

Pelatihan Membuat Selai Tomat dan Pemberdayaan UMKM Dengan Mengoptimalkan Media Sosial di Era Globalisasi di Dusun Batu Balay, Desa Borogojol, Kecamatan Lemah Sugih, Majalengka

Wahyu Nengsih, Agita Salfayanti
Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta
Email :Wahyu.nengsih@uinjkt.ac.id

Abstrak

Di era Globalisasi yang sudah sangat maju, tidak menampik pula bahwasanya terdapat masyarakat yang masih tertinggal dalam menggunakan media sosial. Pada saat ini media sosial sudah menjadi bagian dari masyarakat khususnya dalam proses jual beli. Maka dengan adanya pemberdayaan yang modern, dengan fokus kepada UMKM. Diharapkan agar pelaku UMKM di Dusun Batu Balay dapat menggunakan media sosial menjadi lading berusaha. Terdapat beberapa anggota UMKM yang ada di Dusun Batu Balay yang masih mempromosikan usahanya secara tradisional. Akibatnya, pasar jual yang tidak luas serta tidak ada ciri khas dari *packaging* mereka. Oleh karena itu diperlukan pengetahuan serta pelatihan agar nantinya pelaku UMKM siap menghadapi pasar global dan masyarakat akan terus meningkat kualitas produknya dan meningkatkan kapasitas produksinya. Tujuan dari Pemberdayaan UMKM dan mengetahui sejauh mana masyarakat Dusun Batu Balay mengoptimalkan media sosial sebagai media pemasaran, kemudian agar masyarakat dapat mandiri sehingga nantinya muncul inovasi terbaru yang dapat meningkatkan taraf hidup masyarakat, serta dengan adanya pelatihan membuat selai tomat diharapkan agar masyarakat dapat memanfaatkan sumber daya alam yang ada agar dapat memiliki nilai. Dengan menggunakan Metode PAR (*Participatory Action Research*) penelitian ini pada dasarnya melibatkan secara aktif pihak *stakeholders* dalam mengkaji tindakan yang sedang berlangsung dalam rangka melakukan perubahan kearah yang lebih baik dan landasan utamanya merupakan gagasan dari rakyat. Hasil pemberdayaan yang dilaksanakan oleh Mahasiswa Praktikum II adalah memberikan desain kemasan, dan *Banner* kepada pelaku UMKM, serta pelatihan membuat selai tomat kepada Ibu-Ibu PKK mendapatkan respon yang baik.

Kata kunci: Pemberdayaan, UMKM, Media Sosial, Pemasaran

Abstract

In the highly advanced era of globalization, it is also not denied that there are people who are still lagging behind in using social media. At this time social media has become part of society, especially in the buying and selling process. So with modern empowerment, with a focus on MSMEs. It is hoped that MSME actors in Batu Balay Hamlet can use social media to become business owners. There are several UMKM members in Batu Balay Hamlet who still promote their businesses in the traditional way. As a result, the selling market is not extensive and there is no distinctive feature from their packaging. Therefore knowledge and training are needed so that later MSME actors are ready to face the global market and society will continue to improve the quality of their products and increase their production capacity. The aim of empowering MSMEs is to find out how far the people of Batu Balay Hamlet are optimizing social media as a marketing medium, so that the community can be independent so that the latest innovations will emerge that can improve people's living standards, and with training in making tomato jam it is hoped that people can take advantage of natural resources. nature that exists in order to have value. By using the PAR (*Participatory Action Research*) method, this research basically actively involves stakeholders in studying ongoing actions in order to make changes for the better and the main foundation is the

ideas of the people. The results of the empowerment carried out by Practicum II students were to provide packaging designs and banners to MSME actors, as well as training in making tomato jam for PKK mothers who received a good response.

