

Pelatihan pemasaran digital olahan produk nanas dari UMKM Desa Rimbo Panjang Riau

Khairiyah Khadijah^{1*}, M. Fadli Ikzaz², Taufik Ihsan Rantasori³, Ari Kurniawan⁴, Hasasti Yonanda⁵, Nadya Fitri Fadilla⁶, Nurul Nabilla⁷, Nirana Firda Caesaria Wulandari⁸, Sophia Sofha Salsabila⁹, Nurul Sakinah Putri¹⁰, Rifaa Ghina Aulia Siregar¹¹

¹Bimbingan dan Konseling, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Riau.

²Pendidikan Dokter, Fakultas Kedokteran, Universitas Riau. ³Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Riau. ⁴Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Riau, ⁵Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Riau. ⁶Pendidikan Biologi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan. ⁷Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Riau. ⁸Ilmu Kelautan, Fakultas

Perikanan dan Ilmu Kelautan. ⁹Ilmu Kelautan, Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan.

¹⁰Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Riau. ¹¹Ilmu Kelautan, Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan

*Corresponding author, email: khairiyah.khadijah@lecturer.unri.ac.id

First received:
14 September 2022

Revised:
24 Oktober 2022

Final Accepted:
03 November 2022

Abstrak

Di masa pandemi, industri kecil menghadapi kondisi yang hampir sama dengan kondisi masyarakat industri secara keseluruhan. Tetapi ada hal yang membedakannya yaitu dalam memproduksi hingga memasarkan produk secara mandiri. Adanya pelatihan *marketing* yang diberikan untuk masyarakat industri kecil sangat berpengaruh dan mendukung dalam memasarkan produk ataupun pelayanan jasa ke konsumen dengan inovasi terobosan baru. Pelatihan ini bertujuan untuk memberikan langkah-langkah yang mudah dalam mengaplikasikan pemasaran digital yang berbasis teknologi informasi dan komunikasi, yang mana akan menciptakan daya tarik konsumen terhadap produk. Metode penerapan dari kegiatan ini dengan berdiskusi dan praktek langsung membuat *caption* untuk media sosial, latihan pengambilan foto untuk produk, pembentukan *working group*, penjualan secara *online* dan presentasi. Hasil dari kegiatan ini adalah memberikan pengetahuan, pemahaman dan pengalaman kepada pelaku UMKM terkait aspek penting yaitu *digital economy* serta industri kecil memiliki kesadaran untuk menerapkan *digital marketing* guna meningkatkan kualitas penjualan atau pemasaran produk dengan lebih mudah terutama untuk produk olahan nanas yang khas dari Desa Rimbo Panjang, Riau.

Kata Kunci: Pemasaran, UMKM, Olahan Nana

Abstract

During the pandemic, small industries face almost the same conditions as the industry as a whole. But there are things that distinguish it, namely in producing to marketing products independently. The existence of marketing for the small industrial community is very influential and provides support in marketing products or services to consumers with new breakthrough innovations. This training aims to provide easy steps in

Pelatihan pemasaran digital ... - Khairiyah Khadijah, M. Fadli Ikzaz, Taufik Ihsan Rantasori, Ari Kurniawan, Hasasti Yonanda, Nadya Fitri Fadilla, Nurul Nabilla, Nirana Firda Caesaria Wulandari, Sophia Sofha Salsabila, Nurul Sakinah Putri, Rifaa Ghina Aulia Siregar

applying digital based on information and communication technology, which will create consumer attraction for the product. The application method of this activity is by hands-on practice and making texts for social media, photo-taking exercises for products, forming working groups, online sales and presentations. The results of this activity are knowledge, understanding and experience for MSME actors related to important aspects, namely the digital economy and small industries have the awareness to implement digital marketing to improve the quality of sales or product marketing more easily, especially for processed pineapple products that are typical of Rimbo Panjang Village, Riau

