



UPAYA PENINGKATAN KETRAMPILAN, KREATIVITAS MELALUI PELATIHAN PEMBUATAN PRODUK DAN PEMASARAN DIGITAL

Titin Lestariningsih¹, Ivy Dian P Prabowo², Ahmad Taufiq³, Mahmudi⁴, Hansel Timothy Kwantono⁵

^{1,2,3,4,5}Seni Kuliner, Fakultas, Akademi Sages

*e-mail: titinlestari@sages.ac.id

Abstract

Facing the challenges of the Industry 4.0 era requires significant effort to remain competitive. To develop a resilient generation capable of tackling these challenges, skills and creativity are essential. The community service activities (abdimas) conducted by vocational higher education institutions are a form of academic community collaboration aimed at transferring knowledge and skills to the society. These abdimas activities are participated in by high school students during their vocational extracurricular sessions. The methods used in these abdimas include the provision of materials, training, and discussions. The materials and training focus on product creation and marketing. As a result of these abdimas, the high school students gain skills in creating marketplace seller accounts and managing food products. After participating in these abdimas, it is expected that the students will be able to start their own culinary businesses.

Keywords: Entrepreneurship, vocational education, digital technology, management, food products

Abstrak

Menghadapi tantangan era Industri 4.0 diperlukan effort yang tidak mudah agar dapat berdaya saing. Generasi yang tangguh menghadapi tantangan ini diperlukan ketrampilan dan kreativitas. Abdimas yang dilakukan perguruan tinggi vokasi merupakan bentuk kolaborasi civitas akademi upaya transfer ilmu pengetahuan dan ketrampilan kepada masyarakat. Pelaksanaan abdimas diikuti oleh siswa menengah atas pada saat ekstrakurikuler vokasi. Metode pada abdimas ini menggunakan pemberian materi, pelatihan, dan diksusi. Materi dan pelatihan tentang pembuatan produk dan pemasarannya. Hasil abdimas ini para siswa SMA memperoleh ketrampilan membuat akun seller marketplace dan mengelola produk makanan. Setelah mengikuti Abdimas ini diharapkan siswa dapat membuka usaha kuliner.

Kata kunci: Wirausaha, vokasi, teknologi digital, pegelolaan, produk makanan

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi saat ini semakin pesat dan tidak dapat terhindarkan, mau tidak mau kita harus mengikutinya. Lanjut, pemasaran konvensional seiring waktu beralih ke *digital marketing*. Hal ini menjadi peluang bisnis yang menarik, pengusaha harus pandai membaca situasi terkini termasuk teknologi digital. Pengusaha harus kreatif dan memiliki ketrampilan khusus agar dapat survive. Kreatif merupakan kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru. Ketrampilan merupakan kemampuan dalam menggunakan ide, gagasan dan kreativitas untuk mengubah dan menciptakan sesuatu yang bernilai. Untuk menumbuhkan jiwa wirausaha selain internal diri perlu adanya rangsangan eksternal agar memperoleh wawasan dan pengetahuan dari luar sekolah. Contohnya: pelatihan, *workshop* dan menghadiri

pameran produk. Ide, gagasan dan kreativitas harus ada *action*. Segala sesuatu harus ada *action* untuk mencapai tujuan. Untuk mencapai tujuan memerlukan perencanaan, implementasi dan evaluasi.

Marketplace ini merupakan pertemuan antara *seller*, pembeli, pengiriman barang dan mitra lainnya. *Marketplace* menjadi metode modern bisnis saat ini yang sebelumnya dilakukan secara konvensional. Penjual dan pembeli melakukan transaksi dan bertemu secara langsung. Pada *marketplace* ini pembeli dan penjual tidak bertemu secara langsung melainkan dengan menggunakan aplikasi (Hanifah & Rahadi, 2020). Pemasaran digital membuka peluang yang besar akan masa depan. *Platform marketplace* di Indonesia yaitu: Lazada, Bukalapak, Youtube, Tokopedia, Shopee, Grab. Pemanfaatan media *social* dapat mengoptimalkan pemasaran produk. Masing-masing *platform* memiliki karakteristik yang berbeda termasuk cara pembayarannya. *Platform* digital juga menjadi peluang bisnis baru menjadi sarana mendapatkan penghasilan. Contoh: usaha pembayaran, Youtuber, *driver ojek online*, *seller*, dan *reseller*.

