

**IBM PEMBENTUKAN USAHA KELOMPOK PEMBUATAN JAJANAN PASAR DAN
DIGITAL MARKETING DI KECAMATAN JEBRES SURAKARTA**

Dinna Riana¹, I Gusti Putu Diva Awatara², Yosephine Angelina Yulia³

Staff Pengajar STIE AUB Surakarta

Email: elhasaprimiti@batik@gmail.com

Abstrak

Tujuan pengabdian kali ini adalah untuk membentuk kelompok usaha pembuatan jajanan pasar dan memasarkannya secara digital marketing (facebook).kelompok potensial yang dilatih adalah ibu-ibu PKK atai ibu rumah tangga yang gemar memasak. Dari kegemarannya itu, maka dapat diasah agar menghasilkan produk yang mempunyai nilai ekonomi untuk menambah penghasilan.Kelompok usaha pembuatan jajanan pasar ini terdiri dari empat sampai lima orang yang nantinya akan dibantu tim pengabdian dan mendatangkan seorang Chef. Hal ini untuk menarik minat para kelompok usaha pembuatan jajanan pasar agar lebih terpacu dan lebih semangat dalam membuat jajanan pasar yang layak dijual.jajanan pasar yang dibuat antara lain adalah jajanan pasar yang digemari oleh masyarakat Surakarta seperti wajik, arem-arem, lempur, klepon, onde-onde, dadar gulung, dan masih banyak sebagainya. Pembentukan kelompok usaha pembuatan jajanan pasar tidak hanya berhenti sampai produk jadi saja, namun akan didampingi bagaimana caranya agar menjual produk tersebut menggunakan digital marketing terutama facebook. Era digital saat ini tidak dapat dihindari, sehingga supaya tidak tertinggal, maka diadakanlah pelatihan penjualan jajanan pasar via facebook.Pengabdian ini telah dilaksanakan di Wilayah Kecamatan Jebres Surakarta. Peserta pelatihan diikuti sebanyak 30 Warga yaitu ibu – ibu rumah tangga, serta diikuti oleh 2 mahasiswa STIE AUB. Pelaksanaan ini dilaksanakan selama satu hari dengan memberikan sosialisasi dan pelatihan secara langsung. Luaran yang diharapkan dari pengabdian masyarakat ini ada dua hal, yang pertama adalah jurnal pengabdian kepada masyarakat yang nantinya dapat dipublikasikan dan yang kedua diharapkan setelah mengikuti sosialisasi dan pelatihan pembuatan jajanan pasar ini peserta diharapkan mampu mengaplikasikan ilmu dan ketrampilan yang diperoleh untuk bisa dikembangkan dan di praktekkan dalam berwirausaha.

Kata kunci : *jajanan pasar, kelompok usaha, media sosial.*

PENDAHULUAN

Kecamatan Jebres terletak di kota Surakarta bagian timur, dimana masyarakatnya masih banyak yang belum bekerja. Banyak inu rumah tangga yang hanya mengurus rumah dan tidak mempunyai penghasilan tambahan. Pengembangan potensi wilayah kecamatan ini masih sangat besar, sehingga sangat disayangkan jika tidak digali lebih mendalam lagi. Tujuan pengabdian kali ini adalah untuk membentuk kelompok usaha pembuatan jajanan pasar dan memasarkannya secara digital marketing (facebook).kelompok potensial yang dilatih adalah ibu-ibu PKK atai ibu rumah tangga yang gemar memasak. Dari kegemarannya itu, maka dapat diasah agar menghasilkan produk yang mempunyai nilai ekonomi untuk menambah penghasilan. Kelompok usaha pembuatan jajanan pasar ini terdiri dari empat sampai lima orang yang nantinya akan dibantu tim pengabdian dan mendatangkan seorang Chef. Hal ini untuk menarik minat para kelompok usaha pembuatan jajanan pasar agar lebih terpacu dan lebih semangat dalam membuat jajanan pasar yang layak dijual.jajanan pasar yang dibuat antara lain adalah jajanan pasar yang digemari oleh masyarakat Surakarta seperti wajik, arem-arem, lempur, klepon, onde-onde, dadar gulung, dan masih banyak sebagainya. Pembentukan kelompok usaha pembuatan jajanan pasar tidak hanya berhenti sampai produk jadi saja, namun akan didampingi

