

PENINGKATAN KETERAMPILAN STANDAR KESEHATAN PADA KEMASAN MAKANAN DAN PEMASARAN DIGITAL PEDAGANG PASAR SULTAN

Sartika Puspita¹⁾, Agustin Wulan Suci Dharmayanti²⁾, Dwi Aji Nugroho³⁾,
Anggun Kharisma Putri⁴⁾

¹⁾Bagian Biologi Mulut, Program Studi Kedokteran Gigi, Fakultas Kedokteran dan Ilmu Kesehatan, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Indonesia

²⁾Bagian Biomedik Kedokteran Gigi, Fakultas Kedokteran Gigi, Universitas Jember, Indonesia

³⁾Bagian Dental Material, Program Studi Kedokteran Gigi, Fakultas Kedokteran dan Ilmu Kesehatan, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Indonesia

⁴⁾Program Studi Kedokteran Gigi, Fakultas Kedokteran dan Ilmu Kesehatan, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Indonesia

Corresponding author : Sartika Puspita
E-mail : sartika.puspita@umy.ac.id

Diterima 24 April 2022, Direvisi 07 Mei 2022, Disetujui 12 Mei 2022

ABSTRAK

Pandemi Covid 19 memberikan dampak yang luas di masyarakat yaitu penyakit pernafasan akibat virus SARCov-2 dan juga masalah ekonomi. Pemasaran digital dan kemasan makanan berdasar standar kesehatan merupakan hal yang penting di era Pandemi Covid-19 ini. Pedagang Pasar Sultan memerlukan pengembangan usaha berbasis teknologi sehingga dapat bersaing dengan usaha-usaha baru yang berbasis online. Pengabdian masyarakat ini bertujuan melakukan pelatihan kepada pedagang pasar Sultan melalui pelatihan keterampilan pemasaran digital dan pembuatan kemasan dengan standar kesehatan. Peserta pelatihan terdiri dari 25 orang pedagang pasar Sultan kampung Nitikan Umbulharjo Yogyakarta. Metode pengabdian berupa pelatihan pemasaran digital dan penyuluhan standar kesehatan pada kemasan makanan meliputi: 1). Pelatihan standar kesehatan dan halal pada kemasan makanan; 2). Menumbuhkan jiwa kewirausahaan dan memberikan inspirasi dari keberhasilan bisnis online; 3). Sharing session dengan pengusaha *online* yang sukses; 4) Pelatihan pemasaran digital (menggunakan *platform* pemasaran *online*); 5). Pre dan post test dilakukan pada seluruh peserta untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan pengetahuan dan keterampilan sebelum dan sesudah dilakukan penyuluhan dan pelatihan. Hasil penyuluhan adalah terdapat peningkatan pengetahuan dan keterampilan pedagang pasar Sultan mengenai standar kesehatan pada kemasan makanan dan pemasaran digital. Terbentuk *web* pasar, penjualan berbagai macam produk makanan di *market place* serta google *business*.

Kata Kunci: covid-19; pasar sultan; pemasaran digital

ABSTRACT

The COVID-19 pandemic has a broad impact on society, the main problem is the respiratory disease due to the SARCov-2 and economy problem. Marketing digital and health standards is important in this era of the Covid-19 Pandemic. Pasar Sultan traders need technology-based business development so that they can compete with new online-based businesses. This community service aims to develop a Sultan market trader business through digital marketing training. Participants consisted of 25 traders from the Sultan's market Nitikan Umbulharjo Yogyakarta. The service method in the form of counseling on food packaging health standards and digital marketing training includes: 1). Health and halal standard training on food packaging; 2). Foster an entrepreneurial spirit and provide inspiration for online business success; 3). Sharing sessions; 4). Digital marketing training (using online market platforms); 5). Pre and post-test tests were carried out on all participants to determine whether there were differences in knowledge and skills before and after counseling and training. The results of the counseling showed an increase in the knowledge and skills of the Sultan's market traders regarding food packaging health standards and digital marketing. A web market was formed, sales of various kinds of food products in market places and google business.

Keywords: sultan market; digital marketing; health standards

PENDAHULUAN

Pemasaran Digital di era pandemi Covid-19 ini menjadi harapan baru bagi pedagang produk barang maupun jasa dikarenakan terbatasnya pergerakan manusia oleh program pembatasan sosial yang dicanangkan pemerintah (Syifa, 2021). Pedagang di era pandemi ini harus mampu beradaptasi dengan kondisi baru dan juga adanya kebiasaan baru cara berbelanja masyarakat yaitu peningkatan kebutuhan belanja online yang harus segera ditanggapi (Syifa, 2021). Pemasaran digital perlu segera direspon oleh pedagang dengan semakin meningkatnya penggunaan *smartphone* agar dapat melakukan promosi produk dan jasa melalui internet tanpa terbatas tempat dan waktu sehingga mampu meningkatkan penjualan (Abdurrahman et al., 2020).

