

Pemberdayaan Ibu-Ibu Rumah Tangga Melalui Penyuluhan Inovasi Produk Dan Pemasaran Online Kerupuk Lontong Di Dusun Blandongan Desa Ngawi Kecamatan Ngawi Kabupaten Ngawi

Clerency Ardiva Putri¹, Dwi Setya Nugrahini²

^{1,2}Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Ponorogo

E-mail : ¹putricece540@gmail.com

ABSTRACT: *Innovation can be defined as the process or result of developing and utilizing knowledge, skills (including technological skills) and experience to create and improve products and processes so that they provide added value. Lontong is a mainstay food that is widely traded by the people of Dusun Blandongan. So do not be surprised if the average woman from Dusun Blandongan Ngawi works as a rice cake seller. To empower their assets, namely lontong food, KPM-DDR students will conduct counseling on product innovation and online marketing of lontong crackers. This activity aims to innovate products and provide marketing information for lontong sellers and housewives to get additional income when at home and to increase competitiveness, promotion and marketing of local food products for the people of Dusun Blandongan Ngawi. Regarding the method used for the counseling, the researcher uses the Asset-based community development (ABCD) approach, which is more appropriate for KPM-DDR. The results of the counseling are, 1) Extension activities and training on making rice cake crackers with housewives went well; 2) In the online media counseling that is used to market the product, the Facebook and Whatsapp applications are chosen because many residents have often operated the two applications.*

Keywords: *Counseling, Product innovation, Marketing*

Pendahuluan

Manusia dalam kehidupan memerlukan pekerjaan agar dapat memenuhi kebutuhan hidup, apalagi bagi mereka yang sudah berkeluarga. Dalam hal ini yang memiliki tanggung jawab utama dalam mencari adalah seorang Ayah. Setiap Ayah merupakan kepala keluarga yang memiliki kewajiban dalam pemenuhan kebutuhan seluruh keluarganya. Namun,

204

walaupun mencari nafkah adalah tugas dari kepala keluarga, seorang istri atau ibu rumah tangga juga boleh bekerja untuk membantu perekonomian keluarga. Bagi ibu rumah tangga yang sibuk mengurus rumah bisa juga membangun suatu usaha atau bisnis di dalam rumah.

Pada saat ini kemajuan yang sangat kita rasakan adalah perkembangan era revolusi industri 4.0 yang mana revolusi ini lebih dikenal dengan revolusi teknologi dan revolusi digital. Kita lihat saja disekitar kita banyak yang telah menikmati teknologi terutama *smartphone*. Zaman sekarang banyak yang menggunakan *smartphone* mulai dari kalangan muda sampai tua. Yang kemudian ada yang namanya internet, penggemar *smartphone* semakin banyak. Pada kenyataannya dikutip dari *Reuters* bersumber data milik firma riset Canalis, penjualan *smartphone* global melonjak 27% menjadi 347 juta unit pada kuartal pertama 2021.¹

Sama halnya dengan masyarakat Dusun Blandongan, mereka juga tidak ketinggalan zaman. Yang mana banyak dari warga dusun tersebut memiliki *smartphone*. Selain itu ada juga beberapa rumah warga yang memasang wifi untuk memudahkan akses informasi melalui internet. Dari hal ini dapat dilihat bahwa perkembangan revolusi industri 4.0 atau revolusi teknologi dan digital juga dirasakan oleh warga Dusun Blandongan. Apalagi dampak pandemi ini banyak anak warga yang mengharuskan memiliki *smartphone* dikarenakan adanya sekolah secara online. Sehingga banyak warga mulai anak kecil sampai tua yang sudah memiliki *smartphone*.²

Untuk para pelaku usaha zaman sekarang mereka lebih memanfaatkan era revolusi 4.0 untuk melakukan pemasaran secara online. Dengan menggunakan media sosial pelaku usaha dapat mengunggah terkait

¹ Dinar Surya Oktarini dan Rezza Dwi Rachmanta, *Penjualan HP 2021*, <https://www.suara.com/tekno/2021/04/30/070000/apple-nomor-dua-samsung-pimpin-pasar-smartphone-global>. Diakses pada 14 Juli 2021.

² Observasi mengenai kepemilikan *smartphone* di Dusun Blandongan 5-10 Juli 2021.

informasi produknya agar lebih dikenal oleh konsumen dan jangkauan produknya dikenal lebih luas. Internet menunjukkan berbagai segi fungsi pemasaran, bekerja sebagai sebuah mekanisme untuk membangun permintaan, mengarahkan konsumen ke aksi pembelian, mengisi pesanan, menyediakan layanan pelanggan, dan juga berfungsi sebagai media periklanan yang serba guna.³

Hasil wawancara Bapak Narimo selaku warga Dusun Blandongan mengatakan “Kalau HP biasanya Cuma buat sosial media aja kalau tidak ya dibuat untuk menggali informasi. Ngga ada kepikiran buat jualan lewat HP”

Selain itu, Ibu Ida juga mengatakan hal demikian selaku warga yang memiliki usaha kerupuk “Enakan kalau berjualan berhadapan dengan konsumen langsung, soalnya kalau lewat internet ribet.”

