



PEMANFAATAN SAWI SEBAGAI PRODUK OLAHAN INOVATIF “STIK SAWI” DI KELURAHAN SENTUL, KOTA BLITAR

Mu'tasim Billah¹, Nurkholish Majid², Muhammad Farhan Hasby³, Febrianti Kusuma Wardhani⁴, Lulu Rahmawati⁵, Safiah Allisa⁶, Salsabillah Akustika⁷, Putri Rahmawati⁸, Chousadilla Nurali Sumah⁹, Atika¹⁰, Fidi Rahmawati¹¹, Aldino Wibisono¹²

^{1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11}Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, Surabaya
Jl. Raya Rungkut Madya No. 1, Gunung Anyar, Surabaya, Indonesia
Email : kknmbkmupn135@gmail.com

ABSTRAK

Tanaman sawi merupakan salah satu tanaman utama yang ditanam di Kelurahan Sentul. Hal ini dikarenakan tanaman sawi memiliki berbagai manfaat untuk menjadi konsumsi keluarga. Sawi mampu sebagai sumber antioksidan, detoksifikasi tubuh, menjaga sistem imun tubuh, mengontrol kadar kolesterol, mampu menurunkan berat badan, dan mencegah kanker. Salah satu kelompok tani yang memproduksi tanaman sawi adalah Kelompok Wanita Tani Sawunggaling. Selain itu, kelompok wanita tani menginginkan adanya inovasi produk terhadap hasil sawi yang mereka panen. Hal ini disebabkan oleh anak-anak masyarakat Sentul yang sulit untuk mengonsumsi sayur. Selain itu, inovasi produk olahan sayur sawi juga mampu meningkatkan nilai jual tanaman sawi. Melihat adanya potensi tersebut, produk inovasi stik sawi Kelurahan Sentul sangat cocok untuk dikembangkan hingga menjadi sebuah potensi wirausaha baru. Metode yang diterapkan pada pemberdayaan kewirausahaan masyarakat melalui metode ESD. Metode ESD mampu memberikan kesadaran dan dorongan agar berpikir kreatif serta konstruktif. Metode ini diharapkan masyarakat mampu menghadapi tantangan global serta menciptakan masyarakat yang tangguh dan mandiri secara berkelanjutan. Adapun lokasi kegiatan dilakukan di Jl. Sawunggaling Kelurahan Sentul, Kecamatan Kepanjenkidul, Kota Blitar. Penelitian dilakukan mulai dari 23 Maret 2022 hingga tanggal 26 Maret 2022. Pelatihan yang diberikan oleh kelompok wanita tani meliputi pembuatan stik sawi, *branding*, dan pemasaran. *Branding* produk stik sawi dilakukan dengan membuat stiker kemasan dan foto produk. Adapun pelatihan pemasaran dilakukan dengan cara melakukan pelatihan promosi melalui *Whatsapp business* dan *marketplace*.

Kata Kunci : Branding, Kewirausahaan, Pemasaran, Sawi, Stik Sawi

ABSTRACT

Cabbage plant is one of the main crops grown in Sentul Village. This is because the Cabbage plant has various benefits for family consumption. Cabbage greens are capable of being a source of antioxidants, detoxifying the body, maintaining the body's immune system, controlling cholesterol levels, being able to lose weight, and preventing cancer. One of the farmer groups that produce Cabbage plants is the Sawunggaling women farmer group. In addition, women farmer groups want product innovations for the Cabbage greens they harvest. This is because the children of the Sentul community find it difficult to consume vegetables. In addition, the innovation of processed Cabbage greens is also able to increase the selling value of Cabbage plants. Seeing this potential, the innovation product of Cabbage sticks in Sentul village is very suitable to be developed to become a new entrepreneurial potential. The method applied to empowering community entrepreneurship is through the ESD method. The ESD method is able to provide awareness and encouragement to think creatively and constructively. With this method, it is hoped that the community will be able to face global challenges and create a resilient and independent society in a sustainable manner. The location of the activity is on Jalan Sawunggaling, Sentul Village, Kepanjenkidul District, Blitar City. The research was conducted from March 23, 2022 to March 26, 2022. The training provided by the



women's farmer group included the manufacture of mustard sticks, branding, and marketing. Branding of mustard sticks is done by making packaging stickers and product photos. The marketing training is carried out by conducting promotional training via WhatsApp Business and the marketplace.

