

PENINGKATAN KETERAMPILAN INTERNET MARKETING BAGI PEREMPUAN PADA KOMUNITAS KULINER DI BEJIHARJO

Tristanti¹, Sujarwo², Fitta Ummaya Santi³

^{1,2,2}) Pendidikan Luar Sekolah, Universitas Negeri Yogyakarta

Email : tristanti@uny.ac.id

ABSTRAK

Pelatihan internet marketing bagi perempuan melalui komunitas kuliner merupakan aktifitas untuk menyadarkan kelompok sasaran akan pentingnya pemanfaatan teknologi informasi dalam membantu dunia usaha. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk memberikan pengetahuan dan keterampilan bagi kelompok kuliner dalam memanfaatkan internet marketing dalam peningkatan usahanya. Kegiatan ini menggunakan metode ceramah, diskusi dan *learning by project*. Hasil dari kegiatan ini adalah kelompok sasaran memiliki pengetahuan pemanfaatan internet marketing. Kelompok sasaran juga memiliki keterampilan dalam pemanfaatan internet marketing.

Kata Kunci : internet, komunitas, kuliner

ABSTRACT

Internet marketing training for women through the culinary community is an activity to make the target groups aware of the importance of using information technology to help the business world. The purpose of this activity is to provide knowledge and skills for culinary groups in utilizing internet marketing to improve their business. This activity uses cerammah, discussion and learning by project methods. The result of this activity is the target group has knowledge of using internet marketing. The target group also has skills in the use of internet marketing.

Keywords: internet, community, culinary

PENDAHULUAN

Kegiatan kuliner semakin berkembang seiring dengan perkembangan teknologi. Dengan adanya teknologi tersebut masyarakat semakin mudah untuk mengenali berbagai ragam kuliner. Ketika masyarakat memiliki android maka dengan mudah berbagai aplikasi dapat diterapkan dan digunakan untuk mengakses informasi-informasi yang diinginkan seperti informasi kuliner. Informasi kuliner menjadi

informasi yang tidak pernah sepi dari pencarian masyarakat. Hal ini dikarenakan dalam berbagai aktifitas kehidupan manusia selalu didampingi dengan kebutuhan kuliner. Sebagai contoh, ketika manusia bepergian, maka hal yang tidak lepas dari tujuannya adalah tentang makanan. Makanan yang dimaksud lebih kepada makanan khas sebagai oleh-oleh atau untuk dinikmati secara pribadi.

Masyarakat Indonesia sebagian besar masyarakatnya sudah memanfaatkan aplikasi media sosial. Hasil penelitian Syarifuddin (2014) menunjukkan bahwa masyarakat sudah masuk dalam kategori literasi TIK di mana mereka sebagai individu dalam menggunakan TIK mampu mengelola, mengatur, mengintegrasikan, dan mengevaluasi informasi, membangun pengetahuan baru dan berkomunikasi dengan orang lain sehingga dapat berpartisipasi secara efektif dalam masyarakat. Hasil penelitian ini juga merujuk bahwa perkembangan teknologi khususnya internet telah memberikan kontribusi yang demikian besar bagi penggunaannya. Hadirnya internet telah menunjang efektivitas dan efisiensi pekerjaan juga sebagai sarana komunikasi, publikasi, serta informasi yang dibutuhkan oleh penggunaannya (Rhodes, 1986).

Dari total penduduk sebanyak 265,4 juta jiwa, pengguna aktif media sosial mencapai 130 juta dengan prosentase sebanyak 49%. Media sosial yang biasa diakses yaitu facebook, instagram, line, google, dll. Berdasarkan rata-rata trafik situs per bulan, facebook menjadi media sosial paling banyak dikunjungi dengan capaian lebih dari 1 milyar juta pengunjung per bulan (kompas, 01 Maret 2018). Kecenderungan masyarakat untuk menyampaikan apa yang dirasakan dan dialami membuat aplikasi-aplikasi tersebut digunakan setiap saat. Dengan demikian banyak orang menggunakan aplikasi tersebut untuk menginformasikan berbagai aktifitas. Salah satu konten yang sering dimunculkan yaitu aktifitas kuliner. Tujuan dari informasi tersebut yaitu untuk memberikan rekomendasi kepada masyarakat terkait makanan yang dinikmatinya. Selain rasa yang menjadi daya tarik dari kuliner, hal yang tidak kalah menarik juga terlihat pada bentuk dan tampilan makanan tersebut.

Keindahan dari tampilan yang menarik juga dikarenakan keahlian dalam pengambilan gambar konten tersebut. Selain itu kalimat iklan dalam kata-kata yang menarik dan sering dicari konsumen juga dapat mempengaruhi daya beli konsumen. Sebagai contoh dalam perjalanan wisata, seseorang akan mencari berbagai informasi melalui media sosial dengan menggunakan kata yang mudah dikenali kebanyakan orang, misalnya makanan khas lokal gunung kidul. Oleh karena itu para pemilik kuliner harus bisa mengetahui hal-hal apa saja yang sering dicari oleh wisatawan-wisatawan. Hal ini didukung dengan keberadaan desa wisata bejiharjo yang semakin didatangi oleh wisatawan dari berbagai daerah, sehingga aktifitas kuliner harus mampu mengikuti laju perkembangan tersebut.

Kegiatan kuliner biasanya didominasi oleh kaum perempuan, meskipun tidak sedikit juga kaum laki-laki yang berkecimpung dalam kuliner. Salah satu contoh kuliner yang didominasi oleh kaum perempuan adalah kelompok kuliner di desa wisata Bejiharjo. Kelompok kuliner ini merupakan hasil dari kegiatan penelitian sebelumnya dengan jumlah kelompok sebanyak 5 kelompok dan terdiri dari 5 orang anggota setiap kelompoknya. Kondisi perekonomian mereka saat ini hanya berasal

dari kegiatan kuliner yang tidak tentu. Ketika tidak ada pesanan kuliner maka aktifitas mereka kembali sebagai ibu rumah tangga atau bekerja di ladang.

