

## Pelatihan Digital Kuliner Wisata Ciletuh Palabuhanratu UNESCO Global Geopark

Yulia Rahmawati<sup>1\*</sup>, Nia Lestari<sup>2</sup>, Asep Maosul<sup>3</sup>, Muktiarni<sup>4</sup>, Anisa Eka Handayani<sup>5</sup>

<sup>1,2,3,4,5,6</sup>Program Studi Pendidikan Tata Boga, Fakultas Pendidikan Teknologi dan Kejuruan, Universitas Pendidikan Indonesia, Indonesia

### Korespondensi:

Nama\*: Yulia Rahmawati

Email\*: [yuliarahmawati@upi.edu](mailto:yuliarahmawati@upi.edu)

Diterima: 10 September 2023. Disetujui: 21 Desember 2023. Dipublikasikan: 30 Desember 2023

### ABSTRAK

Salah satu permasalahan yang dihadapi oleh UMKM di Desa Waluran Mandiri sebagai Desa Wisata kawasan Ciletuh Palabuhanratu UNESCO Global Geopark adalah masalah pemasaran dan keterampilan menggunakan teknologi. UMKM di Desa Waluran Mandiri sebagai Desa Wisata kawasan Ciletuh Palabuhanratu UNESCO Global Geopark memerlukan pengembangan usaha berbasis teknologi sehingga dapat bersaing dengan usaha-usaha baru yang bersifat online. Tujuan dari penulisan paper ini adalah 1) Mengidentifikasi penggunaan media pemasaran pada UMKM di Desa Waluran Mandiri sebagai Desa Wisata kawasan Ciletuh Palabuhanratu UNESCO Global Geopark. 2) Menggambarkan upaya pengembangan usaha berbasis teknologi pada UMKM Desa Waluran Mandiri sebagai Desa Wisata kawasan Ciletuh Palabuhanratu UNESCO Global Geopark. melalui pelatihan digital marketing. Masyarakat sangat antusias mengikuti pelatihan.

**Kata kunci:** pelatihan, kuliner, wisata, geoprak

### PENDAHULUAN

Pangan lokal dapat didefinisikan sebagai pangan yang dihasilkan dan dikembangkan di suatu wilayah tertentu [1]. Kebutuhan pangan akan terus meningkat seiring dengan laju pertumbuhan jumlah penduduk yang terus naik, sehingga perlu dikembangkan bahan pangan alternatif, salah satunya hanjeli. Sebelum diolah hanjeli mengalami beberapa proses, yaitu pengeringan, pemecahan kulit luar, penyosohan lapisan aleuron, pemisahan beras hanjeli dari dedak, dan penepungan. Hanjeli dengan nama ilmiah *Coixlacryma-jobi*, termasuk jenis rumputan marga *Coix*. *Coixlacryma-jobi L* dan merupakan jenis tumbuhan biji-bijian tropika dari suku *Poaceae*.

Biji hanjeli dapat diolah menjadi tepung, karena biji hanjeli mengandung pati yang tinggi sekitar 52% dibandingkan sereal lainya. Tepung hanjeli mengandung protein yang sangat tinggi dibandingkan dengan tumbuhan sereal lainya yaitu sekitar 15,18%. Selain itu tepung hanjeli juga memiliki kandungan amilosa yang cukup tinggi sekitar 8,36%. Berdasarkan hasil penelitian, biji hanjeli mengandung gizi yang setara dengan sereal lainya bahkan mengandung kadar lemak dan kalsium yang tinggi, sehingga sangat bagus sebagai bahan pangan alternatif ataupun pangan fungsional rendah kalori [2].

