

imeldasaluza@uigm.ac.id 1

tes

 Check - No Repository 46

 Check A

 AdmDeyci-Programas

Detalles del documento

Identificador de la entrega

trn:oid:::1:3078818299

Fecha de entrega

14 nov 2024, 1:42 a.m. GMT-5

Fecha de descarga

14 nov 2024, 2:05 a.m. GMT-5

Nombre de archivo

Turnitin_FDH_Reswara_Jan_25.docx

Tamaño de archivo

29.8 MB

8 Páginas

2,557 Palabras

16,799 Caracteres

13% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

Fuentes principales

- 11%  Fuentes de Internet
 - 9%  Publicaciones
 - 2%  Trabajos entregados (trabajos del estudiante)
-

Fuentes principales

- 11% Fuentes de Internet
- 9% Publicaciones
- 2% Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Fuentes principales

Las fuentes con el mayor número de coincidencias dentro de la entrega. Las fuentes superpuestas no se mostrarán.

1	Internet	journal.dharmawangsa.ac.id	4%
2	Internet	jurnal.dharmawangsa.ac.id	1%
3	Publicación	Ricky Firmansyah, Phitsa Mauliana, Nanang Hunaifi, Yunika Komalasari, Srie Wija...	1%
4	Publicación	Imelda Imelda Saluza, Evi Yulianti, Lastri Widya Astuti, Dhamayanti Dhamayanti. ...	1%
5	Internet	www.citethisforme.com	1%
6	Trabajos del estudiante	Badan PPSPDM Kesehatan Kementerian Kesehatan	1%
7	Publicación	Dowan Rahma Seta, Marita Yayang Santosa, Sofi Cordova Andalusia, Alfian Takbir...	0%
8	Publicación	Faradillah Faradillah, Abdul Aziz Zulfikar, Muhammad Fadhiel Alie, Imelda Saluza....	0%
9	Publicación	Faradillah Faradillah, Muhammad Fadhiel Alie, Suryati Suryati. "PELATIHAN DAN ...	0%
10	Internet	garuda.kemdikbud.go.id	0%
11	Internet	mnews.co.id	0%

12	Internet	tekno.kompas.com	0%
13	Internet	es.scribd.com	0%
14	Internet	geograf.id	0%
15	Internet	patendo.com	0%
16	Internet	bethex.wordpress.com	0%
17	Internet	jurnal.um-tapsel.ac.id	0%
18	Internet	jurnal.unigal.ac.id	0%
19	Internet	www.lubukmaklumat.com	0%
20	Publicación	Neny Desriani, Heru Wahyudi. "PELATIHAN KEWIRAUSAHAAN DIGITAL UNTUK PE...	0%

DIGITALISASI PEMASARAN DAN INOVASI PRODUK NANAS UNTUK Mendukung EKONOMI DESA LEMBAK

Faradillah¹, Muhammad Fadhiel Alie², Endah Dewi Purnamasari³, Shafiera Lazuardi⁴

^{1,2}) Sistem Informasi, Universitas Indo Global Mandiri

^{3,4}) Manajemen, Universitas Indo Global Mandiri

Article history

*Corresponding author

Faradillah

Email : faradillah.hakim@uigm.ac.id

Abstrak

Kegiatan Digitalisasi Pemasaran dan Inovasi Produk Nanas untuk mendukung Ekonomi Desa Lembak bertujuan untuk meningkatkan daya saing produk nanas melalui penerapan pemasaran digital dan diversifikasi produk olahan nanas. Desa Lembak, yang dikenal sebagai penghasil nanas berkualitas, menghadapi tantangan dalam pemasaran produk yang terbatas pada pasar lokal dan kurangnya inovasi dalam produk olahan nanas. Kegiatan ini dilaksanakan dengan memberikan pelatihan tentang pemanfaatan teknologi pemasaran digital kepada petani dan pelaku usaha di desa, serta pengenalan teknik diversifikasi produk nanas menjadi berbagai produk bernilai tambah, seperti selai, dodol, sirup, dan keripik. Pelatihan pemasaran digital difokuskan pada pemanfaatan platform e-commerce dan media sosial untuk memperluas jangkauan pasar, sementara pelatihan pengolahan bertujuan untuk menciptakan produk olahan yang lebih bervariasi dan menarik. Hasil yang diharapkan dari kegiatan ini antara lain peningkatan keterampilan pemasaran digital, terciptanya produk olahan nanas yang beragam, serta meningkatnya pendapatan masyarakat melalui penjualan produk secara online. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan signifikan dalam kemampuan peserta menggunakan teknologi digital untuk pemasaran, dengan setidaknya 85% peserta berhasil mendaftarkan akun social media dan marketplace untuk memasarkan produk mereka. Selain itu, 90% peserta mengetahui dan memiliki keterampilan baru dalam mengolah lima produk olahan nanas baru. Program ini diharapkan dapat meningkatkan perekonomian Desa Lembak, membuka lapangan kerja baru, dan menciptakan keberlanjutan usaha berbasis teknologi. Keberhasilan kegiatan ini akan didokumentasikan dalam laporan yang mencakup evaluasi dampak terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat dan ekonomi desa.