bagaimana caranya agar menjual produk tersebut menggunakan digital marketing terutama facebook. Era digital saat ini tidak dapat dihindari, sehingga supaya tidak tertinggal, maka diadakanlah pelatihan penjualan jajanan pasar via facebook. Facebook dipilih sebagai sarana penjualan dikarenakan media sosial facebook sudah banyak yang menggunakan dan relatif mudah. Disini kelompok usaha pembuatan jajanan pasar akan diajari cara memasarkan produk mereka via digital marketing terkhususnya facebook.

METODE

Metode yang digunakan dari kegiatan pelatihan dan pendampingan ini yaitu :

1. Metode ceramah dan penyampain materi oleh tim Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) STIE-AUB Surakarta menyampaikan materi Pembentukan Kelompok Usaha Pembuatan Jajanan Pasar Dan Digital Marketing.
2. Pelatihan Membuat beberapa jajanan pasar yang dilakukan oleh tim Pengabdian Masyarakat (PKM) STIE-AUB Surakarta dimulai dari pembentukan kelompok dan tiap kelompok membuat beberapa jajanan pasar yang didemokan oleh Chef.
3. Diskusi dan Tanya jawab , tim Pengabdian Masyarakat (PKM) STIE- AUB Surakarta memberikan kesempatan kepada peserta pelatihan untuk bertanya mengenai hal-hal belum jelas mengenai materi yang disampaikan
4. Konsultasi berkelanjutan kepada tim Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) STIE-AUB Surakarta jika masih diperlukan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Jajanan Pasar merupakan sebutan untuk jajanan/ kue-kue yang dijual di pasar. Disebut jajanan pasar karena jenis kue-kue ini hanya ditemukan di pasar tradisional. Biasanya jajanan pasar dihidangkan untuk keperluan khusus misal sesajen, acara keagamaan, berdasarkan adat istiadat (Liliyana, 2005:3) a. Jajanan Pasar Menurut Rinto Habsari (2010:6) Jajanan Pasar Sering disebut Kue Basah yang biasanya dijual pagi hari. Bahan utama Jajan pasar bukan tepung terigu, melainkan tepung beras, tepung ketan, tepung hankwe, atau tepung sagu, sedangkan cairan yang digunakan biasanya menggunakan santan. Namun saat ini jajanan pasar sudah banyak mengalami inovasi baru, terlebih dari segi bahan baku yang digunakan. Jajan pasar kreasi baru ini banyak menggunakan campuran tepung terigu, dan cairan yang digunakan adalah santan, susu, bahkan air. Selain itu resep jajanan pasar berkembang dengan bahan yang zaman dahulu tidak ada seperti, sosis, keju, buah, bahkan menggunakan ragi pengembang. Beberapa jajanan pasar yang umumnya banyak dipasaran antara lain:

- 1) Klepon Klepon atau kelepon adalah makanan tradisional yang termasuk kelompok jajanan pasar. Klepon berbentuk hijau dan diisi gula merah 19 didalamnya. Klepon terbuat dari bahan tepung beras ketan, yang diolah dengan direbus. Klepon yang sudah matang akan digulungkan di parutan kelapa kemudian baru dapat disantap (Yuyun A, 2006: 54).

