
Seminar Digital Marketing dan Pelatihan Pembuatan Mie Sawi Hijau untuk
Pemberdayaan UMKM di Desa Sidokaton

**Purbowo¹, Miftachul Chusnah^{2*}, Putri Annisa Oktaviani³, Nisa Nabila Rahma⁴,
Retno Dwi Puspaningrum⁵, Vica Soviyana⁶, Cintia Fitria Hartanti⁷, Aldi Dwi Kurniawan⁸**

¹Manajemen Agribisnis Politeknik Negeri Jember

²Teknologi Hasil Pertanian Universitas KH. A. Wahab Hasbullah

^{3,6}Ekonomi Syariah Universitas KH. A. Wahab Hasbullah

^{4,5,7,8}Manajemen Universitas KH. A. Wahab Hasbullah

*Email: chusnah@unwaha.ac.id

ABSTRACT

Green mustard greens belong to the mustard family or Brassicaceae, or meatball mustard greens, this vegetable is easy to cultivate and can be eaten fresh or processed into pickles, fresh vegetables and various other dishes. Mustard greens are generally consumed in processed form because raw mustard greens taste bitter due to the alkaloid content carparine. Mustard greens contain quite complete nutritional substances so that when consumed they are very good for maintaining body health. To overcome the problem of lack of awareness of the use of green mustard greens as noodle ingredients and lack of digital literacy among PKK mothers, MSMEs and farmers as well as the Sidokaton Village community, training, access to technology and technical support are needed. Encouraging collaboration between parties experienced in digital marketing and PKK women, MSMEs and Sidokaton Village farmers is a positive step and increases awareness and success in marketing green mustard noodle products online. The approach method for implementing this activity uses the Community Based Research method, namely the resource person's explanation to partners. The method for this activity is a meeting or face-to-face meeting between the resource person and partners located in Sidokaton Village, where the resource person explains materials regarding digital marketing and making noodles from green mustard greens. Implementation of activities includes stages including initial coordination and implementation permits, Digital Marketing Seminar and Training on Making Green Mustard Noodles, and Implementation of making "S" Eco Green Mustard Noodles." With this activity, participants will get benefits regarding how to make green mustard noodles and how to market them via digital platforms. With the Digital Marketing Seminar and Training on Making Green Mustard Noodles, increasing the Empowerment of MSMEs in Sidokaton Village can be said to be running successfully, smoothly, and in accordance with what is expected.

Keywords: Noodles, Mustard greens, Marketing, Digital Marketing

ABSTRAK

Sawi hijau merupakan suku sawi-sawian atau Brassicaceae, atau sawi bakso, sayuran ini mudah dibudidayakan dan dapat dimakan segar atau diolah menjadi asinan, lalapan, dan berbagai masakan lainnya. Sawi hijau umumnya dikonsumsi dalam bentuk olahan karena sawi mentah rasanya pahit karena adanya kandungan alkaloid carparine. Sawi hijau mengandung zat-zat gizi yang cukup lengkap sehingga apabila dikonsumsi sangat baik untuk mempertahankan kesehatan tubuh. Untuk mengatasi permasalahan kurangnya kesadaran pemanfaatan sawi hijau sebagai bahan mie dan kurangnya literasi digital di kalangan Ibu-ibu PKK, UMKM dan petani serta masyarakat Desa Sidokaton diperlukan pelatihan, akses teknologi, dan dukungan teknis. Mendorong kolaborasi antara pihak-pihak yang berpengalaman dalam pemasaran digital dan Ibu-ibu PKK, UMKM dan petani Desa Sidokaton menjadi langkah positif dan meningkatkan kesadaran serta keberhasilan pemasaran produk mie sawi hijau secara online. Metode pendekatan pelaksanaan kegiatan ini menggunakan metode Community Based Research yaitu penjelasan Narasumber kepada mitra. Metode pada kegiatan ini adalah pertemuan atau tatap muka antara narasumber dengan mitra yang bertempat di Desa Sidokaton, dimana narasumber menjelaskan materi-materi mengenai digital marketing dan pembuatan mie dari bahan sawi hijau. Pelaksanaan kegiatan

meliputi tahapan -tahapan meliputi koordinasi awal dan izin pelaksanaan, Seminar Digital Marketing dan Pelatihan Pembuatan Mie Sawi Hijau , dan Pelaksanaan pembuatan Mie Sawi Hijau “S’ Eco. Dengan adanya kegiatan ini, peserta mendapatkan manfaat mengenai bagaimana cara pembuatan mie sawi hijau dan cara memasarkan melalui platform digital. Dengan kegiatan Seminar Digital Marketing dan Pelatihan Pembuatan Mie Sawi Hijau meningkatkan Pemberdayaan UMKM di Desa Sidokaton dapat dinyatakan berjalan dengan sukses, lancar, serta sesuai dengan apa yang diharapkan.