Kata kunci: digitalisasi; pemasaran; inovasi produk; nanas, desa

Abstract

The Digitalization of Marketing and Innovation of Pineapple Products to Support the Economy of Lembak Village aims to increase the competitiveness of pineapple products through the implementation of digital marketing and diversification of pineapple processed products. Lembak Village, which is known as a producer of quality pineapples, faces challenges in marketing products that are limited to the local market and a lack of innovation in pineapple processed products. This activity was carried out by providing training on the use of digital marketing technology to farmers and business actors in the village, as well as an introduction to pineapple product diversification techniques into various value-added products, such as jam, dodol, syrup, and chips. Digital marketing training focused on the use of e-commerce platforms and social media to expand market reach, while processing training aimed to create more varied and attractive processed products. The expected results of this activity include improving digital marketing skills, creating a variety of pineapple processed products, and increasing community income through online product sales. The results of the activity showed a significant increase in participants' ability to use digital technology for marketing, with at least 85% of participants successfully registering social media and marketplace accounts to market their products. In addition, 90% of participants knew and had new skills in processing five new pineapple processed products. This program is expected to improve the economy of Lembak Village, open new jobs, and create sustainable technology-based businesses. The success of this activity will be documented in a report that includes an evaluation of the impact on improving community welfare and the village economy.

Keywords: digitalization; marketing; product innovation; pineapple, village

PENDAHULUAN

Desa Lembak dikenal sebagai salah satu daerah penghasil nanas terbesar di wilayah tersebut, dengan lahan yang luas dan produktivitas tanaman nanas yang tinggi (Faradillah et al., 2023). Mayoritas penduduknya adalah petani nanas yang menggantungkan penghasilan dari hasil panen nanas segar. Meskipun potensi produksi nanas sangat tinggi, masyarakat Desa Lembak masih menghadapi sejumlah tantangan dalam memaksimalkan manfaat ekonomi dari produk nanas ini (Faradillah et al., 2023). Salah satu kendala utama adalah keterbatasan dalam hal pemasaran dan diversifikasi produk nanas. Sebagian besar petani di Desa Lembak hanya menjual nanas segar dalam bentuk hasil panen mentah kepada pengepul atau pasar tradisional terdekat. Kondisi ini membuat mereka bergantung pada harga pasar yang sering kali fluktuatif dan rendah, terutama saat musim panen berlimpah. Hal ini tentu berdampak pada pendapatan petani yang tidak stabil. Selain itu, belum adanya upaya diversifikasi produk juga menyebabkan rendahnya nilai tambah dari nanas yang dihasilkan.

Seiring dengan perkembangan teknologi, strategi pemasaran digital telah menjadi salah satu solusi yang efektif dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing produk (Fadhiel Alie & Saluza, 2023; Faradillah et al., 2023; Ferry Anggiawan, 2021; Gunanta & Hadian, 2019; Solling Hamid & Ikbal, 2017). Namun, pemanfaatan teknologi ini masih terbatas di Desa Lembak. Para petani dan pelaku usaha lokal sebagian besar belum memiliki pemahaman atau keterampilan dalam pemasaran digital (Amalyah et al., 2020; Giunta, 2020; Haerana & Riskasari, 2022; Kurniawati et al., 2021; Kwarteng et al., 2022; Rahayu et al., 2023; Saptaputra et al., 2021). Mereka belum memanfaatkan platform online seperti media sosial, marketplace, dan e-commerce, yang sebenarnya dapat memperkenalkan produk nanas olahan mereka kepada konsumen yang lebih luas, baik di tingkat lokal maupun nasional ('FACTORS AFFECTING SOCIAL ECOMMERCE ADOPTION IN AN ARAB COUNTRY: FINDINGS FROM A QUALITATIVE STUDY', 2017; Fadhiel Alie & Saluza, 2023). Selain itu, potensi nanas sebagai bahan baku produk olahan sangat besar. Nanas dapat diolah menjadi berbagai produk dengan nilai jual yang lebih tinggi, seperti selai, manisan, sirup, dodol, dan keripik. Diversifikasi produk ini tidak hanya meningkatkan nilai tambah nanas tetapi juga menciptakan peluang usaha baru bagi masyarakat setempat, terutama bagi kaum ibu dan pemuda desa yang tertarik untuk memulai usaha kecil berbasis nanas (Dwijayanti & Pramesti, 2021; Ferry Anggiawan, 2021; Pendidikan et al., 2022; Susanti, 2018). Dengan adanya produk olahan, diharapkan masyarakat tidak hanya bergantung pada penjualan nanas segar, tetapi juga mampu menciptakan produk-produk turunan yang lebih bernilai (Aryani et al., 2023; Merici Minggu et al., n.d.; R et al., 2017).