- 2) Lopis Lopis merupakan salah satu jajanan pasar yang terbuat dari beras ketan. Lupis biasanya dibentuk persegi panjang pipih yang dibungkus menggunakan daun pisang, diolah menggunakan teknik olah direbus. Lupis disantap menggunakan juruh(gula merah cair kental) dan ditaburi kelapa parut (Yuyun Alamsyah, 2006: 49).
- 3) Apem Apem atau dikenal juga dengan nama Appam di negeri asalnya India, adalah penganan tradisional yang dibuat dari tepung beras yang didiamkan semalam dengan mencampurkan telur, santan, gula dan tape serta sedikit garam kemudian dibakar atau dikukus. Bentuknya mirip serabi namun lebih tebal.
- 4) Kue ku Menurut Yuyun Alamsyah (2006: 46) Kue tok atau sering juga dikenal dengan nama Kue khu. Disebut kue tok karena dibawahnya menggunakan alas daun pisang bulat lonjong dan kuenya berwarna merah berbentuk stempel. Kue Tok berbahan dasar tepung ketan yang diisi dengan kumbu kacang hijau kemudian diolah menggunakan teknik dikukus.
- 5) Lemet, merupakan salah satu jenis kue dalam golongan jajanan pasar yang sangat mudah dibuat. Lemet terbuat dari bahan dasar singkong yang 20 diparut dan diberikan gula jawa didalamnya. Lemet dibungkus menggunakan daun pisang berbentuk segi empat pipih, atau piramida. Lemet dimasak dengan teknik olah dikukus (Yuyun Alamsyah, 2006: 47)
- 6) Naga sari. Naga Sari adalah kue tradisional yang terbuat dari tepung beras, tepung tapioka, gula pasir, santan dan bahan untuk pengisinya biasanya berupa pisang. Kue ini dibungkus dengan daun pisang sehingga sangat terasa nuansa tradisionalnya. Kue yang bernama nagasari ini sekarang sering kita jumpai pada acara-acara formal maupun semi formal. Selain harganya yang murah dan mudah didapat, pengolahan secara tradisional membuat Nagasari aman untuk dikonsumsi terutama bagi balita dan anak-anak yang sedang dalam masa pertumbuhan karena bergizi tinggi. (Yuyun Alamsyah, 2006: 70)
- 7) Lemper. Lemper adalah sebangsa jajanan yang terbuat dari beras kean ketan rsanya gurih dan biasanya berisi abon atau cincangan daging ayam, dan terbungkus oleh daun pisang. Penganan ini terkenal di seluruh Indonesia sebagai pengganjal perut sebelum memasuki tahap makan besar. Pengolahan akhir lempur dimasak dengan teknik dikukus. (Yasa Boga, 2005:6) 8) Wajik Wajik terbuat dari beras ketan yang dikukus kemudian dimasak dengan campuran santan, dan gula hingga berminyak dan terasa lembut. Gula yang digunakan pada wajik jenis ini biasanya adalah gula merah. Gula merah 21 yang digunakan akan membuat wajik menjadi berwarna coklat muda hingga coklat tua. Setelah wajik diangkat dari tempat pengolahan, wajik kemudian akan dibentuk atau diiris sesuai dengan keinginan pembuat. Bentuk yang biasa dibuat adalah bentuk belah ketupat atau jajar genjang. Bentuk belah ketupat atau jajar genjang oleh orang Jawa biasa disebut bentuk wajik, oleh karena itu kue ini bernama wajik. Kue wajik biasanya juga berbau harum karena dalam pengolahannya menggunakan daun pandan (Yasa Boga, 2006: 10).

Setelah menciptakan produk jajanan pasar, maka langkah selanjutnya adalah memasarka

produk. Pemasaran yang saat ini sangat mudah dilakukan adalah pemasaran online. Dalam melakukan pemasaran online, perlu diketahui bagaimana cara yang tepat dalam melakukan pemasaran online.