Pemasaran digital memiliki hubungan dengan kewirausahaan, keduanya memiliki target pasar yang sama. Pemasaran digital merupakan bagian kewirausahaan. Kedua item saling berkaitan yaitu memperoleh profit atau keuntungan dan secara bersama memasuki era digital 4.0 dan menuju *society* 5.0, semua pasar bertransformasi teknologi digital (Hendarsyah, 2020). Tantangan menghadapi di era ini, apakah sumber manusia kita sudah siap menghadapinya? Kewirausahaan merupakan pengelolaan sumber daya menjadi peluang bisnis. Adapun ruang lingkup wirausaha yaitu perdagangan, usaha *industry* dan usaha jasa (Muchson, 2017). Misalnya usaha dengan membuat produk makanan yang memiliki nilai jual. Bisnis makanan ini memiliki peluang yang besar, salah satu kebutuhan manusia makanan.

Salah satu dari tujuan pendidikan yaitu untuk menyiapkan generasi yang terampil dan mampu bersaing di era masa depan. Abdimas ini merupakan bentuk kegiatan menstranfer pengetahuan dari Perguruan Vokasi Kuliner kepada siswa SMA. Kegiatan ini diharapkan agar dapat menumbuhkan berwirausaha yakni: kreativitas dan ketampilan. Selanjutnya, diharapkan pula siswa mampu membuat produk makanan yang berkualitas dan dapat diterima pasar. Siswa juga memiliki ketampilan menjual produk melalui *marketplace*.

2. METODE

Tujuan dilakukan abdimas ini sebagai berikut:

1. Menumbuhkan kreativitas dan ketampilan siswa
2. Siswa memiliki ketampilan membuat produk kuliner
3. Siswa mengetahui dan memahami *digital marketing*
4. Siswa mengaplikasikan *e-commerce seller*
5. Siswa memiliki ketampilan menjual produk melalui *marketplace*

Abdimas ini menggunakan metode:

1. Pemberian Materi
2. Pelatihan
3. Diskusi

Persiapan

Sebelum abdimas dilaksanakan pada waktu yang telah ditentukan, diperlukan persiapan yaitu:

1. Menentukan sasaran abdimas
2. Menggali permasalahan dan kebutuhan
3. Menentukan jadwal abdimas
4. Menyiapkan materi dan peralatan
5. Pelaksanaan abdimas
6. Evaluasi

Kelompok sasaran abdimas yaitu: SMA Stella Maris Surabaya kelas X dan XI dengan jumlah 19 siswa. Abdimas dilaksanakan di SMA Stella Maris tanggal 2 Februari 2024 – 17 Mei 2024. Kegiatan ini dilakukan pada pukul 11.55 -13.30 WIB. Adapun jadwal abdimas sebagai berikut:

Tabel 1. Jadwal Abdimas Stella Maris

No.	Hari/Tanggal	Dosen	Kegiatan	Materi
1.	Jumat, 2 Februari 2024	Ivy Dian Prabowo	Pelatihan	Pembuatan tahu bakso
2.	Jumat, 16 Feb 2024	Ivy Dian Prabowo	Pelatihan	Kreasi bisnis <i>street food</i>
3.	Jumat, 19 April 2024	Titin Lestariningsih	Pemberian materi dan diskusi	Digital marketing dan aplikasinya
4.	Jumat, 26 April 2024	Achmad Taufiq, Titin Lestariningsih	Pelatihan	Marinasi daging, ayam cabe garam
5.	Jumat, 17 Mei 2024	Mahmudi, Titin Lestariningsih	Pelatihan	Mie pedas level

Persiapan pengabdian ini sebagai berikut:

