

## EDUKASI DAN PELATIHAN PEMBUATAN PRODUK OLAHAN TOMAT GUNA MENINGKATKAN NILAI EKONOMIS TOMAT DI DESA SUKABUMI

Bayu Widhi Akbar<sup>1</sup>, Fanny Hendro Aryo Putro<sup>2</sup>, Etty Sri Hertini<sup>3</sup>, Risqi Bagus Pratama<sup>4</sup>, Wahyu Dwi Saputri<sup>5</sup>, Riskillah Azizah Mahanani<sup>6</sup>, Putri Sinta Wulandari<sup>7</sup>, Amany Dzakiyyah Hanifah<sup>8</sup>, Margareta<sup>9</sup>, Eddy Jayanto<sup>10</sup>, Makinun Amin<sup>11</sup>, Wahyu Arjuna<sup>12</sup>

<sup>1,4</sup>Fakultas Hukum, Universitas Boyolali

<sup>2</sup>Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Boyolali

<sup>3,10,11,12</sup>Fakultas Pertanian Peternakan, Universitas Boyolali

<sup>5,6,7,8,9</sup>Fakultas Ekonomi, Universitas Boyolali

Email : [bayuwidhi60@gmail.com](mailto:bayuwidhi60@gmail.com)\*

### ABSTRACT

*This service activity aims to provide education and training to the people of Sukabumi Village regarding tomato processing when prices have dropped along with digital marketing techniques and the importance of IPR, especially brands for processed tomato products. The method of implementing this activity is observation followed by providing outreach and training regarding processed tomato products. The result of this activity is that people understand and understand more about how to process tomatoes when prices drop, thereby increasing the economic value of tomatoes. Apart from that, the public also understands how to market and the importance of brand labels for processed tomato products.*

**Keywords:** *Tomatoes, Digital Marketing, Socialization, IPR*

### ABSTRAK

Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk memberikan edukasi dan pelatihan kepada masyarakat Desa Sukabumi mengenai pengolahan tomat saat harga anjlok beserta teknik digital marketing dan pentingnya HAKI terutama merek bagi produk olahan tomat. Metode pelaksanaan kegiatan ini dengan cara observasi dilanjutkan dengan memberikan sosialisasi dan pelatihan mengenai produk olahan tomat. Hasil dari kegiatan ini adalah masyarakat lebih paham dan mengerti cara mengolah tomat ketika harga anjlok sehingga meningkatkan nilai ekonomis dari tomat. Selain itu, masyarakat juga paham tentang cara pemasaran dan pentingnya label merek bagi produk olahan tomat.

**Kata kunci:** *Tomat, Digital Marketing, Sosialisasi, HAKI*

### PENDAHULUAN

Desa Sukabumi, Kecamatan Cepogo, Kabupaten Boyolali merupakan desa yang terletak pada ketinggian 900-1300 mdpl dan terletak sekitar  $\pm 7$  km dari puncak Gunung Merapi. Keindahan alamnya dipadukan dengan kondisi iklim yang khas, dengan curah hujan sekitar 20 hingga 23 mm per tahun dan suhu udara rata-rata mencapai 28-30°C. Luas wilayah Desa Sukabumi mencapai 2.472.080,53 m<sup>2</sup>, dengan sebagian besar terdiri dari pekarangan seluas 479.572,42 m<sup>2</sup> dan tegalan seluas 1.992.328,10 m<sup>2</sup>.

Seperti daerah kecamatan Cepogo pada umumnya, desa ini merupakan penghasil sayur mayur dan tembakau. Lahan-lahan pertanian Desa Sukabumi banyak ditanami dengan berbagai jenis sayuran, termasuk tomat, sawi, buncis, bawang merah, kol, paprika, dan lain-lain. Tomat

(*Solanum lycopersicum*) merupakan tanaman yang kaya akan nutrisi dan berfungsi sebagai sumber vitamin A, C, K, kalium, folat, thiamin, niasin, dan vitamin B6 sehingga memberikan manfaat signifikan bagi kesehatan tubuh. Tomat mengandung sejumlah besar vitamin dan mineral termasuk 30 kalori, 40 mg vitamin C, 1500 SI vitamin A, serta zat besi dan kalsium (Ernawati et.all., 2016)

Meskipun tomat memiliki potensi besar sebagai sumber nutrisi dan pendapatan bagi petani, namun ada tantangan signifikan yang dihadapi oleh masyarakat Desa Sukabumi. Faktor-faktor seperti fluktuasi harga tomat yang dipengaruhi oleh musim panen yang berlimpah, kadang-kadang menyebabkan penurunan harga yang drastis (Ratih dkk., 2022). Dalam situasi ini, petani seringkali mengalami kerugian karena harga jual yang rendah. Selain itu, terdapat kebiasaan di masyarakat yang membiarkan tomat yang kurang diminati konsumen membusuk di pohonnya karena tidak memiliki nilai ekonomis yang memadai.

Ditinjau dari aspek sosial budaya masyarakat Desa Sukabumi, kebiasaan untuk tidak memanen tomat yang tidak memiliki nilai jual tinggi mengakibatkan pemborosan dan kehilangan nilai ekonomis yang seharusnya dapat dihasilkan dari hasil pertanian. Untuk mengatasi tantangan ini, perlu dilakukan pendekatan inovatif melalui edukasi dan pelatihan dalam pengolahan produk olahan tomat.

Tomat sebagai bahan baku utama dapat diolah menjadi produk bernilai tinggi seperti manisan tomat, permen jelly tomat, dan selai tomat. Pengolahan ini tidak hanya dapat meningkatkan nilai jual produk tomat namun juga memberikan alternatif pendapatan bagi masyarakat setempat. Sayangnya kesadaran dan pemahaman masyarakat terkait dengan jenis produk olahan yang dapat dihasilkan dari tomat masih terbatas, demikian juga dengan pengetahuan teknologi pengolahan yang dapat diterapkan.

Oleh karena itu, kegiatan pengabdian masyarakat melalui program Kuliah Kerja Nyata (KKN) Universitas Boyolali Kelompok 11 di Desa Sukabumi ini bertujuan untuk memberikan edukasi dan pelatihan kepada masyarakat setempat dalam pengolahan produk olahan tomat. Program ini diharapkan dapat memberikan pemahaman lebih luas tentang potensi produk olahan tomat, meningkatkan keterampilan teknologi pengolahan, dan pada akhirnya meningkatkan nilai ekonomis tomat serta taraf hidup masyarakat Desa Sukabumi secara keseluruhan. Melalui upaya ini, diharapkan masyarakat Desa Sukabumi dapat mengoptimalkan potensi pertanian tomat mereka dan mendapatkan manfaat ekonomis yang lebih besar melalui diversifikasi produk.

## METODE

Kegiatan sosialisasi dan pelatihan dilaksanakan pada Minggu, 12 November 2023 yang berlokasi di Dusun III, Desa Sukabumi, Kecamatan Cepogo, Kabupaten Boyolali. Kegiatan ini melibatkan seluruh anggota Kelompok Wanita Tani (KWT) Mawar I. Metode pengabdian yang digunakan adalah ABCD (Asset-based Community Development) yang menitikberatkan pada pemanfaatan potensi internal masyarakat untuk meningkatkan kesejahteraan. Berikut adalah langkah-langkah yang ditempuh : Pertama, identifikasi kekuatan internal yakni melakukan komunikasi awal dan wawancara dengan pihak terkait, seperti perangkat desa dan petani tomat serta mengidentifikasi aset-aset yang dimiliki oleh mitra dan menentukan masalah-masalah yang dihadapi oleh mereka. Kedua, pemetaan keahlian yakni memetakan peta keahlian individu atau komunitas untuk menemukan potensi yang dapat diperkuat dan dikembangkan. Ketiga, analisis ekonomi komunitas yakni menganalisis kondisi ekonomi komunitas dengan fokus pada potensi pengembangan produk dan inovasi yang dapat meningkatkan pendapatan. Keempat, rencana tindakan yakni merumuskan rencana tindakan berdasarkan hasil identifikasi dan analisis sebelumnya. Rencana ini berisi langkah-langkah konkret untuk memaksimalkan potensi lokal. Kelima, monitoring dan evaluasi yakni melakukan pemantauan dan evaluasi terhadap pelaksanaan rencana tindakan untuk memastikan pencapaian tujuan dan efektivitas kegiatan. Adapun tahapan

pelaksanaan pengabdian mencakup : 1. Sosialisasi manfaat tomat, yakni memberikan pemahaman kepada masyarakat tentang manfaat tomat sebagai komoditas unggulan, 2. Pelatihan pengolahan tomat, yakni melakukan pelatihan kepada warga mengenai teknik pengolahan tomat agar menghasilkan produk bernilai ekonomis tinggi, seperti tomat rasa kurma, selai tomat, dan pemin jelly tomat, 3. Sosialisasi *digital marketing* yakni memberikan pengetahuan terkait pemasaran produk olahan tomat secara digital untuk memperluas jangkauan pasar, 4. Sosialisasi hak cipta, dilakukan dengan cara mengedukasi masyarakat mengenai hak cipta, terutama terkait merk produk olahan tomat yang dihasilkan. Melalui pendekatan ABCD, kegiatan sosialisasi dan pelatihan ini tidak hanya memberikan bantuan seketika, tetapi juga berfokus pada pemberdayaan masyarakat melalui potensi internal yang dimiliki. Diharapkan, metode ini dapat memberikan dampak positif dan berkelanjutan bagi kemajuan Desa Sukabumi, menciptakan masyarakat yang lebih mandiri dan berkembang.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan tahapan pelaksanaan kegiatan pengabdian ini, dapat dijelaskan sebagai berikut :