Berdasarkan penjelasan Bapak Narimo dan Ibu Ida jarang sekali warga yang memanfaatkan kemajuan teknologi untuk usahanya, mereka lebih memilih terjun langsung dan berhadapan dengan konsumen. Sehingga *smartphone* dan internet lebih digunakan sebagai alat komunikasi dan menggali informasi oleh warga Dusun Blandongan.⁴

Inovasi dapat diartikan sebagai proses atau hasil pengembangan dan pemanfaatan dari pengetahuan keterampilan (termasuk keterampilan teknologi) dan pengalaman guna menciptakan dan memperbaiki produk, proses sehingga memberikan nilai lebih.⁵ Para pelaku usaha juga harus memperhatikan terkait produknya, apalagi semakin berkembangnya dunia bisnis semakin banyak persaingan. Untuk produk yang monoton dan jarang diminati konsumen harusnya para pelaku usaha melakukan pembaharuan bisa dari tempatnya, produknya, atau layanannya. Pembaharuan ini bisa disebut dengan inovasi.

³ Salmiah dkk, *Online Marketin* (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2020), hal. 6.

⁴ Wawancara dengan Bapak Narimo dan Ibu Ida, Warga Dusun Blandongan 7 Juli 2021.

⁵ Sisca dkk, *Manajemen Inovasi* (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2021), hal. 4.

Berdasarkan penjelasan yang telah dipaparkan diawal pembahasan, bahwasannya ibu-ibu warga Dusun Blandongan lebih banyak berprofesi sebagai penjual lontong. Yang mana bisa dikatakan lontong merupakan aset dari warga Dusun Blandongan. Namun masalahnya disini para penjual lontong apabila mendapati lontongnya tidak laku terjual habis dan telah basi mereka biasanya akan memberikan lontong basi tersebut untuk pakan ternak atau dibuang begitu saja. Yang mana mereka tidak mengetahui bahwasannya lontong yang basi tersebut bisa dijadikan krupuk lontong yang enak.

Konsep dari pengabdian masyarakat yaitu dengan menjadikan penyuluhan inovasi produk dan pemasaran melalui media online juga telah banyak diketahui di berbagai pengabdian masyarakat oleh PTKIN, yaitu diantaranya yang telah dilakukan oleh Endah Djuwendah dengan judul Penyuluhan Inovasi Produk dan Pemasaran Industri Kecil Pangan di Desa Gunung Manik Tanjungsari Sumedang. Yang mana beranggapan inovasi produk merupakan hal yang penting dalam meningkatkan daya saing dan nilai penjualan. Selain itu penyuluhan dan pengenalan penggunaan informasi pemasaran produk merupakan wujud penerapan dari teknologi yang ada.⁶

Penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh Sukarjo dengan judul Pelatihan *Marketing* dan Pembuatan Produk Inovatif Olahan Singkong, Ubi, Pepaya Desa Banyukuning, Kec. Bandungan, Kab. Semarang. Dalam penelitiannya mengetahui bahwasannya warga terbiasa menjual hasil panennya dengan menjual secara mentah ke pasar yang mana di dalamnya masih kurang yang namanya inovasi. Kemudian dalam penyuluhan tersebut Sukarjo mencoba untuk membuat inovasi produk agar produk yang dijual warga ada tambahan nilai jual, selain itu inovasi bertujuan untuk melatih

⁶ Endah Djuwendah dan Tuti Karyanu, "penyuluhan Inovasi Produk dan Pemasaran Industri Kecil Pangan di Desa Gunung Manik Tanjungsari Sumedang," *Jurnal Aplikasi Ipteks untuk Masyarakat* Vol. 9, No. 4 (2020).

keterampilan warga. Adapun penyuluhan yang diadakan berupa pelatihan marketing yang bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan warga terkait pemanfaatan potensi keunggulan dari segi ekonomi.⁷

Berdasarkan Undang-undang nomor 12 tahun 2012 tentang pendidikan tinggi yang mampu menciptakan dan mengembangkan masyarakat secara mandiri dalam bidang ekonomi, membantu membentuk kenyamanan, ketentraman dalam hidup masyarakat dan mampu meningkatkan keterampilan berpikir, membaca, menulis maupun keterampilan lain yang dibutuhkan oleh masyarakat.⁸ Sejalan dengan hal tersebut kegiatan KPM-DDR dalam tema ekonomi ini dilaksanakan untuk membantu para warga dalam mengetahui berbagai macam ilmu yang mana mampu membantu masyarakat dalam menyelesaikan permasalahannya terkhusus dalam lingkup pengembangan produk makanan.

Kegiatan ini bertujuan untuk melakukan inovasi produk dan memberikan informasi pemasaran bagi penjual lontong dan ibu-ibu rumah tangga untuk mendapat pendapatan tambahan ketika di rumah dan dapat meningkatkan daya saing, promosi dan pemasaran produk pangan lokal masyarakat Dusun Blandongan Ngawi.

Metode

Pelaksanaan kegiatan KPM-DDR ini penyuluhan dilakukan secara mandiri oleh mahasiswa. Yang mana dalam penyuluhan tersebut melibatkan antara dua pihak yaitu antara mahasiswa sebagai pelaksana penyuluhan dan masyarakat sebagai target yang akan diberikan penyuluhan. Adapun tujuan

⁷ Sukarjo, Azizah Nur Aini Muslichah, dan Muhammad Septian Ade Chandra, "Pelatihan *Marketing* dan Pembuatan Produk Inovatif Olahan Singkong, Ubi, Pepaya Desa Banyukuning, Kec. Bandungan, Kab. Semarang," *Jurnal Pendidikan* 1 (2019), https://kkn.unnes.ac.id/lapkknunes/21903_3322202009_6_Desa%20Banyukuning21903029_20191209_181425.pdf

⁸ Husaeni UA, Potensi Ekonomi Desa Menuju Desa Mandiri (Studi di Desa Sukamanah Kecamatan Karangtengah Kabupaten Cianjur, *Journal of Empowement* No. 1 Vol 1, hal. 11.