Kemampuan perempuan dalam kelompok kuliner di dalam mengolah makanan sudah tidak diragukan lagi. Mereka sudah memiliki kemampuan dan keterampilan yang cukup baik dalam mengolah makanan. Namun demikian, kemampuan mereka dalam hal pemasaran produk masih sederhana. Kegiatan pengenalan produk yang selama ini dilakukan hanya sebatas melalui pesan lisan atau brosur yang sifatnya lama untuk bisa tersampaikan pada pelanggan. Hal ini dikarenakan mereka belum memiliki kemampuan memanfaatkan berbagai aplikasi internet, padahal mereka memiliki handphone android. Berbagai aplikasi android akan mendatangkan berbagai hal positif apabila bisa memanfaatkannya dengan baik. Oleh karena itu perlu adanya kegiatan pelatihan internet marketing bagi perempuan dalam kelompok kuliner desa wisata Bejiharjo untuk meningkatkan pendapatannya.

1. Internet

Menurut Turban, King, Lee, dan Liang (2015: 49) internet adalah kumpulan dari orang-orang yang menggunakan komputer secara berdiri sendiri namun terhubung antara satu sama lain melalui sebuah lingkungan jaringan global. Menurut Jogiyanto (2008: 36) internet adalah jaringan komputer yang terkoneksi dan dapat saling berhubungan sehingga memungkinkan pengguna komputer dapat bertukar data, pesan dan file dengan komputer lainnya yang terhubung ke internet. Sedangkan menurut Rohaya (2008: 2) internet (Inter-Network) adalah sebutan untuk sekumpulan jaringan komputer yang menghubungkan situs akademik, pemerintahan, komersial, organisasi, maupun perorangan. Internet menyediakan akses untuk layanan telekomunikasi dan sumber daya informasi untuk jutaan pemakainya yang tersebar di seluruh dunia. Adapun layanan internet yang tersedia saat ini seperti komunikasi langsung (email, chat), diskusi (Usenet News, email, milis), sumber daya informasi yang terdistribusi (World Wide Web, Gopher), remote login dan lalu lintas file (Telnet, FTP), dan aneka layanan lainnya. Website adalah sarana komunikasi yang pertama kali dan paling populer dilihat ketika membutuhkan informasi tentang suatu perusahaan atau organisasi. Karena itu pada abad ini setiap perusahaan mesti melengkapi sarana komunikasinya dengan membuat website (Kriyantono, 2012 dalam Pratiwi, et.al 2019). Jadi, dari beberapa pendapat diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa internet adalah jaringan komputer dan penggunaannya yang saling terhubung secara global untuk menyediakan akses untuk layanan telekomunikasi dan sumber daya informasi sehingga memungkinkan pengguna komputer dapat bertukar data, pesan dan file dengan komputer lainnya.

2. Komunitas

Komunitas berasal dari bahasa latin *communitas* yang berarti "kesamaan", kemudian dapat diturunkan dari *communis* yang berarti "sama, publik, dibagi oleh semua atau banyak". Komunitas sebagai sebuah kelompok sosial dari beberapa organisme yang berbagi lingkungan, umumnya memiliki ketertarikan dan habitat yang sama. Dalam komunitas manusia, individu-individu di dalamnya dapat memiliki maksud, kepercayaan, sumber daya, preferensi, kebutuhan, risiko dan sejumlah

kondisi lain yang serupa. Definisi Komunitas adalah sebuah identifikasi dan interaksi sosial yang dibangun dengan berbagai dimensi kebutuhan fungsional Soenarno (2002). Pengertian komunitas menurut Hermawan (2008), adalah sekelompok orang yang saling peduli satu sama lain lebih dari yang seharusnya, dimana dalam sebuah komunitas terjadi relasi pribadi yang erat antar para anggota komunitas tersebut karena adanya kesamaan interest atau values.

Dengan demikian suatu komunitas merupakan suatu kelompok sosial yang dapat dinyatakan sebagai “masyarakat setempat”, suatu kelompok yang bertempat tinggal dalam suatu wilayah tertentu dengan batas-batas tertentu pula, dimana kelompok itu dapat memenuhi kebutuhan hidup dan dilingkupi oleh perasaan kelompok serta interaksi yang lebih besar di antara para anggotanya. Komunitas adalah sebuah kelompok sosial dari beberapa organisme yang berbagi lingkungan, umumnya memiliki ketertarikan dan habitat yang sama. Dalam komunitas manusia, individu-individu di dalamnya dapat memiliki maksud, kepercayaan, sumber daya, preferensi, kebutuhan, risiko dan sejumlah kondisi lain serupa. (Wenger, 2002: 4).

Menurut Crow dan Allan, Komunitas dapat terbagi menjadi 2 komponen: (1.) Berdasarkan Lokasi atau Tempat Wilayah atau tempat sebuah komunitas dapat dilihat sebagai tempat dimana sekumpulan orang mempunyai sesuatu yang sama secara geografis (2.) Berdasarkan Minat Sekelompok orang yang mendirikan suatu komunitas karena mempunyai ketertarikan dan minat yang sama, misalnya agama, pekerjaan, suku, ras, maupun berdasarkan kelainan seksual. Proses pembentukannya bersifat horisontal karena dilakukan oleh individu-individu yang kedudukannya setara. Komunitas adalah sebuah identifikasi dan interaksi sosial yang dibangun dengan berbagai dimensi kebutuhan fungsional (Soenarno, 2002). Kekuatan pengikat suatu komunitas, terutama, adalah kepentingan bersama dalam memenuhi kebutuhan kehidupan sosialnya yang biasanya, didasarkan atas kesamaan latar belakang budaya, ideologi, sosial-ekonomi. Disamping itu secara fisik suatu komunitas biasanya diikat oleh batas lokasi atau wilayah geografis. Masing-masing komunitas, karenanya akan memiliki cara dan mekanisme yang berbeda dalam menanggapi dan menyikapi keterbatasan yang dihadapainya serta mengembangkan kemampuan kelompoknya.