Berdasarkan analisis hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa hanjeli merupakan bahan pangan yang memiliki gizi tinggi, namun demikian belum banyak dikenal masyarakat. Sampai saat ini, hanjeli belum dimanfaatkan secara optimal oleh masyarakat sebagai bahan pangan alternatif. Permasalahan yang terjadi di Desa Waluran Mandiri

Kecamatan Waluran Kabupaten Sukabumi yang memiliki potensi penghasil hanjeli, namun demikian belum optimal pengolahannya. Hasil pengolahan yang dikenal sampai saat ini adalah wajit, rengginang, bubur hanjeli, dodol, peuyeum dan tepung hanjeli. Sedangkan Kecamatan Waluran termasuk dalam zona Ciletuh Palabuhanratu UNESCO *Global Geopark*.

Salah satu permasalahan yang dihadapi oleh UMKM di Desa Waluran Mandiri sebagai Desa Wisata kawasan Ciletuh Palabuhanratu UNESCO Global Geopark adalah masalah pemasaran dan keterampilan menggunakan teknologi. UMKM di Desa Waluran Mandiri sebagai Desa Wisata kawasan Ciletuh Palabuhanratu UNESCO Global Geopark memerlukan pengembangan usaha berbasis teknologi sehingga dapat bersaing dengan usaha-usaha baru yang bersifat online. Tujuan dari penulisan paper ini adalah 1) Mengidentifikasi penggunaan media pemasaran pada UMKM di Desa Waluran Mandiri sebagai Desa Wisata kawasan Ciletuh Palabuhanratu UNESCO Global Geopark. 2) Menggambarkan upaya pengembangan usaha berbasis teknologi pada UMKM Desa Waluran Mandiri sebagai Desa Wisata kawasan Ciletuh Palabuhanratu UNESCO Global Geopark. melalui pelatihan digital marketing. Metode yang digunakan dalam identifikasi penggunaan media pemasaran adalah dengan observasi, wawancara, penyebaran kuisioner dan FGD. Metode yang digunakan dalam upaya pengembangan usaha berbasis teknologi adalah metode pendidikan masyarakat dan pelatihan. Materi - materi dalam upaya pengembangan usaha berbasis teknologi pada UMKM Desa Waluran Mandiri sebagai Desa Wisata kawasan Ciletuh Palabuhanratu UNESCO

Global Geopark melalui pelatihan digital marketing meliputi : 1) Menumbuhkan jiwa kewirausahaan dan memberikan inspirasi dari keberhasilan bisnis online, 2) Sharing session, 3) Pelatihan digital marketing.

#### METODE

Pelatihan dapat dianggap sebagai suatu sarana yang berguna untuk meningkatkan pengetahuan, bertambahnya wawasan, keterampilan dan juga kemampuan yang baru pada suatu bidang pekerjaan yang bermanfaat untuk masa yang akan datang (Setiawan & Hidayat, 2015). Pendekatan *mezzo* dijadikan pilihan sebagai strategi pemberdayaan masyarakat dengan menggunakan kelompok sebagai media intervensi. Dengan pendekatan *mezzo* dilaksanakan pendidikan dan pelatihan, dinamika kelompok, bertujuan untuk meningkatkan kesadaran, pengetahuan, keterampilan dan sikap individu agar memiliki kemampuan memecahkan permasalahan yang dihadapi.

Metode yang diterapkan adalah *participatory learning and action* (PLA) sebagai metode belajar partisipatif. Melalui PLA masyarakat dapat menganalisis kondisi kehidupannya dan secara partisipatif mengambil keputusan untuk melakukan perubahan, dikenal dengan tiga pilar (3P) yaitu *people, promoting, participation* (<http://3ps.org.uk>). Proses belajar dilaksanakan secara berkelompok yang dilakukan oleh semua pemangku kepentingan secara interaktif dalam suatu proses analisis bersama.