Melihat perkembangan media sosial yang terus berkembang, pengguna harus mengetahui manfaat, peran dan fungsi dari media sosial. Adapun manfaat, peranan dan fungsi media sosial sebagai berikut:

- 1) Sarana belajar, mendengarkan, dan menyampaikan. Berbagai aplikasi media sosial dapat dimanfaatkan untuk belajar melalui beragam informasi, data dan isu yang termuat di dalamnya. Pada aspek lain, medsos juga menjadi sarana untuk menyampaikan berbagai informasi kepada pihak lain. Konten- konten di dalam media sosial berasal dari berbagai belahan dunia dengan beragam latar belakang budaya, sosial, ekonomi, keyakinan, tradisi dan tendensi. Oleh karena itu, benar jika dalam arti positif, media sosial adalah sebuah ensiklopedi global yang tumbuh dengan cepat. Dalam konteks ini, pengguna media sosial perlu sekali membekali diri dengan kekritisan, pisau analisa yang tajam, perenungan yang mendalam, kebijaksanaan dalam penggunaan dan emosi yang terkontrol.
- 2) Sarana dokumentasi, administrasi dan integrasi. Berbagai aplikasi medsos pada dasarnya merupakan gudang dan dokumentasi beragam konten, dari yang berupa profil, informasi, reportase kejadian, rekaman peristiwa, sampai pada hasil- hasil riset kajian. Dalam konteks ini, organisasi, lembaga dan perorangan dapat memanfaatkannya dengan cara mem bentuk kebijakan penggunaan media sosial dan pelatihannya bagi segenap karyawan, dalam rangka memaksimalkan fungsi media sosial sesuai dengan target-target yang telah direncanakan. Beberapa hal yang bisa dilakukan dengan medsos, antara lain membuat blog organisasi, mengintegrasikan ber bagai lini di perusahaan, menyebarkan konten yang relevan sesuai target di masyarakat, atau memanfaatkan media sosial sesuai kepentingan, visi, misi, tujuan, efisiensi dan efektifitas operasional organisasi.
- 3). Sarana perencanaan, strategi dan manajemen. Akan diarahkan dan dibawa ke mana media sosial, merupakan domain dari penggunanya. Oleh sebab itu, media sosial di tangan para pakar manajemen dan marketing dapat menjadi senjata yang dahsyat untuk melancarkan perencanaan dan strateginya. Misalnya saja untuk melakukan promosi, menggaet pelanggan setia, menghimpun loyalitas customer, menjajaki market, mendidik publik, sampai menghimpun respons masyarakat.
- 4).Sarana kontrol, evaluasi dan pengukuran. Media sosial berfaedah untuk melakukan kontrol organisasi dan juga mengevaluasi berbagai perencanaan dan strategi yang telah dilakukan. Ingat, respons publik dan pasar menjadi alat ukur, kalibrasi dan parameter untuk evaluasi. Sejauh mana masyarakat memahami suatu isu atau persoalan, bagaimana prosedur-prosedur ditaati atau dilanggar publik, dan seperti apa keinginan dari masyarakat, akan bisa dilihat langsung melalui medsos. Pergerakan keinginan, ekspektasi, tendensi, opsi dan posisi pemahaman publik akan dapat terekam dengan baik di dalam media sosial. Oleh sebab itu, media sosial juga dapat digunakan sebagai sarana preventif yang ampuh dalam memblok atau memengaruhi pemahaman publik.

Hasil dari kegiatan pengabdian masyarakat ini yaitu pelatihan dan pendampingan berwirausaha Pembentukan Kelompok Usaha Pembuatan Jajanan Pasar Dan Digital Marketing di wilayah Kecamatan Jebres Surakarta pada tanggal 01 September 2019 sebanyak 30 peserta. Adapun hasil dari pelatihan ini adalah para peserta pelatihan memperoleh bekal dan keilmuan tentang pengelolaan suatu usaha bisnis yang di kelola secara profesional dan sehat secara financial dengan menggunakan metode pemasaran digital yang representatif dan berkesinambungan untuk mempertahankan usahanya ditengah persaingan usaha yang semakin ketat dalam menarik minat pelanggan terhadap produk yang kita miliki.

