

## PKM Pelaku UMKM Melalui Pengembangan Usaha Kuliner Berbasis Ekonomi Kreatif dan *Digital Marketing* di Desa Yosonegoro

### PKM Actors of UMKM Through the Development of Culinary Businesses Based on Creative Economy and Digital Marketing in Yosonegoro Village

Jafar Lantowa<sup>1\*</sup>, Rofik Harun<sup>2</sup>, Valentina Monoarfa<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Fakultas Sastra dan Budaya, Universitas Negeri Gorontalo, Jl. Jend. Sudirman No.6, Dulalowo Tim., Kec. Kota Tengah, Gorontalo 96128 - Indonesia

<sup>2</sup> Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Ichsan Gorontalo, Jl. Drs. Achmad Nadjamuddin, Limba U Dua, Kota Sel., Gorontalo 96138 - Indonesia

<sup>3</sup> Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Gorontalo, Jl. Jend. Sudirman No.6, Dulalowo Tim., Kec. Kota Tengah, Gorontalo 96128 - Indonesia

\*E-mail corresponding author: jafar.lantowa@ung.ac.id

*Received: 07 September 2023; Revised: 02 November 2023; Accepted: 21 November 2023*

**Abstrak.** Desa Yosonegoro memiliki keunikan kuliner tradisional berupa ketupat, nasi bulu, sate tusuk, dan dodol. Penghasilan masyarakat Yosonegoro sebagian besar hanya berasal dari pendapatan kuliner ini, karena sebagian besar mereka adalah pedagang kuliner. Sejak Pandemi pendapatan mereka berkurang. Keterbatasan pendapatan dari hasil penjualan kuliner ini, dipengaruhi oleh beberapa faktor yakni aspek manajemen usaha yang kurang maksimal, masalah aspek pemasaran bersifat konvensional, dan aspek pengemasan yang monoton. Tujuan program PKM ini adalah untuk mewujudkan Desa Yosonegoro sebagai Kampung Kuliner melalui pengembangan usaha kuliner berbasis Ekonomi kreatif dan *Digital Marketing* sehingga potensi desa sebagai kampung kuliner bisa mengglobal. Metode yang digunakan ialah metode survei, metode wawancara, dan observasi lapangan serta pelaksanaan sosialisasi, *workshop*, pelatihan dan pendampingan serta pembuatan desain kemasan produk, pembuatan *website* kampung kuliner, pembuatan sertifikat halal, penataan lokasi kampung kuliner, melaksanakan lokakarya dan serah terima aset pada mitra pelaku UMKM di di Desa Yosonegoro, Kec. Limboto Barat, Kab. Gorontalo. Hasil pelaksanaan program adanya peningkatan pendapatan masyarakat melalui keterampilan yang dimiliki masyarakat yang sebelumnya kuliner belum dikemas dengan menarik dan belum menggunakan *website*, setelah kegiatan mitra sudah mulai mengemas dalam bentuk kemasan menarik serta menjual kuliner tersebut dalam bentuk *online*. Pendapatan perhari sebelumnya Rp. 300.000-Rp. 500.000 meningkat dengan pendapatan Rp. 500.000-Rp. 800.000/hari. Peningkatan ini berdasarkan kuesioner yang disebar kepada mitra, sehingga hasil pelaksanaan terealisasi sesuai dengan target pelaksanaan Program Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat di Desa Yosonegoro, Kec. Limboto Barat, Kab. Gorontalo.

**Kata Kunci:** *Digital marketing*; ekonomi kreatif; kuliner; UMKM.

**Abstract.** Yosonegoro Village has unique traditional culinary delights in the form of ketupat, nasi bulu, skewered satay and dodol. Most of the Yosonegoro people's income comes from culinary income, because most of them are culinary traders. Since the pandemic their income has decreased. The limited income from culinary sales is influenced by several factors, namely aspects of business management that are not optimal, problems with conventional marketing aspects, and monotonous packaging aspects. The aim of this PKM program is to realize Yosonegoro Village as a Culinary Village through developing culinary businesses based on creative economy and digital marketing so that the village's potential as a culinary village can go



global. The methods used are survey methods, interview methods, and field observations as well as carrying out socialization, workshops, training and mentoring as well as making product packaging designs, creating culinary village websites, making halal certificates, arranging culinary village locations, carrying out workshops and handing over assets to partners. MSME actors in Yosonegoro Village, District. West Limboto, Kab. Gorontalo. The result of implementing the program is an increase in people's income through the skills possessed by the community. Previously, culinary delights had not been packaged attractively and had not used a website. After the activities, partners have started to package them in attractive packaging and sell these culinary delights online. Previous daily income Rp. 300,000-Rp. 500,000 increased with an income of Rp. 500,000-Rp. 800,000/day. This increase is based on a questionnaire distributed to partners, so that the implementation results are realized in accordance with the implementation target of the Community Partnership Empowerment Program in Yosonegoro Village, Kec. West Limboto, Kab. Gorontalo.

**Keywords:** Creative economy; culinary; digital marketing; UMKM

**DOI:** 10.30653/jppm.v9i1.636

## 1. PENDAHULUAN

Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki potensi besar untuk perkembangan ekonomi digital. Hal ini berpengaruh pada meningkatnya ekonomi nasional. Ekonomi digital dipercaya akan mampu menjawab tantangan pembangunan ekonomi yang belum stabil. Pemerintah Indonesia berkomitmen bahwa pembangunan ekonomi berbasis masyarakat sebagai pelaku usaha. Jumlah wirausaha akan berkembang dalam menggerakkan ekonomi dan menciptakan lapangan kerja baru. Maka pemanfaatan teknologi digital diharapkan dapat meningkatkan daya saing perekonomian Indonesia (Kumala 2021). Dalam pengembangan ekonomi kreatif, dunia digital yang terus berkembang hingga saat ini memiliki peran yang besar. Salah satu peran dunia digital dalam bisnis ekonomi kreatif yaitu pemasaran kuliner berbasis *online*, atau biasa disebut sebagai *digital marketing*. Kuliner sudah menjadi *lifestyle* dan *leisure*. Fenomena ini, menjadikan kuliner sebagai sub-sektor yang berkembang semakin pesat. Kuliner saat ini adalah mesin utama bagi industri kreatif Indonesia, dan menjadi sub-sektor yang memberi sumbangan terbesar bagi PDB Ekonomi Kreatif (Fatmawati & Santoso 2020).