Keywords : Empowerment, MSMEs, Social Media, Marketing

PENDAHULUAN

Di era globalisasi, pelaku usaha memanfaatkan UMKM untuk membantu konsumen memanfaatkan teknologi baru, sehingga menghasilkan salah satu manfaat terpenting bagi pelaku usaha dan salah satu manfaat terpenting bagi UMKM yang dapat diterapkan secara global. Teknologi saat ini meningkatkan kualitas produk untuk tujuan penggunaan. Namun, terlepas dari ini, keadaan yang dimaksud berfokus pada jumlah orang yang relatif kecil, sehingga lebih mudah bagi bisnis untuk menghasilkan uang. Di era digital ini, industri media mengikuti tren komunikasi. Istilah "media sosial" mengacu pada berbagai media *online*. Masyarakat umum bebas untuk berpartisipasi, berdiskusi, dan mengomentari bentuk media ini. Blog, situs media sosial, adalah contoh platform media sosial yang sering digunakan oleh individu di seluruh dunia. Ada beberapa platform media sosial yang sedang berkembang saat ini, antara lain *WhatsApp, Instagram, Facebook, YouTube, Tik-Tok* dan lainnya. Individu memiliki berbagai alasan untuk menggunakan media.

Melihat perkembangan media sosial yang sudah sangat maju, hal ini berimbas dengan adanya pengaruh pada sektor ekonomi. Dengan cara yang sama teknologi dan komunikasi berubah, media menjadi wadah dalam membuat konten unik yang digunakan oleh masyarakat umum, dan beberapa masyarakat yang bekerja di media membuat konten unik untuk tujuan informasi. Salah satu bentuk terpenting dari media sosial memiliki banyak potensi untuk membentuk masa depan. Media dapat digunakan untuk berkomunikasi dengan bisnis, mempromosikan produk dan layanan, berkomunikasi dengan anggota masyarakat dan pers, memasarkan barang, mendistribusikan informasi, dan memfasilitasi transaksi *online*.

Dusun Batu Balay, Desa Borogojol, Kecamatan Lemah Sugih, Majalengka, merupakan salah satu dusun di Jawa Barat yang memiliki suhu kisaran 18 °C - 26 °C yang memang sangat cocok untuk komoditas pertanian. Tomat adalah salah satu produk yang banyak dihasilkan oleh daerah ini. Pelatihan pembuatan selai tomat ini perlu dilakukan karena dapat memberikan beberapa manfaat utama bagi para petani. Pertama, pengolahan hasil bumi mentah kedalam bentuk selai menjadikan nilai ekonomi dari produk tersebut meningkat berkali lipat. Selain itu, ini juga akan memberikan kesempatan setiap petani untuk dapat bertahan dalam pola musim dimana panen tomat yang melimpah tidak akan menjadikan nilai produk itu turun di pasaran karena telah dilakukan pengolahan kedalam bentuk selai yang daya jual dan juga ketahanan produk menjadi lebih tinggi. Hal ini tentu

akan memberikan dampak besar terhadap perekonomian masyarakat petani tomat. Kedua, pelatihan selai tomat juga akan memberikan peluang kerja baru bagi Masyarakat terutama pada kaum perempuan untuk dapat bekerja dan produktif secara ekonomi, sosial, dan juga kemandirian tanpa bergantung pada kepemilikan lahan dan juga musim. Ketiga, pelatihan pembuatan selai tomat ini akan memberikan kontribusi untuk menarik investor untuk menanamkan modal di daerah tersebut dengan integrasi media sosial dalam proses pembuatan, penjagaan mutu, riset dan pengembangan, dan juga pemasaran produk selai tomat yang dihasilkan.