3.Kuliner

Kuliner merupakan sebuah hobi campuran yang biasa disebut dengan wisata kuliner yang tujuannya untuk makan dan berjalan-jalan (wisata, berpergian). Namun, biasanya kata kuliner lenig memacu kepada makanannya dibandingkan dengan jalanjalan. Kata kuliner berasal dari bahasa Inggris, yaitu culinary yang berarti “urusan masak memasak”. Kata kuliner tersebut menjadi luas di Indonesia karena adanya media masa dan televisi. Berdasarkan pengertian tersebut, bagi anda yang memiliki hobi jalan-jalan dan makan sangat cocok untuk melakukan kegiatan kuliner ini. Karena mencari hal yang baru sama seperti belajar, dan kuliner juga memiliki arti sebagai mencari hal yang baru dalam bidang makanan dan berpergian.

Kuliner adalah suatu bagian hidup yang erat kaitannya dengan konsumsi makanan sehari-hari karena setiap orang memerlukan makanan yang sangat

dibutuhkan sehari-hari. Mulai dari makanan yang sederhana hingga makanan yang berkelas tinggi dan mewah. Semua itu, membutuhkan pengolahan yang serba berkualitas dan bergizi. Sebenarnya kuliner merupakan bagian/sub daripada esensi gastronomi. Sementara istilah kuliner itu sendiri adalah masakan atau dalam bahasa dapur mempunyai sinonim/arti yang sama dengan istilah cuisine. Secara harafiah, kuliner adalah kata yang biasa digunakan untuk merujuk pada sesuatu yang berhubungan dengan memasak atau profesi kuliner. Profesi kuliner sendiri dapat diartikan profesi untuk memasak atau mempersiapkan produk makanan, seperti chef, management restaurant, ahli penata diet, ahli gizi dan sebagainya. Produk makanan merupakan hasil proses pengolahan bahan mentah menjadi makanan siap dihidangkan melalui kegiatan memasak.

Kaum perempuan yang tergabung dalam komunitas kuliner merupakan perempuan yang memiliki pekerjaan tidak tetap yaitu sebagai ibu rumah tangga dan kadang-kadang bekerja sebagai buruh pertanian. Ketidaktetapan pekerjaan tersebut dikarenakan kebutuhan ekonomi yang mendesak dalam keluarga yang mengharuskan perempuan ikut andil dalam pemenuhan kebutuhan keluarga. Selain itu keahlian yang rendah pada perempuan mengakibatkan perempuan hanya meleakukan pekerjaan kurang maksimal. Sebagai contoh dalam komunitas kuliner, kaum perempuan tidak setiap hari melakukan pekerjaan tersebut. Mereka hanya mengerjakan hanya pada saat ada pesanan saja. Oleh karena itu aktifitas kuliner yang dijalannya tidak maksimal. Pada dasarnya kelompok kuliner telah memiliki berbagai kemampuan dalam hal kuliner. Akan tetapi kemampuan dalam memasarkan hasil kuliner masih rendah. Aktifitas pemasaran yang selama ini dilakukan hanya secara manual yaitu pemberitahuan secara lisan. Aktifitas melalui media sosial belum dilakukan karena keterbatasan dalam pengetahuan dan keterampilan dalam pemanfaatannya. Dalam pengembangan sumber daya perempuan sebaiknya diarahkan untuk membentuk manusia yang (1) memiliki motivasi dan etos kerja yang tinggi, (2) menguasai banyak ilmu dan keterampilan, (3) memiliki sikap mental yang konsisten yang diwujudkan dalam komitmennya pada bidang pekerjaan tertentu (profesional), (4) memiliki semangat dan kemampuan bersaing (kompetitif), dan (5) memiliki budaya yang didasari pada nilai-nilai agama dan humanism (Dwi Darmanto, 2010).

Era digital saat ini menuntut semua pihak untuk beradaptasi dalam pengembangan berbagai lini kehidupan, termasuk dalam aktifitas kuliner. Kegiatan kuliner akan menjadi berkembang jika permintaan konsumen semakin meningkat. Permintaan konsumen dapat meningkat apabila berbagai informasi dengan mudah dapat diakses oleh konsumen itu sendiri. Penyampaian informasi yang lambat akan mudah tersaingi dengan informasi yang serba cepat yaitu secara media sosial. Melalui internet yang sudah bisa dinikmati selama ini, kegiatan kuliner pun dapat dilibatkan dengan keberadaan internet.

Kaum perempuan dalam komunitas kuliner sebagian besar telah memiliki alat komunikasi berbasis android. Namun demikian android tersebut belum dimanfaatkan secara maksimal. Mereka menggunakan android hanya sebagai alat penyampai pesan dalam komunikasi jarak jauh. Pemanfaatan ke dalam hal

pengembangan usaha kuliner belum maksimal. Oleh karena itu perlunya pelatihan dalam pemanfaatan android sebagai media dalam pemasaran hasil kuliner secara online.

Berdasar pada teori di atas maka langkah-langkah pemecahan masalah adalah :

1. Penentuan Kebutuhan

Hal ini merupakan titik awal untuk melaksanakan suatu program pelatihan. Kegiatan penentuan kebutuhan dilakukan melalui observasi dan wawancara dengan masyarakat Bejiharjo khususnya perempuan dalam komunitas kuliner yang belum memiliki keterampilan dalam pemanfaatan informasi teknologi.