Bisnis kuliner sebagai usaha sepanjang masa, karena setiap orang butuh makan dan minum dalam hidupnya. Di sisi lain banyak orang berpikir bahwa melakukan kegiatan bisnis kuliner sebagai usaha yang mudah, asal bisa memasak dan menyajikan makanan dengan baik maka usaha makanan bisa dibuka dan berjalan dengan mulus. Namun, kenyataannya tidaklah semudah itu. Dewasa ini, persaingan di usaha kuliner menjadi semakin ketat, sehingga diperlukan berbagai pengetahuan, sikap, dan keterampilan, sehingga usaha makanan bisa bertahan. Dalam membangun bisnis kuliner saat ini, tidak hanya dibutuhkan *skill* atau keahlian memasak saja, namun juga harus merupakan satu kesatuan antara *skill* memasak, manajemen, pemasaran baik *offline* maupun pemasaran *online*, *branding* (Ajasta et al., 2021).

Provinsi Gorontalo khususnya di Desa Yosonegoro Kecamatan Limboto Barat memiliki usaha kuliner yang unik karena memiliki kekhasan sendiri sebagai produk tradisional masyarakat Jawa Tondano. Usaha kuliner tersebut yakni nasi bulu, ketupat, sate tusuk, dan dodol merupakan usaha yang telah lama digeluti oleh masyarakat yang tinggal di Desa Yosonegoro. Produk kuliner ini menjadi produk unggulan Desa Yosonegoro karena merupakan salah satu budaya lokal yang telah mentradisi bagi masyarakat Jawa Tondano terutama menu makanan tradisional utama yang disajikan dalam tradisi lebaran ketupat. Desa Yosonegoro sangat strategis karena terletak di tengah-tengah dari Bandara Gorontalo menuju Kota Gorontalo, namun untuk lokasi kampung kuliner tersebut harus ke arah timur dari tiga arah yang ada di perempatan kampung Jawa yang ditandai dengan tugu ketupat.



**Gambar 1.** Lokasi kampung kuliner Desa Yosonegoro

Desa Yosonegoro merupakan pusat penyelenggaraan tradisi lebaran ketupat di Provinsi Gorontalo, sehingga tak heran menjumpai “Tugu Ketupat” yang dibuat sebagai simbol/ikon dari desa ini sebagai desa yang memiliki keunikan kuliner tradisional berupa ketupat, nasi bulu, sate

tusuk, dan dodol. Penghasilan masyarakat Yosonegoro sebagian besar hanya berasal dari pendapatan kuliner ini, karena sebagian besar mereka adalah pedagang kuliner. Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa pedagang, mereka menyampaikan bahwa profesi pedagang kuliner ini telah ditekuni oleh orang tua mereka sejak tahun 1992. Saat ini mereka meneruskan profesi orang tua mereka sebagai pedagang kuliner. Sejak Pandemi awal tahun 2020, penghasilan mereka menurun menjadi Rp.300.000-Rp. 500.000/hari dengan berdagang kuliner di bahu jalan depan rumah masing-masing karena saat itu ada larangan untuk menjual dagangan di pasar tradisional. Rendahnya pendapatan pasca pandemi ini tidak menurunkan semangat mereka dalam berdagang, mereka tetap produktif dalam membuat kuliner setiap hari. Seperti yang disampaikan oleh Ibu Sri Yetin Towapa salah satu pelaku UMKM kuliner di Desa Yosonegoro, bahwa beliau tetap memproduksi ketupat, nasi bulu, sate tusuk, dan dodol setiap hari, meskipun penghasilan saat ini tidak menetap tergantung konsumen yang melewati jalan tempat dagangan mereka. Keterbatasan pendapatan dari hasil penjualan kuliner ini, dipengaruhi oleh beberapa faktor yakni aspek manajemen usaha yang kurang maksimal. Selain itu, masalah dalam aspek pemasaran, semua pedagang kuliner di Desa Yosonegoro masih melakukan pemasaran kuliner mereka secara konvensional di tengah-tengah perkembangan era ekonomi digital, dan permasalahan selanjutnya adalah aspek pengemasan yang masih monoton dengan janur kuning, daun pisang, daun ombulo dan tidak ada upaya dalam mengemas produk kuliner tersebut dalam desain yang menarik sehingga bisa menambah daya tarik konsumen dalam memesan produk tersebut melalui online. Selain itu, permasalahan lokasi usaha juga yang masih perlu ditata sehingga terlihat menarik dan kondusif.



**Gambar 2.** Wawancara bersama kelompok pelaku UMKM kuliner Desa Yosonegoro

Berdasarkan permasalahan tersebut, perlu dilakukan upaya dalam meningkatkan pendapatan masyarakat Desa Yosonegoro melalui pemberdayaan masyarakat pelaku UMKM dalam pengembangan usaha kuliner berbasis ekonomi kreatif dan *digital marketing* khususnya pada mitra

PKM yakni pelaku UMKM Kuliner Desa Yosonegoro. Urgensinya pemberdayaan masyarakat melalui pengembangan masyarakat pelaku UMKM Kuliner tentu harus dilakukan secara terencana. Hasilnya sudah bisa dipastikan akan memberikan kepuasan terhadap masyarakat dalam proses perubahan terutama pada peningkatan pendapatan masyarakat UMKM. Merekalah yang mengolah apa saja yang menjadi kebutuhan mereka sendiri dalam menyelesaikan persoalan yang mereka hadapi (Teja, 2015). Kegiatan pemberdayaan yang tepat dalam menyelesaikan masalah mitra terkait dengan pengembangan usaha kuliner saat ini yakni melalui kegiatan pemberdayaan mitra UMKM Kuliner berbasis ekonomi kreatif dan *digital marketing*. Ekonomi kreatif dapat menciptakan kesejahteraan dan mendorong pembaruan serta memanfaatkan bahan baku lokal. Begitu juga dengan *Digital Marketing* yang dapat mempercepat peningkatan jumlah konsumen sehingga dapat meningkatkan pendapatan masyarakat UMKM. Pemanfaatan ekonomi digital membantu para pelaku utamanya UMKM bisa bertahan dan mengembangkan pemasaran dengan jangkauan yang lebih mudah dan luas (Juniansyah, 2022).