Keywords: Marketing, SMEs, Processed Pineapple

PENDAHULUAN

Potensi lokal dan produk yang dihasilkan oleh kreativitas pelaku UMKM merupakan peluang dalam membangun ekonomi yang tangguh. Namun, dalam konteks mewujudkan ekonomi tangguh tersebut, terdapat tantangan sekaligus hambatan dalam hal lemahnya pemasaran sehingga penghasilan kurang memadai (Islami et al., 2021). Optimalisasi memberdayakan petani dan pelaku UMKM di era digital dapat ditempuh melalui pemanfaatan pemasaran *online* (Az Zahra, 2021) yang dapat menjangkau lebih banyak konsumen tanpa mengenal ruang dan waktu. Pemasaran *online* sangat penting untuk memaksimalkan pendapatan rumah tangga petani dan UMKM (Jalil et al., 2021). Di sisi lain, dengan pemanfaatan pemasaran digital maka hal ini merupakan wujud mendorong transformasi digital era 4.0 dan menyongsong *society* 5.0 (Sidiq et al., 2021).

Akses informasi bagi petani dan pelaku UMKM mengenai ekonomi digital diperlukan sebelum mereka memasuki pemasaran *online* agar menjadi pedoman yang mengarahkan pada kemajuan serta melindungi diri mereka sendiri dari kejahatan *cyber*. Untuk memberikan literasi, upaya yang dapat dilakukan adalah melalui aktivitas mahasiswa mengabdikan kepada masyarakat sebagai bagian dari Tridharma Perguruan Tinggi (Budyastomo & Hasan, 2021). Berkaitan dengan pentingnya literasi ekonomi digital dan peran Perguruan Tinggi tersebut, LPPM Universitas Riau bekerjasama dengan mahasiswa/i Kuliah Kerja Nyata melakukan kegiatan pelatihan pemasaran digital di Desa Rimbo Panjang, Kecamatan Tambang, Kampar.

Karakteristik kawasan Rimbo Panjang, Kecamatan Tambang, Kampar adalah gambut yang dimanfaatkan oleh masyarakat menjadi lahan perkebunan nanas. Terdapat 366 orang yang bekerja di sektor pertanian, 983 buruh tani dan 2.255 jiwa wiraswasta sekaligus beberapa diantaranya memiliki usaha penjualan nanas (*Profil Desa Rimbo Panjang*, 2021). Budidaya nanas dilakukan dengan sederhana baik penanaman awal hingga panen lebih banyak dilakukan sendiri. Ketika panen, hasil penjualan lebih banyak ditampung oleh pengepul sehingga ada kecenderungan harga tertekan. Kreativitas dan inovasi muncul dari sebagian petani untuk mengolah nanas dalam bentuk produk jadi agar daya minat konsumen tinggi yang tentunya nilai tambah penjualan juga meningkat. Tentunya tujuan dari pengabdian mahasiswa untuk membantu wirausaha di desa Rimbo Panjang yaitu untuk mengangkat potensi wilayah yang mampu menggerakkan perekonomian desa serta untuk meningkatkan peran koperasi dan UKM di desa,

menumbuhkan wirausaha baru, serta membuka lapangan kerja. Namun, aspek pemasaran produk masih sangat lemah sehingga kurang memberikan kontribusi pada penghasilan rumah tangga petani dan pelaku UMKM serta pengembangan potensi secara maksimal (Sidiq et al., 2022). Pemasaran yang digunakan masih bersifat mulut ke mulut. Meskipun sudah pernah dibawa dalam acara pameran tetapi hal itu tidak berpengaruh signifikan pada peningkatan penjualan.

Umumnya, mereka tertarik pada pemasaran digital. Tetapi, tidak semua petani memahami bagaimana cara pemasaran digital dan etika dalam ekonomi digital. Pemahaman ini penting dalam menyukseskan *go online* secara global dalam pemasaran produk usaha tani serta meningkatkan penghasilan rumah tangga (Widodo & Sidiq, 2019).