Keywords: Branding, Entrepreneurship, Marketing, Mustard, Mustard Sticks

PENDAHULUAN

Sektor UMKM merupakan salah satu peran penting dalam membangun perekonomian negara, khususnya mengurangi kemiskinan dan pengangguran. Perkembangan UMKM tidak terlepas dari meningkatnya wirausaha-wirausaha baru di masyarakat. Timbulnya wirausahawan baru dikarenakan berbagai faktor, seperti tekanan ekonomi, kebutuhan hidup layak, serta frustrasi terhadap suatu pekerjaan. Perkembangan UMKM di Indonesia saat ini banyak mengarah ke sektor ekonomi kreatif (Bosma dalam Hasan, 2018). Ekonomi kreatif merupakan suatu konsep yang bertujuan untuk memperdaya ekonomi masyarakat yang berkelanjutan berbasis kreativitas. Ekonomi kreatif ini perlu menunjang dan mengasah berbagai potensi dalam diri masyarakat, seperti kreativitas, inovasi, dan karya cipta (Habib, 2021).

Kelurahan Sentul merupakan salah satu kelurahan yang ada di Kota Blitar. Kelurahan Sentul memiliki tiga lingkungan yaitu Sentul, Jurangsembut, dan Jatimalang. Masyarakat Kelurahan Sentul pada umumnya memiliki profesi sebagai wirausaha dan petani. Sebagian besar wirausahawan yang ada di daerah Kelurahan Sentul menjual berbagai jenis kerajinan, makanan dan minuman, dan lain sebagainya. Adapun pertanian di Kelurahan Sentul pada umumnya menanam padi, jamur, hingga sayur mayur.

Lahan persawahan di Kelurahan Sentul tercatat memiliki persentase 25 persen dari total seluruh wilayah Kelurahan Sentul. Hal ini menjadikan potensi pertanian di Kelurahan Sentul besar. Selain itu, Kelurahan Sentul memiliki beberapa pertanian perkotaan yang tergabung dalam Kelompok Wanita Tani. Kelompok Wanita Tani pada umumnya menanam tanaman sawi sebagai komoditas utama. Sawi yang menjadi komoditas unggulan bagi kelompok wanita tani dijual kepada pengepul atau dikonsumsi sendiri untuk meningkatkan gizi masyarakat sekitar.

Tanaman sawi memiliki berbagai macam kandungan gizi. Vitamin yang terkandung dalam sawi antara lain vitamin A, B, C, E, dan K. Selain banyak jenis tanamannya, setiap vitamin yang terkandung pada tanaman sawi memiliki kadar yang tinggi. Selain vitamin, sayur sawi mengandung karbohidrat, protein, dan lemak. Zat lain yang terkandung dalam sawi adalah kalium, kalsium, folat, mangan, zat besi, fosfor, magnesium, dan kandungan non gizi berupa serat yang cukup tinggi (Novianti, 2019).

Kandungan gizi sawi yang tinggi menyebabkan sayuran sawi memiliki banyak manfaat. Adapun manfaat sawi antara lain mampu sebagai sumber antioksidan, detoksifikasi tubuh, menjaga sistem imun tubuh, mengontrol kadar kolesterol, mampu menurunkan berat badan, dan mencegah kanker. Sayuran sawi mampu mencegah kanker karena mengandung *glucosinolate* yang mampu menangkalkan pertumbuhan sel kanker. Selain itu, sayuran sawi sangat cocok untuk dikonsumsi oleh ibu hamil. Hal ini dikarenakan sayuran sawi mampu asam folat yang bagus untuk pertumbuhan bayi (Aidah, 2020). Kandungan serta manfaat inilah yang membuat sawi menjadi sangat cocok menjadi sayuran konsumsi keluarga.

Pada umumnya, Kelompok Wanita Tani Kelurahan Sentul menginginkan adanya inovasi produk terhadap hasil sawi yang mereka panen. Hal ini disebabkan oleh anak-anak masyarakat Sentul yang sulit untuk mengonsumsi sayur. Selain itu, inovasi produk olahan sayur sawi juga mampu meningkatkan nilai jual tanaman sawi. Akan tetapi, pengetahuan masyarakat dalam mengelola tanaman sawi menjadi produk olahan masih sangat minim. Langkah strategis yang dapat dilakukan untuk meningkatkan potensi ekonomi pada hasil panen tanaman sawi adalah melakukan pelatihan pembuatan produk olahan sawi beserta pemasaran dan *branding* produk. Stik pada umumnya dikemas dengan menggunakan kemasan plastik sehingga kemasannya dinilai cukup mudah. Melalui berbagai potensi inilah stik sawi sangat cocok untuk dikembangkan oleh masyarakat Kelurahan Sentul sebagai wadah pengembangan kewirausahaan masyarakat Kelurahan Sentul.



METODE

Lokasi kegiatan dilakukan di Jl. Sawunggaling Kelurahan Sentul, Kecamatan Kepanjenkidul, Kota Blitar. Penelitian dilakukan mulai dari 23 Maret 2022 hingga tanggal 26 Maret 2022.

Metode pendekatan yang diterapkan sebagai upaya implementasi pemberdayaan masyarakat ada dua langkah, yaitu

1. Persiapan

Persiapan pertama yang dilakukan untuk melaksanakan kegiatan adalah observasi yang dilakukan oleh kelompok KKN 135 di wilayah Kelurahan Sentul RW 06. RW 06 Kelurahan Sentul memiliki Kelompok Wanita Tani (KWT) yang cukup potensial untuk menjadi peserta pelatihan, yakni Kelompok Wanita Tani Sawunggaling. Alasan Kelompok Wanita Tani Sawunggaling mampu melakukan panen sawi setiap musimnya sehingga dinilai mampu untuk mengikuti pelatihan dan mengimplementasikannya. Selain itu, Kelompok Wanita Tani belum memiliki pemahaman tentang kewirausahaan, seperti pembuatan produk, *branding*, pemasaran dan juga perencanaan bisnis. Adapun metode yang dilakukan dalam memberikan kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah metode ESD (*Education for Sustainable Development*). Metode ESD mampu memberikan kesadaran dan dorongan agar berpikir kreatif serta konstruktif. Metode ini diharapkan masyarakat mampu menghadapi tantangan global serta menciptakan masyarakat yang tangguh dan mandiri secara berkelanjutan. Proses persiapan juga dilakukan untuk menyiapkan berbagai hal yang perlu dipersiapkan, seperti waktu dan perlengkapan. Selain itu, kegiatan ini juga dilakukan proses diskusi lebih lanjut mengenai permasalahan KWT Sawunggaling

2. Proses kegiatan

Proses persiapan yang telah dilakukan menghasilkan beberapa implementasi yang dilakukan sebagai upaya dalam proses pelaksanaan kegiatan. Praktik pengolahan sayuran sawi menjadi produk olahan dilakukan bersama anggota KWT Sawunggaling dengan bahan dan alat yang sudah disediakan. Produk yang dibuat dalam proses ini adalah Stik Sawi. Selain pelatihan pembuatan produk inovasi stik sawi, kami juga membantu dalam proses *branding* dan pelatihan pemasaran. Adapun kegiatan *branding* yang dilakukan adalah proses pelabelan dan juga pengemasan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pertama yang dilakukan kepada Kelompok Wanita Tani adalah sosialisasi. Sosialisasi yang dilakukan dalam rangka menyampaikan pentingnya melakukan olahan sayuran menjadi produk inovasi. Adapun materi yang diberikan adalah pengenalan cara pembuatan stik sawi beserta tujuannya. Tujuan pembuatan stik sawi adalah memberikan inovasi produk dan meningkatkan nilai usaha produk.

