

PELATIHAN DAN PENDAMPINGAN PEMASARAN ONLINE PRODUK NASI TIWUL DI MASA PANDEMI COVID-19

Titus Kristanto¹, Dewi Rahmawati², Ayu Endah Wahyuni³, Muhammad Nasrullah⁴,
Reza Arindra Fadillah⁵, Amanda Amalia⁶

^{1,2,5,6}Program Studi Rekayasa Perangkat Lunak, Institut Teknologi Telkom Surabaya, Indonesia

³Program Studi Teknik Industri, Institut Teknologi Telkom Surabaya, Indonesia

⁴Program Studi Sistem Informasi, Institut Teknologi Telkom Surabaya, Indonesia

tintus.chris@gmail.com¹, dewirahmaw4ti@gmail.com², ayu.endah.wahyuni@gmail.com³,
em.nashrul@gmail.com⁴, reza.arindra12@gmail.com⁵, amanda77440@gmail.com⁶

ABSTRAK

Abstrak: Pada era industri 4.0, usaha makanan berkembang sangat pesat dengan dukungan teknologi dan menciptakan peluang bisnis baru. Salah satu peluang bisnis makanan adalah nasi tiwul, berlokasi di Malang. Nasi tiwul merupakan makanan yang berbahan dasar dari singkong. Usaha makanan nasi tiwul merupakan mitra dari pengabdian masyarakat yang bernama Warung Nasi Tiwul SBR. Pendirian Warung Nasi Tiwul SBR pada Maret 2020, bertepatan awal pandemic Covid-19. Permasalahan yang terjadi pada mitra adalah pemasaran nasi tiwul masih di sekitar Warung Nasi Tiwul SBR dan media sosial. Adapun tujuan dari kegiatan pengabdian adalah meningkatkan pemasaran dan mempromosikan nasi tiwul secara online. Metode yang digunakan adalah memberikan pelatihan dan pendampingan kepada mitra berupa pemasaran online dan media sosial. Hasil dari kegiatan pengabdian adalah meningkatkan kemampuan mitra dalam mempromosikan produk nasi tiwul dan meningkatkan pendapatan nasi tiwul di masa pandemic Covid-19. Evaluasi dari kegiatan pengabdian yaitu pengisian kuesioner yang dibagikan tim pengabdian kepada mitra pengabdian. Berdasarkan hasil dari pengisian kuesioner didapatkan adalah 90% orang menjawab puas dari kegiatan pengabdian berupa pemasaran online nasi tiwul. Kesimpulan dari kegiatan pengabdian adalah mitra pengabdian antusias dan memberikan dampak positif dari kegiatan pemasaran online dan media sosial. Saran dari kegiatan pengabdian adalah dapat memaksimalkan promosi di media sosial dan media online agar lebih dikenal masyarakat.

Kata Kunci: Pelatihan; Nasi Tiwul; Covid-19.

Abstract: In the industrial era 4.0, the food business is growing very rapidly with the support of technology and creating new business opportunities. One of the food business opportunities is Tiwul Rice, located in Malang. Tiwul Rice is a food made from cassava. The Tiwul Rice food business is a partner of community service called Warung Nasi Tiwul SBR. The establishment of Warung Nasi Tiwul SBR in March 2020, coinciding with the beginning of the Covid-19 pandemic. The problem that occurs with partners is that the marketing of Tiwul Rice is still around Warung Nasi Tiwul SBR and social media. The purpose of the service activity is to increase marketing and promote online rice tiwul. The method used is to provide training and assistance to partners in the form of online marketing and social media. The results of the service activities are increasing the ability of partners in promoting tiwul rice products and increasing tiwul rice income during the Covid-19 pandemic. Evaluation of service activities is filling out questionnaires distributed by the service team to service partners. Based on the results of filling out the questionnaire, it was found that 90% of people answered they were satisfied with the service activities in the form of online marketing of Tiwul Rice. The conclusion of service activities is that service partners are enthusiastic and have a positive impact on online marketing and social media activities. Suggestions from service activities are to maximize promotions on social media and online media so that they are better known to the public.

Keywords: Training; Tiwul Rice; Covid-19.