2. Penentuan Sasaran

Berdasar pada hasil penelitian sebelumnya menunjukkan kelompok perempuan dalam komunitas kuliner yang belum memiliki pekerjaan secara tetap. Oleh karenanya sasaran dalam kegiatan ini adalah kaum perempuan yang tergabung dalam komunitas kulinerdesa wisata Bejiharjo.

3. Penetapan Materi Pelatihan

Dalam penetapan materi pelatihan disesuaikan dengan kebutuhan sasaran yaitu pelatihan tentang internet marketing. Hal ini dianggap penting karena kaum perempuan berada dalam daerah wisata yang sedang berkembang, sehingga kemampuan internet marketing dalam kuliner dianggap perlu untuk dikembangkan.

4. Pelaksanaan Program

Pelaksanaan program pelatihan disesuaikan dengan waktu yang dimiliki oleh kaum perempuan. Mengingat mereka juga memiliki pekerjaan sebagai ibu rumah tangga yang harus mengurus rumah tangga, sehingga waktu dan tempat pelaksanaan ditetapkan melalui diskusi dalam kelompok.

5. Evaluasi Pelaksanaan Program

Evaluasi pelaksanaan program akan dilakukan secara langsung pada saat kegiatan praktek yaitu kemampuan kelompok sasaran dalam memanfaatkan media sosial sebagai internet marketing. Selain itu evaluasi juga dilakukan secara tertulis melalui angket yang berisi tentang kebermanfaatan dan kebermaknaan program pelatihan terhadap kelompok sasaran. Khalayak sasaran dari pelatihan internet marketing adalah kaum perempuan di desa wisata Bejiharjo yang tergabung dalam komunitas kuliner. Jumlah peserta pelatihan sebanyak 25 orang perempuan.

METODE

Kegiatan pelatihan yang dilakukan menggunakan metode pembelajaran berorientasi pengalaman dan/atau masalah, serta menekankan kepada pembelajaran orang dewasa. Adapun metode kegiatan yang dilakukan mencakup: (1) *Metode ceramah* digunakan pada saat sesi penyampaian materi, dimana narasumber memberikan materi kepada peserta pelatihan sebelum dilaksanakannya praktek. (2) *Metode Tanya jawab* digunakan untuk merefleksi materi yang telah disampaikan oleh narasumber. (3) *Metode Praktek*. Kegiatan praktek ini bertujuan untuk mempraktekkan materi

yang sudah disampaikan oleh narasumber, sehingga ilmu yang diperoleh dapat diaplikasikan dalam kehidupan nyata, karena pada intinya pelatihan ini adalah praktek secara langsung bagaimana mengolah makanan yang bernilai jual dan bagaimana cara menentukan harga layak jual, sehingga dapat meningkatkan nilai ekonomi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan pelatihan ini dilakukan melalui berbagai tahapan:

1. Melakukan Persiapan

Kegiatan PPM diawali dengan mempersiapkan administrasi persuratan, selanjutnya melakukan koordinasi terkait kebutuhan peserta pelatihan yaitu berupa alat dan bahan yang akan digunakan dalam pelatihan kuliner.

2. Melakukan Kegiatan Pelatihan

a. Pelatihan Penggunaan Media Sosial (*Internet Marketing*)

Kegiatan pertama yang dilakukan adalah pengenalan media sosial secara umum. Dijelaskan bahwa media sosial adalah media online yang dimanfaatkan sebagai sarana pergaulan sosial secara online di internet. Dalam media sosial para penggunanya dapat saling berkomunikasi, berinteraksi dan berbagai kegiatan lainnya. *Materi yang kedua yaitu pemanfaatan media sosial secara bijak.* Kegiatan pelatihan internet marketing difokuskan kepada kaum perempuan dengan berbagai alasan yaitu: (a) perempuan memiliki pengetahuan dan keterampilan yang masih rendah tentang teknologi informasi, sehingga setelah melakukan kegiatan pelatihan internet marketing kaum perempuan diharapkan: (a) memiliki motivasi dan etos kerja yang tinggi dalam mengelola usaha kuliner berbasis teknologi informasi, (b) menguasai pengetahuan dan keterampilan teknologi informasi, (c) memiliki sikap mental yang konsisten yang diwujudkan pada bidang pekerjaan (profesionalisme), dan (d) memiliki semangat dan kemampuan bersaing (kompetensi).



Gambar 1. Penyampaian Materi Pelatihan Internet dan Sosial Media

Kaum perempuan masyarakat Gua Pindul diharapkan mampu menguasai media sosial untuk membantu memasarkan hasil produk olahan yang telah dibuat. Mayoritas kaum perempuan masyarakat Gua Pindul sudah memiliki *smartphone*, akan tetapi hanya digunakan untuk sekedar berkomunikasi SMS dan telepon. Oleh karenanya pelatihan ini penting untuk dilakukan guna membantu kaum perempuan masyarakat Gua Pindul untuk belajar memasarkan hasil produk olahannya di media sosial dengan menggunakan *smartphone* mereka masing-masing. Tujuannya supaya kaum perempuan masyarakat Gua Pindul bisa memiliki akses yang lebih luas dalam memasarkan hasil produk olahannya, sehingga penghasilan yang diperoleh juga bertambah. Selain itu pemasaran melalui media sosial ini juga dapat membantu menunjukkan kepada masyarakat luas bahwa Gua Pindul memiliki ciri khas produk olahan yang berbeda dengan wilayah lainnya. Serta dapat pula menambah eksistensi objek wisata Gua Pindul itu sendiri.