1. Proses Pembuatan Stik Sawi

Bahan yang dibutuhkan untuk membuat stik sawi yaitu tepung terigu, tepung tapioka, telur, mentega, sawi, penyedap rasa, dan air putih secukupnya. Tahap pertama yang dilakukan adalah blender sawi dan air secukupnya (150 ml-200 ml), setelah tercampur disaring dan sisihkan sari sawi hasil penyaringan. Siapkan tepung terigu, tepung tapioka, mentega, penyedap rasa, telur, menjadi satu ke dalam baskom. Sari sawi yang telah diblender, masukkan sedikit demi sedikit hingga kalis. Langkah selanjutnya masukkan pewarna makanan lalu diamkan dan tutup dengan serbet selama 15 menit. Pipihkan adonan lalu potong sesuai bentuk yang diinginkan. Goreng adonan ke dalam minyak panas lalu tiriskan. Stik sawi pun siap dikemas.



Gambar 1. Pembuatan Stik Sawi
Sumber : Dokumentasi Pribadi



Gambar 2. Diagram Pembuatan Stik Sawi
Sumber : Dokumentasi Pribadi

2. Branding Produk Olahan

Tahap *branding* yang dilakukan adalah dengan menggunakan melakukan *design labeling* dan *packaging*. Penunjukan identitas suatu produk melalui *branding* sangat penting untuk dilakukan. Identitas produk mampu menunjukkan keunggulan produk yang kita tawarkan kepada konsumen, mampu meresonsikan produk dengan konsumen, dan memberikan perbedaan produk dengan pesaing (Ghodeswar dalam halim, 2014). Pemberian identitas produk dapat dilakukan dengan cara pemberian nama, logo, nama merek, dan *tagline*.

Identitas kemasan stik sawi dilakukan dengan cara memberikan stiker pada kemasan plastik klip dengan ukuran 250 gram. Kemasan plastik yang digunakan menggunakan *ziplock*. Hal ini dikarenakan *ziplock* tersebut mampu menahan agar udara tidak masuk ke dalam kemasan. Berikut ini adalah desain stiker stik sawi.



Gambar 3. Kemasan Stik Sawi
Sumber : Dokumentasi Pribadi





Gambar 4. Tampilan Stick Sawi di Plastik Ziplock

Sumber : Dokumentasi Pribadi

Keterangan dari kemasan dengan menggunakan warna hijau sebagai warna dasar dengan *background* batik. Selain itu, terdapat gambar sawi sebagai *icon* utama dalam produk stik sawi. Pemilihan warna hijau hanya difungsikan sebagai penguat dari produk yang terlihat secara langsung (transparan). Selain itu, pemberian warna ini tidak mengurangi *focus on interest* isi produk saat dibeli oleh konsumen (Wahmuda dan hidayat, 2018). Stiker produk stik sawi ini juga memasukkan *tagline* "Snack gurih, renyah, dan sehat". Penggunaan stiker ini diharapkan mampu memberikan identitas stik sawi dan dikenal oleh masyarakat. Pembuatan *tagline* agar dapat mempengaruhi konsumen harus mencakup tiga hal, yakni kepadatan, mudah diingat, dan memiliki keunikan (Hardiningtyas, 2013).