METODE

Metode penerapan yang digunakan yaitu berbasis pada *Participatory Action Research* (PAR) dengan siklus sebagai berikut: Terdapat 5 (lima) prinsip yang dijadikan sebagai acuan (Rahmat & Mirnawati, 2020). *To Know* (untuk mengetahui) tahap ini merupakan pemikiran subjektif dari tim pengabdian mengenai kehidupan masyarakat serta analisis potensi sumber daya alam dan sumber daya manusia. *To Understand* (untuk memahami) tim pengabdian bersama Pemerintah Desa Rimbo Panjang, masyarakat dan tim Kuliah Kerja Nyata berdiskusi mengidentifikasi masalah yang ada berkaitan pengembangan potensi. *To Plan* (untuk merencanakan) diskusi terarah dalam kelompok terbatas juga merumuskan rencana pelaksanaan kegiatan dalam menyusun konten maka dipertimbangkan aspek kondisi terkini masyarakat Desa Rimbo Panjang sekaligus konteks global. *To Action* (melancarkan aksi) tim pengabdian melaksanakan kegiatan dengan bertujuan mengubah mindset untuk terjun dalam dunia digital memasarkan produk serta merangsang peran aktif kelembagaan. *To Reflection* (refleksi) pasca kegiatan pelatihan dilakukan maka terjadi proses diskusi dan pengamatan lebih lanjut untuk mengukur keberhasilan pelatihan tersebut. Penjabaran tahap pengabdian meliputi 3 (tiga) hal yaitu persiapan, pelaksanaan dan evaluasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Mahasiswa Universitas Riau (UNRI) yang tergabung dalam kelompok Kukerta Balik Kampung Desa Rimbo Panjang 2022, yang dibimbing oleh Khairiyah Khadijah S.Pd.I, M.Pd., melakukan kegiatan upaya pengembangan UMKM yang terdapat di Desa Rimbo Panjang, Kecamatan Tambang, Kampar. Desa Rimbo Panjang dikenal dengan produksi buah nanas yang melimpah, yang mana dapat dijumpai di sepanjang trotoar jalan banyak yang menjual buah nanas. Hal ini termasuk salah satu sumber mata pencaharian (bidang perkebunan) masyarakat yang terdapat di Desa Rimbo Panjang. Akan tetapi, untuk pengolahan buah nanas menjadi produk makanan lain sangat minim dijumpai, walaupun ada tetapi untuk pemasarannya sendiri masih kurang maksimal. Oleh karena itu, kelompok mahasiswa Kuliah Kerja Nyata (Kukerta) UNRI Desa Rimbo Panjang 2022 ini berupaya membantu melakukan pemasaran produk UMKM olahan nanas yang diproduksi Pokmas Nanas Berduri (Ponari). Dimana untuk produksinya dilakukan di rumah warga, yakni Wilda.

Pelatihan pemasaran digital ... - Khairiyah Khadijah, M. Fadli Ikzaz, Taufik Ihsan Rantasori, Ari Kurniawan, Hasasti Yonanda, Nadya Fitri Fadilla, Nurul Nabilla, Nirana Firda Caesaria Wulandari, Sophia Sofha Salsabila, Nurul Sakinah Putri, Rifaa Ghina Aulia Siregar

Adapun yang dilakukan para mahasiswa Kukerta UNRI Desa Rimbo Panjang 2022 adalah membuat kemitraan untuk penjualan dengan pusat oleh-oleh terbesar Pekanbaru, yaitu Nadhira Napoleon Pekanbaru. Yang mana upaya kemitraan sudah dilakukan mulai 16 Juli 2022 dan melakukan pemberian sampel kepada mitra Nadhira Napoleon Pekanbaru pada 19 Juli 2022. Pemberian sampel tersebut dilakukan oleh mahasiswa kukerta bersama pihak Ponari. "Kegiatan berlangsung, bertujuan untuk mengembangkan UMKM produk olahan buah nenas dan sebagai bentuk pengabdian mahasiswa kepada Desa Rimbo Panjang." ungkap Ketua Kelompok Kukerta Unri di lokasi tersebut M Fadli Ikzaz. Dijelaskannya, terdapat dua produk olahan nenas yang dipasarkan melalui Nadhira Napoleon Pekanbaru, yakni stik nenas dan sirup nenas. Dua produk olahan nenas ini merupakan ciri khas produk olahan nenas dari Desa Rimbo Panjang.