Kegiatan selanjutnya yaitu pemaparan materi penggunaan media sosial dalam memasarkan produk olahan. Media sosial adalah sebuah media daring dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia virtual. Berikut adalah berbagai jenis media sosial yang dapat digunakan untuk memasarkan berbagai macam produk, termasuk produk olahan wedang pindul, antara lain : menggunakan *smartphone* mereka masing-masing. Tujuannya supaya kaum perempuan masyarakat Gua Pindul bisa memiliki akses yang lebih luas dalam memasarkan hasil produk olahannya, sehingga penghasilan yang diperoleh juga bertambah. Selain itu pemasaran melalui media sosial ini juga dapat membantu menunjukkan kepada masyarakat luas bahwa Gua Pindul memiliki ciri khas produk olahan yang berbeda dengan wilayah lainnya. Serta dapat pula menambah eksistensi objek wisata Gua Pindul itu sendiri.

Kegiatan selanjutnya yaitu pemaparan materi penggunaan media sosial dalam memasarkan produk olahan. Media sosial adalah sebuah media daring dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia virtual. Berikut adalah berbagai jenis media sosial yang dapat digunakan untuk memasarkan berbagai macam produk, termasuk produk olahan wedang pindul, misalnya : (1) *Facebook*, (2) *Instagram*, (3) *Whatsapp* (4) *Blogger*, (5) *Wordpress*, (6) *Twitter*

Beberapa media sosial diatas adalah contoh yang dapat digunakan untuk memasarkan produk olahan khususnya wedang pindul. Melalui media sosial - media sosial ini, kaum perempuan masyarakat Gua Pindul dapat mengunggah foto-foto atau video produk-produk olahan yang ingin dipasarkan ke dalam media sosial tersebut supaya diketahui khalayak umum. Berikut adalah cara menggunakan media sosial – media sosial tersebut, antara lain :

1) **Facebook**

- Unduh / *download* aplikasi facebook melalui *play store* (untuk yang belum memiliki aplikasi facebook)

- Buka aplikasi facebook tersebut dengan cara log in email dan password (jika belum memiliki akun, maka membuat akun terlebih dahulu dengan cara mendaftar di kolom yang tersedia)
- Klik kolom apa yang anda pikirkan, kemudian tulis kalimat bahwa anda ingin memasarkan produk olahan anda, misalnya “wedang pindul oleh-oleh khas Gua Pindul hanya 25.000 per botol. Minat hubungi Bu Anik 081335800800”
- Kemudian klik kotak gambar, lalu masukkan foto wedang pindul tersebut
- Langkah selanjutnya klik kirim. Dengan demikian maka anda sudah berhasil mengunggah produk olahan wedang pindul melalui facebook. Orang yang melihat hasil postingan anda tersebut, apabila tertarik maka akan menghubungi dan memesan wedang pindul tersebut melalui kontak yang sudah tertera.

2) Instagram

- Download aplikasi instagram melalui play store (untuk yang belum memiliki aplikasi instagram)
- Buka aplikasi instagram tersebut dengan cara log in email dan password (jika belum memiliki akun, maka membuat akun terlebih dahulu dengan cara mendaftar di kolom yang tersedia)
- Klik kotak tengah bawah yang bertanda +
- Kemudian masukkan foto wedang pindul
- Lalu tulis kalimat bahwa anda ingin memasarkan produk olahan anda, misalnya “wedang pindul oleh-oleh khas Gua Pindul hanya 25.000 per botol. Minat hubungi Bu Anik 081335800800”
- Langkah selanjutnya klik kirim. Dengan demikian maka anda sudah berhasil mengunggah produk olahan wedang pindul melalui instagram. Orang yang melihat hasil postingan anda tersebut, apabila tertarik maka akan menghubungi dan memesan wedang pindul tersebut melalui kontak yang sudah tertera.

3) Whatsapp

- Download aplikasi whatsapp melalui play store (untuk yang belum memiliki aplikasi whatsapp)
- Datarkan nomor ponsel anda di kolom whatsapp
- Jika sudah terdaftar, buka kolom unggah status, kemudian masukkan foto wedang pindul yang ingin anda unggah
- Lalu tulis kalimat bahwa anda ingin memasarkan produk olahan anda, misalnya “wedang pindul oleh-oleh khas Gua Pindul hanya 25.000 per botol. Minat hubungi Bu Anik 081335800800”
- Selanjutnya klik kirim. Dengan demikian maka anda sudah berhasil mengunggah produk olahan wedang pindul melalui whatsapp. Orang yang melihat hasil postingan anda tersebut, apabila tertarik maka akan menghubungi dan memesan wedang pindul tersebut melalui kontak yang sudah tertera. Perlu diketahui untuk unggah foto melalui whatsapp ini hanya berlaku selama 24 jam. Jika lebih dari itu maka foto otomatis akan hilang.

4) Blogger

- Langkah pertama dengan membuka google dan menetikkan alamat www.blogger.com
- Kemudian membuat blog baru dengan memasukkan identitas diri dan memilih tema untuk blog tersebut
- Lalu mulai mengunggah foto produk yang akan dipasarkan dengan mengklik edit blog. Dalam mengedit unggahan tersebut, anda dapat menuliskan judul produk olahan pada kolom judul misalnya “Wedang Pindul Manthul” kemudian menuliskan kalimat promosi pada kolom deskripsi misalnya “wedang pindul oleh-oleh khas Gua Pindul hanya 25.000 per botol. Minat hubungi Bu Anik 081335800800”
- Kemudian klik simpan. Dengan demikian maka anda sudah berhasil mengunggah produk olahan wedang pindul melalui blogger. Orang yang melihat hasil postingan anda tersebut, apabila tertarik maka akan menghubungi dan memesan wedang pindul tersebut melalui kontak yang sudah tertera.