Selain itu, era globalisasi saat ini juga disebut sebagai Era Ekonomi Digital dan Era Ekonomi Baru. Sistem ekonomi saat ini didasarkan pada penggunaan teknologi informasi dalam proses membangun sistem ekonomi. Teknologi informasi ini diwakili oleh model promosi produk yang digunakan oleh Facebook dan Instagram untuk Mikro, Kecil, dan Menengah. Jika dibandingkan dengan sistem manual digital, sistem digital atau *online* ini lebih praktis, sederhana, dan kecil kemungkinan untuk rusak dibandingkan dengan sistem digital atau online. Namun, kedua sistem memiliki efek positif dan negatif (Abidin Achmad et al., 2020). Masalah yang terjadi pada UMKM di Dusun Batu Balay ialah terdapat produk kemasan yang tidak terdapat ciri khas, dan dipasarkan secara tradisional. Sedangkan di zaman yang sudah maju semua orang menggunakan media sosial sebagai proses jual beli. Maka dengan adanya Praktikum di Dusun Batu Balay ini, kami mahasiswa penuh harapan agar pelaku UMKM dapat memiliki nilai jual yang tinggi pada produk UMKM mereka. Sosial media akan menjadi solusi dari persoalan masyarakat petani di dusun ini disebabkan karena kebutuhan pemasaran yang dapat menembus jarak diperlukan untuk memberikan edukasi baik pada calon konsumen maupun calon investor. Media social juga menjadi salah satu sarana Pendidikan yang efektif terhadap petani-petani lain untuk juga ikut bergerak mendirikan UMKM baru dan mendapatkan ilmu proses pembuatan secara mudah dan murah.

Kemudian, media sosial dapat memberikan dampak yang signifikan terhadap bisnis, memungkinkan untuk identifikasi audiens target, penyampaian komunikasi yang tepat waktu, pengumpulan informasi yang diperlukan untuk menentukan objek audiens target, kehadiran audiens target, interaksi antara audiens target dan audiens target, reputasi audiens target dalam audiens target, dan penargetan kelompok audiens target. Distribusi berbasis teknologi dapat meningkatkan kualitas produk baik bagi pengguna akhir maupun konsumen. Maka untuk memberikan informasi tersebut, media kelembagaan sering disebut dengan UMKM. Karena kualitas media yang menjadi arus utama yang tinggi, dan masyarakat cenderung mengakses informasi melalui *internet*. Akibat tidak semua masyarakat dapat memahami dan tidak efektif dalam menggunakan internet sebagai lahan berbisnis, dengan demikian dilaksanakan pemberdayaan UMKM melalui media sosial. Oleh

karena itu, UMKM Gula Aren di Dusun Batu Balay harus menerapkan sistem digital atau online agar produk dapat dikenal oleh pelanggan, dan pemesanan harus dilakukan secara *online*.

Maka dari itu tujuan Pemberdayaan UMKM dan mengetahui sejauh mana masyarakat Dusun Batu Balay mengoptimalkan media sosial sebagai media pemasaran, kemudian agar masyarakat dapat mandiri sehingga nantinya muncul inovasi terbaru yang dapat meningkatkan taraf hidup masyarakat, serta dengan adanya pelatihan membuat selai tomat diharapkan agar masyarakat dapat memanfaatkan sumber daya alam yang ada agar dapat memiliki nilai jual. Media sosial dapat berkontribusi dalam proses promosi dan penjualan yang dilakukan UMKM untuk mempromosikan produk dan menekan biaya yang tidak terlalu mahal. Namun, ada banyak bentuk UMKM yang cenderung diabaikan oleh media arus utama untuk menyebarkan berita. Dengan adanya kegiatan praktikum II yang dilaksanakan oleh Mahasiswa angkatan 2019 Jurusan Pengembangan Masyarakat Islam, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta di Dusun Batu Balay, Desa Borogojol, Kec Lemah Sugih , Majalengka. Sebaliknya, bentuk-bentuk UMKM ini menggunakan cara yang lebih tradisional, yaitu mendistribusikan produk ke konsumen yang memiliki berbagai kebutuhan. Istilah "bias" mengacu pada penggunaan seseorang atas pengetahuan orang lain tentang promosi UMKM Melalui Media Sosial. Dengan Tema dari pemberdayaan masyarakat ini adalah **“Pelatihan Membuat Selai Tomat dan Pemberdayaan UMKM dengan Mengoptimalkan Media Sosial di Era Globalisasi di Dusun Batu Balay, Desa Borogojol, Kecamatan Lemah Sugih, Majalengka.”**

TINJAUAN PUSTAKA

Definisi UMKM Berdasarkan Nomor 20 Tahun 2008 Definisi UMKM berikut dikembangkan untuk konferensi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM): Dalam hal Undang-Undang dalam hal ini, Usaha Mikro adalah anggota produktif dari suatu sekelompok besar orang dan/atau orang jahat. Istilah "Usaha Menengah" mengacu pada unit ekonomi produktif yang saat ini ada dan dilakukan oleh orang-orang yang bekerja . Unit ini terdiri dari perusahaan atau cabang perusahaan yang dibuat, dibicarakan, atau dibentuk dari bagian baik long dan terkadang tidak langsung dibandingkan dengan "Usaha Kecil" atau "Usaha Besar". Chaffey (2013) mendefinisikan digital marketing sebagai penggunaan teknologi untuk membantu aktivitas pemasaran yang bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan konsumen dengan cara menyesuaikan dengan kebutuhan mereka.

Pada kasus yang sama yaitu *Digital Marketing* sebagai bahan promosi dan pencarian pasar melalui *online*, tentunya dengan memanfaatkan berbagai sarana jejaring sosial, yang digunakan untuk meningkatkan kinerja ekonomi dalam konteks ekonomi saat ini. Pemanfaatan konsep pemasaran berbasis teknologi *computerized (advanced showcase)* memberikan harapan bagi

Jurnal Pelayanan dan Pengabdian Masyarakat (PAMAS)

UMKM untuk berkembang menjadi pusat kekuatan ekonomi. Tujuan UMKM adalah mengkoordinasikan promosi dan distribusi media berbasis digital untuk menjangkau khalayak yang lebih luas. Saat ini, hampir seluruh usaha UMKM atau bahkan usaha restoran dan makanan cepat saji menggunakan media promosi dan media distribusi berbasis *computerized advertising*. (Syukri & Sunrawali, 2022).

Barringer et al (2004) dan *Maine Department of Economy and Communities* (2006), ekonomi kreatif dapat menciptakan kesejahteraan karena dapat menciptakan kesempatan kerja, meningkatkan pendapatan, menciptakan pemerataan, dan mendorong pembaharuan serta memanfaatkan bahan baku lokal. Jenis kreativitas yang membentuk ekonomi kreatif, yaitu Kreativitas ilmu pengetahuan (Scientific creativity); Kreativitas ekonomi (Economic creativity); Kreativitas budaya (Cultural creativity); dan Kreativitas teknologi (Sunariani et al., 2017).

RUMUSAN MASALAH

1. Bagaimana proses pemberdayaan masyarakat melalui Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang dilaksanakan di Dusun Batu Balay?
2. Bagaimana faktor penghambat pemberdayaan masyarakat melalui Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Dusun Batu Balay?
3. Bagaimana faktor pendukung pemberdayaan masyarakat melalui Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Dusun Batu Balay?

TUJUAN

Tujuan mengadakan pemberdayaan adalah untuk:

1. Untuk memudahkan pelaku UMKM Gula Aren agar dapat memanfaatkan media sosial sebagai lahan *marketing* UMKM kepada khalayak luas melalui penjualan secara *online*.
2. Untuk mengetahui sejauh mana pemanfaatan media sosial yang dilakukan oleh masyarakat dalam UMKM di Dusun Batu Balay.
3. Untuk membentuk individu dan masyarakat menjadi mandiri.

METODE

Metode Participatory Action Research (PAR) digunakan dalam proses analisis Sumber Daya, yaitu suatu proses yang digunakan individu dalam perancangan Batu Balay majalengka hingga selesai.