Tahap selanjutnya yang dilakukan oleh KWT Sawunggaling bersama mahasiswa UPN "Veteran" Jawa Timur adalah pemasaran produk. Pemasaran dilakukan dengan dua tahap, yakni membuat foto produk dan pemasaran secara berkala. Pembuatan foto produk dilakukan sebagai bahan promosi produk Kelompok Wanita Tani Sawunggaling. Foto produk yang menarik berpotensi meningkatkan daya ketertarikan konsumen dalam membeli produk. Hal ini dikarenakan foto produk mampu meningkatkan selera calon konsumen untuk mengonsumsinya (Hanifa Wati dan Listyaningrum, 2021). Foto produk stik sawi tersebut akan disebar melalui berbagai media sosial, seperti *Whatsapp* dan *Instagram*.



Gambar 5. Foto Produk Stik Sawi

Sumber : Dokumentasi Pribadi

Kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh Kelompok Wanita Tani Sawunggaling yakni menggunakan pemasaran dari mulut ke mulut dan memanfaatkan fitur status pada aplikasi *Whatsapp*. Pemasaran ini dilakukan karena adanya keterbatasan perangkat yang dimiliki oleh Kelompok Wanita Tani Sawunggaling. Adapun penggunaan media sosial *whatsapp* dilakukan untuk memaksimalkan potensi penggunaan media sosial. Hasil penelitian Ludwianto dalam wati *et al*, 2020 menyatakan bahwa 59% penggunaan internet oleh masyarakat di Indonesia digunakan untuk media sosial. Hal ini juga didukung dengan pernyataan Sarafino & Smith (2011) bahwa 88% produsen di dunia telah menggunakan media sosial untuk membantu proses pemasaran. Selain itu, Menurut Verni (2017) penggunaan media sosial berfungsi untuk membangun *image* merek produk kepada pembeli.

Langkah selanjutnya yang dilakukan peneliti adalah melakukan pelatihan *marketplace*. Meskipun pelatihan ini tidak bisa diterapkan dalam waktu dekat, Namun diharapkan masyarakat dapat menerapkan *marketplace* jika berpotensi. Menurut Sunarto dalam Rahmawati 2012, *e-commerce* merupakan satu set antara dinamis teknologi, aplikasi, dan proses bisnis yang menghubungkan antara dengan produsen dan konsumen. Produsen dan konsumen mampu memberikan transaksi elektronik hingga pemberian informasi secara media elektronik. Penggunaan media sosial didukung oleh pernyataan Cahya *et al* (2021) bahwa *marketplace* mampu membuat bisnis menjadi lebih mudah dan efisien. Hasil pelatihan *branding* menunjukkan masyarakat antusias dan paham mengenai materi yang disampaikan pada kegiatan pelatihan *marketplace*. Adanya pelatihan tersebut masyarakat merasa terbantu akan adanya edukasi mengenai *marketplace* dan berpeluang membuka industri stik sawi sebesar



besarnya. Hal ini sesuai dengan hasil pengabdian (Ketut Dewi Ari Jayanti & Bagus Suradarma, 2016).

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Pemberdayaan masyarakat kelompok wanita tani kelurahan sentul melalui produk inovasi "Stik Sawi" Berpotensi untuk dikembangkan dan menjadi penghasilan baru bagi masyarakat Kelurahan Sentul, khususnya Kelompok Wanita Tani Kelurahan Sentul.
2. Pemberdayaan kewirausahaan masyarakat melalui pembuatan produk stik sawi dilakukan dengan cara pembuatan produk stik sawi, *branding* dan pemasaran Adapun kegiatan *branding* dilakukan dengan membuat stiker dan foto produk.
3. Pemasaran stik sawi dilakukan dengan cara menggunakan aplikasi *whatsapp*. Hal ini dikarenakan adanya keterbatasan perangkat yang dimiliki oleh masyarakat untuk mengelola *marketplace* dan media sosial lainnya.

Saran

Produk inovasi stik sawi sebagai pemberdayaan wirausaha masyarakat diperlukan kajian lebih lanjut, seperti analisis pasar dan potensi industri secara global. Selain itu, diperlukan penerapan inovasi lebih lanjut agar memiliki kekuatan pasar yang lebih besar.