5) Wordpress

- Langkah pertama dengan membuka google dan menetikkan alamat www.wordpress.com
- Kemudian membuat wordpress baru dengan memasukkan identitas diri
- Lalu mulai mengunggah foto produk yang akan dipasarkan dengan mengklik edit. Dalam mengedit unggahan tersebut, anda dapat menuliskan judul produk olahan pada kolom judul misalnya “Wedang Pindul Manthul” kemudian menuliskan kalimat promosi pada kolom deskripsi misalnya “wedang pindul oleh-oleh khas Gua Pindul hanya 25.000 per botol. Minat hubungi Bu Anik 081335800800”
- Kemudian klik simpan. Dengan demikian maka anda sudah berhasil mengunggah produk olahan wedang pindul melalui wordpress. Orang yang melihat hasil postingan anda tersebut, apabila tertarik maka akan menghubungi dan memesan wedang pindul tersebut melalui kontak yang sudah tertera.

6) Twitter

- Download aplikasi twitter melalui play store (untuk yang belum memiliki aplikasi twitter)
- Buka aplikasi twitter tersebut dengan cara log in email dan password (jika belum memiliki akun, maka membuat akun terlebih dahulu dengan cara mendaftar di kolom yang tersedia)
- Kemudian klik kolom tweet, lalu isikan kalimat promosi produk yang akan diunggah misalnya “wedang pindul oleh-oleh khas Gua Pindul hanya 25.000 per botol. Minat hubungi Bu Anik 081335800800” lalu unggah foto produk yang akan dipasarkan
- Langkah selanjutnya klik send. Dengan demikian maka anda sudah berhasil mengunggah produk olahan wedang pindul melalui twitter. Orang yang

melihat hasil postingan anda tersebut, apabila tertarik maka akan menghubungi dan memesan wedang pindul tersebut melalui kontak yang sudah tertera.

b) Pelatihan Pengemasan Produk

Kegiatan kedua yakni ialah pelatihan pengemasan produk wedang pindul. Pelatihan ini dilakukan karena produk olahan wedang pindul belum ada yang dapat dibawa pulang. Artinya belum ada kemasan ekonomis dan praktis untuk bisa dibawa pulang sebagai oleh-oleh khas Gua Pindul. Sehingga para wisatawan hanya dapat menikmati wedang tersebut apabila singgah ke Gua Pindul. Oleh karenanya pelatihan ini dilaksanakan guna untuk membantu kaum perempuan masyarakat Gua Pindul supaya dapat mengemas produk olahan wedang pindul menjadi lebih menarik dan memiliki nilai jual yang tinggi serta dapat dibawa pulang oleh para wisatawan sebagai oleh-oleh khas Gua Pindul.



Gambar 2. Penyampaian Materi Pengemasan Produk

Pemateri pelatihan ini ialah seorang wanita muda pembuat jamu herbal khas Yogyakarta yang bernama Ibu Yuniari. Beliau sudah lama menjadi penjual jamu kurang lebih selama 20 tahun. Awalnya beliau adalah seorang farmasi di salah satu rumah sakit di Yogyakarta. Kemudian karena kendala mengurus rumah tangga akhirnya beliau memilih jalan lain untuk membuat jamu herbal di rumah. Hal ini karena beliau pernah menderita sakit magh yang berkepanjangan dan akhirnya sembuh setelah meracik sendiri obatnya. Beliau adalah alumni jurusan Biologi Universitas Gajah Mada. Seiring berjalannya waktu beliau memiliki pelanggan yang makin bertambah hingga akhirnya beliau juga mendapatkan penghargaan di Istana Negara oleh Bapak Presiden sebagai pembuat jamu herbal termuda.

Dalam proses pembuatan jamu tersebut Ibu Yuniari sangat memperhatikan kebersihan alat dan kualitas barang yang digunakan. Karena hal tersebut sangat mempengaruhi hasil produk olahan jamu herbal nanti termasuk dalam hal rasa. Hal yang selalu beliau tekankan kepada para karyawannya ialah kebersihan yakni dengan menggunakan sarung tangan, masker, dan celemek saat proses pembuatan. Selain itu beliau juga mengajarkan untuk selalu mencuci tangan dan mencuci alat-alat setiap

selesai digunakan. Tujuannya untuk menghindari bakteri yang masuk pada produk olahan jamu herbal tersebut. Karena jika sedikit saja ada bakteri yang masuk maka jamu herbal tersebut tidak akan tahan lama alias cepat basi. Selain itu beliau juga memperhatikan kemasan yang cocok digunakan untuk mengemas jamu herbal tersebut agar tahan lama tanpa menggunakan pengawet.

Dalam proses pemilihan kemasan tersebut Ibu Yuniari memperhatikan bahan dari kemasan tersebut, bentuk/model dari kemasan tersebut, kualitas dari kemasan tersebut misalnya tahan banting atau tidak, mudah sobek atau tidak, selain itu beliau juga melihat dari kepraktisan dari kemasan tersebut misalnya ringan dan mudah dibawa kemana-mana atau tidak dan lain sebagainya. Selain memperhatikan cara pengemasan, Ibu Yuniari juga mendaftarkan hasil produk olahan jamu herbalnya pada BPOM agar memiliki sertifikat halal dan dapat dikonsumsi dengan aman oleh masyarakat luas terutama masyarakat muslim. Berikut adalah salah satu contoh tahapan dalam pembuatan jamu jahe merah kering :