Jurnal Pelayanan dan Pengabdian Masyarakat (PAMAS)

Dari pendamping lain yang akan dilakukan, metode tersebut digunakan dalam proses analisis PAR (Participatory Action Research). Dalam hal ini, PAR adalah metode yang secara aktif melibatkan berbagai pemangku kepentingan dalam proses pencapaian tujuan yang masih diupayakan dalam konteks berbagai kegiatan, dengan pemilik tanah yang mewakili rakyat.

Perangkat Dusun Dalam konteks penelitian ini, perangkat dusun merupakan tipe pihak yang terdiri dari orang penting. Kegiatan penelitian pertama meningkatkan perijinan dari penduduk desa, sehingga lebih mungkin menyebar ke seluruh masyarakat. Perangkat dusun yang terlibat yaitu Kepala Dusun. Anggota keluarga Dusun yang memberikan nasehat dan informasi kepada masyarakat. Selain itu, Kepala Dusun lah yang mengorganisir massa pada pelestarian sisa lahan pertanian saat ini. Salah satu masalah paling umum yang muncul ketika industrialisasi diterapkan adalah mempersulit orang untuk melakukan pekerjaannya.

Masyarakat Desa Batu balay adalah bagian terpenting dari kebangkitan ini karena didasarkan pada setiap gagasan masyarakat harus berpartisipasi dalam penyelesaian masalah. Masyarakat yang terkait dalam permasalahan yang dibahas yaitu masyarakat secara umum mengenai UMKM yang ada, baik yang sudah menjual hasil maupun belum. Dengan keterlibatan masyarakat dalam penyelesaian yang ada pada masyarakat, maka masyarakat dapat ikut serta dalam pelestarian lahan pertanian yang masih tersisa.

1. Pelatihan Packaging
2. Pelatihan dan pendampingan tentang promosi UMKM melalui media sosial Tiktok
3. Seminar Pemberdayaan UMKM Melalui Media Sosial (Pelatihan Pembuatan Selai Tomat)
4. Penyerahan banner sebagai media untuk promosi UMKM

TAHAPAN PEMBERDAYAAN MASYARAKAT

Untuk dapat mengetahui lebih lanjut mengenai UMKM, berikut tahapan yang dilaksanakan pada saat melaksanakan program pemberdayaan UMKM di Dusun Batu Balay, Desa Borogojol, Kec Lemah Sugih, Majalengka. Ada beberapa tahapan yang dilakukan dalam pelaksanaan UMKM Selai tomat yaitu;

Pertama, Tahap Perencanaan. Pada tahap ini proses perencanaan yang dilakukan ialah melihat potensi umkm yang dapat dikembangkan, serta ditentukan pelatihan tersebut dilaksanakan dengan kolaborasi bersama Ibu-Ibu PKK, yang diikuti oleh 20 orang dan dilaksanakan di Balai Desa Borgojol.

Jurnal Pelayanan dan Pengabdian Masyarakat (PAMAS)

Kedua, Tahap Pelaksanaan. Pemberdayaan melalui pelatihan pembuatan Selai Tomat di UMKM Dusun Batu Balay yang dilaksanakan di Balai Desa. Materi pelatihan yang disampaikan seperti pemilihan bahan baku yang baik, kemudian cara pengolahan selai tomat, praktek pengemasan, sampai dengan cara peluncurannya pemasarannya sudah terlaksana. Hal ini dikarenakan data yang dikumpulkan dari Pelatihan Pembuatan Selai Tomat, dan Ibu-Ibu PKK sebagai hasil dari data ini akan membantu menentukan metode budidaya tomat. Proses pemberdayaan dilakukan oleh Mahasiswa UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, mengajarkan Ibu-Ibu bagaimana memulai pembuatan selai tomat, dan produsen produk yang dapat dipromosikan melalui media sosial. Karena dilakukan dan diselesaikan dengan menggunakan berbagai metode, termasuk alat, bahan, petunjuk, dan lainnya, prosedur ini berpotensi meningkatkan hasil secara signifikan. Pelatihan pembuatan selai tomat mendapatkan respon yang positif. Hal ini terlihat pada perubahan pengetahuan dan keterampilan serta tingkah laku peserta pelatihan.