Article History:

Received: 15-06-2021

Revised : 30-06-2021

Accepted: 01-07-2021

Online : 01-08-2021



This is an open access article under the
CC-BY-SA license

A. LATAR BELAKANG

Tiwul merupakan makanan tradisional yang terbuat dari singkong dan dimakan dengan kelapa parut (Agustia et al., 2018). Tiwul sebagai alternatif makanan pokok pengganti nasi (Astuti et al., 2019). Tiwul selain jajanan pasar, tiwul juga dapat disajikan berupa nasi yaitu nasi tiwul (Wikipedia, 2021). Ciri khas nasi tiwul adalah rasa manis khas singkong dan berwarna kecoklatan (Mustafidah, 2017). Penyajian nasi tiwul dengan lauk pauk lain yaitu ayam goreng, tempe, telur, sambal, dan sebagainya (Masniah & Yusuf, 2013). Nasi tiwul dapat dijadikan sebagai pilihan apabila beras mengalami defisit (Sarno & Hakim, 2019). Hal tersebut akan mengurangi ketergantungan padi sebagai bahan pangan pokok utama (Rembulan, 2019).

Salah satu usaha makanan nasi tiwul yaitu Warung Nasi Tiwul SBR, sekaligus sebagai merupakan Mitra Pengabdian (Kristanto et al., 2020). Lokasi mitra pengabdian berada di Jl. Tirto Sari A1 No. 5A, Dusun Klandungan, Landungsari, Kecamatan Dau, Kabupaten Malang, Jawa Timur. Pendirian Warung Nasi Tiwul SBR sejak Maret 2020, bertepatan awal pandemi Covid-19.

Penyebaran Covid-19 di Indonesia semakin hari semakin meningkat (Nugroho, 2020), sehingga membawa dampak buruk pada perekonomian dunia termasuk usaha makanan (Wijayanti et al., 2021). Turunnya daya minat pembeli untuk membeli makanan secara langsung, menyebabkan penurunan omset pendapatan turun drastis (Aminy & Fithriasari, 2021), termasuk Mitra Pengabdian.

Berikut permasalahan yang terjadi pada Mitra Pengabdian adalah (Kristanto et al., 2018):

1. Pemasaran nasi tiwul masih di sekitar Warung Nasi Tiwul SBR (Kabupaten Malang).
2. Keterbatasan pengetahuan dan kemampuan memasarkan produk nasi tiwul di media social.
3. Penurunan omset pendapatan selama pandemic Covid-19.

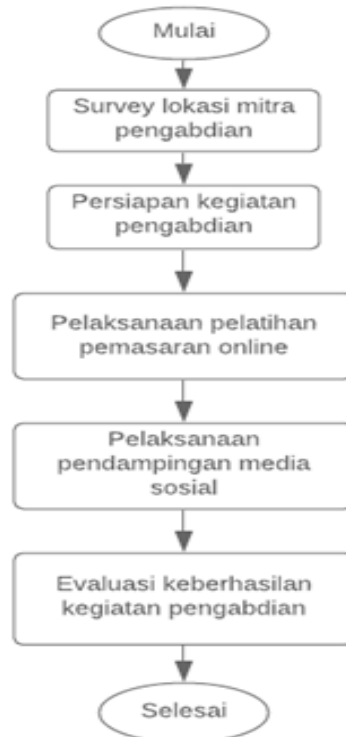
Adapun tujuan dari kegiatan pengabdian adalah meningkatkan pemasaran dan mempromosikan nasi tiwul secara online. Solusi yang ditawarkan adalah pelatihan pemasaran online dan pendampingan media sosial bagi mitra pengabdian di tengah pandemi Covid-19.

B. METODE PELAKSANAAN

Berdasarkan permasalahan yang terjadi pada Mitra Pengabdian, maka Tim Pengabdian membuatkan website pemasaran online dan media social nasi tiwul (Alimuddin et al., 2021). Solusi yang ditawarkan kepada mitra pengabdian adalah melakukan pelatihan dan pendampingan pemasaran online dan media social produk nasi tiwul (Indrawati et al., 2017).

Mitra pengabdian adalah Warung Nasi Tiwul SBR yang berlokasi di Jl. Tirta Sari A1 No. 5A, Dusun Klandungan, Landungsari, Kecamatan Dau, Kabupaten Malang, Jawa Timur. Pemilik Warung Nasi Tiwul SBR adalah Bapak Sabar. Warung Nasi Tiwul SBR menyajikan makanan yang berbahan dasar dari singkong dengan warna nasi tiwul kecoklatan. Kegiatan pengabdian diikuti sekitar 10 orang yang terdiri dari 5 orang tim pengabdian dan 5 orang mitra pengabdian termasuk pemilik nasi tiwul.