Gambar Pengembangan UMKM produk olahan buah nenas

Cara Pembuatan Produk

Nanas digunakan di beberapa industri makanan olahan dalam bentuk selai, sirup, jus buah, minuman jeli, buah kalengan dan keripik nenas. Salah satu kegunaan buah nenas adalah sebagai bahan pembuatan makanan ringan seperti stik. Tujuan Kukerta UNRI Desa Rimbo Panjang 2022 adalah membuat stik nenas dengan penambahan nenas berupa selai nenas. Variasi konsentrasi selai nenas yang ditambahkan adalah 0%, 20%, 40% dan

60%. Kemudian dianalisis kandungan air, serat, karbohidrat, lemak dan protein stik nanas. Bahan dasar stik dibuat dari campuran tepung terigu, bawang merah, bawang putih, garam dan telur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa stik nanas optimum memiliki kadar air 1,99%, kadar serat 0,99%, kadar karbohidrat 57,47%, kadar lemak 19,81%, dan kadar protein 8,98%. Penambahan buah nanas pada stik berpengaruh terhadap persentase kadar protein dan serat namun tidak berpengaruh secara nyata terhadap persentase air, karbohidrat dan lemak.

Cara pemasaran produk

Studi penelitian yang disebutkan sebelumnya didefinisikan fungsi strategi bisnis di tahun-tahun 1970-2013. Setiap artikel mengakui pentingnya perubahan dan pertumbuhan dalam bisnis strategi, di masing-masing dekade masing-masing. Di artikel terakhir, teknologi adalah kunci untuk perubahan dalam strategi bisnis, dengan fokus pada mengelola data digital sebagai sarana untuk pertumbuhan. Namun, ketika perusahaan beralih ke digitalisasi, mereka perlu mengambil tindakan pencegahan untuk mencegah intrusi jaringan atau peretasan data. hanya sebagai perusahaan yang didirikan diharapkan untuk menavigasi bencana alam atau krisis keuangan, di era sekarang ini intrusi data akan berpotensi dimatikan bisnis.

Maka dari itu cara pemasaran yang berlandaskan digital yakni *social media marketing*. *Social media marketing* ini sendiri merupakan bentuk pemasaran digital yang menggunakan situs web jaringan dan tentunya media sosial untuk mempromosikan atau memasarkan produk atau pelayanan melalui cara berbayar. Media sosial merupakan platform di mana pemasar atau penjual dapat berinteraksi dengan pelanggan, menyelesaikan pertanyaan dan keluhan dari konsumen, mempromosikan produk dan layanan baru, mendapatkan rekomendasi dan umpan balik dari konsumen. Pemasaran melalui sosial media mencakup aktivitas seperti membangun kehadiran di jejaring sosial, menumbuhkan kesadaran merek, melibatkan prospek dan pelanggan dengan konten, dan mengarahkan ke situs web. Pemasar menggunakan media sosial untuk membangun kehadirans di media sosial populer, selanjutnya menemukan dan menjangkau pelanggan dan prospek, kemudian mempromosikan produk dan layanan.