Gambar 1. Pelatihan Pelaksanaan Bersama Ibu-Ibu PKK

Tahap terakhir yang dilakukan ialah, tahap evaluasi yang dilakukan sebagai bagian dari analisis ekonomi yang dilakukan oleh UMKM. Tujuan evaluasi adalah untuk menentukan proses tertentu yang akan dilakukan antara sekarang dan nanti. Pada tahap ini kami melakukan evaluasi terhadap kegiatan-kegiatan yang telah kami lakukan bahwasanya banyak ibu PKK yang termotivasi membuat selai tomat ini dan mencobanya di rumah masing-masing kemudian mereka pasarkan kepada teman-teman mereka, yang kemudian para petani gula aren memiliki kemasan yang baru dan bagus serta aman untuk makanan sehingga mereka bisa menjual produk yang mereka produksi dengan harga yang lebih tinggi. Kemudian para pelaku UMKM yang kami berikan banner mereka

bisa lebih dikenal oleh masyarakat yang melalui kawasan mereka. Sehingga penjualan yang mereka lakukan dapat meningkat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

“Pelatihan Membuat Selai Tomat dan Pemberdayaan UMKM dengan Mengoptimalkan Media Sosial di Era Globalisasi di Dusun Batu Balay, Desa Borogojol, Kecamatan Lemah Sugih, Majalengka” yang diselenggarakan pada hari Senin, 26 September 2022 di Balai Desa Borogojol, kec Lemah Sugih, Majalengka. Pemberdayaan yang dilaksanakan merupakan sebuah awalan dengan memiliki tujuan untuk memberdayakan pelaku UMKM di Dusun Batu Balay, Desa Borogojol, Kec. Lemah Sugih, Majalengka. Dengan mengoptimalkan media sosial sebagai media promosi. Patut dicatat bahwa sejumlah orang bekerja sebagai petani, dan dengan berbagai keterampilan lainnya.

Menurut Wardhana (2015), strategi yang dikenal dengan digital marketing memiliki tingkat keberhasilan hingga 78% untuk menjangkau target audiens UMKM. Teknologi dapat digunakan untuk membangun sistem UMKM yang sudah ada dan membantu pemangku kepentingan bekerja sama untuk memajukan UMKM secara umum. Sistem UMKM yang dikembangkan dapat diimplementasikan melalui keterlibatan pemangku kepentingan dan kemajuan teknologi. Dengan memanfaatkan teknologi UMKM diajak untuk membentuk suatu kerangka pikir agar bertindak lokal dalam menghadapi persaingan periode industri 4.0 (Pasaribu, 2021).

Dalam pemberdayaan ini, terdapat pelaku UMKM Gula Aren Mang Yono sebagai petani aren, untuk melihat proses pengambilan aren sampai dengan proses pembuatan dan pengemasan. Yang menjadi fokus kami pada tahap ini adalah, mempromosikan UMKM tersebut ke aplikasi Tik-Tok serta product packaging. Dengan harapan agar gula aren Mang Yono ini dapat dikenal tidak hanya di dusun Batu Balai saja namun keseluruh Indonesia. Hasil dari pemberdayaan yang kami lakukan dengan melihat luasnya jangkauan media social saat ini, kami pun membagikan kegiatan kami selama melaksanakan pemberdayaan di gula aren Mang Yono ke dalam aplikasi Tik Tok yang bernama @umkmbatubalay, dan kami mendesain produk kemasan agar produk Gula Aren Mang Yono memiliki ciri khas dan lebih modern lagi.

