selanjutnya dengan menggunakan media sosial yang sudah menunjukkan perkembangan sedikit demi sedikit. Diharapkan mampu dilanjutkan saat mahasiswa KKM telah meninggalkan Desa Ciherang.



Gambar 4. Pemateri dan Peserta Pelatihan

Faktor yang menjadi penghambat masyarakat untuk maju yaitu keterbatasan mereka dalam memiliki dana sebagai modal usaha. Meskipun keinginan untuk berkembang sudah ada, akan tetapi mereka cenderung takut untuk memulai usaha karena keterbatasan modal tadi sehingga mereka terjebak pada zona nyaman sebagai buruh. Penggunaan teknologi sangat membantu manusia dalam berbagai aspek termasuk dalam hal pemasaran. Pada zaman modern seperti saat ini, kegiatan jual beli tidak selalu harus dilakukan secara langsung. Pemasaran dapat Online menjadi salah satu alternatif di saat ini karena dapat menjangkau pembeli lebih luas tidak terbatas hanya warga Desa Ciherang.

DAMPAK DAN MANFAAT KEGIATAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan dosen dan mahasiswa KKM inidapat menciptakan ide berwirausaha bagi masyarakat Desa Ciherang. Selain itu pelatihan pembuatan logo, kemasan yang modern dan pemasaran online bisa menambahpengetahuan baru dalam dunia bisnis. Manfaat kegiatan ini bagi peserta pelatihan dapat memberikan peluang ide usaha baru. Kegiatan ini juga menjadi salah satu wujud tri dharma perguruan tinggi bagi dosen dalam hal pengabdian masyarakat.

KESIMPULAN

Kegiatan Pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan ekonomi di Desa Ciherang dengan mengoptimalkan buah pisang yang melimpah. Diolah dengan inovasi-inovasi baru yang dapat meningkatkan nilai jual serta dipasarkan secara online dengan memanfaatkan media sosial di masa pandemi seperti ini. Mengadakan pelatihan agar masyarakat mampu ikut serta menjalankanpasar online yang berkembang sangat pesat ini. Hasilnya terlihat dari aktifnya grup yang sudah dibuat yang sudah banyak memasarkan produk bukan hanya nugget pisang yang telah diajarkan namun produk lain juga dipromosikan di grup tersebut.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada Kepala desa dan perangkatnya serta seluruh peserta pelatihanyang mengikuti kegiatan ini dengan antusias. Ucapan terima kasih disampaikan kepada LPPM Universitas Bina Bangsa, Mahasiswa KKM yang telah menyelenggarakan pelatihan dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler & Keller. 2014. *Marketing Management 14th Edition*. Upper Saddle River: Pearson Education.
- Anggraini. Haryanti. Hayat. *Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah*. Online di akses tanggal 1 September 2021. <https://media.neliti.com/media/publications/75851-ID-pengembangan-usaha-mikro-kecil-dan-menemen.pdf>
- Widyawati. Aziz. *Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Melalui Pelatihan Industri Pengolahan*

Buah-Buahan Berbasis Manajemen Agrowisata. Online di akses tanggal 1 September 2021. <http://digilib.uinsgd.ac.id/29417/1/Deni%20-%20Laporan%20PKM%202018.pdf>