**Gambar 3.** Penandatanganan surat kesediaan mitra UMKM kuliner Desa Yosonegoro

Kegiatan yang dilaksanakan oleh tim PKM terutama terkait dengan pengembangan usaha kuliner berbasis ekonomi kreatif digital sangat tepat dilakukan untuk membantu permasalahan mitra seperti yang telah dilakukan melalui beberapa artikel hasil penelitian dan pengabdian yang berkaitan seperti yang dilakukan oleh Ismail et al. (2021); Purnamasari et al. (2022); Lantowa et al. (2022); Wahyuningsih & Dede (2019) dan (Syikin et al. (2020).

Kendala yang dihadapi oleh mitra perlu ditangani secara komprehensif. Hal itu juga menjadi alasan kuat tim pengabdian dari Universitas Negeri Gorontalo berkolaborasi dengan Universitas Ichsan Gorontalo untuk melakukan kegiatan PKM. Tujuan program PKM ini adalah untuk mewujudkan Desa Yosonegoro sebagai Kampung Kuliner melalui pengembangan usaha kuliner berbasis Ekonomi kreatif dan *Digital Marketing* sehingga potensi desa sebagai kampung kuliner bisa mengglobal. Bentuk pemberdayaan berupa kegiatan *workshop*, pelatihan, penataan infrastruktur lokasi usaha kuliner, pembuatan dan pengelolaan website dan aplikasi, serta pendampingan manajemen usaha berbasis Ekonomi Kreatif dan *Digital Marketing*. Setiap program PKM melibatkan mahasiswa dan mitra dalam implementasi program. Hasil PKM ini, akan

berdampak pada pencapaian peningkatan IKU baik kegiatan dosen di luar kampus, kegiatan mahasiswa di luar kampus, implementasi kerja sama, dan publikasi dosen.

Berdasarkan hasil diskusi antara tim PKM dan Mitra Pelaku UMKM Kuliner di Desa Yosonegoro serta hasil observasi di lapangan, terdapat beberapa permasalahan prioritas yang disepakati untuk diselesaikan bersama melalui program PKM. Permasalahannya yaitu;

1. Bagaimana meningkatkan pendapatan masyarakat melalui pengembangan usaha kuliner berbasis Ekonomi Kreatif dan *Digital Marketing* baik dari proses produksi, manajemen usaha, pengemasan, dan pemasaran?
2. Bagaimana membangun kemitraan antara masyarakat (dengan Pemerintah Desa dan Pemerintah Daerah dalam mewujudkan program untuk pengembangan usaha kuliner dengan menyatukan semua sumber daya yang ada?
3. Bagaimana menata infrastruktur lokasi usaha kuliner dengan konsep Kampung Kuliner agar lokasi usaha kuliner tertata baik, kondusif, edukatif, sehingga berdampak pada peningkatan ekonomi masyarakat?
4. Bagaimana merancang dan membuat aplikasi *e-commerce* agar promosi usaha kuliner mengglobal dan menarik konsumen?
5. Bagaimana strategi keberlanjutan program dalam pemberdayaan masyarakat melalui pendampingan pelaku UMKM Desa Yosonegoro?

## 2 METODE

Metode yang digunakan ialah metode survei, metode wawancara, dan observasi lapangan serta pelaksanaan sosialisasi, workshop, pelatihan dan pendampingan serta pembuatan desain kemasan produk, pembuatan website kampung kuliner, pembuatan sertifikat halal, penataan lokasi kampung kuliner, melaksanakan lokakarya dan serah terima aset pada mitra pelaku UMKM di di Desa Yosonegoro, Kec. Limboto Barat, Kab. Gorontalo. Adapun tahapan kegiatan yang akan dilakukan pada program PKM ini adalah:

### 1) Survei awal

Survei awal dilakukan untuk mengetahui permasalahan yang dihadapi masyarakat, kondisi desa, pendapatan masyarakat UMKM, kondisi lokasi usaha kuliner, tingkat pengetahuan dan keterampilan masyarakat tentang pengembangan usaha kuliner berbasis ekonomi kreatif dan *digital marketing*, upaya pengelolaan kampung kuliner yang telah dilakukan selama ini, ketersediaan infrastruktur lokasi usaha dan infrastruktur digital, dan profil serta potensi Desa Yosonegoro. Adapun metode pengumpulan data awal ini diperoleh dengan cara wawancara dengan aparat desa dan masyarakat pelaku UMKM serta observasi lapangan di Desa Yosonegoro.

### 2) Penetapan khalayak sasaran

Khalayak sasaran adalah masyarakat yang produktif secara ekonomi yakni sasaran industri rumah tangga (IRT) dengan kepemilikan usaha bersifat individu/perorangan dan mempunyai karyawan 5-6 orang di luar anggota keluarga. Adapun mitra yang menjadi sasaran dimaksud adalah pelaku UMKM yang berprofesi sebagai pedagang kuliner tradisional masyarakat Jawa Tondano Desa Yosonegoro. Kuliner yang menjadi ciri khas masyarakat pelaku UMKM adalah Nasi Bulu, Sate Tusuk, Dodol, dan Ketupat. Pelaku UMKM ini terdiri dari 21 orang pelaku usaha dan masing-masing memiliki karyawan 5-6 orang di luar dari anggota keluarga untuk membantu proses produksi nasi jaha, ketupat, dodol, dan sate tusuk serta membantu proses pengemasan dan penjualan di bahu jalan depan rumah pelaku usaha. Pelaku usaha ini menjual dagangan kuliner

setiap hari dari Senin s.d Sabtu pukul 15.00 s.d 21.00 di bahu jalan depan rumah mereka masing-masing. Pendapatan mereka saat ini tidak menentu berkisar Rp 300.000-Rp 800.000/hari sesuai dengan jumlah produksi dengan konsumen yang melewati kampung kuliner Desa Yosonegoro tersebut. 21 Pelaku UMKM ini yang akan menjadi sasaran pelaksanaan pengabdian berupa *workshop*, pelatihan dan pendampingan dalam pengembangan usaha kuliner berbasis Ekonomi Kreatif dan *Digital Marketing*.