Pada Gambar 1 merupakan tahapan dari metode pelaksanaan pengabdian masyarakat (Kristanto et al., 2018).



Gambar 1. Metode pelaksanaan pengabdian masyarakat

Berikut penjelasan dari metode pelaksanaan pengabdian masyarakat (Kristanto et al., 2019):

1. Survey lokasi mitra pengabdian
Tim pengabdian melakukan survey lokasi ke Warung Nasi Tiwul SBR (mitra pengabdian), sekaligus menanyakan permasalahan yang dihadapi oleh mitra pengabdian.
2. Persiapan kegiatan pengabdian
Setelah melakukan survey lokasi, tim pengabdian melakukan rapat terkait pembagian tugas tim dan membuat website pemasaran online.
3. Pelaksanaan pelatihan pemasaran online
Kegiatan pengabdian masyarakat dilaksanakan 1 hari, namun terbagi menjadi 2 topik yaitu pelatihan pemasaran online dan pendampingan media sosial. Pada pelatihan pemasaran online, tim pengabdian mempromosikan website pemasaran online yang telah dibuat. Di

website pemasaran online terdapat beberapa fitur, salah satu fitur cara pesan dan order nasi tiwul.

4. Pelaksanaan pendampingan media sosial

Pada pendampingan media sosial, tim pengabdian mengajarkan kepada mitra pengabdian cara berpromosi di media sosial baik di Facebook maupun di Instagram.

5. Evaluasi keberhasilan pengabdian masyarakat

Pada evaluasi keberhasilan, tim pengabdian melakukan analisis dan pemantauan dari kegiatan pemasaran online dan media sosial. Evaluasi dari kegiatan pengabdian yaitu pengisian kuesioner yang dibagikan tim pengabdian kepada mitra pengabdian 5 orang pegawai termasuk pemilik nasi tiwul.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Survey lokasi mitra pengabdian

Sebelum kegiatan pengabdian masyarakat, tim pengabdian melakukan survey terlebih dahulu untuk mengetahui permasalahan yang dihadapi oleh mitra pengabdian. Survey dilakukan 2 kali yaitu survey secara onsite dan online. Survey secara onsite yakni datang ke lokasi mitra, sedangkan survey secara online dilakukan melalui Zoom Meeting.

2. Persiapan kegiatan pengabdian

Setelah tim melakukan survey ke lokasi mitra pengabdian, terdapat permasalahan yang dihadapi oleh Mitra pengabdian yaitu pemasaran online dan media social. Selain hasil survey, tim pengabdian dan mitra pengabdian memutuskan jadwal kegiatan pengabdian masyarakat, serta melakukan pembagian tugas tim. Survey online dengan mitra pengabdian seperti pada Gambar 2 berikut.



Gambar 2. Survey online dengan mitra pengabdian

Setelah mendapatkan jadwal kegiatan pengabdian, tim pengabdian melakukan pembagian tugas. Tim pengabdian juga membuatkan website pemasaran online nasi tiwul.

3. Pelaksanaan pelatihan pemasaran online

Kegiatan pengabdian masyarakat berupa pelatihan dan pendampingan dilaksanakan selama 1 hari yaitu pada hari Sabtu 29 Mei 2021 dengan mengikuti protocol Kesehatan Covid-19. Lokasi kegiatan pengabdian berada di Warung Nasi Tiwul SBR, Kabupaten Malang. Tim pengabdian masyarakat terdiri dari dosen dan dibantu oleh mahasiswa, terlihat pada Gambar 3 berikut.



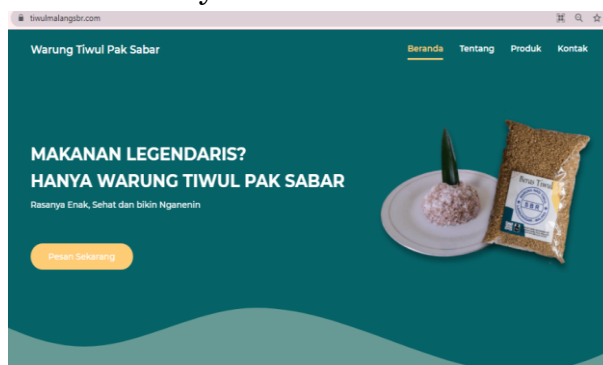
Gambar 3. Tim pengabdian masyarakat

Pada kegiatan pertama yaitu pelatihan pemasaran online. Tim pengabdian mengajarkan ke mitra pengabdian cara memasarkan produk nasi tiwul melalui media internet seperti pada Gambar 4 berikut.