Produk yang dijual yaitu jajanan pasar merupakan produk konsumsi siap makan dan tidak untuk diolah kembali. Berdasarkan tujuan dan pemakaian, produk ini dijual untuk memenuhi kebutuhan misalnya acara ulang tahun, acara pengajian, arisan, dan acara lainnya yang memerlukan konsumsi. Adapun yang membeli produk jajanan ini yang kemudian untuk dikomersialkan lagi.

Tahap lainnya adalah melakukan evaluasi mengenai kualitas dari jajanan pasar. Dengan cara melihat kekuatan berapa lama jajanan pasar bertahan karena dibuat tanpa menggunakan bahan kimia dan pengawet sehingga hanya dapat bertahan dalam jangka waktu paling lama satu hari. Oleh karena itu, untuk mengantisipasi ketika produk yang dijual hanya terjual sedikit dan jajanan pasar yang tersedia masih banyak, maka jajanan pasar tersebut sisanya dibagikan ke orang-orang sekitar sekaligus menjadi tempat promosi kepada orang disekitar tempat penjualan, agar terus mencoba dan mempromosikan jajanan pasar ini dari mulut ke mulut. Selain penjualan secara offline, kelompok usaha juga memasarkan secara online melalui facebook. Setelah mengetahui pembuatan facebook yang khusus untuk memasarkan produk, maka perlu nya satu admin untuk mengelola media sosial. Hal ini penting supaya dapat terkontrol dalam memelihara akun media sosial dengan cara secara rutin memposting jajanan pasar yang akan dijual semenarik mungkin.

Jika bisnis jajanan pasar ini berjalan dengan lancar dan memperoleh keuntungan yang banyak, maka usaha ini dapat dikembangkan lagi dengan berbagai macam menu lainnya dengan berbahan dasar. Banyaknya varisasi dan inovasi baru yang di keluarkan bertujuan untuk meningkatkan jumlah konsumen dan memperoleh keuntungan sebesar-besarnya.

KESIMPULAN

Dengan adanya pelatihan dan pendampingan pembentukan kelompok usaha jajanan pasar ini dapat Kelurahan jebres Kecamatan Jebres Kota Surakarta menjadi lebih mandiri dalam hal ekonomi dan dapat membantu perekonomian keluarga serta dapat menumbuhkan UMKM baru dalam hal jajanan pasar dengan memanfaatkan digital marketing sebagai pemasarannya.

Setelah mengetahui pembuatan jajanan pasar, pelatihan ini ini juga dapat memberikan ilmu pengetahuan yang sebelumnya belum dimiliki, dengan masyarakat tentang cara membuat dan mengolah jajanan pasar secara sehat, mudah dan terjangkau serta memasarkan secara online lewat media sosial khususnya facebook. Dengan diadakan sosialisai dan pelatihan ini semoga dapat merubah

pemikiran yang selama ini ada di masyarakat bahwa dalam menghasilkan uang tidak hanya didapat dari bekerja saja, melainkan dapat menciptakan usaha dengan cara berwirausaha.

DAFTAR PUSTAKA

Khan, F., & Siddiqui, K. (2013). *The Importance of Digital Marketing: An Exploratory Study to Find The Perception and Effectiveness of Digital Marketing amongst The Marketing Professionals in Pakistan*. Journal of Information Systems and Operations Management , 1-8.

Maulana, Y. (2017, 2 6). <http://swa.co.id/swa/csr-corner/>. Retrieved 2 17, 2017, from <http://swa.co.id/>: <http://swa.co.id/swa/csrcorner/yuswohady-ukm-harusmanfaatkan-perkembangan-digital>Rivai, Veithzal dan Andria Permata Veithzal. 2013. Credit Management Handbook. Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada