

## Penguatan Produk Pangan Tradisional serta Literasi Hukum pada Kelompok Wanita Tani (KWT) Sari Tunjung Mekar

<sup>1</sup>I Komang Budi Mas Aryawan, <sup>2</sup>Putu Devi Yustisia Utami, <sup>3</sup>Sayi Hatiningsih

<sup>1</sup>Prodi Sistem Komputer, Fakultas Informatika dan Komputer, ITB Stikom Bali

<sup>2</sup>Prodi Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Udayana

<sup>3</sup>Prodi Teknologi Pangan, Fakultas Teknologi Pertanian, Universitas Udayana

email: <sup>1</sup>budimas.aryawan@stikom-bali.ac.id, <sup>2</sup>deviyustisia@unud.ac.id, <sup>3</sup>sayi\_hatiningsih@unud.ac.id

### Article Info

Submitted : 26 August 2021  
Revised : 23 September 2021  
Accepted : 2 December 2021  
Published : 30 Januari 2022

**Keywords:** E-Commerce,  
Traditional Food

### Abstract

*The Sari Tunjung Mekar Women Farmer Group located in Cempaga Village, Banjar District, Buleleng Regency, Bali Province is a Micro, Small and Medium Enterprise engaged in traditional food with various products produced, such as (1) Chicken Claw Snacks, (2) Taro Chips and (3) Cassava Chips. Partner problems are limited product marketing in local areas, inadequate production equipment and not having a Micro and Small Business License. The implementation method focuses on three aspects of work procedures, namely: marketing management, production management, and legal management. Each working procedure consists of planning wherein planning activities there is the socialization of activities, coordination of teams and partners, the determination timing of activities, and related data collection. Furthermore, the core activities are carried out by training and mentoring and ending with an evaluation of the activities. The results of this devotion program showed that there was the strengthening of the marketing field of partners in marketing traditional food products using online marketing media with the e-commerce application "Toko Pangan" so that the marketing radius becomes wider which is directly proportional to the increase in sales turnover after this devotion activity. The strengthening of the production sector, partners are given more modern production equipment so that production capacity is increased, and legal literacy provided partners can understand the law regarding electronic transactions and business permits and partners have Micro and Small Business Licenses so that they get legal certainty and empowerment facilities for business development.*

**Kata kunci:** E-Commerce,  
Pangan Tradisional

### Abstrak

Kelompok Wanita Tani (KWT) Sari Tunjung Mekar yang terletak di Desa Cempaga Kecamatan Banjar Kabupaten Buleleng Provinsi Bali merupakan UMKM yang bergerak di bidang pangan tradisional dengan berbagai produk yang dihasilkan, seperti: (1) Jajanan Cakar Ayam,

(2) Keripik Talas, dan (3) Keripik Singkong. Permasalahan mitra adalah pemasaran produk terbatas area lokal, alat produksi kurang memadai dan belum memiliki Surat Izin Usaha Mikro dan Kecil. Metode pelaksanaan difokuskan ke tiga aspek prosedur kerja, yaitu: manajemen bidang pemasaran, manajemen bidang produksi, dan manajemen bidang hukum. Masing-masing prosedur kerja terdiri dari perencanaan di mana dalam kegiatan perencanaan adanya sosialisasi kegiatan, koordinasi tim dan mitra, penentuan waktu kegiatan, dan pengumpulan data terkait. Selanjutnya kegiatan inti dilakukan pelatihan dan pendampingan serta diakhiri dengan evaluasi kegiatan. Hasilnya, penguatan bidang pemasaran mitra melakukan pemasaran produk pangan tradisional menggunakan media pemasaran *online* dengan aplikasi *e-commerce* "Toko Pangan" sehingga radius pemasaran menjadi lebih luas yang berbanding lurus dengan peningkatan omset penjualan setelah dilaksanakan kegiatan pengabdian ini. Penguatan bidang produksi, mitra diberikan peralatan produksi yang lebih modern sehingga kapasitas produksi meningkat, dan literasi hukum yang diberikan mitra dapat memahami hukum tentang transaksi elektronik dan izin usaha serta mitra memiliki Surat Izin Usaha Mikro dan Kecil sehingga mendapatkan kepastian hukum dan sarana pemberdayaan untuk pengembangan usaha.

---

## 1. PENDAHULUAN

Desa Cempaga Kecamatan Banjar Kabupaten Buleleng Bali merupakan desa tua yang terletak di pegunungan Bali Utara yang kaya akan hasil alam pangan tradisional. Dengan suhu udara yang relatif sejuk dan curah hujan yang cukup, Desa Cempaga memiliki banyak lahan produktif yang dikelola secara mandiri oleh petani desa. Salah satu usaha produktif yang bergerak di bidang pangan tradisional dan juga merupakan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) adalah Kelompok Wanita Tani (KWT) Sari Tunjung Mekar yang dijadikan mitra pada kegiatan PKM ini. Terdapat beberapa hasil pengolahan pangan yang dihasilkan, seperti: (1) Jajanan Cakar Ayam, (2) Keripik Talas, dan (3) Keripik Singkong. KWT ini diketuai oleh Ni Komang Ayu Kurniawati, Sekretaris Ni Kadek Ari Eka Yanti, Bendahara Ni Ketut Sri Murtiasih, dan memiliki anggota aktif sebanyak 9 orang yang dikukuhkan pada tahun 2015 oleh Kepala Desa Cempaga, I Nyoman Ardika. Dalam sebulan mitra memproduksi jajanan cakar ayam  $\pm$  200 bungkus dengan harga Rp.12.000 per bungkus, keripik talas dan keripik singkong  $\pm$  100 bungkus dengan harga Rp.10.000 per bungkus. Sehingga pendapatan bersih yang didapatkan mitra dalam

satu bulan adalah  $\pm$  Rp. 3.000.000 yang dibagi rata oleh anggota mitra dengan mengedepankan azas kekeluargaan, jujur, dan transparan.