Gambar 4. Pelatihan pemasaran online

Pada Gambar 5 merupakan tampilan website pemasaran online yang dapat diakses di <https://www.tiwulmalangsbr.com/>. Tujuan dibuatkan website pemasaran adalah meningkatkan pangsa pasar Warung Nasi Tiwul SBR dan semakin dikenal masyarakat.



Gambar 5. Tampilan website pemasaran online

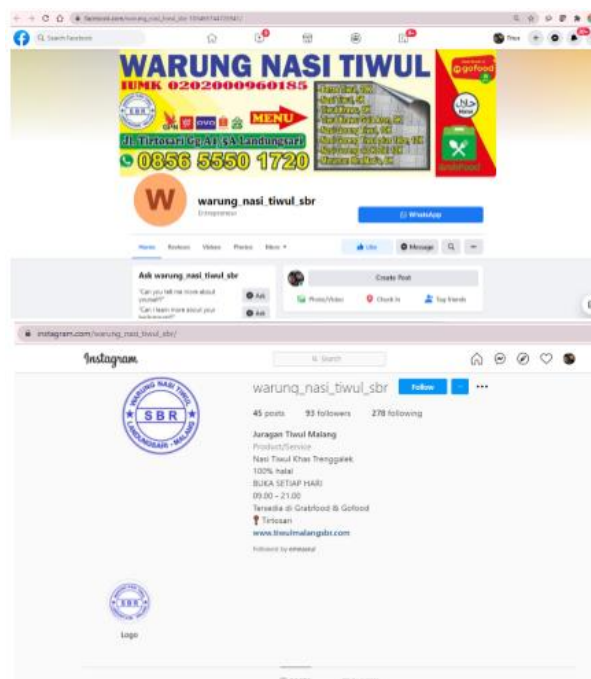
4. Pelaksanaan Pendampingan Media Sosial

Pada kegiatan kedua di hari yang sama yaitu pendampingan media sosial. Tim pengabdian melakukan pendampingan melalui media social Facebook dan Instagram seperti pada Gambar 6 berikut.



Gambar 6. Pelatihan media social

Pada Gambar 7 merupakan tampilan Facebook dan Instagram Warung Nasi Tiwul SBR. Kedua kegiatan pengabdian, mitra pengabdian terlihat antusias mengikuti pelatihan dan pendampingan.



Gambar 7. Tampilan Facebook dan Instagram Warung Nasi Tiwul SBR

Di akhir kegiatan pengabdian, tim pengabdian melakukan foto bersama dengan mitra pengabdian seperti pada Gambar 9 berikut.



Gambar 8. Foto bersama dengan mitra pengabdian

5. Evaluasi Keberhasilan Pengabdian Masyarakat

Tim pengabdian melakukan analisis dan pemantauan dari kegiatan pemasaran online dan media sosial. Evaluasi dari kegiatan pengabdian yaitu pengisian kuesioner yang dibagikan tim pengabdian kepada mitra pengabdian. Hasil dari pengisian kuesioner didapatkan adalah 90% orang menjawab puas dari kegiatan pengabdian berupa pemasaran online nasi tiwul. Pemantauan dari kegiatan pengabdian dilakukan minimal 1 bulan sekali.

D. SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil dari kegiatan pengabdian, dapat disimpulkan bahwa antusias dan partisipasi dari Mitra pengabdian memberikan dampak positif dari kegiatan pemasaran online dan media sosial. Tujuan dari kegiatan pengabdian adalah meningkatkan pemasaran dan mempromosikan nasi tiwul secara online.

Saran dari kegiatan pengabdian adalah dapat memaksimalkan promosi di media sosial dan media online agar lebih dikenal masyarakat. Selain itu, mitra pengabdian membuat beberapa inovasi atau varian yang dihasilkan dari nasi tiwul.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pengabdian mengucapkan terima kasih kepada LPPM IT Telkom Surabaya yang sudah mempercayai dan mendanai kegiatan pengabdian sehingga kegiatan pengabdian dapat dilaksanakan dengan baik.