Kata Kunci: *Mie, Sawi, Pemasaran, Digital Marketing*

PENDAHULUAN

Desa Sidokaton memiliki lahan pertanian yang luas dan kondisi iklim yang cocok untuk pertumbuhan sayuran yaitu tembakau, daun ubi, kangkung, bayam dan salah satunya adalah sawi hijau. Tanah subur dan curah hujan yang cukup membuat pertanian sawi hijau menjadi salah satu pilihan bagi penduduk desa. Budaya pertanian sawi hijau telah lama diterapkan di desa ini. Petani memiliki pengalaman dalam mengelola tanaman sawi hijau dan menjaga produktivitasnya. Sawi hijau merupakan suku sawi-sawian atau *Brassicaceae*, dikenal pula sebagai caisim, caisin, atau sawi bakso, sayuran ini mudah dibudidayakan dan dapat dimakan segar atau diolah menjadi asinan, lalapan, dan berbagai masakan lainnya. Sawi hijau umumnya dikonsumsi dalam bentuk olahan karena sawi mentah rasanya pahit karena ada kandungan *alkaloid carparine*. Sawi hijau sebagai bahan makanan sayuran mengandung zat-zat gizi yang cukup lengkap sehingga apabila dikonsumsi sangat baik untuk mempertahankan kesehatan tubuh (Sari et al., 2023).

Sawi hijau merupakan sayuran yang bermanfaat untuk membantu mencegah dari terserang penyakit kanker, hal ini disebabkan karena dalam sawi hijau mengandung senyawa fitokimia khususnya *glukosinolat* yang cukup tinggi. Dengan rutin mengkonsumsi sawi hijau mampu menurunkan risiko terserang kanker prostat (Alifah et al., 2019). Sawi hijau memiliki banyak manfaat bagi kesehatan. Sawi hijau kaya akan vitamin A, B, C, E, dan K. Sawi juga mengandung karbohidrat, protein, dan lemak baik yang berguna untuk kesehatan tubuh. Zat lain yang terkandung dalam sawi adalah kalsium, kalium, mangan, *folat*, zat besi, *fosfor*, *teptofon*, dan *magnesium*. Kandungan non-gizi yang ada dalam sayur sawi adalah serat atau fiber yang kadarnya cukup tinggi. Karena kandungan gizi inilah, sawi termasuk sayuran ajaib yang dapat berfungsi baik untuk mencerdaskan otak (Alifah et al., 2019).

Kandungan vitamin paling tinggi yang ada pada sayur sawi adalah vitamin K. Vitamin ini sangat berguna untuk pembekuan darah, sehingga luka akan cepat mengering. Untuk kandungan vitamin C-nya, kadarnya hampir sama dengan jeruk. Dengan vitamin C yang dikandungnya, sawi sangat bagus untuk menjaga daya tahan tubuh sehingga tidak mudah sakit. Kandungan kalsium pada sawi juga cukup tinggi. Kalsium dalam sawi sangatlah bagus untuk pembentukan dan menjaga kualitas dan kesehatan tulang dan gigi, sehingga bisa menghambat tulang keropos atau *osteoporosis*. Manfaat lain yang tak kalah penting dari sawi adalah untuk menurunkan kadar kolesterol jahat penyebab stroke atau penyakit jantung yang mematikan, serta dapat menurunkan kadar gula darah penyebab kencing manis (Alifah et al., 2019) .

Secara kimiawi, sawi mengandung komponen kimia penghambat penyakit kanker. Sawi bisa menurunkan risiko terkena berbagai penyakit kanker, seperti kanker payudara, kanker prostat, kanker ginjal, kanker paruparu, atau kanker kandung kemih. Serat pangan yang cukup tinggi diyakini dapat membantu proses pencernaan pada perut secara baik. Sawi juga bermanfaat untuk mencegah terjadinya penyakit gondok. Sawi memiliki 3 komponen kimia yang bisa mencegah pembengkakan kelenjar tiroid (Alifah et al., 2019). Manfaat mie yang memiliki banyak kegunaan untuk dijadikan bahan makanan olahan yang dimasak dengan berbagai cara, rasa serta cara penyajian yang beraneka ragam membuat mie banyak dijadikan peluang bisnis yang sangat menguntungkan (Alifah et al., 2019).