Pemanfaatan umbi talas sebagai bahan baku utama untuk produk pangan jajanan cakar ayam dan keripik talas memiliki manfaat kesehatan yang luar biasa bagi tubuh manusia, diantaranya: (1) menjaga kesehatan pencernaan dan mencegah konstipasi, (2) menjaga kadar gula darah, (3) memperlambat pertumbuhan dan mematikan sel kanker payudara dan prostat, (4) baik untuk kesehatan jantung dan gula darah, (5) mencegah defisiensi seng, (6) kaya akan beta-karoten, yang berfungsi sebagai antioksidan sehingga mampu manangkal radikal bebas, yang berkaitan dengan anti penuaan, anti kanker dan peningkatan imunitas tubuh, (7) mengandung tarin yang cukup tinggi, dan (8) membantu menurunkan berat badan (Atika 2020). Selain sebagai sumber karbohidrat, umbi talas juga sebagai sumber protein, thiamin, riboflavin, besi, seng, dan vitamin (Sofyan dan Husna AZ 2019).

Produk pangan keripik singkong yang menggunakan umbi ketela pohon sebagai bahan baku utama juga tidak kalah bermanfaatnya bagi kesehatan tubuh manusia, diantaranya (1) penambah energi, (2) membantu mencegah

sembelit, (3) membantu mengendalikan kadar gula darah, (4) kaya akan mineral yang menjaga fungsi jaringan tubuh, dan (5) mampu menjaga elastisitas kulit (Shabrina 2021). Secara tradisional, umbi ketela pohon banyak diminati sebagai makanan pengganti beras karena kandungan gizi yang dihasilkan dapat menjadi sumber energi yang digunakan tubuh untuk beraktifitas (Hernianti, Nurlinda, dan Sumiaty 2021). Sehingga, olahan umbi ketela pohon menjadi keripik singkong merupakan pilihan camilan sehat yang tepat.

Keunggulan dari produk pangan tradisional yang dihasilkan oleh mitra adalah diolah tanpa bahan pengawet, penguat rasa atau zat kimia berbahaya lainnya, memiliki cita rasa yang khas dan gurih, serta rasa manis yang dihasilkan pada produk jajanan cakar ayam juga terasa alami dilidah, karena dalam pembuatannya menggunakan gula aren yang diproduksi langsung oleh masyarakat desa mitra.

Disamping banyaknya manfaat dan keunggulan dari produk pangan tradisional tersebut, permasalahan utama yang dihadapi mitra adalah keterbatasan jangkauan pemasaran produk yang mengakibatkan omzet penjualan tidak maksimal karena hanya mengandalkan toko-toko konvensional yang terdapat di wilayah desa mitra dan desa sekitar, seperti Desa Pedawa, Desa Sidatapa, dan Desa Tigawasa yang memiliki radius kurang lebih 3 km dari lokasi mitra. Teknik pemasaran produk yang dilakukan adalah dengan menitipkan produk pangan tradisional ke toko-toko konvensional dengan membagi keuntungan 15% dari hasil penjualan kepada pemilik toko. Selain itu, mitra juga memiliki permasalahan dengan alat produksinya, beberapa alat produksi sudah rusak yang mengakibatkan kapasitas produksi tidak maksimal, dan permasalahan terakhir yang dihadapi mitra adalah belum memiliki Surat Izin Usaha Mikro dan Kecil sebagai kepastian hukum dan sarana pemberdayaan untuk pengembangan usaha.

Media pemasaran *online* saat ini merupakan tren masa kini yang berkembang di Indonesia. Pemasaran menggunakan media pemasaran *online* dapat meningkatkan penjualan produk dan berkorelasi positif terhadap tingkat pendapatan atau omzet yang didapatkan (Hanifawati,

Tri Listyaningrum 2021). Sejalan dengan hal tersebut penerapan *e-commerce* dapat meningkatkan omset penjualan mencapai 32%, meningkatkan jumlah pelanggan 24%, sebagai sarana promosi 16%, dan dapat memperluas bisnis 16% (Alwendi 2020). Namun demikian, penggunaan media pemasaran *e-commerce* juga menimbulkan dampak negatif bagi konsumen, yaitu kecenderungan pelaku usaha memposisikan konsumen pada posisi tawar yang lemah.

Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UU Perlindungan Konsumen) secara yuridis baru mengatur hak dan kewajiban konsumen serta tanggung jawab pelaku usaha dalam transaksi yang dilakukan secara konvensional/tradisional, sedangkan perlindungan konsumen dalam transaksi menggunakan sistem elektronik belum sepenuhnya dapat merujuk pada UU Perlindungan Konsumen. Pengaturan transaksi secara elektronik kemudian diatur dalam Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik sebagaimana telah diubah dengan UU No. 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE). Pasal 1 angka 2 UU ITE mendefinisikan transaksi elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya. Selanjutnya dalam Pasal 9 UU ITE mengatur kewajiban pelaku usaha untuk menyediakan informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan syarat kontrak, produsen dan produk yang ditawarkan (Rongiyati 2019).

Sebagai penunjang peningkatan omzet mitra, diperlukan perbaikan terhadap kapasitas produksi. Peningkatan kapasitas produksi dapat dilakukan dengan penambahan peralatan yang digunakan untuk memproduksi pangan olahan yang dilakukan (Astuti, Panji Deoranto 2017). Pemanfaatan teknologi tepat guna merupakan sesuatu yang sangat dibutuhkan dalam peningkatan kapasitas produk. Penggunaan teknologi tepat guna mesin pamarut singkong untuk produksi usaha makanan tradisional "Gebleg" di kota Magelang dapat meningkatkan kapasitas produksi hingga 30 kg/hari dan pendapatan hingga 100%. Selain itu melalui

kegiatan program kemitraan masyarakat ini, keterampilan, dan pemahaman warga terkait pengoperasian mesin pamarut singkong semakin meningkat hingga 75% (Rany Puspita Dewi, Sri Hastuti 2021).

Pemerintah Indonesia mewajibkan semua pelaku usaha untuk memiliki Surat Izin Usaha Mikro dan Kecil sebagai bukti legalitas suatu usaha. Dengan terdaftarnya suatu usaha secara resmi juga dapat menguntungkan pemilik usaha dalam hal membangun kepercayaan para konsumen dan mitra terhadap bisnis tersebut dan memberi kesan profesional di mata mereka.

Sehingga berdasarkan apa yang telah dipaparkan serta dikuatkan dengan fakta-fakta ilmiah yang diberikan, maka tawaran solusi untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi mitra, diantaranya: (1) memberikan hasil pengembangan kepakaran penulis berupa aplikasi *e-commerce* berbasis *web* untuk memperluas radius pemasaran dengan harapan dapat berkorelasi positif terhadap pendapatan atau omset mitra, (2) memberikan pemahaman hukum tentang transaksi elektronik dan izin usaha agar terciptanya iklim transaksi jual-beli yang baik antara produsen dan konsumen, (3) memberikan bantuan alat produksi untuk meningkatkan kapasitas produksi, dan (4) Membantu mitra untuk memiliki Surat Izin Usaha Mikro dan Kecil.

Terkait dengan pengembangan aplikasi *e-commerce*, tim pengabdian memilih mengembangkan aplikasi berbasis *web* dengan beberapa pertimbangan, diantara (1) aplikasi tidak membutuhkan spesifikasi *hardware* yang tinggi dalam penggunaannya, (2) aplikasi bisa digunakan dimana saja, dengan mobilitas yang tinggi dengan koneksi internet, (3) aplikasi tidak memerlukan lisensi, (4) aplikasi dapat dioperasikan diberbagai *platform operating system*, dan (5) aplikasi dapat diakses dengan berbagai perangkat *desktop* maupun *mobile*.

Produk yang dipasarkan oleh mitra akan menggunakan media pemasaran *online* atau *e-commerce* serta tetap mempertahankan teknik pemasaran konvensional yaitu dengan menitipkan produk pangan di toko-toko konvensional langganan mitra. Biaya yang ditimbulkan akan dihitung 25% sebagai biaya produksi, dengan rincian hasil penjualan *online*

dipotong 10% dan hasil penjualan konvensional dipotong 15%. Maka sisa dari pemotongan biaya produksi tersebut merupakan omset atau pendapatan bersih setiap bulan yang didapatkan oleh mitra.

Pelaksanaan kegiatan difokuskan ke tiga aspek prosedur kerja, yaitu: manajemen bidang pemasaran, manajemen bidang produksi dan manajemen bidang hukum. Sebagai tolok ukur keberhasilan pelaksanaan kegiatan agar diketahui adanya peningkatan pengetahuan dan kemampuan peserta mitra terhadap teori dan praktik yang telah diberikan, dilaksanakan evaluasi melalui dua langkah menggunakan instrumen pertanyaan soal objektif. Pertama, sebelum seluruh tahapan kegiatan dilaksanakan, diadakan *test* pendahuluan untuk mengetahui seberapa jauh pemahaman awal dari mitra terhadap bahan materi yang akan disampaikan (*pretest*). Kedua, diadakan *test* pasca pelaksanaan kegiatan dari keseluruhan tahapan selesai (*posttest*) (Insani, Wijayanti, dan Cahyaningrum 2020).

Tujuan yang ingin dicapai dari pelaksanaan PKM ini adalah meningkatnya radius pemasaran produk pangan tradisional minimal 10 km dari lokasi tempat usaha, meningkatnya omset penjualan produk pangan tradisional minimal 50% setiap bulan setelah dilaksanakannya PKM ini, 100% anggota KWT memiliki pemahaman hukum tentang transaksi elektronik, meningkatnya kapasitas produksi pangan tradisional yang juga minimal 50% disetiap bulannya, dan mitra memiliki Surat Izin Usaha Mikro dan Kecil dari pihak berwenang.

## 2. METODE

Pada metode pelaksanaan akan digambarkan mengenai prosedur kerja dari masing-masing permasalahan, prosedur kerja meliputi:

### a. Prosedur Kerja Lingkup Masalah Bidang Pemasaran

Prosedur kerja diawali dengan sosialisasi dan wawancara kepada mitra untuk mengetahui prosedur, informasi dan manfaat dari kegiatan ini, kemudian melakukan pengumpulan data yang dibutuhkan untuk pembuatan aplikasi

*e-commerce*. Kegiatan dilanjutkan dengan pembuatan aplikasi *e-commerce* berbasis *web* oleh pengusul. Selanjutnya pemberian aplikasi *e-commerce* kepada mitra sekaligus memilih 4 orang anggota mitra untuk diberikan pelatihan sebagai pengelola/admin aplikasi *e-commerce*, kemudian dilanjutkan dengan kegiatan literasi hukum transaksi elektronik dan izin usaha yang diikuti oleh seluruh anggota mitra dan kegiatan diakhiri dengan melakukan evaluasi kegiatan. Evaluasi yang dilakukan adalah evaluasi kegiatan berupa *pretest* dan *posttest*. Kegiatan ini akan diberikan oleh I Komang Budi Mas Aryawan, S.Pd., M.Pd, Putu Devi Yustisia Utami, S.H., M.Kn. dan dibantu oleh mahasiswi Anak Agung Dwi Pradnyani Jayanti. Pelaksanaan kegiatan ini dimulai dari bulan Maret-Juni 2021.

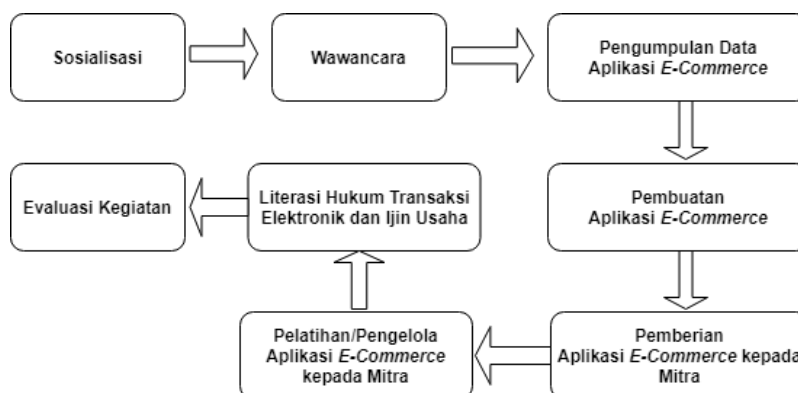
b. **Prosedur Kerja Lingkup Masalah Bidang Produksi**

Prosedur kerja diawali dengan sosialisasi dan wawancara kepada mitra untuk mengetahui prosedur, informasi dan manfaat dari kegiatan ini, kemudian dilanjutkan dengan kegiatan pemberian alat-alat produksi diantaranya: 1 buah mesin perajang serbaguna, 3 buah kompor

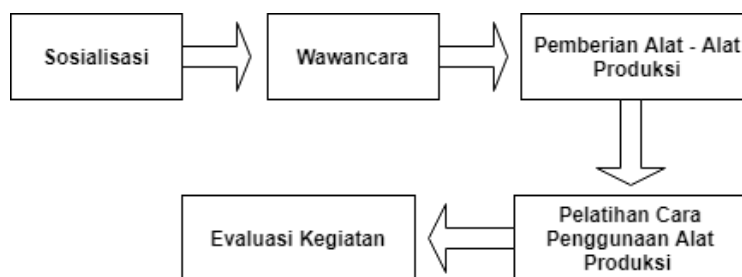
gas *high pressure*, 3 buah wajan jumbo *stainless* dan 1 mesin *spinner* peniris minyak, lalu dilanjutkan dengan pelatihan cara penggunaannya sampai menghasilkan produk pangan dan diakhiri dengan melakukan evaluasi kegiatan. Evaluasi yang dilakukan adalah evaluasi kegiatan *pretest* dan *posttest*. Kegiatan ini akan diberikan oleh Sayi Hatiningsih, S.TP., M.Si. dan dibantu oleh mahasiswi Ellyanna Fransisca Dewi. Kegiatan akan dilaksanakan pada bulan Juni 2021.

c. **Prosedur Kerja Lingkup Masalah Bidang Hukum**

Prosedur kerja diawali dengan sosialisasi dan wawancara kepada mitra untuk mengetahui prosedur, informasi dan manfaat dari kegiatan ini, kemudian dilanjutkan dengan kegiatan mempersiapkan berkas yang diperlukan untuk pengajuan NPWP, setelah itu mengajukan berkas pembuatan NPWP ke kantor pajak Pratama Singaraja. Kemudian menyiapkan berkas pengajuan Surat Izin Usaha Mikro dan Kecil, lalu dilanjutkan dengan pengajuan Surat Izin Usaha Mikro dan Kecil ke kantor Camat Banjar dan diakhiri dengan melakukan evaluasi kegiatan. Evaluasi yang dilakukan

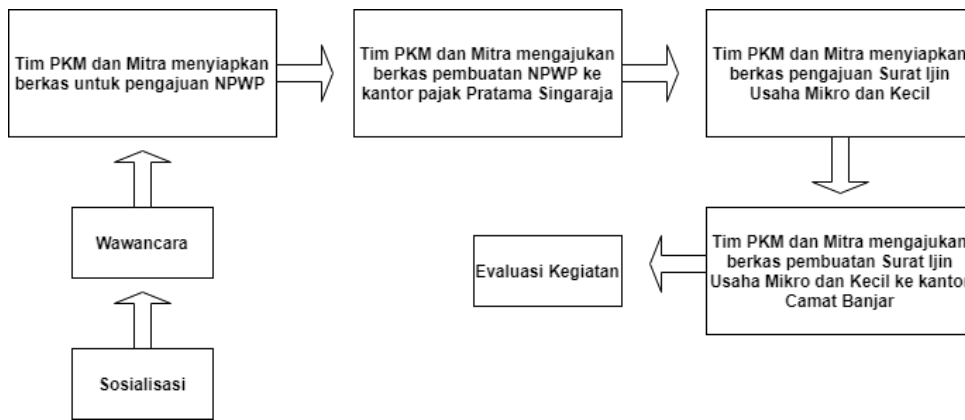


Gambar 1 **Prosedur Kerja Lingkup Masalah Bidang Pemasaran**



Gambar 2 **Prosedur Kerja Lingkup Masalah Bidang Produksi**





Gambar 3 Prosedur Kerja Lingkup Masalah Bidang Hukum

adalah evaluasi hasil. Kegiatan ini akan dibantu oleh Putu Devi Yustisia Utami, S.H., M.Kn. Pelaksanaan kegiatan ini dimulai dari bulan Mei-Juni 2021.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### Solusi Masalah Bidang Pemasaran

Kegiatan ini dilaksanakan berupa pelatihan penggunaan aplikasi *e-commerce* berbasis *web*

kepada 4 orang anggota mitra untuk menjadi pengelola/admin aplikasi secara *online* pada laman: <https://www.tokopangan.com/>. Pengelolaan yang dimaksud adalah input produk pangan berupa foto, harga, sekaligus deskripsi produk, input media transaksi, berupa rekening bank, mengelola data pembelian yang masuk, dan lain sebagainya. Selanjutnya pada hari yang berbeda dilakukan sosialisasi hukum transaksi elektronik dan izin usaha yang diikuti oleh 12



Gambar 4 Pelatihan Aplikasi *E-Commerce* Berbasis *Web*



Gambar 5 Sosialisasi Hukum Transaksi Elektronik



Gambar 6 Tampilan Aplikasi *E-Commerce* KWT Sari Tunjung Mekar

orang anggota mitra. Materi yang disampaikan terkait cara-cara melakukan transaksi elektronik, dasar hukum yang harus diperhatikan dalam melakukan transaksi elektronik serta pentingnya memiliki perizinan dalam usaha.

Evaluasi kegiatan pelatihan penggunaan aplikasi *e-commerce* berbasis *web* dilakukan dengan memberikan soal *pretest* dan *posttest* kepada 4 orang peserta pelatihan. Terdapat 20 butir soal yang harus diselesaikan dengan kriteria ketuntasan minimal 80%. Hasil *pre-test* dan *post-test* dipaparkan dalam Tabel 1.

Berdasarkan informasi yang dipaparkan pada Tabel 1, diketahui bahwa seluruh peserta pelatihan mendapatkan nilai tuntas dengan persentase minimal 90%, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa 100% peserta pelatihan dapat melakukan pengelolaan aplikasi *e-commerce* berbasis *web* dengan sangat baik.

Kemudian evaluasi kegiatan sosialisasi hukum transaksi elektronik dan izin usaha juga dilakukan dengan memberikan soal *pretest* dan *posttest* kepada 12 orang peserta pelatihan. Terdapat 20 butir soal yang harus diselesaikan dengan kriteria ketuntasan minimal 80%. Hasil *pretest* dan *posttest* dipaparkan dalam Tabel 2.

Berdasarkan informasi yang dipaparkan pada Tabel 2, diketahui bahwa seluruh peserta pelatihan mendapatkan nilai tuntas dengan persentase minimal 85%, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa 100% peserta sosialisasi memiliki pemahaman hukum tentang transaksi elektronik.

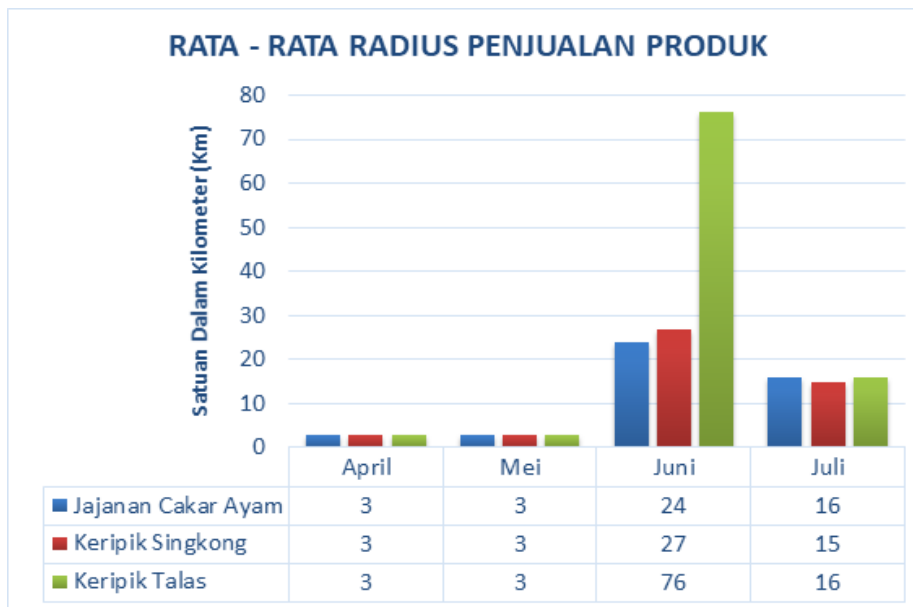
Selanjutnya terkait dengan radius pemasaran produk, dilakukan analisa data penjualan dengan menggunakan aplikasi *google map* untuk mengetahui jarak produk terjual dari lokasi mitra ke lokasi pembeli.

Tabel 1 Hasil *Pretest* dan *Posttest* Pelatihan Aplikasi *E-Commerce*

No	Subjek	Skor <i>Pretest</i>	Nilai (1-100)	Persentase (%)	Ket	Skor <i>Posttest</i>	Nilai (1-100)	Persentase (%)	Ket
1	Pes. 1	6	30	30%	Tidak Tuntas	19	95	95%	Tuntas
2	Pes. 2	4	20	20%	Tidak Tuntas	20	100	100%	Tuntas
3	Pes. 3	5	25	25%	Tidak Tuntas	18	90	90%	Tuntas
4	Pes. 4	8	40	40%	Tidak Tuntas	20	100	100%	Tuntas

Tabel 2 Hasil *Pretest* dan *Posttest* Sosialisasi Hukum Transaksi Elektronik dan Izin Usaha

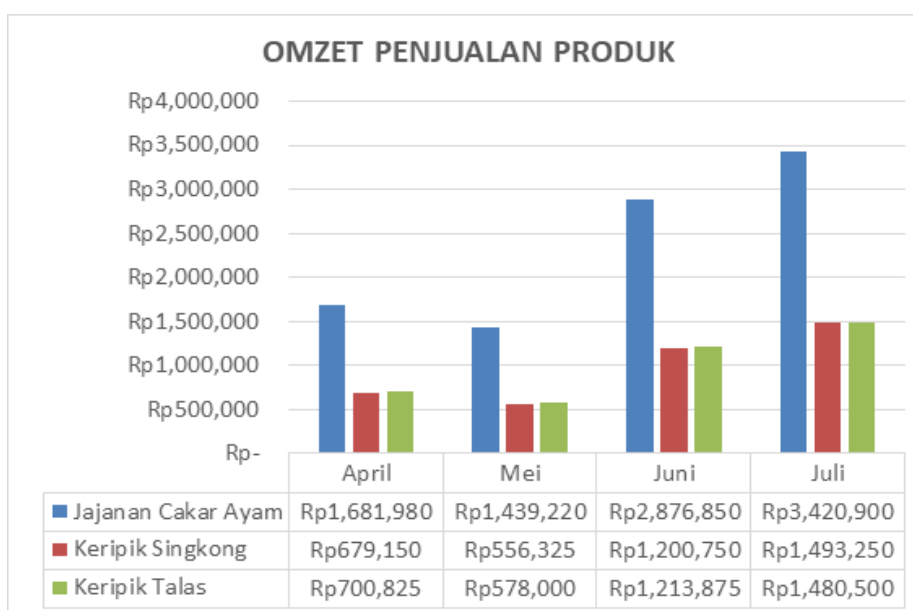
No	Subjek	Skor <i>Pretest</i>	Nilai (1-100)	Persentase (%)	Ket	Skor <i>Posttest</i>	Nilai (1-100)	Persentase (%)	Ket
1	Pes. 1	6	30	30%	Tidak Tuntas	17	85	85%	Tuntas
2	Pes. 2	11	55	55%	Tidak Tuntas	20	100	100%	Tuntas
3	Pes. 3	8	40	40%	Tidak Tuntas	19	95	95%	Tuntas
4	Pes. 4	8	40	40%	Tidak Tuntas	20	100	100%	Tuntas
5	Pes. 5	10	50	50%	Tidak Tuntas	20	100	100%	Tuntas
6	Pes. 6	9	45	45%	Tidak Tuntas	18	90	90%	Tuntas
7	Pes. 7	10	50	50%	Tidak Tuntas	17	85	85%	Tuntas
8	Pes. 8	9	45	45%	Tidak Tuntas	18	90	90%	Tuntas
9	Pes. 9	9	45	45%	Tidak Tuntas	18	90	90%	Tuntas
10	Pes. 10	12	60	60%	Tidak Tuntas	20	100	100%	Tuntas
11	Pes. 11	7	35	35%	Tidak Tuntas	19	95	95%	Tuntas
12	Pes. 12	5	25	25%	Tidak Tuntas	17	85	85%	Tuntas



Gambar 7 Data Rata-Rata Radius Penjualan Produk

Berdasarkan informasi yang terlihat pada Gambar 7, dapat diketahui bahwa terjadi peningkatan rata-rata radius pemasaran pada bulan sebelum dan pasca dilaksanakannya kegiatan PKM ini. Bulan sebelum kegiatan yaitu bulan april dan mei rata-rata radius pemasaran produk pangan tradisional hanya mencapai 3 km, kemudian pada bulan juni terjadi peningkatan yang sangat signifikan. Produk pangan jajanan cakar ayam mendapatkan angka rata-rata 24 km, keripik singkong mendapatkan angka rata-rata 27 Km dan keripik talas mendapatkan angka rata-rata 76 km. Namun dibulan berikutnya

pada bulan juli, terjadi penurunan angka rata-rata radius pemasaran produk. Produk pangan jajanan cakar ayam mendapatkan angka rata-rata 16 km, keripik singkong mendapatkan angka rata-rata 15 km dan keripik talas mendapatkan angka rata-rata 16 km. Berdasarkan pengamatan oleh tim pengabdian, hal ini disebabkan oleh ditetapkannya provinsi Bali sebagai daerah dengan status PPKM Darurat pada bulan Juli, sehingga terjadi pembatasan-pembatasan yang sangat ketat terhadap aktifitas masyarakat di masa Pandemi *Covid-19* ini. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa, media pemasaran



Gambar 8 Data Omzet Penjualan Produk



menggunakan aplikasi *e-commerce*: “Toko Pangan” berhasil meningkatkan angka rata-rata radius pemasaran produk yang awalnya ditetapkan pada angka minimal 10 km.

Kemudian untuk omset penjualan juga dilakukan analisa data pada bulan sebelum dan pasca dilaksanakannya kegiatan PKM ini.

Omzet merupakan pendapatan bersih yang didapatkan oleh mitra. Berdasarkan analisa data, omzet yang didapatkan oleh mitra untuk penjualan semua jenis produk pangan mengalami peningkatan pasca dilaksanakannya kegiatan PKM ini. Sebelum dilaksanakannya kegiatan pada bulan April dan Mei, mitra mendapatkan omzet sebesar Rp. 5.635.500 untuk semua jenis produk pangan, kemudian pasca dilaksanakannya kegiatan pada bulan Juni dan Juli, mitra mendapatkan omzet sebesar Rp. 11. 686.125 untuk semua jenis produk pangan. Sebaran omzet per bulan dapat dilihat pada Gambar 8. Sehingga, dapat ditarik kesimpulan omzet mitra mengalami peningkatan sebesar 207%. Angka ini melampaui persentase yang ditargetkan oleh tim pengabdian yaitu minimal 50%.

Meskipun hasil analisa data yang dipaparkan pada Gambar 7 menunjukkan penurunan rata-rata radius pemasaran di bulan Juli, omzet mitra tetap mengalami peningkatan di bulan tersebut. Dari hasil pengamatan tim pengabdian, hal ini disebabkan oleh beberapa

faktor, diantaranya: (1) sudah mulai dikenalnya aplikasi *e-commerce* oleh mesin pencarian *web*: <https://www.google.com/>, dengan kata kunci “toko pangan” sehingga banyak masyarakat yang mengetahui keberadaan aplikasi *e-commerce* “Toko Pangan”, (2) terjadi perubahan perilaku masyarakat akibat kejenuhan pembatasan-pembatasan dimasa PPKM di Provinsi Bali, (3) sudah tersebarnya informasi dari mulut ke mulut tentang kemudahan bertransaksi pada aplikasi *e-commerce*, dan (4) terjadi peningkatan produksi akibat pembaharuan alat-alat produksi. Secara rinci hasil penjualan secara online dan konvensional akan dipaparkan pada Gambar 9 dan Gambar 10.

Berdasarkan data yang dipaparkan pada Gambar 9, terlihat bahwa terjadi penurunan omset penjualan pada setiap bulannya. Bahkan pada bulan pasca dilaksanakan kegiatan PKM ini terjadi penurunan yang sangat signifikan, yaitu pada bulan Juni dan Juli. Penurunan ini disebabkan oleh beralihnya pelanggan mitra untuk bertransaksi menggunakan aplikasi *e-commerce*. Kenyataan ini dikuatkan dengan data yang dipaparkan pada Gambar 10. Pada hasil penjualan produk secara *online* mengalami peningkatan yang sangat signifikan untuk semua jenis produk yang dipasarkan disetiap bulannya. Sehingga dapat ditarik kesimpulan penggunaan media pemasaran *online* dengan aplikasi *e-commerce* berkorelasi positif terhadap omset mitra.