DAFTAR PUSTAKA

- Aidah, Siti Nur. 2020. Ensiklopedi Sawi: deskripsi, filosofi, manfaat, budidaya, dan peluang bisnisnya. Jogjakarta: Penerbit KBM Indonesia.
- Cahya, A., Aqdella, F., Jannah, A., & Setyawati, H. (2021). Memanfaatkan Marketplace Sebagai Media Promosi Untuk Meningkatkan Penjualan Di Tengah Pandemi Covid-19. *Scientific Journal Of Rreflection: Economic, Accounting, Management and Business*, 4(3), 503-510.
- Habib, M. A. F. (2021). Kajian teoritis pemberdayaan masyarakat dan ekonomi kreatif. *Journal of Islamic Tourism, Halal Food, Islamic Traveling, and Creative Economy*, 1(2), 106-134.
- Harminingtyas, R. (2013). Analisis Penggunaan Tagline Pada Setiap Usaha Periklanan Minuman Ringan Berkarbonasi Merek Coca-Cola Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Kota Semarang. *Fokus Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 8(2).
- Hasan, M. (2018). Pembinaan ekonomi kreatif dalam perspektif pendidikan ekonomi. *Jurnal Ekonomi dan Pendidikan (JEKPEND)* Vol, 1.
- Halim, B. C. (2014). Pengaruh brand identity terhadap timbulnya brand preference dan repurchase intention pada merek Toyota. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 2(1), 1-11.
- Hanifawati, T., & Listyaningrum, R. S. (2021). Peningkatan Kinerja UMKM Selama Pandemi Covid-19 melalui Penerapan Inovasi Produk dan Pemasaran Online. *Warta LPM*, 24(3), 412-426.
- Jayanti, N. K. D. A., Sastrawangsa, G., & Suradarma, I. B. (2016). Pemanfaatan Teknologi Informasi Dalam Meningkatkan Nilai Jual Dan Pemasaran Bagi Ukm Kopi Bali. *Ngayah: Majalah Aplikasi IPTEKS*, 7(2).
- Novianti, M. E. (2019). PERBANDINGAN KADAR BESI (Fe) PADA SAWI PUTIH DENGAN SAWI HIJAU YANG DIJUAL DIBEBERAPA PASAR KABUPATEN BREBES. *Publicitas Ak*, 1(1).
- Rachmawati, S. (2012). PENGGUNAAN E-COMMERCE PADA UKM UNTUK MENINGKATKAN KINERJA PERUSAHAAN. *Cakrawala-Jurnal Humaniora*, 12 (2), 145-154.



- Suladra, M. (2017). Optimasi Ermentasi Tepung Singkong Dan Aplikasinya Pada Pembuatan Makanan Stik. *AGROTECH: JURNAL ILMIAH TEKNOLOGI PERTANIAN*, 2(1), 61-68.
- Sarafino, E.P., & Smith, T.W. 2011. *Health Psychology Biopsychosocial Interactions* Edisi 7. USA: John Wiley & Sons, Inc.
- Vernia, D. M. (2017). Optimalisasi Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Bisnis Online Bagi Ibu Rumah Tangga Untuk. *Jurnal ISBN 978-602-50181-0-7*, 1(2), 197-206
- Wahmuda, F., & Hidayat, M. J. (2018, September). Makna Tampilan Visual Kemasan Sebagai Penerapan Redesain Kemasan Makanan Ringan Di Ukm Benok-Kabupaten Probolinggo. In *Prosiding Seminar Nasional Sains dan Teknologi Terapan* (pp. 579-584).
- Wati, A. P., Martha, J. A., & Indrawati, A. (2020). Peningkatan Keterampilan Pemasaran Melalui Pelatihan Whatsapp Business Pada UMKM. *Dedication: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 137-148.