Pemanfaatan pemasaran digital oleh UMKM di Indonesia masih sangat rendah yaitu sekitar 8% dalam menunjang penjualan bisnisnya sehingga hal ini perlu diadakan pelatihan mengenai pemasaran digital pada pedagang usaha kecil dan menengah (Stiadi, 2021). Pemasaran digital ini lebih efektif daripada cara tradisional dikarenakan permintaan pasar pada situasi dan kondisi saat pandemi ini dan kemajuan teknologi yang berkembang pesat. Terbukti dengan teknik pemasaran digital promosi barang menjadi lebih luas dan terdapat peningkatan jumlah permintaan barang/jasa sehingga terdapat penambahan penghasilan atau keuangan para pedagang (Pranoto, 2019 dan Farida, 2021).

Pemasaran produk dan jasa yang baik secara digital perlu didukung dengan pengetahuan standar kesehatan yang baik. Standar kesehatan minimal yang perlu diketahui adalah mengenai kemasan dan label makanan juga kehalalan produk terutama makanan (Kusmiyati, 2020).

Pedagang pasar Sultan memiliki berbagai produk yang perlu dipromosikan efektif kepada konsumen melalui pemasaran digital dan sampai saat ini belum satupun yang memiliki pengetahuan atau keterampilan mengenai hal tersebut. Permasalahan ini dapat diatasi dengan melakukan pelatihan teknik pemasaran digital sehingga produk pasar Sultan dapat lebih luas menjangkau konsumen.

Pasar Sultan terletak di Nitikan UH VI RT.40 RW.10 Sorosutan Umbulharjo Yogyakarta 55162. Pasar ini diinisiasi pertama kali karena keprihatinan takmir masjid Sulthonain Nitikan kepada warga RW 10 yang mengalami dampak ekonomi akibat pandemi Covid-19. Pasar ini baru saja diresmikan oleh lurah Sorosutan pada hari Ahad, tanggal 31 Oktober 2021. Beberapa kepala keluarga

mengalami pemberhentian hubungan kerja (PHK) akibat pandemi dan perusahaan/tempat bekerja ditutup. Pasar ini menggunakan halaman belakang masjid yang dimiliki oleh Keraton Ngayogyakarta Hadiningrat yang kebetulan menghadap jalan aspal di tengah perkampungan. Pasar Sultan mengakomodasi 13 pedagang yang terdiri dari warga RW 40 yang perekonomiannya terdampak Covid-19 dan berminat berjualan untuk meningkatkan penghasilan keluarga. Asal pedagang pasar ini adalah keluarga biasa yang belum pernah berdagang sama sekali. Karena tuntutan ekonomi maka mereka mencoba peruntungan dengan berdagang. Jenis jualan di pasar Sultan ini adalah sembako, makanan siap saji, makanan anak-anak, lauk pauk dan beberapa snack, bahan bangunan serta jika malam hari dibuka angkringan dan pecel lele.

Beberapa pelatihan telah diberikan kepada pedagang pasar yang masih belajar berdagang ini diantaranya adalah mengolah ayam krispi, membuat jamur krispi dan pelatihan *soft skills* akhlaqul karimah bagi pedagang. Namun pelatihan cara membuat kemasan makanan yang sehat dengan standar kesehatan dan halal serta pemasaran digital belum pernah dilakukan. Target peserta pengabdian masyarakat kali ini adalah semua pedagang pasar Sultan agar mampu berdagang dengan lebih baik dan terampil dalam menghadapi perubahan jaman khususnya melakukan pemasaran secara digital. Target utama pelatihan ini khususnya pada generasi muda pedagang pasar yang melek internet agar lebih produktif dalam melakukan penjualan. Tujuan dari pelatihan ini agar potensi pasar Sultan dapat ditingkatkan, tidak hanya melayani masyarakat sekitar RW 10 saja namun dapat menjangkau lokasi yang lebih luas serta dapat lebih kreatif dalam melakukan pemasaran maupun meningkatkan jumlah dan jenis barang yang dijual.