### 3) Identifikasi Masalah dan Penyusunan program

**Tabel 2.** Identifikasi masalah dan penyusunan program

No	Masalah	Program Kegiatan
1	Masalah pendapatan mitra yang menurun pasca pandemi sehingga berdampak pada proses produksi, manajemen usaha, pengemasan, dan pemasaran	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sosialisasi Program Kemitraan Masyarakat bagi mitra masyarakat pelaku UMKM Desa Yosonegoro</li> <li>2. Workshop Pengembangan Usaha Kuliner berbasis Ekonomi Kreatif dan Digital Marketing</li> <li>3. Pelatihan Manajemen Usaha, Proses Produksi, Teknik Desain Logo Kemasan, Pengemasan yang menarik, pendampingan pengurusan pelabelan halal produk kuliner dalam kemasan, dan Pemasaran Produk kuliner berbasis digital marketing</li> </ol>
2	Masalah Infrastruktur Kampung Kuliner	<p>Menata infrastruktur kampung kuliner Yosonegoro dengan beberapa fasilitas di antaranya, pembuatan gapura bertuliskan Kampung Kuliner Yosonegoro, pengembangan jaringan internet/wifi sebagai sarana pemasaran digital, penambahan payung dan pengadaan etalase untuk estetika tempat penjualan kuliner serta menata lokasi kampung kuliner sehingga bisa terlihat bersih, rapi, dan kondusif.</p>
3	Masalah pemasaran yang bersifat konvensional/penjualan hanya di depan rumah masing-masing pelaku UMKM	<p>Pemanfaatan teknologi informasi dalam memasarkan produk kuliner yang sudah dikemas dengan menarik melalui langkah-langkah kegiatan sebagai berikut.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Melakukan kerja sama dengan pihak yang memiliki kemampuan di bidang teknologi dan informasi, yang juga memahami paket kuliner Yosonegoro</li> <li>2. Mengumpulkan data kuliner yang sudah didesain dalam kemasan yang menarik dengan ide kreatif, agar dapat memudahkan Perancangan Sistem.</li> <li>3. Perancangan sistem Aplikasi e-commerce dengan konsep Customer Relationship Management yang optimal dalam menjaga hubungan dengan konsumen sehingga meningkatkan volume pemasaran produk</li> <li>4. Pada tahap perancangan sistem yang perlu diperhatikan disini adalah penentuan sistem yang tepat untuk diterapkan pada aplikasi e-commerce dengan konsep Customer Relationship Management Pemasaran</li> <li>5. Aplikasi yang telah ditentukan pada tahap perancangan aplikasi akan dilakukan Coding Pada Bahasa Pemrograman berbasis Web PHP dan dilengkapi dengan DBMS MySQL.</li> <li>6. Kegiatan selanjutnya adalah tahap pengujian aplikasi e-commerce dengan konsep Aplikasi Customer Relationship Management yang telah dibangun diuji dengan cara dihosting sehingga dapat diuji coba akses pemasaran dan hubungan dengan konsumen</li> <li>7. Setelah diuji, maka aplikasi e-commerce sebagai sarana digital marketing kuliner UMKM, akan dipraktikkan dalam sebuah pelatihan penggunaan aplikasi e-commerce bagi masyarakat pelaku UMKM untuk mengubah pemasaran mereka dari konvensional ke arah digital marketing.</li> </ol>

---

4	Masalah keberlanjutan program	Pendampingan dalam peningkatan pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM melalui pelatihan secara konsisten manajemen usaha kuliner dalam pengembangan kuliner berbasis ekonomi kreatif dan digital marketing demi keberlanjutan program
---	-------------------------------	---

---

### 1) Perumusan dan pengukuran indikator keberhasilan

Keberhasilan pelaksanaan program PKM dirumuskan menggunakan 2 (dua) indikator yakni indikator **kuantitatif dan kualitatif**. Alat yang digunakan pelaksana untuk mengukur keberhasilan program kegiatan PKM adalah **kuesioner, observasi lapangan, dan jumlah pendapatan pelaku UMKM Kuliner Desa Yosonegoro**.

### 2) *Monitoring* dan Evaluasi berdasarkan indikator keberhasilan program

Monitoring dapat dilakukan dengan dua cara yakni: *monitoring internal* dan *monitoring eksternal*. *Monitoring internal* dilakukan dengan melibatkan tim pelaksana beserta khalayak sasaran dibawah pengawasan Pihak LPPM Universitas Negeri Gorontalo. Sedangkan *monitoring eksternal* dilakukan dengan melibatkan tim dari luar atau tim independen dan tim ahli dalam bidang Dinas UKM Kabupaten atau Provinsi Gorontalo serta Direktorat Riset, Teknologi, dan Pengabdian Kepada Masyarakat, Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi, Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Republik Indonesia.

### 3) Lokakarya hasil dengan menghadirkan *stakeholder* program

Lokakarya melibatkan akademisi, praktisi, mahasiswa, pelaku UMKM, masyarakat lokal Desa Yosonegoro, Pemerintah daerah dan kecamatan serta Kepala Dinas Usaha Kecil Menengah Kabupaten Gorontalo dan Prov. Gorontalo, dan Kepala LPPM UNG yang akan dilaksanakan selama sehari untuk mengukur dan menginformasikan kepada pemangku kepentingan (pemerintah) terkait ketercapaian pelaksanaan kegiatan PKM.

### 4) Pelaporan

Pelaporan pelaksanaan kegiatan PKM merupakan pertanggungjawaban secara administratif seluruh kegiatan yang telah dilakukan.