Pemasaran digital merupakan ilmu dan seni mengeksplorasi, menciptakan dan memberikan nilai untuk memenuhi kebutuhan target pasar dengan keuntungan menggunakan Internet (Hendarsyah, 2020). Banyak Ibu-ibu PKK, UMKM dan petani Desa Sidokaton masih belum memiliki pengetahuan yang cukup dalam memanfaatkan platform online untuk memasarkan produknya. Kurangnya pemahaman dapat membuat Ibu-ibu PKK, UMKM dan petani Desa Sidokaton ketinggalan dalam mencapai pasar 4 yang lebih luas dan memanfaatkan tren konsumen yang semakin cenderung berbelanja secara online. Oleh karena itu, penting untuk memberikan pelatihan dan dukungan dalam hal pemasaran digital kepada Ibu-ibu PKK, UMKM dan petani Desa Sidokaton guna membantu untuk meningkatkan *visibilitas* produk dan mengatasi kendala tersebut. Kegiatan pemasaran yang memanfaatkan kecanggihan teknologi digital seringkali disebut dengan

digital marketing (Jannatin et al., 2020).

Salah satu permasalahan utama adalah keterbatasan akses dan pengetahuan terkait teknologi di kalangan Ibu-ibu PKK, UMKM dan petani Sidokaton Desa Sidokaton. Banyak dari Ibu-ibu PKK, UMKM dan petani Desa Sidokaton mungkin tidak memiliki akses yang memadai ke perangkat seperti komputer atau *smartphone*, dan bahkan jika Ibu-ibu PKK, UMKM dan petani Desa Sidokaton memiliki perangkat tersebut, Ibu PKK mungkin tidak memiliki pengetahuan yang cukup untuk memanfaatkannya secara efektif dalam pemasaran produk Mie Sawi Hijau. Hal ini menghambat kemampuan Ibu-ibu PKK, UMKM dan petani Sidokaton untuk mencapai pasar yang lebih luas melalui platform digital. Selain itu, kurangnya dukungan teknis dan pelatihan yang mencakup pemasaran digital juga menjadi hambatan. Ibu-ibu PKK, UMKM dan petani Desa Sidokaton mungkin membutuhkan bimbingan dan pendampingan dalam hal penggunaan media sosial, pembuatan situs web, dan strategi pemasaran online yang efektif. Tanpa dukungan ini, Ibu-ibu PKK, UMKM dan petani Desa Sidokaton mungkin merasa tidak sanggup oleh kompleksitas dunia digital dan enggan untuk mencobanya. Untuk mengatasi permasalahan kurangnya kesadaran pemanfaatan sawi hijau yang diolah sebagai mie oleh Ibu-ibu PKK, UMKM dan petani Desa Sidokaton, diperlukan upaya yang lebih besar dalam memberikan pelatihan, akses teknologi, dan dukungan teknis. Mendorong kolaborasi antara pihak-pihak yang berpengalaman dalam pemasaran digital dan Ibu-ibu PKK, UMKM dan petani Desa Sidokaton dapat menjadi langkah positif dalam mengatasi tantangan ini dan meningkatkan kesadaran serta keberhasilan pemasaran produk mie sawi hijau secara online.

METODE

Sasaran pada kegiatan ini adalah kelompok yang mengarah pada Ibu-ibu PKK, UMKM, dan petani di Desa Sidokaton, Kecamatan Kudu, Kabupaten Jombang. Kegiatan ini dilaksanakan di Balai Desa Sidokaton dengan jumlah peserta sebanyak 32 bapak dan ibu dari UMKM, petani, serta ibu PKK. Narasumber pada kegiatan ini adalah dosen Fakultas Pertanian Universitas KH. A. Wahab Hasbullah, yaitu Bapak Purbowo, S.Agr., M.P., dan Putri Annisa Oktaviani selaku koordinator bidang Ekonomi. Pelaksanaan kegiatan berlangsung pada tanggal 18 Agustus 2024.

Metode pendekatan yang digunakan dalam pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat dalam program KKN-PPM DESTANA ini adalah metode Community Based Research, yaitu penjelasan narasumber kepada mitra secara langsung. Kegiatan ini berupa pertemuan atau tatap muka antara narasumber dengan mitra yang bertempat di Desa Sidokaton, dimana narasumber berperan penting dalam menjelaskan materi mengenai digital marketing dan pembuatan mie dari bahan sawi hijau.