Desa Lembak memiliki potensi besar sebagai penghasil nanas, yang merupakan komoditas unggulan dengan kualitas yang sangat baik. Namun, potensi ini belum dimanfaatkan secara optimal untuk mendukung perekonomian masyarakat setempat. Berdasarkan observasi dan wawancara dengan petani dan pelaku usaha di desa, terdapat beberapa masalah yang menghambat pertumbuhan ekonomi desa ini, antara lain ketergantungan pada pasar lokal, kurangnya inovasi dalam produk olahan nanas, dan rendahnya pemahaman tentang pemasaran digital.

Sebagian besar petani nanas di Desa Lembak masih menjual nanas segar melalui pengepul atau pasar tradisional. Harga nanas yang dijual melalui pengepul sering kali tidak stabil, terutama pada musim panen raya, ketika pasokan melimpah dan harga cenderung turun drastis. Petani menjual produk mereka dengan harga yang lebih rendah karena tergantung pada peran pengepul yang menjadi perantara antara petani dan konsumen akhir. Selain itu, jangkauan Pasar yang terbatas, penjualan produk hanya terbatas pada pasar lokal. Potensi ekspansi pasar sangat terbatas, yang menghambat peningkatan pendapatan masyarakat desa. kurangnya inovasi dalam diversifikasi produk juga menjadi salah satu tantangan di desa ini.

Banyak pelaku UMKM di Desa Lembak yang belum memahami bagaimana memanfaatkan pemasaran digital untuk memasarkan produk mereka. Mereka tidak memiliki keterampilan untuk mengelola akun media sosial atau marketplace, serta tidak memahami bagaimana membuat konten yang efektif untuk menarik

12

perhatian konsumen. Tidak semua pelaku usaha di desa ini memiliki akses internet yang stabil dan cepat. Hal ini menghambat kemampuan mereka untuk mengelola pemasaran digital dengan baik, terutama di daerah-daerah yang terisolasi dari jaringan komunikasi modern. Banyak mitra yang belum familiar dengan berbagai platform e-commerce seperti Tokopedia, Shopee, dan Bukalapak, yang dapat memperluas pasar mereka secara online. Mereka kesulitan dalam menggunakan fitur-fitur dasar di marketplace, seperti pengaturan harga, pengelolaan stok, dan pemasaran produk. Banyak pelaku usaha di Desa Lembak yang belum mengelola usaha mereka secara profesional. Mereka lebih fokus pada proses produksi daripada aspek pemasaran, pengelolaan keuangan, dan pengembangan produk. Kurangnya pemahaman tentang pentingnya manajemen usaha yang baik menyebabkan usaha mereka sulit berkembang secara berkelanjutan. Beberapa pelaku usaha belum mengimplementasikan sistem pembukuan yang baik dalam usahanya.