Gambar 1. Observasi dan wawancara di kebun warga

Dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian ini, hal pertama yang dilakukan adalah diskusi dan wawancara dengan perangkat desa, petani tomat, serta warga yang tergabung dengan Kelompok Wanita Tani Mawar I di Desa Sukabumi untuk mengetahui kebutuhan mitra dan permasalahan yang dihadapi. Hasil dari diskusi dan wawancara tersebut ditemukan data berupa aset yang dimiliki yakni memiliki hasil panen tomat yang melimpah namun banyak tomat yang dibuang dan tidak dimanfaatkan karena harga anjlok dan kurang diminati konsumen. Langkah selanjutnya melakukan pemetaan kegiatan sesuai dengan keahlian individu atau komunitas untuk menemukan potensi yang dapat diperkuat dan dikembangkan dan membagi tugas tim. Beberapa hal yang dibutuhkan untuk mendukung kegiatan pengabdian ini adalah mencari dan pengadaan alat dan bahan untuk pengolahan tomat, pengadaan peralatan yang digunakan untuk sosialisasi, dan model pelatihan pengolahan tomat. Tahap analisa juga diperlukan untuk mengetahui apakah kegiatan yang dipilih ini dapat menjadi solusi dari permasalahan mitra dan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat.

Selanjutnya yaitu menyusun rencana tindakan. Sesuai hasil analisa, maka beberapa tindakan dipilih sesuai dengan kebutuhan. Kegiatan pertama adalah melakukan sosialisasi manfaat tomat dan pemanfaatan tomat menjadi produk olahan. Kegiatan ini dihadiri oleh seluruh anggota Kelompok Wanita Tani (KWT) Mawar I dan beberapa warga yang juga bertani tomat. Tujuan dari adalah memberikan pengetahuan kepada masyarakat supaya dapat memanfaatkan tomat yang selama ini hanya dibuang menjadi produk olahan sehingga dapat meningkatkan nilai ekonomis tomat dan menambah pendapatan.



Gambar 2. Foto Bersama Kelompok Wanita Tani Mawar I

Hasil sosialisasi ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan bagi masyarakat bahwa tomat bukan hanya dapat dimanfaatkan sebagai sayur saja, tapi jika diolah dengan cara dan metode yang tepat maka tomat dapat di ubah menjadi olahan yang dapat meningkatkan nilai ekonomis tomat yang kurang laku dipasaran sekaligus meningkatkan masa simpan tomat itu sendiri (Jayanti dkk., 2022). Kandungan dan manfaat yang terdapat di dalam tomat menjadi daya tarik bagi konsumen sehingga menjadi peluang bisnis yang cukup menjanjikan.



Gambar 3. Pelatihan Pembuatan Produk Olahan Tomat

Setelah sosialisasi dilanjutkan dengan pelatihan dan praktek mengolah tomat. Selain menjadi sayur atau saos, ternyata tomat dapat juga diolah menjadi olahan lain seperti selai, manisan, dan masih banyak lagi. Produk olahan tersebut bisa berpotensi menjadi produk unggulan Desa Sukabumi disamping hasil pertanian yang langsung dijual di pasar. Produk olahan tomat ini pun dapat dijadikan oleh-oleh bagi masyarakat luar yang berkunjung ke Desa Sukabumi sehingga berdampak bagi perekonomian masyarakat setempat. Jika dikembangkan lebih jauh lagi, maka olahan tomat ini menjadi makanan khas Desa Sukabumi sehingga ketika mendengar nama Desa Sukabumi maka masyarakat akan langsung tertuju dengan produk olahan tomatnya. Pelatihan dan praktek yang diberikan adalah pengolahan tomat menjadi selai, permen jelly tomat, dan tomat rasa kurma (TORAKUR).