Gambar 9 Data Hasil Penjualan Produk dengan Pemasaran Konvensional



Gambar 10 Data Hasil Penjualan Produk Dengan Pemasaran *Online*

### Solusi Masalah Bidang Produksi

Kegiatan ini dilaksanakan berupa pelatihan penggunaan alat-alat produksi untuk menghasilkan produk pangan, diantaranya mesin perajang serbaguna, mesin spiner peniris minyak, kompor *high pressure*, dan beberapa peralatan pendukung lainnya. Kegiatan ini diikuti oleh 12 orang anggota mitra.

Evaluasi kegiatan pelatihan penggunaan alat-alat produksi dilakukan dengan memberikan soal *pretest* dan *posttest* kepada 12 orang peserta pelatihan. Terdapat 20 butir soal yang harus diselesaikan dengan kriteria ketuntasan minimal 80%. Hasil *pretest* dan *posttest* dipaparkan dalam Tabel 3.



Gambar 11 Pelatihan Penggunaan Alat Produksi



Gambar 12 Produk Pangan yang Dihasilkan



Gambar 13 Foto Bersama Diakhir Kegiatan

Tabel 3 Hasil *Pretest* dan *Posttest* Pelatihan Alat-Alat Produksi

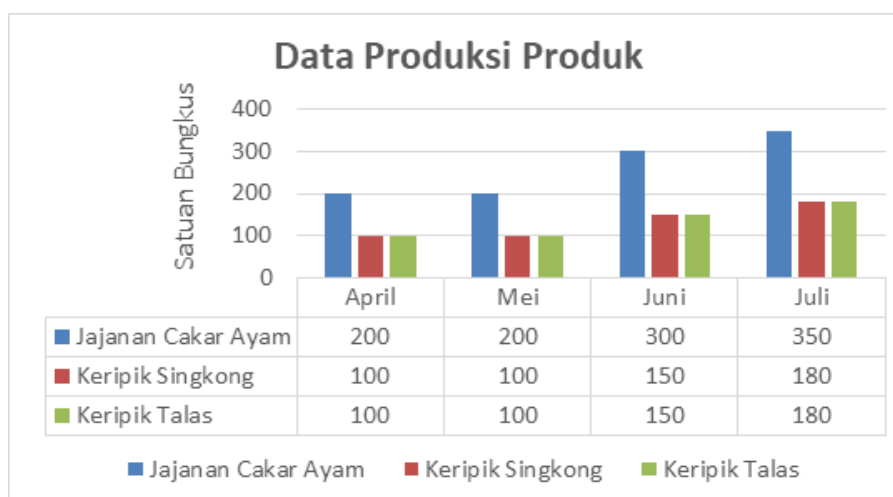
No	Subjek	Skor <i>Pretest</i>	Nilai (1-100)	Persentase (%)	Ket	Skor <i>Posttest</i>	Nilai (1-100)	Persentase (%)	Ket
1	Pes. 1	8	40	40%	Tidak Tuntas	19	95	95%	Tuntas
2	Pes. 2	5	25	25%	Tidak Tuntas	19	95	95%	Tuntas
3	Pes. 3	5	25	25%	Tidak Tuntas	19	95	95%	Tuntas
4	Pes. 4	7	35	35%	Tidak Tuntas	18	90	90%	Tuntas
5	Pes. 5	6	30	30%	Tidak Tuntas	20	100	100%	Tuntas
6	Pes. 6	5	25	25%	Tidak Tuntas	20	100	100%	Tuntas
7	Pes. 7	9	45	45%	Tidak Tuntas	20	100	100%	Tuntas
8	Pes. 8	10	50	50%	Tidak Tuntas	20	100	100%	Tuntas
9	Pes. 9	6	30	30%	Tidak Tuntas	19	95	95%	Tuntas
10	Pes. 10	9	45	45%	Tidak Tuntas	18	90	90%	Tuntas
11	Pes. 11	9	45	45%	Tidak Tuntas	18	90	90%	Tuntas
12	Pes. 12	8	40	40%	Tidak Tuntas	20	100	100%	Tuntas

Berdasarkan informasi yang dipaparkan pada Tabel 3, diketahui bahwa seluruh peserta pelatihan mendapatkan nilai tuntas dengan persentase minimal 90%, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa 100% peserta pelatihan dapat menggunakan peralatan produksi dengan sangat baik.

Selanjutnya dilaksanakan analisa data untuk kapasitas produksi produk setiap bulan yang dihasilkan oleh mitra sebelum dan pasca dilaksanakannya kegiatan PKM ini.

Pasca dilaksanakannya kegiatan PKM ini, mitra dapat meningkatkan kapasitas produksi untuk setiap produk pangan dengan sebaran data yang ditunjukkan pada Gambar 12. Pada bulan April dan Mei, mitra hanya mampu memproduksi

produk pangan jajanan cakar ayam masing-masing 200 bungkus, produk pangan keripik singkong masing-masing 100 bungkus serta produk pangan keripik talas juga masing-masing 100 bungkus. Peningkatan terjadi pada bulan Juni dan Juli, yaitu jajanan cakar ayam meningkat menjadi 300 bungkus dibulan Juni, 350 bungkus dibulan Juli, keripik singkong meningkat menjadi 150 bungkus dibulan Juni, 180 bungkus dibulan Juli dan keripik talas juga meningkat menjadi 150 bungkus dibulan Juni, 180 bungkus dibulan Juli. Sehingga dapat ditarik kesimpulan kapasitas produksi mitra mengalami peningkatan sebesar 164% pasca dilaksanakan kegiatan PKM. Angka ini melampaui persentase yang ditargetkan oleh tim pengabdian yaitu minimal 50%.



Gambar 14 Data Produksi Produk

## Solusi Masalah Bidang Hukum

Kegiatan ini dilaksanakan berupa pendampingan secara berkala kepada mitra untuk pengurusan Surat Izin Usaha Mikro dan Kecil ke kantor Camat Kecamatan Banjar. Kegiatan ini diawali dengan pengurusan Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) di Kantor Pajak Pratama Singaraja, kemudian menyiapkan seluruh berkas persyaratan yang dibutuhkan. Kegiatan ini dilaksanakan dalam rentang waktu 1 bulan. Sehingga saat ini mitra berhasil memiliki Surat Izin Usaha Mikro dan Kecil untuk usaha dengan nomor: IUMK/46/CAMAT BANJAR/2021, sebagai bukti legalitas usaha yang dijalankan.