dari penyuluhan ini adalah untuk mengembangkan dan pemberdayagunakan individu dan masyarakat, khususnya ibu-ibu rumah tangga bersama pedagang lontong agar dapat menjadikan lontong dengan menginovasi produk lontong menjadi olahan lain yang dapat dijadikan nilai jual yang mana dapat berdampak luas untuk kesejahteraan masyarakat dusun Blandongan Ngawi. Untuk proses penyuluhan di Dusun Blandongan Desa Ngawi Kecamatan/Kabupaten Ngawi dimulai dengan penggalan data dan survei tempat, perencanaan dan pelaksanaan program dan evaluasi kegiatan penyuluhan. Kemudian terkait metode yang digunakan untuk penyuluhan tersebut peneliti menggunakan pendekatan *Asset-based community development* (ABCD) yang mana pendekatan ini lebih tepat digunakan untuk KPM-DDR. Dikarenakan pendekatan ABCD merupakan sebuah pendekatan dalam pengembangan masyarakat yang berada dalam aliran besar mengupayakan terwujudnya sebuah tatanan kehidupan sosial dimana masyarakat menjadi pelaku dan penentu upaya pembangunan dilingkungannya atau yang seringkali disebut dengan *Community-Driven Development* (CDD)⁹

Kemudian cara yang peneliti gunakan untuk menemukenali dan memobilisasi asset dengan menggunakan cara pemetaan melalui komunitas (*community mapping*). Secara definisi pemetaan komunitas adalah mendekati sesuatu dengan tujuan memperluas akses ke pengetahuan lokal. Yang mana dengan adanya hal ini diharapkan antar masyarakat dapat bertukar pikiran dan pengalaman sehingga dapat memberikan peluang bagi semua anggota masyarakat untuk berpartisipasi dalam proses yang mempengaruhi lingkungan dan kehidupan mereka. Adapun tujuan dari pemetaan komunitas

⁹Ahmadi dkk, *Pedoman KPM-DDR 2021 Institut Agama Islam Negeri Ponorogo* (Ponorogo: LPPM IAIN Ponorogo, 2021), hal. 20.

ini adalah agar anggota dari komunitas dapat belajar memahami dan mengidentifikasi kekuatan yang telah ada di dalam kelompok tersebut.

Dusun Blandongan juga memiliki mata pencaharian yang rata-rata sama, yaitu sebagai pedagang lontong. Para pedagang sudah memiliki keahlian tersendiri dalam membuat lontong yang mana keahlian tersebut sudah diajarkan oleh orang-orang terdahulu di Dusun Blandongan. Maka dari itu peneliti menyimpulkan bahwasannya lontong merupakan asset yang dimiliki oleh kelompok pedagang lontong.

Dikarenakan adanya permasalahan seperti yang telah dijelaskan dipenjelasan sebelumnya, maka mahasiswa KPM-DDR akan mengadakan penyuluhan mengenai inovasi produk dan pemasaran lewat media online menggunakan metode ABCD. Untuk urutan pelaksanaan penyuluhann adalah sebagai berikut:

- 1) Inkulturasi (Perkenalan), yang mana memberitahukan maksud dan tujuan mengadakan KPM-DDR di Dusun Blandongan sebagai bentuk agar warga memahami maksud dan tujuan dari KPM-DDR dan berharap dapat membangun kepercayaan para warga.
- 2) *Discovery* (mengungkap informasi), dalam artian menemukan masa lampau yang telah menggunakan pendekatan yang sama untuk mengungkap hal-hal untuk memungkinkan sukses dan maju untuk para komunitas sampai kondisi saat ini.
- 3) *Design* (mengetahui aset dan mengidentifikasi peluang), memberikan peluang kepada warga untuk mendapatkan keuntungan. Yang mana memberikan jalan menuju pencapaian gambaran masa depan. Dengan hal tersebut warga akan menyadari kekuatan positif yang mungkin belum mereka sadari.
- 4) *Define* (mendukung keterlaksanaan program kerja), dengan memetakan asset yang dimiliki oleh komunitas. Jadi disini

mengharapkan warga mampu mengetahui asset yang dimiliki untuk mengembangkan mimpinya dimasa depan baik berupa sumber daya atau keterampilan yang mereka miliki.

- 5) Perencanaan aksi, dengan adanya praktik di masyarakat diharapkan mampu untuk membentuk jalan menuju gambaran masa depan. Sebelum melakukan penyuluhan mengenai asset peneliti akan menguji coba produk sehingga ketika pelaksanaan tidak ada yang namanya kekeliruan dan memberikan rasa aman kepada warga. Setelah produk dirasa aman maka siap untuk menyuluhkan hasil uji coba tersebut.
- 6) Pemantauan, pembelajaran dan evaluasi. Dalam hal ini pendekatan berbasis aset memerlukan yang namanya studi data dasar, monitoring perkembangan dan kinerja. Jadi disini sudah tidak bagaimana setengah gelas yang kosong akan diisi, namun lebih ke bagaimana setengah gelas yang penuh dimobilisasi.