### 5) Evaluasi dan Keberlanjutan Program

Efektifitas dari hasil pelaksanaan PKM (pasca program) terhadap masyarakat pelaku UMKM Desa Yosonegoro akan dievaluasi dan dilaporkan oleh pelaksana di bawah pengawasan reviewer setelah pelaksanaan PKM dan melaksanakan pembinaan secara berkelanjutan kepada pelaku UMKM melalui pengembangan usaha kuliner berbasis ekonomi kreatif dan digital marketing.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Program Kemitraan Masyarakat dilaksanakan secara tatap muka yang bertempat di Desa Yosonegoro Kecamatan Limboto Barat Kabupaten Gorontalo. Dalam proses pelaksanaan, tim mengawali dengan survei lokasi kegiatan dan koordinasi bersama pihak kecamatan, pihak aparat desa, karang taruna, dan perwakilan pelaku UMKM kuliner Dodol dan Nasi Bulu. Dalam proses persiapan ini, maka ditetapkan untuk pelaksanaan kegiatan dilaksanakan di Aula Kantor Desa Yosonegoro dan di area Kampung Kuliner. Tahapan pelaksanaan kegiatan PKM, meliputi sosialisasi, *workshop*, pelatihan, dan evaluasi. Adapun tahapan-tahapan pelaksanaan diuraikan sebagai berikut.

## 1. Survei Awal Kegiatan

Program pemberdayaan kemitraan masyarakat diawali dengan *survey* oleh tim pelaksana Bersama dengan mahasiswa. Survei ini dilaksanakan dalam rangka memetakan permasalahan mitra serta kebutuhan yang diinginkan oleh mitra dalam pelaksanaan program. Adapun yang menjadi tujuan dari pelaksanaan survei ini adalah untuk mendata jumlah pelaku UMKM Kuliner nasi bulu dan dodol, mengidentifikasi masalah, serta merancang program yang dibutuhkan untuk solusi terhadap permasalahan tersebut. Pelaksanaan survei ini dilaksanakan pada 26 s.d 28 Juni 2023 di kampung kuliner Desa Yosonegoro.



Gambar 4. Survei terhadap kondisi pelaku UMKM sebelum Pelaksanaan PKM

## 2. Sosialisasi Program PKM

Sosialisasi ini dilaksanakan untuk memaparkan program Pengembangan Desa melalui Pemberdayaan Pelaku UMKM Kuliner Berbasis Ekonomi Kreatif dan *Digital Marketing* kepada pemerintah desa dan pelaku UMKM serta masyarakat Desa Yosonegoro. Sebelum pelaksanaan sosialisasi, kegiatan PKM diawali dengan pembukaan seluruh rangkaian program PKM oleh Kepala Desa Yosonegoro. Pelaksanaan sosialisasi program ini difokuskan pada pemaparan Program Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat (PKM) yang dilaksanakan di awal program tanggal 18 Juli 2023. Kegiatan dibuka secara resmi oleh Kepala Desa Yosonegoro dan dihadiri oleh aparat desa, pelaku UMKM, dan masyarakat Desa Yosonegoro. Sasaran pada sosialisasi ini adalah masyarakat secara keseluruhan, pelaku UMKM kuliner Dodol dan Nasi Bulu, aparat desa, karang taruna dan beberapa kelompok masyarakat lainnya. Tujuan pelaksanaan sosialisasi ini adalah agar masyarakat sasaran mengetahui maksud dan tujuan dalam pelaksanaan program PKM sehingga dapat membuka wawasan masyarakat terkait pentingnya partisipasi masyarakat Desa Yosonegoro dalam pengembangan Usaha Kuliner Berbasis Ekonomi Kreatif.



Gambar 5. Sosialisasi program pemberdayaan kemitraan masyarakat

### 3. *Workshop Pengembangan Usaha Kuliner Berbasis Ekonomi Kreatif dan Digital Marketing*

*Workshop* yang dilaksanakan tim PKM meliputi *workshop* terkait dengan Pengembangan Usaha Kuliner Berbasis Ekonomi Kreatif dan *Digital Marketing* dengan pemateri dari instansi perguruan tinggi. *Workshop* dilaksanakan selama 3 hari yakni tanggal 29 Juli s.d 31 Juli 2023 di Aula Kantor Desa Yosonegoro. *Workshop* ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terkait pentingnya partisipasi masyarakat Desa Yosonegoro dalam pengembangan Usaha Kuliner Berbasis Ekonomi Kreatif dan *digital marketing* untuk mengembangkan pelaku UMKM di Desa Yosonegoro. Adapun narasumber *workshop* terkait: materi Pengembangan Usaha Kuliner Berbasis Ekonomi Kreatif yakni Adriono Tobuhu, Konsultan Pengurusan Sertifikat Halal dari Kanwil Kemenag Provinsi Gorontalo dan Materi terkait Pengembangan Usaha Kuliner berbasis *Digital Marketing* disampaikan oleh Bapak Jafar Lantowa, S.Pd.,M.A, sedangkan untuk materi terkait dengan inovasi usaha dan pengelolaan manajemen usaha kuliner yakni Ibu Hj.Valentina Monoarfa, SE, MM. Pelaksanaan *workshop* berlangsung dengan lancar dan pemahaman masyarakat terhadap pentingnya mengembangkan usaha kuliner berbasis ekonomi kreatif meningkat.



Gambar 6. *Workshop* pertemuan pertama



Gambar 7. *Workshop* pertemuan kedua



Gambar 8. *Workshop* pertemuan ketiga

#### 4. Pendampingan Proses Produksi dan Pengemasan Kuliner

Dalam program Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat juga, tim pelaksana melanjutkan program pada pelatihan proses produksi dan pengemasan kepada pelaku usaha. Pelatihan ini berupa pendampingan dalam hal pembuatan nasi bulu dan dodol yang lebih memperhatikan nilai-nilai kebersihan dari segi lokasi produksi dan bahan yang dijadikan untuk memproduksi nasi bulu dan dodol. Selanjutnya tim pelaksana, memberikan pendampingan dalam pengemasan produk sehingga tampak menarik, yang sebelumnya belum dikemas hanya diisi di tas plastik untuk dijual di konsumen. Tim pelaksana juga menambahkan strategi pembuatan dodol yang lebih mengedepankan efektif dan efisien sehingga tidak membutuhkan waktu lama dalam memproduksi nasi bulu dan dodol. Melalui pelatihan ini, mitra mulai merancang untuk menambah lagi SDM atau karyawan dalam memproduksi nasi bulu dan dodol sehingga bisa lebih banyak lagi jumlah produksi setiap harinya dan dapat menambah pendapatan mitra pelaku UMKM nasi bulu dan dodol.