Potensi pasar Sultan ini kedepannya sangat bagus karena terletak di tengah perkampungan dan di sekitar Sekolah Dasar Muhammadiyah Nitikan sehingga memiliki potensi pembeli yang banyak. Pasar Sultan ini sudah dilengkapi *wifi* namun belum dimanfaatkan secara maksimal. Pelatihan pemasaran digital dan standar kesehatan pada kemasan ini sangat penting dilakukan untuk beradaptasi dengan kondisi saat ini. Pengembangan usaha perlu dilakukan agar potensi pasar Sultan ini berkembang luas, dapat melayani pesanan dari luar dan juga memiliki ide penjualan yang lebih beragam.

METODE

Metode pengabdian meliputi perencanaan yaitu survei tempat dan analisis permasalahan di Pasar Sultan yaitu belum pernah dilakukan pelatihan teknik pemasaran digital dan teknik pembuatan kemasan berstandar kesehatan dan halal. Pelaksanaan kegiatan pengabdian berupa penyuluhan standar kesehatan makanan label makanan dilanjutkan dengan pemaparan teknik memperoleh standar halal pada makanan.

Pelatihan pemasaran digital yang diberikan meliputi : 1). Menumbuhkan jiwa kewirausahaan dan memberikan inspirasi dari keberhasilan bisnis online; 2). Sharing session; 3) Pelatihan pemasaran digital (menggunakan platform market online). Pengabdian masyarakat ini dihadiri oleh 25 peserta yang berasal dari pedagang pasar Sultan dan dilaksanakan selama 2 hari (Gambar 1).

Evaluasi kegiatan dilakukan dengan kegiatan pre dan post-test melalui *googleform* yang dilakukan pada seluruh peserta untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan pengetahuan dan keterampilan sebelum dan sesudah dilakukan penyuluhan dan pelatihan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil jawaban soal pre dan post test terdapat peningkatan pengetahuan pedagang pasar Sultan dalam standar kesehatan, label makanan dan label halal. Terdapat peningkatan pengetahuan pedagang pasar dalam standar kesehatan makanan (Tabel 1). Hasil pengabdian masyarakat juga tercipta leaflet pintar membaca label kemasan makanan dan telah di ajukan Hak Cipta pada Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusi Republik Indonesia (Gambar 2).

Tabel 1. Hasil skor benar dan salah dalam mengerjakan soal pre-test penyuluhan standar kesehatan label dan kemasan makanan halal

No	Soal	Benar	Salah
1	Apakah Label Makanan	4	17
2	Hal yang di cek pada Label Kemasan	9	12
3	Pengembangan 4 sehat 5 sempurna	9	12
4	Yang tercantum dalam label komposisi makanan	9	12
5	Berat yang dicantumkan	18	3

dalam label makanan

6	Uraian karakteristik produk	5	16
7	Kode produk dalam negeri	16	5
8	Badan sertifikasi produk	10	11
9	Tanggal ketahanan spesifik makanan	6	15
10	Pengurusan Standar Halal	21	0

Pengetahuan mengenai standar kesehatan dan label kemasan makanan merupakan sesuatu hal yang baru bagi pedagang pasar, begitu juga dengan tata cara mengajukan label halal pada makanan.

Pelatihan pemasaran digital diberikan setelah pelatihan standar kesehatan pada kemasan dan label juga standar halal pada makanan kemudian dilanjutkan pada hari berikutnya. Total pelatihan ini selama 2 hari. Pelatihan pemasaran digital meliputi praktek membuat akun pada google businnes, media sosial dan market place (Gambar 3). Setiap tahap pelatihan akan dipandu oleh *coach* yang telah berpengalaman dan sukses dalam pemasaran digital. Setelah selesai pelatihan semua pedagang pasar telah memiliki situs/web untuk masing-masing produk jualannya yang dapat dilihat pada gambar 3 sampai 8.



Gambar 1. Peserta Pelatihan Teknik Pembuatan Kemasan Berstandar Kesehatan dan Halal dan Pemasaran Digital di Pasar Sultan.