Pemilihan PLA sebagai metode didasari pertimbangan bahwa: (1) tim PkM dapat menawarkan keahlian tanpa harus memaksakan kehendaknya, (2) tim PkM dapat memainkan peran penghubung antara masyarakat setempat dengan instansi yang dapat membantu pengembangan modal usaha yakni Dinas Perindustrian, Energi, dan Sumber Daya Alam Kabupaten Sukabumi. Dengan metode tersebut, diharapkan khalayak sasaran memiliki rasa yang sama dengan tim pengusul, bahwa ada persoalan yang harus diselesaikan bersama dan perlu partisipasi aktif khalayak sasaran. Metode kaji tindak partisipatif memerlukan kerjasama antara pemilik masalah dengan orang yang akan memfasilitasi untuk memecahkan masalah tersebut [3]. Kaji tindak partisipatif merupakan perpaduan antara *research* dengan *action* yang dilakukan secara partisipatif guna membantu memecahkan masalah di masyarakat. Setiap pelatihan memiliki macam-macam metode, masing-masing dari metode tersebut memiliki tujuan yang hamper sama, dengan tujuan yaitu agar peserta pelatihan memiliki kemampuan sesuai dengan apa yang sedang dibutuhkan [4]. Pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat ini dilakukan melalui 4 (empat) tahapan, yaitu: 1) Tahap pertama yaitu uji coba pembuatan produk oleh tim pelaksana pengabdian pada masyarakat di

Laboratorium Tata Boga. Merencanakan model dan media pelatihan yang sesuai dengan karakteristik khalayak sasaran. Menentukan waktu dan tempat untuk pelatihan. 2) Tahap kedua pelaksanaan pelatihan pembuatan cookies dengan menggunakan media yang sudah disiapkan. 3) Tahap ketiga monitoring program. 4) Tahap empat evaluasi program. 5) Tahap kelima memantau *sustainability* program.

#### HASIL DAN PEMBAHASAN

Produk wisata yaitu merupakan salah satu bagian dari penerapan sapta pesona yang berwujud yang dapat disebut dengan kenangan. Dalam hal ini, cinderamata atau merchandise diharapkan mampu dan dapat menjadi kenangan yang berwujud bagi wisatawan yang berkunjung kesuatu daerah tujuan wisata. Produk wisata sebagaimana adalah segala sesuatu yang ditawarkan kepada konsumen yakni wisatawan yang sifatnya menarik, dapat dimiliki, dapat digunakan, serta mampu memberikan kepuasan kepadanya. Praktiknya, produk wisata pun dapat digunakan sebagai penanda seseorang, yakni dapat menunjukkan bahwa seseorang telah melakukan kunjungan wisatawan kesuatu tempat yang ditunjukkan dengan produk wisata yang khas.

Kegiatan pengabdian pelatihan dilakukan di Desa Waluran Mandiri Kecamatan Waluran Kabupaten Sukabumi dan berada di zona Ciletuh Palabuhanratu UNESCO Global Geopark (CPUGG). Desa Waluran Mandiri merupakan salah satu dari 6 (enam) Desa wilayah Kecamatan Waluran Kabupaten Sukabumi. Tanaman hanjeli merupakan program unggulan Desa Wisata Waluran Mandiri, dan memiliki tanaman hanjeli seluas tiga hektar yang tersebar di Desa Waluran Mandiri. Letak desa ± 59 kilometer dari Ibu Kota Kabupaten Sukabumi Palabuhanratu, 201 kilometer dari Ibu Kota Provinsi Jawa Barat Bandung. Dan 215 kilometer dari Ibu Kota Negara Jakarta.

Pelaksanaan Persiapan diawali dengan melakukan *Focus Grup Discussion* (FGD) sebagai wujud koordinasi antara tim PkM dengan pihak pengelola Desa Wisata Hanjeli di Desa Wisata Waluran Mandiri. Selanjutnya yaitu melakukan pengkajian terhadap kebutuhan di lapangan (tempat pengabdian).

Hanjeli dengan nama ilmiah *Coixlacryma-jobi*, termasuk jenis rumputan marga *Coix*. *Coixlacryma-jobi L* dan merupakan jenis tumbuhan biji-bijian tropika dari suku *Poaceae*. Biji hanjeli dapat diolah menjadi tepung, karena biji hanjeli mengandung pati yang tinggi sekitar 52% dibandingkan sereal lainnya. Berdasarkan hasil penelitian, biji hanjeli mengandung gizi yang setara dengan sereal lainnya bahkan mengandung kadar lemak dan kalsium yang tinggi, sehingga sangat bagus sebagai bahan pangan alternatif ataupun pangan fungsional rendah kalori [2].