Gambar 9. Pendampingan proses produksi dan pengemasan kuliner



Gambar 10. Hasil kemasan produk kuliner pelaku UMKM

#### 5. Penataan Lokasi Kampung Kuliner Desa Yosonegoro

Dalam PKM ini, selain pelaksanaan *workshop* dan pelatihan, tim PKM juga menginisiasi penataan lokasi kampung kuliner yang dijadikan pusat penjualan nasi bulu dan dodol yang bertepatan di bahu jalan depan rumah setiap pelaku usaha. Tim PKM membantu mengadakan papan neon box sebagai papan informasi kampung kuliner agar bisa dikenal oleh masyarakat yang melewati kampung tersebut. Hal ini dapat membantu pemasaran offline terutama yang melwati jalan tersebut dan mudah dikenal oleh orang banyak. Dengan adanya papan informasi tersebut, diharapkan dapat membantu jumlah pengunjung dan meningkatkan pendapatan masyarakat pelaku usaha kuliner di Desa Yosonegoro.



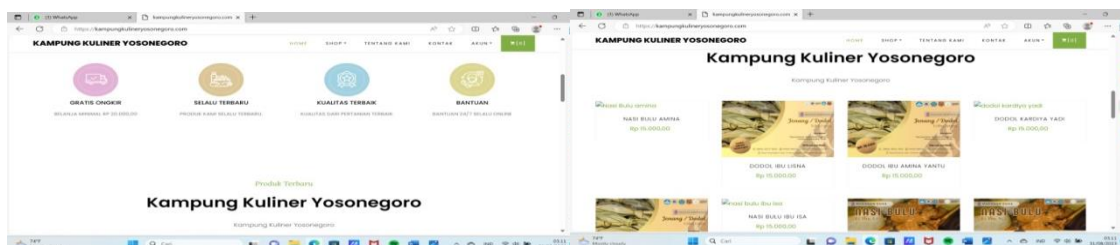
Gambar 11. Penataan lokasi kampung kuliner

## 6. Pelatihan Penggunaan Website dan Media Sosial Kampung Kuliner

Tahapan pelatihan yang dilaksanakan yakni pelatihan penggunaan Website dan Media Sosial bagi Kelompok UMKM. Sebelum dilaksanakan pelatihan ini, tim PKM telah merancang desain produk yang akan dimasukkan di dalam website jual beli produk UMKM Kampung Kuliner Yosonegoro yakni produk Nasi Bulu dan Dodol.



Gambar 12. Desain produk



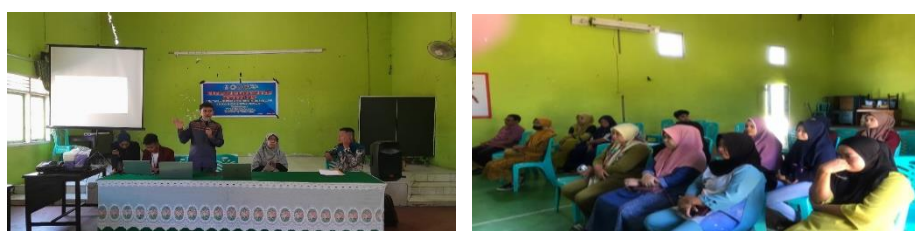
Gambar 13. Tampilan laman website kampung kuliner Yosonegoro

Pada tahap pelatihan, semua menu ditampilkan kepada peserta. Mereka dilatih untuk bisa mengoperasikan website dan media sosial, melakukan input data produk UMKM Kuliner ke dalam website serta dilanjutkan dengan strategi memasarkan produk UMKM Kuliner ke publik melalui website dan media sosial. Pelaksanaan pelatihan ini dilaksanakan pada tanggal 31 Juli s.d

1 Agustus 2022 di Aula Kantor Desa Yosonegoro Kecamatan Limboto Barat Kab. Gorontalo. Adapun pemateri pada pelatihan ini yaitu tim pelaksana PKM yakni Bapak Jafar Lantowa, S.Pd., M.A. Dosen UNG dan Bapak Rofiq Harun, S.Kom, M.Kom, Dosen Universitas Ichsan Gorontalo. Peserta dari kegiatan ini adalah pelaku UMKM.



**Gambar 14.** Pelatihan penggunaan aplikasi dan website pertemuan pertama



**Gambar 15.** Pelatihan penggunaan aplikasi dan website pertemuan kedua



**Gambar 16.** Pelatihan penggunaan aplikasi dan website pertemuan ketiga

## **7. Pelatihan Manajemen Kelompok UMKM Desa Yosonegoro**

Bentuk pembinaan pelaku UMKM dapat dibagi menjadi 2 model pembinaan, yaitu pembinaan langsung dan pembinaan tidak langsung. Pembinaan langsung yaitu pembinaan yang dilakukan dalam bentuk interaksi dan tatap muka langsung antara unsur Pembina dengan pelaku usaha sebagai pihak yang dibina. Bentuk pembinaan langsung tersebut dapat dilakukan melalui temu wicara, diskusi, pendidikan, dan pelatihan/*workshop*, lomba, dan lain-lain. Sedangkan pembinaan tidak langsung yaitu pembinaan yang dilakukan oleh unsur pembina melalui pemanfaatan media massa (baik media cetak maupun elektronik (Mudjiarto & Sugiharto 2015).

Adapun pembinaan yang dilakukan oleh tim PKM untuk manajemen UMKM yakni pembinaan langsung dan tidak langsung. Pembinaan langsung yakni dengan melaksanakan pelatihan manajemen kelompok UMKM dengan tujuan untuk keberlanjutan program dalam pengembangan usaha kuliner oleh pelaku UMKM. Kegiatan pelatihan ini melibatkan ketua tim PKM Dosen Universitas Negeri Gorontalo dan Kepala Desa Yosonegoro sebagai pemateri serta pelaku UMKM Kuliner Desa Yosonegoro. Adapun pembinaan tidak langsung melalui pemanfaatan media massa, media publikasi baik website dan media sosial Desa Yosonegoro untuk dijadikan sarana kelompok UMKM dalam meningkatkan jumlah pembeli melalui pemasaran yang

intens oleh pelaku UMKM. Pelaksanaan program pelatihan ini berlangsung tanggal 4 Agustus 2023 di Aula Kantor Desa Bongo.