Gambar 4. a) Tomat Rasa Kurma, b) Permen Jelly Tomat, c) Selai Tomat

Kegiatan selanjutnya adalah penyuluhan mengenai *digital marketing* dan HAKI. Masyarakat selain diberikan pelatihan pembuatan juga diberikan edukasi bagaimana cara memasarkan produk yang dihasilkan. *Digital marketing* dipilih sebagai cara terbaik dikarenakan di jaman sekarang akan lebih mudah memasarkan produk dengan media internet (Ginanjari dkk., 2020). Cara ini dianggap efektif dari segi biaya, waktu, dan lebih luas jangkauan wilayah pemasarannya. Harapannya masyarakat Desa Sukabumi dapat memasarkan produk olahan tomat tersebut dengan maksimal menggunakan media digital karena banyak pengusaha yang gagal karena hanya dapat membuat produk namun tidak dibekali dengan ilmu pemasaran.

Selain *digital marketing*, dilakukan juga penyuluhan tentang HAKI. Hak Atas Kekayaan Intelektual (HAKI) sangat erat kaitannya dengan produk UMKM terutama merek. Merek adalah suatu nama, simbol, tanda, desain, atau gabungan diantaranya untuk digunakan sebagai identitas suatu perorangan, organisasi, atau perusahaan barang dan jasa yang dimiliki untuk membedakan dengan produk lainnya (Anang, 2019). Dengan sosialisasi tersebut, masyarakat diberi pengetahuan mengenai pengertian merek, tujuan, manfaat, dan cara mendaftarkan merek.

Rangkaian kegiatan pengabdian ini diharapkan agar segenap masyarakat Desa Sukabumi mampu memanfaatkan dan mengolah tomat menjadi berbagai produk olahan, memasarkan produk olahan tomat, dan memahami dan mendaftarkan merek produk olahan tomat yang dibuat. Oleh karena itu, tidak salah program ini menjadi program unggulan sebagai wujud solusi permasalahan masyarakat terkait penanganan tomat pasca panen.

Kegiatan tersebut berjalan dengan lancar dan tertib. Para peserta sangat antusias dari awal kegiatan hingga akhir, hal ini dibuktikan dengan adanya interaksi antara pemateri dengan masyarakat. Hasil luaran berupa produk olahan tomat pun digemari masyarakat ketika mencobanya.

## KESIMPULAN

Program pengabdian ini berhasil mengatasi masalah hasil panen tomat di Desa Sukabumi. Melalui tahapan identifikasi masalah, pemetaan potensi, dan analisis, kegiatan sosialisasi, pelatihan pengolahan tomat, dan penyuluhan *digital marketing* serta HAKI dilaksanakan dengan sukses. Dampak positifnya terlihat dari antusiasme masyarakat, interaksi yang baik, dan penerimaan positif terhadap produk olahan tomat. Program ini bukan hanya meningkatkan nilai ekonomis tomat, tetapi juga menciptakan produk unggulan dan meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap pemasaran digital dan perlindungan HAKI. Keseluruhan, program ini menjadi solusi berkelanjutan untuk penanganan tomat pasca panen dan memberikan kontribusi positif bagi masyarakat Desa Sukabumi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, Ginanjari dkk. 2020. "Pelatihan Digital Marketing Pada UMKM Sebagai Penunjang Kegiatan Promosi Dan Pemasaran". *Jurnal Pengabdian Masyarakat Manage*, 1(2), 88-92. Jember : Universitas Muhammadiyah Jember. <https://doi.org/10.32528/jpmm.v1i2.3981>
- Ernawati, Hapsari T.P., dan M. Nizar. 2016. "Teknologi Pengolahan Torakur (Tomat Rasa Kurma) Sebagai Alternatif Meningkatkan Nilai Ekonomis Buah Tomat Di Dusun Kajang Kecamatan Junrejo Kota Batu". *Jurnal Teknologi Pangan*, 7(3), 107-113.
- Firmansyah, Anang. 2019. "Pemasaran Produk dan Merek (*Planning & Strategy*)". Surabaya : CV. Penerbit Qiara Media.

# KRIDA CENDEKIA

VOL 2 NO 2 AGUSTUS 2023 - NOVEMBER 2023

E-ISSN 2797 006X

- S. Jayanti, Nopriyeni, Tomi H., dan Apriza Fitriani. 2022. "Pengolahan Tomat (*Solanium Lycoperscium*) Menjadi Saos Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Di Desa Pekik Nyaring". *Jurdimas (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat) Royal*, 5(3), 347-354. Bengkulu : Universitas Muhammadiyah Bengkulu. <https://doi.org/10.33330/jurdimas.v5i3.1499>
- Y. Ratih, Ismawati, dan R.D. Putri. 2022. "Produk Inovasi Olahan Tomat Sebagai Alternatif Peningkatan Pendapatan Petani Tomat Daerah Pesisir". *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3), 4529-4536. Lombok Barat : Bajang Institute. <https://doi.org/10.53625/jabdi.v2i3.3042>