1. Pertemua pertama: materi Pembuatan tahu Bakso yang disampaikan oleh Ivy Dian P. Prabowo dan Hansel Timothy Kwantono. Peralatan: Kompor, kukusan, mangkok, Penggorengan. Bahan masukan: Tahu kuning, minyak goreng, daging giling, bawang merah, bawang putih, garam, merica, penyedap, dan tepung *tapioca*
2. Pertemua kedua: materi Kreasi bisnis *Street Food* yang disampaikan Ivy Dian P. Prabowo. Peralatan dan bahan menyesuaikan dari kreasi resep yang siswa buat.
3. Pertemuan ketiga: materi *digital marketing* dan aplikasinya disampaikan oleh Titin Lestariningsih. Peralatan: video, PPT, LCD dan *sound*. website, Youtube, Tokopedia Seller, Bisnisku dan Shopee Seller.
4. Pertemuan keempat: Pelatihan memasak “Ayam Cabai Garam” disampaikan oleh Chef Achmad Taufiq. Peralatan pelatihan yaitu: alat masak: kompor: panci, telenan, wajan, pisau, telenan. Bahan masakan: daging ayam dan bumbu: bawang merah dan putih, cabai, garam, penyedap rasa, minyak sawit, minyak wijen, maizena.
5. Pertemuan kelima: Pelatihan memasak “Mie Pedas Level” disampaikan Chef Mahmudi. Peralatan pelatihan yaitu: alat masak: kompor, panci, telenan, wajan pisau, *chopper*. Bahan masakan: daging ayam, mie, cabai, daun bawang, bawang putih, penyedap rasa, minyak

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan Abdimas

1. Pertemuan Pertama



Gambar 1. Siswa Mempraktikan Teknik Membuat Tahu Bakso

2. Pertemuan kedua



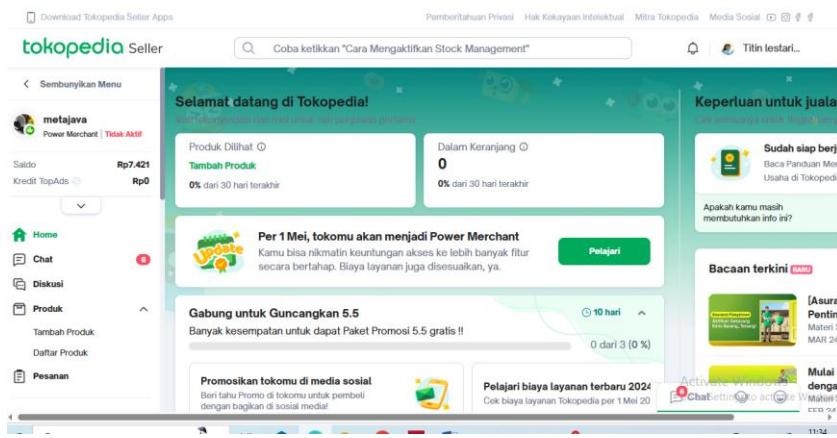
Gambar 2. Siswa Mempraktikan Kreasi Street Food

3. Pertemuan Ketiga

Kegiatan dilaksanakan Jumat, 19 April 2024 pukul 11.55 – 13.30 WIB dengan materi “Digital Marketing dan Aplikasinya” yang diikuti 16 siswa.



Gambar 3. Materi Digital Marketing Dan Aplikasinya



Gambar 4. Tokopedia Seller

4. Pertemuan Keempat

Pelatihan membuat ayam cabai garam, produk makanan kekinian diminati anak-anak generasi z. Adapun metode pembuatannya sebagai berikut: ayam dipotong dadu, dimarinasi, bawang merah dan putih dicincang kasar, daun bawang prei di potong tipis (diambil batang putih), cabai kecil dan cabai mereh besar dibuang bijinya diiris tipis. Goreng ayam yang sudah dimarinasi ke dalam wajan berisi minyak dengan api sedang, sampai *gold brown*. Membuat ayam cabai garam: tumis bawang merah, putih dan irisan bawang prei, cabai kecil dan merah besar tambahkan garam dan penyedap secukupnya. Lanjut masukkan ayam yang sudah digoreng tadi aduk sampai bumbu merata.



Gambar 5. Persiapan Bumbu-bumbu di *Kitchen*



Gambar 6. Memberikan Materi dan Tips Memasak



Gambar 7. Praktek Membuat Ayam Cabai Garam



Gambar 8: Review Produk Makanan

5. Pertemuan kelima

Pelatihan mie pedas level pedas bertujuan untuk meningkatkan kemampuan siswa agar dapat membuat produk mie kekinian yang siap dijual. Chef sekaligus instruktur memberikan metode membuat minyak bawang, ayam taburan, sambal, pangsit goreng, *toping kracker* dan cara penyajiannya.