Pengembangan kelembagaan dalam optimalisasi potensi desa pada pelaku UMKM melalui perekonomian desa memiliki peran strategis dalam membangun perencanaan UMKM Desa. Peningkatan ekonomi desa didasarkan pada kondisi dan daya dukung dengan maksud menciptakan interaksi jangka panjang yang saling menguntungkan diantara pencapaian tujuan peningkatan ekonomi, peningkatan kesejahteraan masyarakat setempat, dan berkelanjutan daya dukung pemerintah desa terhadap pelaku UMKM. Peran dari pemerintah desa ini yang akan membantu dalam meningkatkan partisipasi masyarakat dalam mengembangkan kampung kuliner dalam meningkatkan pendapatan masyarakat pelaku UMKM Desa Yosonegoro.



**Gambar 17.** Pelatihan manajemen kelembagaan pokdarwis Desa Bongo

#### **8. Lokakarya Hasil dan Serah Terima Aset Pada Mitra Pelaku UMKM**

Lokakarya hasil dan serah terima aset kepada mitra pelaku UMKM merupakan bagian dari program Pemberdayaan Kemitraan masyarakat yang dilakukan oleh Tim PKM Desa Yosonegoro. Lokakarya ini bertujuan untuk memaparkan hasil pelaksanaan PKM dan menyerahkan hasil aset yang dapat dimanfaatkan oleh mitra UMKM Kuliner. Selain itu, lokakarya ini mengundang narasumber dari Dinas Kominfo dan Statistik Provinsi Gorontalo yang memaparkan terkait urgensi digital dalam pemasaran produk kuliner masyarakat pelaku UMKM Desa Yosonegoro. Selanjutnya narasumber kedua dari Kepala Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Gorontalo Bapak Arifin Suaib memaparkan terkait pentingnya kreatifitas dan inovasi dalam setiap produk kuliner melalui pengemasan yang menarik dan pemasaran digital sehingga akan banyak yang mengenal makanan tradisional ini sehingga membantu meningkatkan pendapatan masyarakat. Selain itu, dalam lokakarya hasil juga tim pelaksana mengundang praktisi perempuan dan akademisi Provinsi Gorontalo ibu Dr. Sitti Rachmi Massie, yang memberikan motivasi bagi ibu-ibu pelaku usaha untuk tetap eksis dalam berwirausaha untuk peningkatan perekonomian masyarakat Desa Yosonegoro.

Pada kegiatan ini, mitra pelaku usaha memperoleh bantuan dari tim PKM berupa papan informasi kampung kuliner berupa papan neon box dua unit, parcel yang berisikan kebutuhan atau perlengkapan untuk pelaku UMKM Kuliner. Kegiatan ini dihadiri oleh Kepala Dinas Kominfo Provinsi Gorontalo, Kepala Dinas UKM Kabupaten Gorontalo, Ayahanda selaku kepala Desa Yosonegoro, para aparat Desa, dan tentunya kelompok pelaku UMKM.



**Gambar 18.** Lokakarya hasil dan serah terima aset pada mitra pelaku UMKM

## 9. Tahap Evaluasi

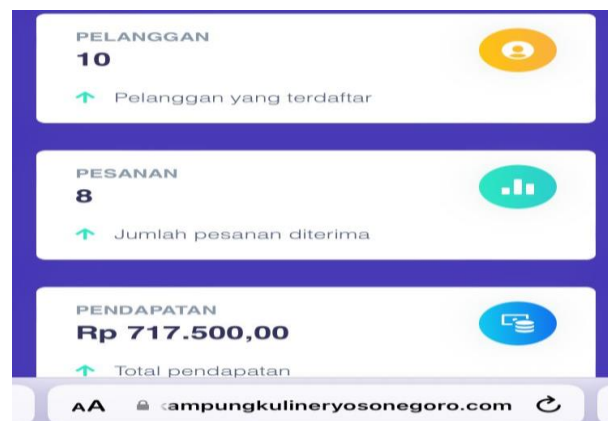
Tahap evaluasi ini untuk mengukur tingkat keberdayaan mitra setelah pelaksanaan kegiatan *workshop* dan pelatihan. Adapun yang diukur adalah tingkat pendapatan para pelaku UMKM Kuliner setelah pelaksanaan seluruh program oleh tim PKM dan Mahasiswa KKN Tematik.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan mahasiswa KKN Tematik Universitas Negeri Gorontalo, para pelaku UMKM mengungkapkan terjadinya peningkatan pendapatan setelah mengikuti *workshop* dan pelatihan *digital marketing*.



**Gambar 19.** Wawancara pada mitra pelaku UMKM

Selain dari hasil wawancara, peningkatan pendapatan pelaku UMKM juga dilihat dari telah adanya orderan pesanan untuk produk mereka di website Jual Beli UMKM kampung kuliner Yosonegoro.



**Gambar 20.** Orderan pesanan produk UMKM di website

Hasil pelaksanaan program adanya peningkatan pendapatan masyarakat melalui keterampilan yang dimiliki masyarakat yang sebelumnya kuliner belum dikemas dengan menarik dan belum menggunakan website, setelah kegiatan mitra sudah mulai mengemas dalam bentuk kemasan menarik serta menjual kuliner tersebut dalam bentuk online. Pendapatan perhari sebelumnya Rp. 300.000-Rp. 500.000 meningkat dengan pendapatan Rp. 500.000-Rp. 800.000/hari. Peningkatan ini berdasarkan kuesioner yang disebar kepada mitra, sehingga hasil pelaksanaan terealisasi sesuai dengan target pelaksanaan Program Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat di Desa Yosonegoro, Kec. Limboto Barat, Kab. Gorontalo.