KESIMPULAN

Pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan memberikan pengetahuan, pemahaman dan pengalaman kepada pelaku UMKM terkait aspek penting yaitu *digital economy*. Aspek lain sebagai daya dukung juga disampaikan menyangkut kelembagaan sosial. Kegiatan pengabdian ini adalah mendorong petani dan pelaku UMKM untuk memanfaatkan *platform* digital dalam pemasaran produk sehingga terjadi peningkatan penghasilan. Peserta pengabdian memiliki antusias yang tinggi mengikuti kegiatan dari awal hingga akhir. Pemerintah Desa Rimbo Panjang yang memberikan respon dalam bentuk kesiapan bekerja sama dan kolaborasi pembinaan petani serta pelaku UMKM memasuki ekonomi digital.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis mengucapkan terimakasih kepada pihak LPPM Universitas Riau selaku penyelenggara Kuliah Kerja Nyata (KKN) Tahun 2022 dan Perangkat Desa Rimbo Panjang Kecamatan Tambang, Dosen Pembimbing Lapangan, seluruh Mitra KKN dan seluruh pihak yang sudah memberikan motivasi dan dukungan kepada kegiatan pengabdian ini, serta pihak yang sudah terlibat dalam kegiatan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Dadi, D. (2019). Local Ecology-Based Agroforestry Management: Building Effectiveness of Knowledge-Based Wetland Management. *Jurnal Mantik*, 3(3), 170-176.
- Dadi, D. (2020). Community Characteristics of Brown Planthopper (*Nilaparvata lugens* Stal) Predator Arthropoda Community in Agroforestry-Based Rice Fields. *Budapest International Research in Dadi, D. (2020). Leuwikeris Agricultural Development In Supporting The Development Of Ecological Agriculture In Ciamis District. Enrichment: Journal of Management*, 11(1, Novembe), 218-222
- Dadi, D. (2021). Oil Palm Plantation Expansion: An Overview of Social and Ecological Impacts in Indonesia. *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal): Humanities and Social Sciences*, 4(3), 6550-6562.
- Damsar. (2009). *Pengantar Sosiologi Ekonomi*. Kencana Prenada Media Group.
- Damsar. (2015). *Pengantar Teori Sosiologi*. Jakarta: Prenada Media Group. *Exact Sciences (BirEx Journal)*, 2(4), 539-547.
- Kunyanti, S. A., & Mujiono, M. (2021). Community Empowerment-based Corporate Social Responsibility Program in Panglima Raja Village. *International Journal on Social Science, Economics and Art*, 11(1), 12-19.
- PrawiraW, R., Maulida, H., & Achmad, W. (2021). Narrating the Implementation of Social Welfare Community Program. *Review of International Geographical Education Online*, 11(5), 228-235.
- Sidiq, R. S. S., & Achmad, R. W. W. (2020). Gender aspects in remote indigenous community empowerment program in Indonesia. *Journal of Advanced Research in Dynamical and Control Systems*, 12(6), 2104– 2109. <https://doi.org/10.5373/JARDCS/V12I6/S20201172>
- Sidiq, R. S. S., Jalil, A., & Achmad, R. W. W. (2021). Virtual World Solidarity: How Social Solidarity is Built on the Crowdfunding Platform Kitabisa. *com. Webology*, 18(1), 192-202. Soekanto, Soerjono. 2013. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Soetomo. (2012). *pembangunan masyarakat merangkai sebuah kerangka*. yogyakarta: pustaka pelajar.
- Sudrajat, A. R., Sumaryana, A., Buchari, R. A., & Tahjan, T. (2018). *Perumusan Strategi Pengelolaan Pasar Tradisional di Kabupaten Sumedang*. JPPUMA: Jurnal Ilmu

Pelatihan pemasaran digital ... - Khairiyah Khadijah, M. Fadli Ikzaz, Taufik Ihsan Rantasori, Ari Kurniawan, Hasasti Yonanda, Nadya Fitri Fadilla, Nurul Nabilla, Nirana Firda Caesaria Wulandari, Sophia Sofha Salsabila, Nurul Sakinah Putri, Rifaa Ghina Aulia Siregar

Pemerintahan dan Sosial Politik UMA (Journal of Governance and Political Social UMA), 6(1), 53-67.

Sudrajat, A. R., Sumaryana, A., Buchari, R. A., & Tahjan, T. (2019). Pengamatan Lingkungan Pengelolaan Pasar Tradisional di Kabupaten Sumedang. *Jurnal Administrasi Publik: Public Administration Journal*, 9(1), 31-42. Syafrizal, S. (2019). Pengembangan Potensi Dusun Iii Teluk Jering Menjadi Kawasan Wisata Berbasiskan Culture Daerah Aliran Sungai Kabupaten Kampar.

Syafrizal, S., & Resdati, R. (2020). Partisipasi Masyarakat dalam Restorasi Gambut di Desa Rimbo Panjang. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 3(2), 712-720.

Syafrizal, S., & Resdati, R. (2021, February). Restorasi gambut berbasis pembedayaan masyarakat. In prosiding seminar nasional lppm ump (pp. 596-601).

Yanti, R., Syahza, A., Hidir, A., & Suwondo, S. (2018). The communication model of forest management based on environmental awareness. *Management of Environmental Quality: An International Journal*.