- Siapkan 1 kg jahe merah
- Cuci bersih jahe tersebut
- Rendam dalam air biasa kurang lebih ½ jam
- Timbang jahe tersebut
- Parut jahe tersebut dengan menggunakan parut, wadah, dan sarung tangan
- Peras jahe tersebut dengan menggunakan wadah dan sarung tangan yang berbeda
- Tambahkan air 300-500 cc
- Siapkan wajan ukuran 3 kg
- Tuangkan jahe tersebut ke dalam wajan
- Setelah mendidih, tambahkan 2 kg gula
- Aduk-aduk sampai mengental
- Jika sudah mengental, matikan api
- Kemudian aduk kembali dengan spatula dari kayu
- Diamkan 1 malam supaya benar-benar dingin
- Jika sudah dingin jahe merah tersebut siap untuk ditimbang dan dikemas

Dalam pembuatan produk olahan wedang pindul sebagai oleh-oleh, Ibu Yuniari memberikan masukan untuk menjaga kualitas bahan dan kebersihan alat yang digunakan untuk membuat wedang tersebut. Sedangkan untuk pemilihan kemasan yang tepat dan sesuai untuk wedang pindul, beliau memberikan masukan untuk memperhatikan hal-hal berikut :

- Bahan dari kemasan tersebut, terbuat dari plastik/kaca yang aman atau tidak
- Model dan bentuk kemasan tersebut, menarik dan praktis atau tidak, berat atau ringan
- Harga dari kemasan tersebut dapat dijangkau atau tidak, karena jika harganya terlalu mahal maka untung yang diperoleh juga semakin sedikit

B. Pembahasan

Kegiatan pelatihan media sosial dan pengemasan produk bagi kaum perempuan mampu membangkitkan semangat dan motivasi kelompok wanita Gua Pindul dalam memasarkan dan menyajikan wedang pindul yang memiliki nilai jual tinggi. Mereka baru menyadari bahwa dalam memasarkan produk olahan perlu memperhatikan sasaran dan teknologi yang tengah trend saat ini yakni media sosial. Karena memang jaman sekarang ini segala sesuatu bekerja dengan bantuan teknologi (era industri 4.0). Selama ini mereka kesulitan dalam memasarkan produk olahan wedang pindul dikarenakan mereka tidak dapat memanfaatkan smartphone yang mereka miliki untuk digunakan sebagai alat untuk memasarkan produk olahan wedang pindul tersebut ke dunia maya (onlineshop). Melalui pelatihan media sosial dan pengemasan produk ini, kaum perempuan diajarkan bagaimana cara menggunakan media sosial yang ada dalam smartphone mereka masing-masing untuk digunakan sebagai lapak mereka berjualan wedang pindul. Selain itu mereka juga diajarkan bagaimana memilih dan mengemas produk hasil olahan wedang pindul menjadi lebih menarik dan memiliki nilai jual yang tinggi.

Materi pelatihan yang disampaikan oleh tim informasi dan komunikasi pemerintah daerah kabupaten Gunung Kidul dan pengusaha jamu herbal. Materi ini merupakan materi baru bagi kelompok sasaran. Hal ini dikarenakan sebelumnya kelompok sasaran belum mengetahui bagaimana cara memasarkan produk olahan wedang pindul melalui media sosial dan bagaimana mengemas wedang pindul menjadi lebih menarik dan memiliki nilai jual yang tinggi. Sebagai contoh: mereka hanya menyajikan wedang pindul saat ada wisatawan yang datang berwisata ke Gua Pindul yakni dengan secangkir wedang pindul. Dan wedang tersebut hanya dapat dinikmati disana saja tanpa dapat dibawa pulang sebagai oleh-oleh khas Gua Pindul. Pengetahuan baru yang mereka dapatkan mampu diaplikasikan dalam usaha yang mereka sudah tekuni yaitu usaha wedang pindul yang bergerak di desa wisata Gua Pindul.

Dalam proses pelatihan ada beberapa hal yang perlu diperhatikan terhadap peserta pelatihan dikarenakan: **Pertama**, peserta pelatihan merupakan orang dewasa yang sudah memiliki banyak pengalaman. Pengalaman yang dimiliki oleh orang dewasa bisa dijadikan sebagai bahan belajar bersama. Kaum perempuan di kawasan wisata Gua Pindul memiliki pengalaman dalam membuat wedang pindul. Pengalaman yang mereka miliki dapat dijadikan modal dalam pengembangan usaha wedang pindul. Pengalaman yang sudah mereka miliki adalah pengalaman dalam membuat wedang pindul, hanya saja dalam mengolahnya belum maksimal karena keterbatasan pengetahuan. Melalui kegiatan pelatihan ini kaum perempuan mendapatkan pengetahuan secara benar dalam membuat dan memasarkan hasil olahan wedang pindul tersebut.

Kedua, terkait kondisi warga belajar yaitu warga belajar merupakan orang dewasa yang memiliki kesibukan berbeda-beda. Kegiatan pelatihan dilaksanakan di siang hari karena waktu luang yang dimiliki mereka mulai dari siang sampai sore. Meskipun demikian dalam pelaksanaannya terdapat beberapa ibu-ibu yang ijin untuk melayani

pembeli karena posisinya sebagai pelayan di kantin wirawisata. Meskipun demikian hal tersebut tidak mengurangi kelancaran kegiatan pelatihan.

Ketiga, terkait sarana prasarana dalam pelaksanaan kegiatan pelatihan. Sarana prasarana yang lengkap sangat mendukung kegiatan pelatihan agar berjalan lancar. Sarana tersebut meliputi tempat pelatihan dan toilet. Kegiatan pelatihan media sosial dan pengemasan produk dilakukan di pendopo “kang Haris” Wirawisata. Selain sarana, prasarana juga menjadi unsur penting dalam proses pelaksanaan pelatihan seperti; meja, tikar, sound system dan peralatan lain yang digunakan untuk kegiatan pelatihan media sosial dan pengemasan produk. **Keempat** adalah motivasi peserta pelatihan dalam menerapkan hasil belajar. Peserta pelatihan setelah mengikuti kegiatan diharapkan memiliki motivasi yang tinggi untuk terus belajar dalam pengembangan olahan wedang pindul dengan memanfaatkan potensi sekitar. Dengan motivasi yang tinggi maka peserta akan selalu belajar untuk berinovasi.