DAFTAR RUJUKAN

- Agustia, F. C., Rukmini, H. S., & Naufalin, R. (2018). Formulasi Tiwul Instan Tinggi Protein dari Tepung Ubi Kayu yang Disubstitusi Tepung Koro Pedang dan Susu Skim. *Jurnal Aplikasi Teknologi Pangan*, 7(1), 15–20. <https://doi.org/10.17728/jatp.2132>
- Alimuddin, A., Supriadi, A., Enas, U., Aziz, F., Dewi, K. T. S., Khoiriyah, N., Sisilia, K., Lusianingrum, F. P. W., Kristanto, T., Irwansyah, R., Putra, A. R., Kusuma, G. P. E., Mutolib, A., & AK, M. F. (2021). *Kewirausahaan : Teori dan*

Praktis. Penerbit Widina Bhakti Persada.

- Aminy, A., & Fithriasari, K. (2021). Analisis Dampak Covid-19 Bagi UMKM di Jawa Timur. *Seminar Nasional Official Statistics, 2020(1)*, 15–22. <https://doi.org/10.34123/semnasoffstat.v2020i1.646>
- Astuti, S. D., Edi, K., Furqon, & Nuraeni, I. (2019). Pengembangan Diversifikasi Produk Tiwul Instan untuk Meningkatkan Daya Saing UKM di Kabupaten Wonosobo. *Agrokreatif Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat, 5(2)*, 123–134. <https://doi.org/10.29244/agrokreatif.5.2.123-134>
- Indrawati, K. A. P., Sudiarta, N. I., & Suardana, W. I. (2017). Efektivitas Iklan Melalui Media Sosial Facebook Dan Instagram Sebagai Salah Satu Strategi Pemasaran Di Krisna Oleh-Oleh Khas Bali. *Analisis Pariwisata, 17(2)*, 78–83.
- Kristanto, T., Muliawati, E. C., Arief, R., & Hidayat, S. (2018). Peningkatan Kualitas Produksi UKM Percetakan di Karangpilang Surabaya dan Krian Sidoarjo. *Aksiologi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 2(1)*, 33–38.
- Kristanto, T., Rahmawati, D., Nurdin, A., Putro, F. W., Wicaksono, A. Y., Sholik, M., Metahelgia, Pratiwi, S. R., & Sholeh, L. (2019). Pelatihan Keterampilan Web Design Bagi Siswa SMK Negeri 1 Surabaya. *Randang Tana: Jurnal Pengabdian Masyarakat, 2(2)*, 153–160.
- Kristanto, T., Rozi, N. F., Muliawati, E. C., Arief, R., & Sadiyah, H. (2020). Pelatihan Peningkatan Omset Pendapatan Industri Rumahan Nasi Krawu Di Kabupaten Gresik. *JPMK: Jurnal Pengabdian Masyarakat Khatulistiwa, 3(1)*, 25–31.
- Masniah, & Yusuf. (2013). Potensi Ubi Kayu Sebagai Pangan Fungsional. *Prosiding Seminar Hasil Penelitian Tanaman Aneka Kacang Dan Umbi*, 580–587.
- Mustafidah, A. (2017). Pelatihan Pengolahan Makanan Tradisional Untuk Meningkatkan Potensi Kreasi Olahan Basah Singkong di Desa Gayamharjo Prambanan Sleman. *Jurnal Bakti Saintek: Jurnal Pengabdian Masyarakat Bidang Sains Dan Teknologi, 1(2)*, 79. <https://doi.org/10.14421/jbs.1168>
- Nugroho, R. B. (2020). Dampak covid-19 Bagi kegiatan Ekonomi Masyarakat. *Orphanet Journal of Rare Diseases, 21(1)*, 1–9.
- Rembulan, G. D. (2019). Pengembangan Industri Kecil dan Menengah Tiwul Instan sebagai Alternatif Pendukung Ketahanan Pangan dalam Perspektif Konsumen. *Industria: Jurnal Teknologi Dan Manajemen Agroindustri, 8(2)*, 87–94.
- Sarno, S., & Hakim, L. (2019). Program Kemitraan Masyarakat Kelompok Wanita Tani Desa Majalengka Banjarnegara yang Menerapkan Teknologi Diversifikasi Produk Olahan Singkong. *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat UNSIQ, 6(1)*, 1–7. <https://doi.org/10.32699/ppkm.v6i1.438>
- Wijayanti, N. W. E., Putri, N. W. S., Suryana, I. G. P. E., Suryati, K., Kartini, K. S., Wardika, I. W. G., & Krisna, E. D. (2021). Pelatihan Bisnis Online Menggunakan Aplikasi Shopee. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri), 5(1)*, 206–215.
- Wikipedia. (2021). *Thiwul - Wikipedia*. Wikipedia.