Gambar 2. Leaflet Pintar dan Bijak Memilih Makanan

Setelah dilakukan pelatihan dan praktek teknik pemasaran digital terdapat peningkatan keterampilan pedagang pasar Sultan membuat *platform digital* dalam pemasaran seperti beberapa contoh di bawah ini:



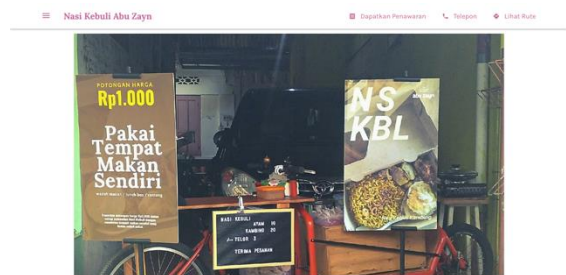
Gambar 3. Sultan Boneless chicken. Web: <https://sultan-boneless-chicken.business.site>



Gambar 4. Pusat Bakpia Jogja. Web: <https://pusat-bakpia-jogja.business.site/?m=true>



Gambar 5. Jual Bahan Bangunan Pasar Sultan. <https://distributor-bahan-bangunan-jogja.business.site>



Gambar 6. Nasi Kebuli Abu Zayn. <https://nasikebuliabusayn.business.site>



Gambar 7. Jual Bouquet. <https://jual-bouquet-jogja.business.site>



Gambar 8. Nasi Kremes Box Jogja. <https://nasi-ayam-kremes-box.business.site>

Gambar 3 sampai dengan 8 adalah contoh peningkatan keterampilan pedagang pasar Sultan dalam membuat web di *google businnes* dimana dengan *platform* ini produk pedagang dapat dikenal dan dipasarkan lebih luas. Gambar 3 adalah produk andalan pasar Sultan berupa ayam goreng tanpa tulang, gambar 4 adalah bakpia yang merupakan

makanan khas Jogja. Setelah dilakukan pemasaran dengan cara ini terdapat peningkatan jumlah penjualan dan mampu menjangkau tempat yang jauh. Bakpia ini merupakan contoh produk yang telah mendapatkan pesanan dalam jumlah banyak dan dikirimkan ke luar Jogjakarta.

Produk di pasar Sultan lainnya yaitu bahan bangunan (Gambar 5), nasi kebuli Abu Zayn (Gambar 6), *bouquet* dari *snack* (gambar 7) dan nasi kremes (Gambar 8) setelah dilakukan pemasaran secara digital dan dimasukkan dalam web pasar Sultan terdapat peningkatan jumlah penjualan.

SIMPULAN DAN SARAN

Hasil penyuluhan terdapat peningkatan pengetahuan dan keterampilan pedagang pasar Sultan mengenai standar kesehatan pada kemasan makanan dan teknik pemasaran digital.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kami sampaikan kepada Lembaga Pengabdian Masyarakat Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan dukungan dana sehingga pengabdian masyarakat ini dapat berjalan dengan lancar dengan SK penetapan Nomor: 35/A.3-RA/LPM/I/2022.

DAFTAR RUJUKAN

- Abdurrahman G., Oktavianto H., Habibie E.Y., Hadiyatullah A.W., (2020), Pelatihan Digital Marketing Pada UMKM Sebagai Penunjang Kegiatan Promosi Dan Pemasaran, *Jurnal Pengabdian Masyarakat Manage*, 1 (1), 2020. DOI: <https://doi.org/10.32528/jpmm.v1i2.3981>
- Stiadi M., Herlinudinkhaji D., Ariyanti Y.D.P., Erwanti N., (2021,) Pelatihan Pemanfaatan Digital Marketing Dalam Pengembangan Pemasaran Bagi Pelaku UMKM, *Bakti Banua Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2 (1), 2021. DOI: <https://doi.org/10.35130/bbjm.v2i1.212>
- Farida N., Ratnawuri T., Puri L.M., (2021). Pelatihan Berwirausaha Melalui Digital Marketing, *Sinar Sang Surya Jurnal Pusat Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5 (2), DOI: <http://dx.doi.org/10.24127/sss.v5i2.1532>
- Kusmiyati, K., Rasmi, D. A. C., & Lestari, T. A. (2020). Meningkatkan Pemahaman Tentang Jajanan Sehat Dalam Kemasan Melalui Informasi Pada Label Kemasannya Bagi Siswa SDN I

Jatisela. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Sains Indonesia*, 2(2).<https://doi.org/10.29303/jpmsi.v2i2.69>

Pranoto P., Jasmani J., Marayasa I.N., (2019). Pelatihan Digital Marketing Untuk Peningkatan Perekonomian Anggota Karang Taruna Al Barkah Di Kampung Cicayur – Tangerang, *Dharma Laksana*, 1 (2). DOI: <http://dx.doi.org/10.32493/j.pdl.v1i2.2425>

Syifa A.I., Rakhmawati S.D., Dianastiti F.E., (2021,) Pelatihan Umkm Melalui Digital Marketing Untuk Membantu Pemasaran Produk Pada Masa Covid-19, *Abdi Praja*, 2 (1). DOI: <http://dx.doi.org/10.31002/abdi-praja.v2i1.3602>