Hal ini menghambat mereka untuk melacak pengeluaran dan pemasukan, serta menilai sejauh mana usaha mereka menguntungkan. Sebagian besar masyarakat di Desa Lembak terbiasa dengan cara-cara tradisional dalam berbisnis dan menjalankan usaha. Beberapa pelaku usaha enggan untuk mencoba pendekatan baru dalam pemasaran dan pengolahan produk, terutama jika mereka belum memahami manfaatnya secara jelas. Hal ini bisa memperlambat proses adopsi teknologi dan inovasi dalam pemasaran dan produk. Beberapa daerah di Desa Lembak masih mengalami kesulitan dalam distribusi produk ke pasar yang lebih luas, baik karena akses jalan yang terbatas maupun biaya logistik yang tinggi. Meskipun potensi produk nanas di desa ini sangat besar, pelatihan tentang teknik pemasaran digital dan inovasi produk masih sangat terbatas. Banyak mitra yang membutuhkan lebih banyak pengetahuan praktis tentang cara memanfaatkan teknologi digital dan mengembangkan produk baru berbasis nanas. Terdapat kekurangan tenaga ahli atau penyuluh yang dapat mendampingi pelaku usaha di desa ini untuk meningkatkan kualitas produk dan pengelolaan usaha mereka.

METODE PELAKSANAAN

Peserta kegiatan ini adalah petani nanas dan pelaku UMKM Desa Lembak yang berjumlah 30 orang, yang memiliki minat untuk mengembangkan usahanya melalui pemasaran digital dan inovasi produk nanas. Metode pelaksanaan ini terbagi menjadi beberapa tahapan utama, yaitu persiapan yang dilakukan melalui Observasi dan Identifikasi Kebutuhan: Tim melakukan observasi dan wawancara dengan masyarakat Desa Lembak, terutama petani nanas dan pelaku UMKM, untuk memahami permasalahan dan kebutuhan terkait pemasaran digital dan diversifikasi produk. Selanjutnya perancangan materi pelatihan yang mencakup teknik pemasaran digital, penggunaan platform e-commerce, strategi media sosial, dan teknik diversifikasi produk nanas. Kemudian pada tahap ini juga dilakukan koordinasi dengan Mitra dan Penyediaan Fasilitas dengan pihak desa untuk menyediakan lokasi pelatihan, peralatan yang dibutuhkan, serta memastikan adanya akses internet yang memadai selama kegiatan. Tahap selanjutnya adalah pelaksanaan pelatihan yang dilakukan melalui sosialisasi awal kepada masyarakat Desa Lembak untuk memberikan pemahaman tentang tujuan dan manfaat kegiatan ini, serta memberikan informasi tentang Pemasaran Digital yang mencakup pengenalan platform e-commerce (Shopee, Tokopedia), media sosial (Instagram, Facebook), serta langkah-langkah praktis untuk membuat akun, mengunggah produk, dan membuat konten pemasaran yang menarik. Selain itu, peserta diajarkan teknik dasar fotografi produk dan penulisan deskripsi produk yang efektif. Selanjutnya, peserta juga diberikan pengetahuan tentang diversifikasi produk nanas menjadi berbagai produk bernilai tambah seperti selai, keripik, sirup, dan manisan. Peserta juga diajarkan teknik pengemasan dan cara menjaga kebersihan produk agar dapat meningkatkan daya tahan dan kualitas produk. Di akhir sesi pelatihan Peserta diberikan kesempatan untuk langsung mempraktikkan pemasaran digital dan diversifikasi produk dengan bimbingan tim pendamping. Simulasi ini meliputi pembuatan konten promosi dan pengunggahan produk olahan nanas ke platform digital. Tim memberikan pendampingan dalam membuat akun mau secara berkala kepada peserta untuk membantu mereka dalam menerapkan pemasaran digital dan teknik diversifikasi produk secara mandiri. Tahap terakhir merupakan Tahap Evaluasi dan Tindak Lanjut yang dilakukan melalui evaluasi terhadap hasil pelatihan dengan mengukur indikator-indikator keberhasilan, seperti peningkatan pemahaman pemasaran digital, peningkatan keterampilan tentang platform digital, peningkatan wawasan

tentang jenis produk olahan dan kemampuan emampuan dalam menggunakan platform digital seperti media sosial dan marketplace (Shopee, Tokopedia, dll.) untuk memasarkan produk nanas dan produk olahannya. Selanjutnya, tim menyusun laporan akhir yang mencakup hasil pelaksanaan, dampak program, serta rekomendasi untuk pengembangan lanjutan. Ringkasan tahapan kegiatan tersebut dapat dilihat pada Gambar 1