Selain itu kami juga mendatangi UMKM lain diantaranya Jamur Tiram Coklat milik Pak Marsono, berbeda dengan Mang Yono yang memanfaatkan sumber daya alam yang sudah ada, UMKM Jamur Tiram milik Pak Marsono benar-benar dibuat dari 0, sempat gagal namun Pak Marsono tidak putus asa begitu saja. Selama 2 Tahun mempelajari ilmu-ilmu pembuatan Jamur Tiram, kini Pak Marsono dapat menikmati hasil jerih payah nya selama 2 Tahun. Hasil yang didapat pada pembudidayaan Jamur Tiram Coklat, di lokasi tempat pengolahan Jamur belum ada banner yang

menunjukkan lokasi tersebut sebagai tempat UMKM Jamur Tiram Coklat, sehingga kami mendesain banner tersebut dengan harapan dapat dikenal oleh masyarakat luas.

Pada pemberdayaan ini kami tidak hanya berpatokkan pada UMKM yang telah ada, namun kami berkolaborasi bersama Ibu-ibu PKK dengan melaksanakan pelatihan membuat selai tomat. Untuk dapat mengolah tomat, setelah melakukan perbincangan kami pun berinisiatif untuk membuat Selai dari bahan dasar Tomat. Melihat harga dan permintaan tomat yang sedang turun di pasaran, mengakibatkan banyak tomat yang membusuk dan terbuang begitu saja, maka sangat disayangkan karena hal tersebut menjadi sebuah UMKM.

Tomat merupakan salah satu tanaman hortikultura yang digolongkan ke dalam sayuran buah. Istilah "tomat" mengacu pada jenis sayuran yang dapat ditemukan baik di masa sekarang maupun masa depan. Sebagai peringatan, tomat mengandung berbagai vitamin dan mineral, yang terpenting adalah vitamin C. Mengonsumsi tomat meningkatkan risiko penyakit jantung dan meningkatkan kemungkinan berbagai penyakit. Tomat yang enak bercirikan lalapan dan minuman jus. Menurut Hasbullah (2001) selai adalah bahan dengan konsistensi gel atau semi gel yang dibuat dari bubur buah. Dalam pembuatan selai digunakan gula sebagai bahan utamanya. Gula biasanya digunakan sebagai bahan pemanis makanan. Gula disini juga berfungsi sebagai pengawet makanan yang menghambat pertumbuhan mikroba masuk ke dalamnya. Penambahan gula dalam proses pembuatan selai bertujuan untuk memperoleh tekstur, ketampakan dan flavor yang baik (Ariska Fitri Astuti, Dewi Larasati, 2022).

Hasil yang didapat seperti bahan diantaranya:

1. 1/2 Kilogram Buah Tomat
2. sdm air perasan jeruk
3. sdm Gula Putih
4. sdt Garam
5. liter Air Mineral
6. sdt kayu manis

Hasil pengamatan proses pembuatan :

1. Potong semua buah tomat, kemudian keluarkan biji yang terdapat di dalamnya.
2. Masukkan air sebanyak 1,5 liter ke dalam panci, kemudian masukan semua tomat yang telah dipotong ke dalam panci.
3. Tunggu sampai tomat agak lunak, kemudian keluarkan dari panci. Setelah itu sisihkan buah tomat kedalam sebuah wadah.
4. Kupas kulit yang terdapat pada tomat.

5. Setelah dikupas, masukan kedalam wajan untuk dimasak.
6. Masukan gula sebanyak 250 gram atau $\frac{1}{4}$
7. Masukan air perasan jeruk sebanyak 1 sdm
8. 1 sdm garam
9. Setelah bahan tercampur aduk rata menggunakan api kecil
10. Aduk terus adonan agar tidak gosong
11. Selai tomat siap dihidangkan.