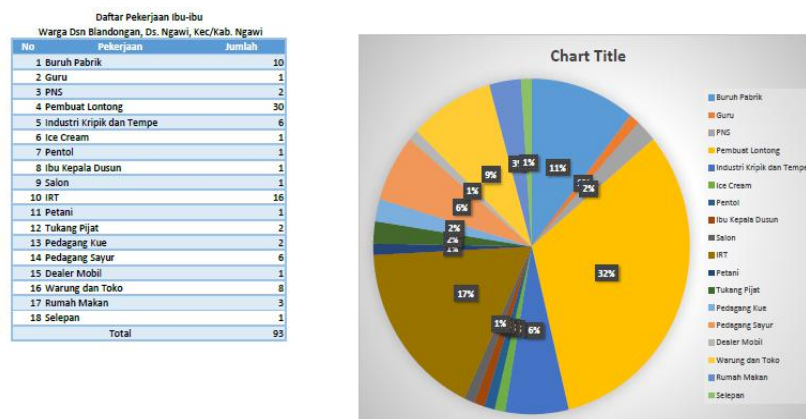
Hasil dan Diskusi

Setelah pelaksanaan observasi, survei, wawancara dan melihat rata-rata mata pencaharian ibu-ibu dusun Blandongan diketahui bahwasannya makanan lontong merupakan aset unggulan yang dimiliki oleh warga dusun Blandongan. Dari sini peneliti mengetahui adanya kendala terhadap kemubaziran produk, yang mana lontong yang telah basi sering dibuang dan kadang diberikan untuk pakan ternak seperti sapi dan kambing. Untuk mengatasi permasalahan tersebut mahasiswa IAIN Ponorogo yang melakukan KPM-DDR di dusun Blandongan ingin mengadakan kegiatan penyuluhan inovasi produk dan penyuluhan terkait pemasaran melalui media online. Berdasarkan metode ABCD, ada lima tahapan dalam

melaksanakan KPM-DDR yang akan disebutkan dan dijelaskan sebagai berikut:

1. *Inkulturas*

Dusun Blandongan merupakan salah satu dusun dari Desa Ngawi. Yang mana Desa Ngawi terdiri dari 5 dusun yaitu, 1) Dusun Jetis; 2) Dusun Ngawi; 3) Dusun Banjar; 4) Dusun Ngantru, Dusun Blandongan. Untuk pimpinan dusun dari Dusun Blandongan ini di pimpin oleh Bapak Suyitno. Dari survey peneliti menurut mata pencaharian ibu-ibu di Dusun Blandongan menunjukkan 32% bekerja sebagai penjual lontong. Dengan hal ini menunjukkan rata-rata ibu-ibu Dusun Blandongan mengandalkan menjual lontong untuk memenuhi kebutuhannya.



Gambar 1. Grafik Mata Pencaharian Ibu-Ibu Dusun Blandongan (Sumber: Dokumentasi, 2021)

Gambar 1. diatas merupakan grafik mata pencaharian ib-ibu di Dusun Blandongan yang berjumlah 93 warga ib-ibu. Dari Gambar 1. diatas dapat dilihat ada beberapa pekerjaan yang dipilih oleh ibu-ibu Dusun Blandongan diantaranya yaitu buruh pabrik (10 orang); guru (1 orang); PNS (2 orang); pedagang lontong (30 orang); pemilik industri

rumahan (6 orang); pedagang ice cream (1 orang); pedagang pentol (1 orang); Ibu Kepala Dusun (1 orang); salon (1 orang); Ibu rumah tangga (16 orang); petani (1 orang); tukang pijat (2 orang); pedagang kue (2 orang); pedagang sayur (6 orang); dealer mobil (1 orang); warung dan toko (8 orang); rumah makan (3 orang); dan selepan (1 orang). Disini dapat dilihat bahwasannya pekerjaan yang paling banyak lakoni ibu-ibu Dusun Blandongan adalah sebagai pedagang lontong yaitu 30 orang (32%) diantara 93 warga ibu-ibu.

2. *Discovery*

Pada tahapan ini, ketika melakukan sela-sela kegiatan warga seperti arisan ibu-ibu, pengajian, arisan karang taruna, dan kegiatan lainnya kami mewawancarai warga menanyakan terkait potensi dan asset aa yang mereka punya. Pada saat pertama kali izin ke Kepala Dusun Blandongan, kami juga menanyakan terkait aset yang dimiliki warga Blandongan. Pak Suyitno selaku Kepa Dusun Blandongan berkata "Disini kalau ngomongin dominan pekerjaan itu penjual lontong. Soalnya dari jaman mbah-mbah dulu udah jualan lontong sampai yang nerusin anak cucunya."¹⁰ Selain itu, ketika kami mewawancarai ibu-ibu pengajian juga mengatakan hal yang sama. Menurut Ibu Nyumiarti lontong merupakan olahan yang paling banyak dijual di Dusun Blandongan.¹¹

Hasil wawancara tersebut menyatakan bahwasannya menjual lontong merupakan mata pencaharian dominan dibanding dengan mata pencaharian lainnya. Namun selain lontong sebenarnya ada juga aset yang dimiliki oleh warga Blandongan. Ketika kami melakukan

¹⁰ Wawancara dengan Bapak Suyitno, Kepala Dusun Blandongan, 26 Juni 2021.

¹¹ Wawancara dengan Ibu Nyumiarti, Warga Dusun Blandongan dan Peserta Pengajian 10 Juli 2021.

survei banyak sekali pohon jati dan tanaman jagung disepanjang jalanan Dusun Blandongan.¹²

3. *Design*

Tahapan *design* merupakan identifikasi peluang dan mengetahui aset yang dimiliki dengan cara melakukan pemetaan aset yang dimiliki oleh komunitas atau individu. Pemetaan aset atau *community map* merupakan pendekatan atau sebuah cara untuk memperluas akses ke pengetahuan lokal.¹³ Maksudnya dari memperluas akses ke pengetahuan lokal adalah mengenalkan kepada masyarakat bakat atau potensi yang mereka miliki. Sehingga pemetaan aset ini dapat meningkatkan pengetahuan komunitas tentang wilayah komunitas. Dengan kata lain mereka paham betul dengan potensi atau bakat mereka. Dari penjelasan sebelumnya yaitu mengenai *discovery* menyatakan bahwa aset yang dimiliki oleh warga Dusun Blandongan adalah lontong, jati dan jagung. Namun, dari ketiga aset tersebut peneliti mengambil satu dari aset tersebut yaitu lontong.