Manfaat yang dapat diterima dari pelatihan *media sosial dan pengemasan produk* bagi kaum perempuan adalah mereka memiliki pengetahuan dan keterampilan baru tentang produksi wedang pindul dan cara mengemas serta memasarkannya yang belum mereka dapatkan sebelumnya. Selain itu, kaum perempuan juga mendapatkan pengetahuan tentang penentuan harga jual produk wedang pindul. Setelah mengikuti pelatihan *media sosial dan pengemasan produk*, mereka sudah mampu menerapkan pengetahuannya. Harapan peserta pelatihan dari kegiatan ini adalah adanya pelatihan lanjutan dari tim pengabdian sehingga memperkaya pengetahuan kaum perempuan dalam mengembangkan usaha wedang pindul. Rencana aksi yang mereka buat adalah mereka akan memasukkan wedang pindul ke media sosial dan mengemasnya semenarik supaya memiliki nilai jual yang tinggi.

C. Evaluasi

Evaluasi kegiatan pelatihan media sosial dan pengemasan produk dilakukan selama proses pelatihan. Evaluasi yang dilakukan yaitu melalui pengamatan peserta pelatihan dalam melakukan kegiatan praktik. Untuk evaluasi akhir dari pelatihan yaitu dengan indikator sebagai berikut :

- 1) Peserta pelatihan memahami jenis-jenis media sosial
- 2) Peserta pelatihan mampu menggunakan salah satu media sosial untuk dijadikan lapak berjualan wedang pindul
- 3) Peserta pelatihan mampu menentukan kemasan yang tepat dan menarik untuk wedang pindul yang akan dipasarkan
- 4) Peserta pelatihan mampu menentukan harga jual wedang pindul
- 5) Peserta pelatihan termotivasi dan memiliki antusias yang tinggi dalam mengikuti pelatihan

Dari indikator di atas peserta pelatihan telah memahami tentang jenis-jenis media sosial dan mampu menggunakannya dengan baik dan benar. Peserta pelatihan memiliki motivasi dan antusias yang tinggi terlihat dari banyaknya pertanyaan dan keinginan mereka untuk diberikan pelatihan lebih lanjut.

D. Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat

1. Faktor Pendukung
 - a. Tersedianya gedung sebagai tempat pelatihan.
 - b. Motivasi dan antusiasme peserta pelatihan tinggi
 - c. Bahan pelatihan mudah ditemukan di lingkungan sekitar masyarakat.
2. Faktor Penghambat

Butuh ketelatenan saat mengarahkan ibu-ibu dalam menggunakan media sosial

KESIMPULAN

Kegiatan pelatihan internet marketing *dan pengemasan produk* yang sudah dilakukan telah berjalan sesuai rencana kegiatan dan didukung oleh peserta pelatihan itu sendiri. Manfaat yang bisa diterima oleh peserta pelatihan yaitu mereka memiliki pengetahuan dan keterampilan dalam menggunakan media sosial sebagai sarana memasarkan produk hasil olahan wedang pindul serta memiliki pengetahuan dalam mengemas wedang pindul supaya memiliki nilai jual yang tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

- Dwi D. (2010). *Model Pemberdayaan Perempuan Melalui Kejar KF*. Surabaya: BPPLSP Regional VI Surabaya.
- E. Turban, D. King, J. K. Lee, T.-P. Liang and D. C. Turban. (2015). *Electronic Commerce A Managerial and Social Networks Perspective*. Switzerland: Springer International Publishing.
- Jogiyanto, H.M. (2008). *Sistem Teknologi Informasi*. Andi. Yogyakarta.
- Kertajaya, H. (2008). *Arti Komunitas*. Bandung : Gramedia Pustaka Indonesia.
- Pratiwi, P.U, Rahmanto, A & Slamet, Julius (2019). Analisis E-Word of Mouth Dalam Perspektif Consumer Trust. *Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora*, 1(02), 13-23. Retrieved from <https://www.jurnalintelektiva.com/index.php/jurnal/article/view/22>
- Rhodes, J.K. 1993. *Literacy Assesment*. Heineman Educational Book.Inc.
- Rohaya, S. (2008). *Internet: Pengertian, Sejarah, Fasilitas dan Koneksinya*. EJournal UIN Sunan Kalijaga. Diakses pada Oktober 28, 2015. Digital Library UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Soenarno, (2002). *Kekuatan Komunitas Sebagai Pilar Pembangunan Nasional*. Jakarta.

Sujarwo dan Lutfi Wibawa. (2013). *Analisis Permasalahan Perempuan dan Potensi Lokal*. Laporan Penelitian. Yogyakarta, Fakultas Ilmu Pendidikan UNY (Laporan Penelitian Tidak Dipublikasikan).

Sujarwo, dkk. (2015). *Pengembangan Model Pemberdayaan Perempuan Desa Wisata Melalui Pendidikan Berbasis Komunitas di Desa Wisata Bejiharjo Kecamatan Karangmojo Kabupaten Gunungkidul*. Laporan Penelitian. Yogyakarta, Fakultas Ilmu Pendidikan UNY (Laporan Tidak Dipublikasikan).

Syarifuddin. 2014. *Literasi Teknologi Informasi dan Komunikasi*. Jurnal Penelitian Komunikasi vol.17 Nomor 2, Desember 2014, hal. 153-164.

Wenger, Etienne et al. (2002). *Cultivating Communities of Practice*. Harvard Business School Press.

http://www.kompasiana.com/bayuconan/7-rahasia-dasar-sukse-menjalankan-bisnis-kuliner_54f775bca3331174658b459c