Gambar 1. Tahapan Kegiatan

HASIL PEMBAHASAN

Kegiatan Digitalisasi Pemasaran dan Inovasi Produk Nanas dilaksanakan pada tanggal 28 dan 29 Oktober 2024 yang diikuti oleh 30 peserta UMKM dari Desa Lembak ini berfokus pada peningkatan keterampilan pemasaran digital dan diversifikasi produk berbahan dasar nanas. Secara keseluruhan, program ini berhasil memberikan dampak positif bagi peserta, baik dari segi pengetahuan maupun praktik pemasaran dan inovasi produk. Dari 30 peserta, sebanyak 80% peserta yang sebelumnya belum pernah menggunakan platform digital kini berhasil memiliki akun pada platform e-commerce (Shopee dan Tokopedia) serta media sosial (Instagram dan Facebook) untuk pemasaran produk mereka. Peserta dilatih untuk membuat konten promosi yang menarik, mencakup teknik dasar fotografi produk dan pembuatan deskripsi produk yang efektif. Sekitar 70% peserta berhasil membuat konten yang layak unggah, dan konten ini mulai diunggah di platform digital yang mereka miliki.

Kegiatan ini berhasil mengembangkan wawasan dan pengetahuan peserta melalui pengenalan lima jenis produk baru berbahan dasar nanas, yaitu selai nanas, kripik nanas, sirup nanas, manisan nanas, dan dodol nanas. Produk-produk ini diharapkan dapat menjadi inovasi yang dapat memberikan nilai tambah pada nanas segar, sehingga meningkatkan daya tarik bagi konsumen. Setelah pelatihan, sebanyak 90% peserta berhasil membuat akun marketplace dan socmed sehingga diharapkan dapat menjadi permulaan dalam menghubungkan produk mereka ke jaringan pasar yang lebih luas melalui grup jual beli online dan komunitas pemasaran lokal.

Sebagian peserta mengalami kendala dalam mengakses internet dan perangkat untuk menjalankan platform digital. Untuk mengatasi kendala ini, disediakan panduan manual, dan beberapa perangkat secara bergantian digunakan saat kegiatan berlangsung. Tim juga memberikan opsi konsultasi daring pasca pelatihan untuk mendukung peserta yang mengalami kendala teknis.

Diversifikasi produk membutuhkan modal tambahan untuk membeli bahan dan peralatan produksi yang memadai. Beberapa peserta yang memiliki keterbatasan modal diberikan informasi tentang skema pendanaan UMKM yang dapat diakses melalui lembaga keuangan lokal.

Pada pelatihan dan bimbingan teknis ini telah disusun modul pembuatan akun social media dan marketplace. Dokumentasi kegiatan, modul, dan materi yang disampaikan pada kegiatan dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3 Materi Kegiatan



(a)



(b)



(c)



(d)

Gambar 4 Dokumentasi Kegiatan Pelatihan dan Bimbingan Teknis Penggunaan Aplikasi SIDAK 2023

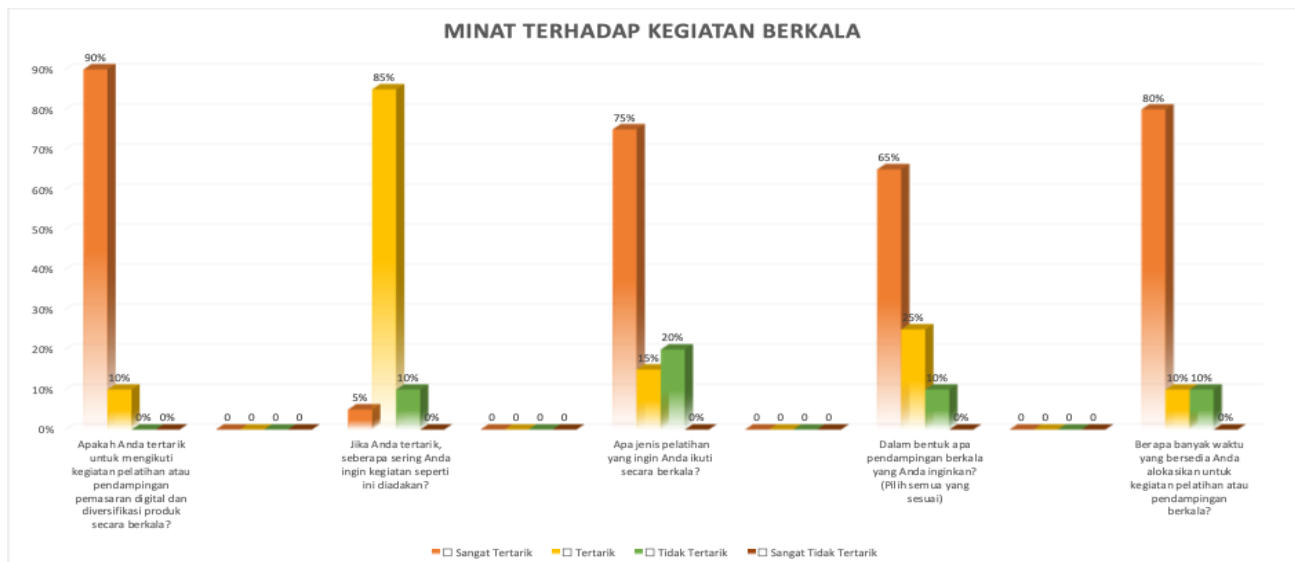
Pada kegiatan ini juga dilakukan evaluasi untuk melihat peningkatan wawasan, kemampuan dan. Keterampilan peserta sebelum dan setelah mengikuti pelatihan. Ringkasan hasil evaluasi dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1 Hasil Evaluasi Kegiatan