Lontong merupakan produk unggulan milik warga dusun Blandongan terutama para ibu-ibu. Banyak yang memilih untuk berdagang lontong di dusun ini, sebab sudah kebiasaan dan turun temurun dari keluarganya menjadi pedagang lontong. Jadi tidak heran jika di dusun Blandongan banyak yang berdagang lontong. Menurut warga dusun Blandongan lontong merupakan jenis makanan yang mudah dalam pembuatannya dan mampu memberikan keuntungan yang lumayan.

¹² Survei aset lainnya di Dusun Blandongan, 27 Juni 2021.

¹³ Ahmadi dkk, *Pedoman KPM-DDR 2021 Institut Agama Islam Negeri Ponorogo* (Ponorogo: LPPM IAIN Ponorogo, 2021), hal. 54.

Menurut wikipedia lontong adalah makanan khas dari Indonesia yang telah berkembang di masyarakat khususnya pulau Jawa, yang mana lontong dibuat dari bahan utama beras yang dibungkus dengan daun pisang kemudian memasaknya dengan cara dikukus diatas air mendidih selama beberapa jam dan apabila air yang digunakan mengukus akan habis dituangkan air kembali sampai berulang kali sampai beberapa kali hingga lontong matang dan siap disajikan.

Namun disini masalahnya adalah para masyarakat dusun Blandongan yang rata-rata berjualan lontong, apabila mengetahui lontongnya tidak habis maka dibiarkan bahkan sampai bisa jadi basi. Karena jika lontong kemarin dikukus kembali itu akan mengurangi kualitas dari produk lontong dusun Blandongan. Untuk lontong yang sisa itu biasanya diberikan ke tetangga apabila masih bisa dimakan. Kemudian untuk lontong yang sudah basi biasanya akan diberikan untuk pakan ternak seperti kambing dan sapi. Tanpa mereka sadari bahwasannya lontong yang basi tersebut bisa dijadikan makanan ringan seperti cemilan kerupuk yang enak.

Berdasarkan paparan diatas mahasiswa KPM-DDR dari IAIN Ponorogo bermaksud akan melakukan program penyuluhan untuk mencoba memberikan inovasi produk dengan membuat lontong sisa dijadikan kerupuk lontong. Yang mana kerupuk lontong ini bisa dilakukan oleh siapa saja dan mudah pembuatannya. Selain itu untuk rasa bisa diberikan varian rasa bermacam-macam sesuai selera dari masyarakatnya sendiri. Sehingga masyarakat tidak mubazir terhadap lontong sisa. Dengan harapan masyarakat dusun Blandongan khususnya pedagang lontong dan ibu-ibu rumah tangga dapat memanfaatkan lontong agar bisa dijadikan olahan yang mampu memiliki nilai jual.

215

Kegiatan penyuluhan yang dilakukan oleh mahasiswa KPM-DDR IAIN Ponorogo, selain penyuluhan digunakan untuk memberikan ide dalam menginovasi produk juga digunakan agar masyarakat dusun Blandongan mengetahui cara pemasaran. Disini peneliti menggunakan jenis pemasaran bentuk digital marketing. Yang mana telah dijelaskan sebelumnya bahwasannya pemasaran bentuk digital marketing merupakan memanfaatkan segala sumber daya dan aset yang dimilikinya melalui online. Untuk penjelasan yang lebih singkat akan dituangkan dalam tabel berikut ini:

Tabel 1. Program Kerja KPM-DDR

No.	Aset/Potensi yang dimiliki	Permasalahan yang dihadapi	Rencana Program Kerja Sementara	Rencana Pihak yang Dilibatkan
1	Makanan (Lontong)	1.Lontong yang tidak habis terjual biasanya akan dibiarkan sampai basi, setelah basi lontong akan dibuang atau dibuat untuk pakan ternak. Begitupun untuk lontong yang tidak jadi akan dibuang juga atau dipakai pakan ternak. 2. Ada beberapa IRT dan bermaksud memberikan peluang kepada IRT agar mendapat uang tambahan	1.Penyuluhan membuat Kerupuk Lontong (agar lontong bisa dimanfaatkan kembali dan tidak mubazir). 2. Penyuluhan terkait bagaimana cara memasarkan produk di media online (WA Bisnis dan <i>Market Place</i> di Facebook)	1.Warga yang berprofesi sebagai penjual lontong atau pedagang yang ada lontongnya seperti penjual rujak petis, gado-gado, lontong tepo). 2. Ibu Rumah Tangga