#### 4. SIMPULAN

Melalui pelaksanaan program Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat, telah berhasil mencapai tujuan-tujuan yang telah ditetapkan sejak awal. Program ini bukan hanya sekedar bentuk pengabdian masyarakat, tetapi juga menjadi sarana pembelajaran yang bernilai tinggi bagi tim pelaksana dan mahasiswa. Berbagai kegiatan yang dilakukan selama program PKM memberikan dampak positif baik bagi mahasiswa maupun masyarakat setempat. Selama pelaksanaan PKM, tim pelaksana telah mengaplikasikan pengetahuan akademis dan keterampilan praktis sesuai dengan tahapan pelaksanaan kegiatan PKM. Hal ini menggambarkan komitmen yang dijalankan dalam memberikan kontribusi yang berarti bagi masyarakat.

Dalam prosesnya, tim pelaksana juga telah mengembangkan kemampuan sosial, komunikasi, kerjasama tim, dan kepemimpinan. Interaksi yang intens dengan masyarakat membuka wawasan baru tentang keberagaman budaya, masalah sosial, dan tantangan lingkungan yang harus dihadapi. Program Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat tahun 2023 di Desa Yosonegoro, Kec. Limboto Barat, Kab. Gorontalo memiliki program sosialisasi, *workshop*, pelatihan, dan pendampingan serta pembuatan desain kemasan produk, pembuatan website kampung kuliner, pembuatan sertifikat halal, melaksanakan lokakarya dan serah terima aset pada mitra pelaku UMKM di Desa Yosonegoro, Kec. Limboto Barat, Kab. Gorontalo

Kegiatan PKM memberikan dampak yang signifikan bagi masyarakat dan lingkungan di sekitarnya. Melalui pelatihan, edukasi, pemberdayaan, dan pembangunan yang telah dilakukan, masyarakat menerima manfaat yang langsung terasa dalam bentuk peningkatan kualitas hidup. Dalam kesimpulannya, program PKM ini telah memberikan bukti konkret bahwa kolaborasi antara perguruan tinggi, mahasiswa, dan masyarakat dapat menciptakan perubahan positif yang berkelanjutan. Program ini bukan hanya tentang memberikan kontribusi, tetapi juga membangun ikatan yang kuat antara dunia akademis dan masyarakat, menciptakan lingkungan yang kondusif bagi pertumbuhan dan perkembangan bersama.

Hasil pelaksanaan program adanya peningkatan pendapatan masyarakat melalui keterampilan yang dimiliki masyarakat yang sebelumnya kuliner belum dikemas dengan menarik dan belum menggunakan website, setelah kegiatan mitra sudah mulai mengemas dalam bentuk kemasan menarik serta menjual kuliner tersebut dalam bentuk online. Pendapatan perhari sebelumnya Rp. 300.000-Rp. 500.000 meningkat dengan pendapatan Rp. 500.000-Rp. 800.000/hari. Peningkatan ini berdasarkan kuesioner yang disebar kepada mitra, sehingga hasil pelaksanaan terealisasi sesuai dengan target pelaksanaan Program Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat di Desa Yosonegoro, Kec. Limboto Barat, Kab. Gorontalo.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Program Pengabdian ini tidak akan selesai, tanpa adanya kontribusi positif selama pelaksanaan kegiatan pengabdian dari berbagai pihak. Oleh karena itu, kami menyampaikan terima kasih kepada Direktorat Riset, Teknologi, dan Pengabdian kepada Masyarakat Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi, Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi RI yang telah memberikan pendanaan PKM sehingga semua proses pelaksanaan pengabdian dapat berjalan sesuai ketentuan. Terima kasih kepada Rektor Universitas Negeri Gorontalo dan LPPM UNG yang telah memfasilitasi kegiatan pengabdian ini.

## REFERENSI

- Ajusta, A.A., Gede, & Nurullah. (2021). Membangun Bisnis Kuliner Sebagai Pemula. *Jurnal Akrab Juara*, 6 (4), 133–43.
- Purnamasari, E.D., P, Leriza D.A., Faradillah, & Jinal. (2022). Pentingnya E-Commerce Pada Pelaku Usaha Kerupuk Kemplang Lembak. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6 (6), 1511–1516.
- Fatmawati, A.A., & Sugeng S. (2020). Penguatan Rantai Nilai Pariwisata Sebagai Strategi Pengembangan Kawasan Kota Tua Jakarta Menjadi Kawasan Wisata Ramah Muslim. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*, 6 (03), 284–304.
- Ismail, Y., Yanti A., & Valentina M. (2021). Pemberdayaan Masyarakat Penguatan Manajemen Usaha Dan Strategi Pemasaran Pada Usaha Kabupaten Gorontalo Utara Membangun Kemandirian Perekonomiannya Dengan Berbasis Kepada Potensi Kekayaan Alam Yang Dimiliki.” *Jurnal sibermas*, 1 (1), 109-122.
- Juniansyah, A. (2022). Pemanfaatan Ekonomi Digital Dalam Strategi Pemasaran Dan Pelayanan Pada Usaha Kuliner UMKM Di Masa Pandemi Covid-19 Serta Strategi Adaptasi di Era New Normal. *Jurnal Bisnisan : Riset Bisnis dan Manajemen* 4 (2), 21–27.
- Kumala, S., L., (2021). Perkembangan Ekonomi Berbasis Digital di Indonesia. *Journal of Economics and Regional Science* 1(2):109–17. Retrieved from <http://ejournal.stiejb.ac.id/index.php/jurnal-esensi/article/view/190>.
- Lantowa, J, Nikma P., & Desrika T., (2022). Development of Community and Digital Marketing Based Bongo Religious Tourism Village. *Abdimas Umtas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(2), 2891-2901.
- Mudjiarto & Amo S., (2015). Pembinaan Usaha Menengah, Kecil & Mikro (UMKM) Melalui Program Kemitraan & Bina Lingkungan (PKBL) BUMN. *Abdimas* 1 (2): 8–24.
- Syikin, N., Arifuddin M., & Syamsuddin J. (2020). Pengaruh Perkembangan Ekonomi Digital Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Kuliner di Kecamatan Rappocini Kota Makassar. *Economic Bosowa Journal*, 6 (005), 219–30.
- Teja, M. (2015). Pembangunan untuk Kesejahteraan Masyarakat di Kawasan Pesisir. *spirasi* 6 (6), 63–76.
- Wahyuningsih, S., & Dede S. (2019). Pendekatan Ekonomi Kreatif Terhadap Pertumbuhan

Ekonomi. *Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 8 (2): 195–205.