## 4. SIMPULAN

Dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa 100% anggota mitra terpilih dapat melakukan pengelolaan aplikasi *e-commerce* berbasis *web* dengan sangat baik sebagai media pemasaran produk, sehingga terjadi peningkatan rata-rata radius pemasaran produk pasca dilaksanakannya kegiatan PKM ini. Produk jajanan cakar ayam terjadi peningkatan rata-rata radius pemasaran menjadi 24 km dibulan Juni, 16 km dibulan Juli, keripik singkong 27 km dibulan Juni, 15 km dibulan Juli dan keripik talas 76 km dibulan Juni, 16 km dibulan Juli. Angka rata-rata radius pemasaran produk ini jauh melampaui angka minimal yang ditetapkan oleh tim pengabdian yaitu rata-rata 10 km dari

lokasi mitra. Sehingga hal ini berkorelasi positif terhadap peningkatan omset mitra dengan angka persentase 207%. Selanjutnya dari hasil sosialisasi hukum transaksi elektronik dan izin usaha serta pelatihan alat produksi diketahui 100% anggota mitra memahami hukum transaksi elektronik dan izin usaha serta dapat menggunakan alat-alat produksi dengan sangat baik. Kapasitas produksi produk pangan yang dihasilkan mitra juga mengalami peningkatan sebesar 164%, serta untuk menunjang legalitas usaha yang dilakukan, KWT Sari Tunjung Mekar telah memiliki Surat Izin Usaha Mikro dan Kecil dengan nomor: IUMK/46/CAMAT BANJAR/2021. Saran yang dapat disampaikan dari keseluruhan kegiatan ini adalah selain menggunakan aplikasi *e-commerce* sebagai media pemasaran *online*, penggunaan media sosial seperti Facebook, Instagram, dan Twitter sebagai media promosi dan pemasaran produk merupakan pilihan yang patut dicoba untuk mendapatkan omset yang lebih maksimal.

## 5. PERSANTUNAN

Ucapan terima kasih dan apresiasi diberikan kepada berbagai pihak yang telah berkontribusi dalam pelaksanaan kegiatan ini yakni kepada tim mahasiswa, pembantu lapangan, serta UMKM mitra yang sangat kooperatif selama pelaksanaan kegiatan. Ucapan terima kasih secara khusus diberikan sebesar-sebesarnya terutama kepada BRIN sebagai pemberi dana program pengabdian kepada masyarakat ini.

## REFERENSI

- Alwendi. (2020). "Penerapan *E-Commerce* dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha." *Jurnal Manajemen Bisnis* 17(3):317. doi: 10.38043/jmb.v17i3.2486.
- Astuti, Panji Deoranto, Retno. (2017). "Peningkatan Kapasitas Produksi Pangan Olahan pada Kelompok Usaha Produktif di Kecamatan Srengat, Kabupaten Blitar." *TEKNOLOGI PANGAN: Media Informasi Dan Komunikasi Ilmiah Teknologi Pertanian* 8(2):180–87. doi: 10.35891/tp.v8i2.906.
- Atika. (2020). "Jangan Sepelekan Manfaat Talas Bagi Kesehatan." *Klikdokter*. Retrieved (<https://www.klikdokter.com/info-sehat/read/3617899/jangan-sepelekan-manfaat-talas-bagi-kesehatan>).
- Hanifawati, Tri Listyaningrum, Ratna Sari. (2021). "Peningkatan Kinerja UMKM Selama Pandemi *Covid-19* melalui Penerapan Inovasi Produk dan Pemasaran Online." *Warta LPM* 24(3):412–26.
- Hernianti, Andi Nurlinda, and Sumiaty. (2021). "Kerupuk Singkong Ebi Biji Labu Kuning terhadap Kualitas Tidur pada Mahasiswa Soppeng." *Window of Public Health Journal* 01(04):327–32. doi: 10.33096/woph.v1i4.163.

- Insani, Salman Faris, Ariyani Wahyu Wijayanti, and Bambang Nur Cahyaningrum. (2020). "Pendampingan Pelaksanaan *Survey* Kepuasan Pelanggan pada *Coffee Shop* Cekopi di Mendungan, Kartasura." *Warta LPM* 23(2):94–104. doi: 10.23917/warta.v23i2.9332.
- Rany Puspita Dewi, Sri Hastuti, Herru Santosa Budiono. (2021). "Penerapan Mesin Pamarut Singkong untuk Meningkatkan Produktivitas Usaha Makanan Tradisional 'Gebleg' di Kota Magelang." *Warta LPM* 24(2):331–41.
- Rongiyati, Sulasi. (2019). "Pelindungan Konsumen dalam Transaksi Dagang melalui Sistem Elektronik *Consumer Protection in E-Commerce*." *Negara Hukum* 10(1):1–25.
- Shabrina, Andisa. (2021). "Mengenal Kandungan Nutrisi dan Manfaat Singkong." *Hallosehat*. Retrieved (<https://hellosehat.com/nutrisi/fakta-gizi/nutrisi-dan-manfaat-singkong/>).
- Sofyan, Aan, and Naziela Eldiana Husna AZ. (2019). "Kadar Zat Besi (Fe) Dan Daya Terima Flakes Talas (*Colocasia Esculenta* (L.) Schott) Dengan Substitusi Bayam (*Amaranth Sp.*)" *Jurnal Gizi* 8(2):95. doi: 10.26714/jg.8.2.2019.95-105.
- Wibawa, Anak Agung Bagus Putra. (2019). "Pembuatan Surat Izin Usaha Perdagangan Bagi Perseroan Terbatas Dengan Terbitnya Peraturan Pemerintah Nomor 29 Tahun 2016." *Acta Comitatus* 4(3):364. doi: 10.24843/ac.2019.v04.i03.p02.