Sumber: Dokumentasi, 2021

4. Define

Jika komunitas sudah dapat membayangkan dan menangkap aset yang dimilikinya, maka langkah ini merupakan langkah bersama untuk mewujudkan program kerja diatas. Dengan kata lain langkah ini merupakan pelaksanaan program kerja bersama. Berikut adalah pelaksanaan program kerja KPM-DDR di Dusun Blandongan Ngawi :

a. Penyuluhan Inovasi Produk Krupuk Lontong

Menurut definisi mengenai penyuluhan ada beberapa definisi menurut ahli. Ban mengatakan bahwa penyuluhan merupakan sebuah intervensi sosial yang melibatkan cara komunikasi yang baik untuk membantu masyarakat membentuk pola pikir mereka sendiri dan bijak dalam mengambil keputusan. Sedangkan Margono Slamet menegaskan inti dari penyuluhan merupakan demi memberdayakan masyarakat. Memberdayakan disini yang berarti memberikan suatu kekuatan kepada seseorang yang tidak memiliki daya atau bisa diartikan mengembangkan daya dari masyarakat yang sudah dimiliki menjadi sesuatu yang lebih bermanfaat. Berbeda lagi dengan pendapat dari Mardikanto yang mana penyuluhan merupakan proses dalam komunikasi pembangunan, penyuluhan tidak hanya memberikan informasi berupa pesan-pesan kepada masyarakat namun penyuluhan lebih kepada praktik agar masyarakat mau berpartisipasi bagaimana caranya menumbuh kembangkan masyarakat.¹⁴

Dari beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwasannya penyuluhan merupakan kegiatan yang mana melibatkan antara penyuluh dan masyarakat untuk diajak mengembangkan daya yang

¹⁴ Riska Febriyanti, *Penyuluhan Sosial Membaca Konteks dan Memberdayakan Masyarakat* (Bandung: Lekkas, 2020), hal. 9-11.

mereka miliki yang mana dapat lebih bermanfaat apabila dilakukan dalam praktik. Penyuluhan disini memiliki tujuan agar masyarakat dusun Blandongan memiliki inovasi produk terkait makanan lontong dan penyukuhan terkait pemasaran melalui media online.

Banyak definisi yang telah dikembangkan hanya untuk memperjelas pengertian dari inovasi, tapi pada dasarnya inovasi meliputi peningkatan, pengembangan, dan adaptasi dari ide-ide baru. Kurang lebih dari 50 tahun waktu yang dibutuhkan untuk menentukan konsep inovasi yang terus menerus dikembangkan oleh para ahli dan institusi. Dengan demikian ada juga beberapa kesamaan atau kemiripan yang mendasar dari konsep inovasi. Kemiripan atau kesamaan tersebut yaitu sesuatu yang baru, baik bisa berupa ide atau tindakan dari perilaku. Untuk saat-saat ini inovasi lebih diartikan sebagai sebuah produk atau jasa baru yang diperkenalkan oleh sebuah kelompok atau organisasi sebelum orang lain atau kelompok lain meniru ciptaan (ide) mereka (imitasi). Hal tersebut bisa dikatakan sebagai inovasi imitasi (*imitative innovation*) yang diartikan sebagai menerapkan inovasi yang sudah dikembangkan oleh organisasi lain dan juga sudah dipakai oleh banyak perusahaan.¹⁵

Berdasarkan penjelasan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwasannya inovasi merupakan suatu ide yang mendasari berkembangnya sesuatu yang baru sehingga ide tersebut dapat diakui sebelum kelompok lain menirunya. Ide tersebut juga bisa bermanfaat bagi kelompok lain yang mana ide tersebut bisa

¹⁵ Endah Rahayu Lestari, *Manajemen Inovasi: Upaya Meraih Keunggulan Kompetitif* (Malang: UB Press, 2019), hal. 15-16.

dijadikan patokan atau referensi bagi kelompok mereka (kelompok lain).

Untuk inovasi makanan lontong dibuat menjadi kerupuk lontong disini peneliti melihat referensi dari blog resep makanan di internet yang diunggah oleh Rubby Jimenez pada tanggal 20 April 2020 dengan judul “Resep Kerupuk Lontong yang Enak Banget”.¹⁶ Yang mana disini dijelaskan bagaimana cara memasak kerupuk dari sisa lontong. Selain resep ini mengajarkan tata cara atau proses dalam membuat kerupuk lontong yang enak, dari sini juga diajarkan bagaimana kita memanfaatkan sisa lontong yang basi menjadi kerupuk yang bisa jadi nilai jual. Cara menyiapkannya menurut penyuluh cukup mudah dan bahannya pun tidak banyak. Menurut resep ada beberapa cara mudah dan praktis dalam pengolahan kerupuk lontong yang siap dikreasikan. Yang mana dalam pembuatan kerupuk lontong ini hanya menggunakan 2 bahan dan 4 langkah pembuatan. Bahan baku yang dibutuhkan yaitu:

- 1) Menyediakan lontong
- 2) Menyediakan perasa untuk kerupuk lontong sesuai selera.
Untuk kerupuk lontong yang diuji coba oleh penyuluh menggunakan rasa barbeque (sapi panggang).

Sedangkan langkah-langkah untuk membuat kerupuk lontong adalah sebagai berikut:

- 1) Mengiris tipis lontong, agak tebal tidak apa-apa sebab jika terlalu tipis akan hancur.

¹⁶ Ruby Jimenez, *Cara Membuat Kerupuk Lontong*, <https://reseplontongku.web.app/6-resep-kerupuk-lontong-yang-enak-banget/> Diakses pada tanggal 24 Juni 2021.

- 2) Kemudian tata dinampam dan jemur diterik matahari. Jangan lupa di bolak-balik sampai benar-benar kering.
- 3) Setelah kering, goreng dengan minyak yang banyak, angkat, tiriskan.
- 4) Masukkan toples kerupuk lontong yang telah digoreng dan diberi bumbu perasa.
- 5) Setelah tercampur rata, kerupuk lontong siap disantap dan dihidangkan.