**Gambar 1.** Hanjeli

Berdasarkan informasi hasil wawancara dengan warga yang melestarikan tanaman Hanjeli, ada 3 (tiga) jenis tanaman Hanjeli, yaitu Hanjeli Ketan, Hanjeli Batu, dan Hanjeli Kanyere. Hanjeli Ketan dan Hanjeli Batu merupakan jenis Hanjeli yang dapat digunakan untuk makanan. Warga Desa Waluran Mandiri biasa mengolah biji hanjeli menjadi bubur hanjeli, dodol hanjeli, nasi liwet hanjeli, rengginang hanjeli, tape hanjeli, dan berbagai jenis olahan lain. Jenis hanjeli ketan dan batu juga dipakai sebagai bahan dasar untuk pembuatan tepung hanjeli.

Banyak pihak yang mengemukakan pentingnya UMKM dan pentingnya penggunaan teknologi dalam melakukan usaha bagi UMKM. Usaha kecil dan menengah (UKM) memainkan peran penting dalam semua ekonomi di dunia, karena terkait dengan penciptaan lapangan kerja, pengentasan kemiskinan, kontribusi pada inovasi dan produk domestik bruto suatu negara. Namun banyak dari bisnis UMKM menghadapi tantangan dan sering gagal dalam waktu singkat. Tantangan yang dihadapi oleh UMKM ini diantaranya adalah terkait dengan produk dan cara pemasaran yang efektif [5]. Permana (2017) juga mengemukakan bahwa sektor UMKM memiliki peran yang sangat strategis bagi perekonomian Indonesia karena sektor ini merupakan salah satu sektor ekonomi yang berkontribusi besar bagi pembentukan PDB. Selain itu juga, UMKM merupakan salah satu alternatif solusi bagi permasalahan-permasalahan sosial seperti kemiskinan dan pengangguran.

Secara khusus bagi pengembangan UMKM di Indonesia, yaitu agar pelaku bisnis mengubah pola pemasaran mereka sesuai dengan perkembangan dan kemajuan teknologi dimasyarakat untuk dapat bertahan hidup [6], menumbuhkan jiwa kewirausahaan di masyarakat melalui pendidikan, dukungan pemasaran bagi UMKM, dan perbaikan infrastruktur komunikasi [7]. Apabila merujuk pada berbagai literatur tersebut, maka sangat penting untuk dilakukan pelatihan penggunaan digital marketing bagi pelaku UMKM.

Kondisi dan permasalahan yang dihadapi UMKM tersebut juga sama halnya dengan kondisi UMKM di

Desa Waluran Mandiri sebagai Desa Wisata kawasan Ciletuh Palabuhanratu UNESCO Global Geopark. Mempertimbangkan hasil survey, terpikirkan oleh tim untuk mengadakan pelatihan digital bisnis kuliner untuk memperkenalkan produk unggulan kuliner Desa Waluran Mandiri sebagai Desa Wisata kawasan Ciletuh Palabuhanratu UNESCO Global Geopark.

Terdapat tantangan baru yang dihadapi dalam dunia usaha karena terkait dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Pola pemasaran dalam bisnis telah berubah dengan cepat. Keberadaan internet saat ini mengarah kegiatan komersial dimana pelanggan dapat melakukan transaksi melalui berbagai aplikasi [6]. Internet telah mengubah cara organisasi menyusun diri, dan mengubah hubungan pelanggan dengan perusahaan [8]. Penggunaan internet ini memungkinkan informasi mengalir bebas antara pembeli dan penjual, menghilangkan biaya dari proses bisnis dan meningkatkan pilihan pelanggan [9]. Adopsi teknologi untuk pemasaran sangat penting untuk kelangsungan usaha kecil [10]. Dengan demikian, diperlukan perhatian terhadap pengembangan UMKM. Strategi pemasaran online berpengaruh positif terhadap peningkatan laba UMKM [11-12].