No.	Aspek	Sebelum Kegiatan	Setelah Kegiatan	Peningkatan
1.	Wawasan konsep dasar pemasaran digital dan platform e-commerce	45	85	40
2.	Wawasan tentang Diversifikasi Produk	60	90	30
3.	Kemampuan Praktis dalam Pemasaran Digital	60	90	30
4.	Keterampilan penggunaan fitur-fitur pada platform e-commerce	30	85	55

Kegiatan ini secara keseluruhan berhasil meningkatkan wawasan dan keterampilan peserta dalam pemasaran digital dan diversifikasi produk olahan nanas. Persentase peningkatan yang signifikan dalam semua aspek menunjukkan bahwa pelatihan memberikan dampak positif dan efektif bagi pengembangan kapasitas peserta, terutama dalam keterampilan penggunaan platform digital.

Pada sesi akhir kegiatan ini dilakukan penyebaran kuesioner kepada peserta melalui google form untuk melihat minat dan program keberlanjutan serupa. Rekapitulasi hasil penyebaran kuesioner dapat dilihat pada Gambar 5.



Gambar 5 Rekapitulasi hasil survey terhadap minat terkait program keberlanjutan serupa. Hasil survei menunjukkan bahwa mayoritas peserta sangat antusias untuk mengikuti kegiatan pelatihan dan pendampingan secara berkala, dengan preferensi utama pada pelatihan pemasaran digital yang diadakan setiap tiga bulan. Peserta menginginkan pendampingan dalam bentuk konsultasi tatap muka dengan durasi singkat sekitar 1-2 jam per sesi. Keseluruhan hasil ini memberikan wawasan yang berharga untuk merancang program lanjutan yang lebih sesuai dengan kebutuhan dan preferensi peserta, memastikan efektivitas dan keberlanjutan pelatihan di masa mendatang.

KESIMPULAN

Secara keseluruhan, program *Digitalisasi Pemasaran dan Inovasi Produk Nanas* ini telah berhasil mencapai target yang ditetapkan. Kegiatan ini berhasil meningkatkan pemahaman dan keterampilan peserta dalam pemasaran digital melalui platform e-commerce dan media sosial, yang sebelumnya belum banyak dimanfaatkan. Sebagian besar peserta kini memiliki akun di platform digital dan mampu membuat konten promosi yang menarik. Kegiatan ini diharapkan dapat memberikan dampak ekonomi yang positif dan memperkuat jaringan pasar produk nanas Desa Lembak. Beberapa kendala yang dihadapi, seperti keterbatasan akses internet dan modal, berhasil diatasi melalui panduan teknis, penggunaan perangkat bersama, dan informasi mengenai akses permodalan. Hal ini menunjukkan bahwa kendala-kendala ini dapat diminimalkan dengan dukungan dan pendampingan yang tepat. Tingginya minat peserta untuk pelatihan lanjutan menunjukkan bahwa masyarakat memiliki motivasi yang kuat untuk terus mengembangkan kemampuan mereka di bidang pemasaran digital dan diversifikasi produk. Pelatihan lanjutan, pendampingan berkelanjutan, dan dukungan akses permodalan sangat disarankan untuk mempertahankan dan meningkatkan capaian program.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih ditujukan kepada Universitas Indo Global Mandiri, UMKM Desa Lembak yang terlibat dan Kepala Desa Lembak Kabupaten Muara Enim Sumatera Selatan serta semua yang membantu pelaksanaan kegiatan ini.

PUSTAKA