Pelaksanaan kegiatan meliputi beberapa tahapan, yaitu koordinasi awal dan izin pelaksanaan seminar Digital Marketing serta pelatihan pembuatan mie sawi hijau untuk meningkatkan pemberdayaan UMKM di Desa Sidokaton. Koordinasi tersebut dilakukan pada hari Selasa, 6 Agustus 2024, kepada Bapak Supandi selaku Kepala Desa Sidokaton. Tahapan selanjutnya adalah pelaksanaan seminar Digital Marketing dan pelatihan pembuatan mie sawi hijau sebagai upaya meningkatkan pemberdayaan UMKM di Desa Sidokaton, kemudian dilanjutkan dengan praktik pembuatan mie sawi hijau “S’ Eco”.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan meliputi beberapa tahapan, yaitu koordinasi awal dan izin pelaksanaan Seminar Digital Marketing serta Pelatihan Pembuatan Mie Sawi Hijau untuk Meningkatkan Pemberdayaan UMKM di Desa Sidokaton. Kegiatan koordinasi ini dilakukan pada hari Selasa, 6 Agustus 2024, kepada Bapak Supandi selaku Kepala Desa Sidokaton. Selanjutnya, dilaksanakan seminar Digital Marketing dan pelatihan pembuatan mie sawi hijau yang bertujuan untuk meningkatkan pemberdayaan UMKM di Desa Sidokaton. Tahap terakhir adalah pelaksanaan pembuatan mie sawi hijau dengan merek “S’ Eco”.

Dengan adanya kegiatan ini, peserta mendapatkan manfaat berupa pengetahuan tentang cara pembuatan mie sawi hijau serta bagaimana memasarkannya melalui platform digital. Oleh karena itu, kegiatan Seminar Digital Marketing dan Pelatihan Pembuatan Mie Sawi Hijau untuk Meningkatkan Pemberdayaan UMKM di Desa Sidokaton dapat dinyatakan berjalan dengan sukses, lancar, dan sesuai dengan harapan.



Gambar 1. Koordinasi Awal dan Ijin Pelaksanaan Kegiatan



Gambar 2. Pelaksanaan Seminar



Gambar 3. Kegiatan Pelatihan Pembuatan Mie Sawi “S” Eco.

SIMPULAN

Beberapa kesimpulan utama dapat diambil adalah bahwa program ini memberikan kontribusi signifikan dalam meningkatkan potensi ekonomi Ibu-ibu PKK, UMKM dan petani Desa Sidokaton melalui diversifikasi produk, peningkatan pendapatan, dan pengurangan ketergantungan pada sumber daya ekonomi. Peserta pelatihan juga mendapatkan keterampilan baru dan pengetahuan yang dapat meningkatkan peran Ibu-ibu PKK, UMKM dan petani dalam masyarakat Sidokaton. Ini menciptakan dampak sosial positif dalam organisasi. Penggunaan mie dari sawi hijau, yang kaya nutrisi, dalam produk-produk makanan dapat meningkatkan kualitas nutrisi masyarakat dan mendukung kesehatan. Selain itu juga pengetahuan digital marketing membuka peluang bisnis online bagi peserta seminar digital marketing dan pelatihan mie dari sawi hijau, yang dapat membantu Ibu-ibu PKK, UMKM dan petani Desa Sidokaton mencapai pasar yang lebih luas dan meningkatkan penjualan produk.

DAFTAR RUJUKAN

- Alifah, S., Nurfida, A., & Hermawan, A. (2019). Pengolahan sawi hijau menjadi mie hijau yang memiliki nilai ekonomis tinggi di Desa Sukamanis Kecamatan Kadudampit Kabupaten Sukabumi. *Journal of Empowerment Community (JEC)*, 1(2), 52–58. <https://doi.org/10.36423/jec.v1i2.364>
- Hendarsyah, D. (2020). Pemasaran digital dalam kewirausahaan. *Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 9(1), 25–43. <https://doi.org/10.46367/ijtishaduna.v9i1.209>
- Jannatin, R., Wardhana, M. W., Haryanto, R., Pebriyanto, A., & Banjarmasin, P. N. (2020). Penerapan digital marketing sebagai strategi pemasaran UMKM.
- Margiyanto, E. (2007). *Hortikultura*. Bantul: Cahaya Tani.
- Sari, R. I. P., Arifin, Z., & Setiowati, R. (2023). Upaya untuk mempertahankan mutu, memperpanjang umur simpan dan menangani limbah sawi hijau. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 1(20), 14–2