Pengabdian kepada Masyarakat Pelatihan Bisnis Kuliner Wisata Ciletuh Palabuhanratu *Unesco Global Geopark* Kabupaten Sukabumi dilaksanakan pada hari jum'at – sabtu, pada tanggal 1 dan 2 September 2023. Kegiatan pelaksanaan PkM pelatihan pelatihan bisnis digital diketuai oleh Dr. Yulia Rahmawati, M.Si. ini mengangkat tema tentang pentingnya *digital business kuliner*. *Digital business* atau disebut juga bisnis digital adalah bisnis terancang saat ini yang diperkirakan terus berkembang setiap tahun dan semakin lama akan meningkat tajam. Bisnis digital di sini adalah bisnis online. Bisnis digital atau bisnis online adalah bisnis riil yang menggunakan media internet. Bisnis digital adalah bisnis yang menggunakan teknologi sebagai keunggulan dalam operasi internal dan eksternal.



**Gambar 2.** Pelaksanaan pemberian materi pelatihan

Mengetahui dan memahami jenis-jenis bisnis digital ini sangat penting, karena setiap jenisnya memiliki cara pemasaran dan target pasar yang berbeda, sehingga diperlukan strategi yang sesuai.

Bisnis digital juga memiliki basic service yang berbeda, 6 seperti media sosial, pencarian dan analisis, pengaturan konten web, digital content provider, distribusi dan pengiriman, aplikasi hiburan dan lainnya.



**Gambar 3.** Pelaksanaan pemberian materi pelatihan

Pelatihan diikuti dengan antusias yang besar dari seluruh peserta pelatihan Desa Waluran Mandiri yang ingin mengetahui bagaimana penerapan bisnis digital

kuliner dari produk yang telah dihasilkan. Kematerian dipaparkan oleh Dr. Yulia Rahmawati, M.Si., Nia Lestari, M.Pd., Annisa Eka Handayani, S.Pd. beserta tim mahasiswa.



**Gambar 4.** Pelaksanaan pemberian materi pelatihan

Faktor penghambat yang tim peneliti kaji adalah masih sedikitnya keterlibatan remaja dalam kelompok usaha hanjeli. Dewi Hanjeli Abah Asep banyak beranggotakan dari kalangan ibu-ibu rumah tangga serta kader dengan kemampuan komputerisasi rendah

dan kemampuan photography bidang kuliner yang masih sederhana dilihat dari promosi produk (hasil foto dengan pencahayaan dan teknik memotret yang kurang maksimal). Solusi yang diberikan oleh tim pengabdian yaitu: 1) melakukan kaderisasi pelibatan remaja karang taruna melek informasi dalam pengembangan usaha

produk Hanjeli unggulan daerah yang berbasis digital. 2) Memberikan solusi berupa alat photo box mini studio khusus untuk membantu memaksimalkan hasil foto produk yang akan dipasarkan. 3) mengarahkan promosi produk pada satu akun digital marketing yang fokus pada kegiatan promosi yang tidak bercampur dengan postingan pribadi pemilik akun