Gambar 9. Pelatihan Mie Level Pedas



Gambar 10. Plating Mie Level Pedas

Pengabdian Masyarakat ini merupakan bentuk transfer pengetahuan Perguruan Tinggi Vokasi kepada siswa SMA Stella Maris. Pengabdian ini salah satunya memberi pemahaman manfaat gadget dalam bisnis. Siswa juga dapat membuat produk kuliner yang memiliki nilai jual. Perubahan dan perkembangan pengetahuan dampak dari teknologi menjadi tantangan bagi pelaku usaha. Kondisi ini menuntut para pelaku usaha tidak terkecuali UMKM untuk menggunakan *digital marketing* sebagai aspek penting menjalankan usahanya (Charviandi, 2023). Pemanfaatan teknologi digital menjadi keharusan bagi pelaku usaha, bila tidak akan kehilangan pangsa pasar. Teknologi digital dapat menjangkau target pasar lebih luas sesuai segmentasi pasar. Target pasar yang lebih luas diharapkan dapat meningkatkan penjualan. Pelaku usaha perlu inovasi dapat mengoptimalkan omset bisnisnya (Putri, 2022). Namun demikian pelaku usaha tetap menggunakan *offline* untuk menunjukkan keberadaan usaha, menjangkau segmen local.

Produk merupakan hasil transformasi dari bahan mentah menjadi bahan jadi yang bernilai. Produk kuliner merupakan hasil olahan makanan yang memiliki cita rasa yang dapat dinikmati konsumen. Produk ini terdiri dari masakan makanan dan minuman, kue atau jajanan dan minuman. Bisnis kuliner menjadi daya tarik pelaku usaha, selama manusia hidup membutuhkan makan sebagai sumber tenaga untuk beraktivitas. Hal ini menjadi peluang bisnis sehingga bermunculan usaha kuliner, kuliner tradisional dan modern yakni: restoran, kafe, warung, kedai, dan sentra kuliner. Sebagai contoh, Kota Surabaya kota bisnis, dikuti menjamurnya Penjual Kaki Lima (PKL) di sepanjang jalan besar dan gang-gang kota. Malang kota pendidikan, mahasiswa datang dari berbagai kota di Indonesia, warung nasi dengan harga terjangkau.

4. KESIMPULAN

Kegiatan abdimas ini dilaksanakan oleh tim Akademi Sages di ekstrakurikuler SMA Stella Maris bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan wawasan siswa tentang pengolahan pangan menjadi produk makanan. Produk makanan yang berkualitas memerlukan metode tepat dan sesuai agar dapat diterima konsumen. Pelatihan difungsikan untuk memberikan ketrampilan mengolah bahan mentah

menjadi barang jadi yang bernilai. Siswa juga diberikan materi pemasaran digital sebagai metode untuk mendapatkan konsumen dengan lebih murah dan mudah. Pemasaran modern dengan teknologi digital untuk memasarkan produk kepada konsumen sesuai pangsa pasar

DAFTAR PUSTAKA

- Charviandi, A. (2023). Manajemen pemasaran (perspektif digital marketing). In *Andrew's Disease of the Skin Clinical Dermatology*.
- Hanifah, N., & Rahadi, D. R. (2020). Analisis Perilaku konsumen dalam memutuskan pembelian secara online pada masa Pandemi COVID-19. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 7(November), 112–122. <https://online-journal.unja.ac.id/mankeu/article/view/5490>
- Hendarsyah, D. (2020). Pemasaran digital dalam kewirausahaan. *Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 9(25–43). <https://doi.org/https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v9i1.209>
- Muchson, M. (2017). *Buku Ajar Entrepreneurship (Kewirausahaan)*. Guepedia.
- Putri, S. S. (2022). Digital marketing sebagai optimalisasi strategi pemasaran wirausaha muda " Clothing PRJBus " dalam meningkatkan omset bisnis UMKM. *Jurnal Lugas*, 6(2), 65–72.