Gambar 2. Olahan Selai Tomat

Kegiatan ini ditujukan pada Ibu-Ibu PKK yang juga sebagian besarnya merupakan petani, dengan tujuan agar kemampuan *skill* yang sudah dilatih, nantinya berdampak positif dan dapat mengembangkan usaha selai tomat dan tentunya sudah mengerti dalam menyampaikan produk kepada konsumen. Pada pelatihan ini para Ibu-Ibu diberikan ilmu tata cara pembuatan selai tomat sampai dengan cara mempromosikan melalui media sosial, tentunya hal tersebut memudahkan para Ibu-Ibu karena tidak perlu membayar tempat sewa dan lainnya.

Dengan harapan yang cukup luas dengan adanya pemberdayaan serta pelatihan ini, masyarakat Desa Borogojol. Dapat memanfaatkan kekayaan alam yang sudah ada, dan menjadikan hal tersebut menjadi sumber pendapatan baru, sehingga hal tersebut juga dapat menjadi ciri khas sebuah Desa yang nantinya menjadi maju dan menarik perhatian masyarakat luas. Respon yang didapati oleh masyarakat setelah adanya pemberdayaan dan pelatihan ini sangat baik, dan sangat tertarik terhadap produk olahan selai tomat maupun promosi UMKM di media sosial.

KESIMPULAN

Dari kenyataan yang ada bahwa UMKM harus melakukan musyawarah dengan masyarakat termasuk kelurahan agar membantu mengatasi segala permasalahan modal dalam rangka membeli bahan baku, dengan cara tersebut diharapkan agar mendapatkan solusi yang tepat guna meningkatkan kesejahteraan pelaku UMKM di Desa Borogojol. Pada saat ini media sosial memiliki peran penting dan target pasar yang sangat luas sehingga dengan program pemasaran pelaku UMKM dapat memanfaatkan sosial media sebagai bahan promosi juga mengasah pengetahuan serta keterampilan dalam memahami yang telah dilatih untuk dapat memasarkan produk pelaku UMKM.

TERIMA KASIH

Dengan ini kami Mahasiswa Pengembangan Masyarakat Islam, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta. Mengucapkan Terima Kasih kepada pihak pendukung kegiatan Praktikum II sampai dengan Praktikum selesai, kemudian kami mengucapkan Terima Kasih kepada perangkat Desa yang telah menyediakan tempat dan perizinan sehingga segala acara yang kami laksanakan dapat berjalan dengan lancar, serta kepada Masyarakat pelaku UMKM, Ibu-Ibu PKK, yang turut andil dalam kegiatan program kami sehingga program yang kami bentuk dapat berjalan sebagaimana mestinya.

DAFTAR PUSTAKA

- [1]. Abidin Achmad, Z., Zendo Azhari, T., Naufal Esfandiar, W., Nuryaningrum, N., Farah Dhillah Syifana, A., & Cahyaningrum, I. (2020). Pemanfaatan Media Sosial dalam Pemasaran Produk UMKM di Kelurahan Sidokumpul, Kabupaten Gresik. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(1).
- [2]. Ariska Fitri Astuti, Dewi Larasati, A. S. P. (2022). |Ariska Fitri Astuti¹, Dewi Larasati², Aldila Sagitaning Putri³. *Karakteristik Sifat Fisikokimia Dan Organoleptik Selai Tomat (Lycopersicon Esculentum) Pada Berbagai Konsentrasi Gula Pasir*, 10(1), 1–52
- [3]. Pasaribu, R. (2021). ANALISIS MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM DI KOTA MEDAN. *Journal of Economics and Business*, 2(1).

Jurnal Pelayanan dan Pengabdian Masyarakat (PAMAS)

- [4]. Sunariani, N. N., Suryadinata, A. O., & Mahaputra, I. I. R. (2017). Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Melalui Program Binaan Di Provinsi Bali. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 1–20.
- [5]. Syukri, A. U., & Sunrawali, A. N. (2022). Digital marketing dalam pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen STIE Dharma Negara*, 19(1), 170–182.