### KESIMPULAN

Pengabdian kepada masyarakat berupa pelatihan bisnis digital kuliner wisata yang di laksanakan di ciletuh palabuhan ratu *unesco global geopark* Kabupaten Sukabumi. Sasaran dalam kegiatan pelatihan ini yaitu adalah anggota PKK dan KWT yang relatif mempunyai potensi waktu luang yang cukup banyak. komitmen pemerintah Kabupaten, Desa Waluran Mandiri menjadi salah satu Desa Wisata kawasan Ciletuh Palabuhanratu Geopark. Sumber Daya Manusia di Desa Waluran Mandiri potensial, +-40 orang merupakan anggota PKK dan KWT yang relatif mempunyai potensi waktu luang yang cukup banyak. Faktor pendukung yang terdapat pada khalayak sasaran adalah semangat dan keinginan kuat untuk dapat mengolah berbagai bahan makanan yang berbahan dasar Hanjeli. Dengan demikian, untuk dapat meningkatkan daya tarik wisata, mengetahui dan memahami jenis-jenis bisnis digital ini sangat penting, karena setiap jenisnya memiliki cara pemasaran dan target pasar yang berbeda, sehingga diperlukan strategi yang sesuai. Bisnis digital juga memiliki basic service yang berbeda, 6 seperti media sosial, pencarian dan analisis, pengaturan konten web, digital content provider, distribusi dan pengiriman, aplikasi hiburan dan lainnya.

### UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih kepada Lembaga penelitian dan pengabdian Universitas Pendidikan Indonesia atas bantuan dana pengabdian pada masyarakat berdasarkan bidang ilmu tahun 2023.

### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Utami P dan Sulistyani B. 2015. Potensi dan ketersediaan bahan pangan lokal sumber karbohidrat non biji di Kabupaten Banyumas. *Jurnal Dinamika Ekonomi dan Bisnis* 12(2): 150-158
- [2] Nurmala, T. (2003). Prospek Jawawut (*Pennisetum spp.*) Sebagai Tanaman Pangan Serealia Alternatif. *Bionatura*, 5(1).
- [3] Cant, M. C., & Wiid, J. A. (2016). The use of traditional marketing tools by SMEs in an emerging economy: a South African perspective. *Problems and perspectives in management*, (14, Iss. 1), 64-70.
- [4] Sutrisno, Tri, Leli Lestari, Nanda Septiana, and Ahmad Nursobah. "Pelatihan Public Speaking Basic Kepada Siswa Kelas VI MI dan SD Di Desa Gedung Kabupaten Sumenep Melalui Metode Demonstrasi." *Jurnal ABDINUS: Jurnal Pengabdian Nusantara* 5, no. 2 (2021): 360-372.
- [5] Naufalin, L. R. (2020). Tantangan pengembangan usaha mikro kecil menengah (UMKM) di

Kabupaten Banyumas. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, Dan Akuntansi*, 22(1), 95-102.

- [6] Ashfahani, T., Widiyanto, E., Rosena, A. W., Dilasari, A., Aulia, D. A., Wahyuningsih, S., & Andriarno, W. (2021). Pelatihan Pembuatan Merchandise untuk Meningkatkan Keterampilan dan Kreativitas Masyarakat di Kampoeng Heritage Kajoetangan Malang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 25-34
- [7] Arifian, M. H. M., Chomah, I., Mufeni, M. R., & Suharyono, S. (2023). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pelatihan Digital Marketing (Pemasaran Dan Packaging) Kepada Pelaku Umkm Di Desa Watugaluh. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (JP-MAS)*, 5(1), 35-47.
- [8] Permana, D. J. (2015). Analisis peluang bisnis media cetak melalui pendekatan bisnis model canvas untuk menentukan strategi bisnis baru. *Faktor Exacta*, 6(4), 309-319.
- [9] Atin, S., & Sanusi, M. I. (2023). Pelatihan Digital Marketing Dalam Upaya Pengembangan Usaha Berbasis Teknologi Pada Pelaku UMKM. *Jurnal Pengabdian West Science*, 2(10), 966-972.
- [10] Alford, P., & Page, S. J. (2015). Marketing technology for adoption by small business. *The Service Industries Journal*, 35(11-12), 655-669
- [11] Setiawan, V., & Hidayat, R. (2015). Pengaruh Metode Pelatihan Terhadap Kompetensi Karyawan Ndt (Non Destructive Test) Pada PT XYZ. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi dan Manajemen Bisnis*, 3(2), 142-149.
- [12] Ulfah, F., Nur, K., Salsabila, S., Safitri, Y., Evanita, S., & Priyatmi, F. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Online Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi Keju Lasi). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(2), 2795-2805.