Proses pembuatan
Kerupuk Lontong

**Gambar 2. Hasil Inovasi Kerupuk Lontong
(Sumber: Dokumentasi, 2021)**

b. Penyuluhan Pemasaran Melalui Media Online

Secara definisi yang dijelaskan oleh Philip Kotler pemasaran adalah kegiatan manusia yang diarahkan pada usaha untuk memuaskan keinginan (*wants*) dan kebutuhan (*needs*) melalui

proses pertukaran.¹⁷ Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwasannya hal yang mendasari adanya pemasaran merupakan keinginan dan kebutuhan dari manusia atau konsumen. Kemudian ada definisi lain menurut *American Marketing Association* mendefinisikan pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan dan demi mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan bagi pihak organisasi dan yang berkepentingan.¹⁸ jika dilihat dari definisi ini pemasaran merupakan alih-alih sebagai alat untuk menguntungkan pemasar yang mana mereka menggunakan cara menciptakan barang, berkomunikasi dengan baik, dan memberikan patokan nilai.

Untuk jenis-jenis dari pemasaran sendiri, ada beberapa jenis. Yang mana akan disebutkan sebagai berikut ini :¹⁹

1) *Word of Mouth Marketing* (WoMM)

Pemasaran ini adalah jenis pemasaran yang menginformasikan produknya melalui pendapat dari setiap konsumen ke konsumen lainnya secara langsung.

2) *Public Relation Marketing* (PR Marketing)

Pemasaran ini merupakan pemasaran dengan mengenalkan produk melalui media masa agar meningkatkan nama dari produk dan memberikan informasi keuntungan apa yang didapat apabila konsumen telah memilikinya.

¹⁷ Warnadi dan Aris Triyono, *Manajemen Pemasaran* (Sleman: Depublish Publisher, 2019), hal. 2

¹⁸ M. Anang Firmansyah, *Pemasaran (Dasar dan Konseo)* (Jakarta: Qiara Media, 2019), hal. 2.

¹⁹ Muhammad Yusuf Saleh dan Miah Said, *Konsep dan Strategi Pemasaran* (Makasar: CV Sah Media, 2019), hal. 9.

3) *Relationship Marketing*

Pemasaran ini adalah antara konsumen dan pemilik produk sudah menjalin hubungan yang baik. Yang mana dengan mudahnya apabila produk memiliki produk terbaru secara otomatis konsumen akan membelinya.

4) *Digital Marketing (Online)*

Pemasaran ini adalah memanfaatkan segala sumber daya dan aset yang dimilikinya melalui online. Hal ini mampu memperluas target yang akan dicapai, selain itu melalui digital marketing ini nama dari perusahaan atau produk lebih dikenal oleh konsumen dengan biaya yang rendah.

5) *Branding*

Pemasaran ini adalah jenis pemasaran yang mempunyai fungsi sebagai promosi untuk jangka yang panjang. Yang mana disini pemasaran memberikan kesan kepada konsumen melalui nama, slogan, dan logo yang mereka miliki.

6) Iklan Siaran

Pemasaran ini adalah pemasaran melalui media radio. Yang mana kepada konsumen yang sedang mendengarkan radio mampu menangkap maksud iklan yang disiarkan tersebut dengan pelafalan dan intonasi yang menarik dan tepat.

7) *Multi-Level Marketing*

Pemasaran ini adalah bentuk pemasaran yang secara langsung melibatkan banyak orang yang mana perusahaan memperkerjakan orang untuk menjual produk-produknya.

Dari penjelasan yang dijelaskan oleh para warga yang pedagang lontong, mereka sering menggunakan cara secara langsung yaitu dengan terjun ke lapangan dan bertemu dengan

konsumen secara langsung. Tanpa mereka sadari bahwasannya pemasaran secara online pun juga tidak kalah menjanjikan. Apalagi sedang musim covid-19, para pedagang yang dilarang keluar rumah bisa menggunakan smartphone mereka untuk dijadikan alat perantara jual beli dengan konsumen.

Media online menurut definisi adalah media yang menggunakan internet, yang mana pada zaman dahulu orang-orang mengenal media online sama dengan media elektronik. Padahal keduanya berbeda yang mana media online menggunakan gabungan antara media cetak dengan menuliskan informasi yang akan diberikan kemudian disalurkan melalui sarana elektronik.²⁰ Media online yang digunakan pun banyak, apalagi mengingat berkembangnya teknologi yang begitu pesat. Untuk melakukan pemasaran ada beberapa aplikasi yang bisa digunakan dalam melakukan pemasaran secara online. Dalam penyuluhan kali ini peneliti menggunakan dua media atau aplikasi yaitu *Market place* yang ada di Facebook dan WA Business.

Alasan memilih dua aplikasi atau media online tersebut dikarenakan banyak warga dusun Blandongan yang telah mengenal cara menggunakan aplikasi dari Facebook dan Whatsapp. Sehingga dengan mudah penyuluh memberikan pembelajaran bagaimana cara memasarkan produk yang mereka miliki.

²⁰ Akbar dan Ali S.T, *Menguasai Internet Plus Pembuatan Web* (Bandung: M2S, 2005), hal. 13

5. Refleksi

Setelah melakukan kegiatan program kerja di atas, peneliti juga mewawancarai para peserta. Menanyakan apakah mereka paham dengan kegiatan yang dilakukan apa tidak. Namun dari pernyataan dari peserta sendiri menyatakan bahwasannya mereka paham dan sangat senang dalam keikutsertaan kegiatan pelaksanaan program kerja bersama mahasiswa KPM-DDR. Mereka mengaku mendapatkan ilmu baru dalam mengikuti kegiatan penyuluhan tersebut. Meskipun dalam pemasarannya masih kurang dikarenakan waktu pelaksanaan yang hanya dilakukan beberapa hari. Adapun hasil kegiatan yang telah dirasakan oleh warga sebafei berikut:

- a. Belajar jangan membuang-buang makanan, yang mana lontong sisa masih bisa diolah menjadi makanan yang enak.
- b. Mendapatkan ilmu baru mengenai pemasaran modern melalui media sosial.
- c. Memberikan kegiatan dan uang tambahan bagi ibu rumah tangga yang mau memulai usaha jualan.
- d. Meningkatkan kesejahteraan warga Dusun Blandongan.

Simpulan

Berdasarkan uraian dalam pembahasan, maka dapat diperoleh beberapa kesimpulan yaitu sebagai berikut ini:

1. Pelaksanaan kegiatan KPM-DDR di Dusun Blandongan Ngawi melalui penyuluhan inovasi produk dan pemasaran melalui media online dapat terlaksana dengan baik yang mana kegiatan sudah berjalan sesuai dengan tujuan penyuluhan dilaksanakan. Kemudian para mahasiswa mengharapkan adanya peningkatan terkait pengetahuan dan wawasan, sikap maupun keterampilan para warga yang telah ikut

serta dalam penyuluhan tersebut. Mahasiswa mengadakan penyuluhan guna memberdayakan produk yang dimiliki masyarakat agar memiliki inovasi. Sehingga diharapkan masyarakat ketika dihadapkan oleh masalah, mereka akan mampu menanggulangnya dengan baik dan benar. Selain itu, diharapkan masyarakat mampu berkembang agar kedepannya masyarakat lebih maju lagi.

2. Kemudian penyuluhan mengenai pemasaran melalui media online bertujuan agar dapat memperluas pangsa pasar, penyuluhan ini mengajak masyarakat untuk lebih mengenal media yang bisa digunakan untuk alat perantara dagang. Sehingga, masyarakat tahu bahwasannya berdagang tidak harus bertemu langsung dengan pelanggan, namun dengan media online seperti Facebook dan Whatsapp bisa digunakan sebagai alat perantara antara produsen dan pelanggan. Untuk keberhasilan yang dicapai dalam kegiatan, secara menyeluruh dapat dikatakan kegiatan penyuluhan ini berhasil. Yang mana produk yang telah dipersiapkan telah diuji coba terlebih dahulu sehingga mengetahui apakah produk ini layak dipasarkan atau tidak. Kemudian masyarakat yang ikut dalam penyuluhan juga memiliki antusias yang tinggi.

Daftar Referensi

- Ahmadi. Arif Rahman Hakim. Khaidarulloh. (2021). *Pedoman KPM-DDR 2021 Institut Agama Islam Negeri Ponorogo*. Ponorogo: LPPM IAIN Ponorogo.
- Akbar. Ali S.T. (2005). *Menguasai Internet Plus Pembuatan Web*. Bandung: M2S.
- Endah Djuwendah dan Tuti Karyanu, "penyuluhan Inovasi Produk dan Pemasaran Industri Kecil Pangan di Desa Gunung Manik Tanjungsari Sumedang," *Jurnal Aplikasi Ipteks untuk Masyarakat* Vol. 9, No. 4 (2020).
- Fauzia, Ika Yunia. 2018. *Etika Bisnis dalam Islam*. Jakarta: Kencana.

- Febriyanti, Riska. (2020). *Penyuluhan Sosial Membaca Konteks dan Memberdayakan Masyarakat*. Bandung: Lekkas.
- Firmansyah, M. Anang. (2019). *Pemasaran (Dasar dan Konsep)*. Jakarta: Qiara Media.
- Husaeni UA. (2017). Potensi Ekonomi Desa Menuju Desa Mandiri (Studi di Desa Sukamanah Kecamatan Karangtengah Kabupaten Cianjur, *Journal of Empowement* No. 1 Vol 1, hal. 11.
- Lestari, Endah Rahayu. (2019). *Manajemen Inovasi: Upaya Meraih Keunggulan Kompetitif*. Malang: UB Press.
- Mayangsari, Veny. Liliana. Agung Anggoro. (2019) *Buku Ajar Pengantar Kewirausahaan*. Jakarta: Qiara Media.
- Oktarini, Dinar Surya. Rezza Dwi Rachmanta. (2021). *Penjualan HP 2021*, <https://www.suara.com/teknologi/2021/04/30/070000/apple-nomor-dua-samsung-pimpin-pasar-smartphone-global>. Diakses pada 14 Juli 2021.
- Rachmawati, Rina. (2020). *Kewirausahaan*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Ruby Jimenez. (2020). *Cara Membuat Kerupuk Lontong*, <https://reseplontongku.web.app/6-resep-kerupuk-lontong-yang-enak-banget/> Diakses pada tanggal 24 Juni 2021.
- Saleh, Muhammad Yusuf. Miah Said. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran*. Makasar: CV Sah Media.
- Salmiah. Fajrillah. Acai Sudirman. (2020). *Online Marketin*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Sisca. Hengki Mangiri. Parulian Simarnata. (2021). *Manajemen Inovasi*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Sukarjo, Azizah Nur Aini Muslichah, dan Muhammad Septian Ade Chandra, "Pelatihan *Marketing* dan Pembuatan Produk Inovatif Olahan Singkong, Ubi, Pepaya Desa Banyukuning, Kec. Bandungan, Kab. Semarang," *Jurnal Pendidikan* 1 (2019), https://kkn.unnes.ac.id/lapknunnes/21903_3322202009_6_Desa%20Banyukuning219030029_20191209_181425.pdf
- Warnadi. Aris Triyono. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Sleman: Deepublish Publisher.