Kacanegara Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat
ISSN: 2615-6717 (Print)
ISSN: 2657-2338 (On Line)
Terakreditasi Sinta 4 dari Kemenristekdikti No: 10/C/C3/DT.05.00/2025
DOI: 10.28989/kacanegara.v8i2.2619

Strategi promosi produk "Mie-Nyam" Mie Bayam Ikan Tenggiri melalui platform digital dan kompetisi anak nasional

Sumartini[1,*], Aghitia Maulani[2], Nirmala Efri Hasibuan[3], I Ketut Sumandiarsa[4], Zahriani Alvina[5], An Naim Defi[6], Novi Armadani[7], Hendri Kurniawan[8]
[1,3,5,6,7,8]Department Pengolahan Hasil Laut, Politeknik Kelautan dan Perikanan Dumai
[2,4]Department Teknologi Pengolahan Hasil Perikanan, Politeknik Ahli Usaha Perikanan (AUP) Jakarta

Article Info

Article history:

Received October 12, 2024
Accepted October 31, 2024
Published May 1, 2025

Kata Kunci*:*

Lomba,
Kepuasan konsumen,
Mewarnai,
Mienyam,
Strategi promosi.

ABSTRAK

MieNyam sebagai salah satu produk inovasi baru dari program kewirausahaan Politeknik Kelautan dan Perikanan Dumai merupakan produk *start up* yang memerlukan pengenalan pada masyarakat, terutama. Strategi pemasaran adalah strategi yang digunakan oleh perusahaan produsen barang atau jasa secara berkesinambungan untuk memenangkan persaingan pasar. Salah satunya adalah dengan mengadakan kompetisi mewarnai anak secara online nasional yang memang banyak diminati masyarakat. Tujuan dari kegiatan ini adalah sebagai sarana promosi, strategi pemasaran dan pengenalan produk MieNyam. Metode yang dilakukan adalah tahap persiapan, pelaksanaan serta monitoring dan evaluasi. Hasil menunjukkan bahwa lomba diikuti oleh 112 peserta dari seluruh wilayah Indonesia pada kisaran umur 5-12 tahun. Berdasarkan hasil survey kepuasan responden terhadap pengelolaan media sosial, pelaksanaan lomba, layanan panitia, pengiriman hadiah menunjukkan bahwa Tingkat kepuasan responden diatas 80%. Selain itu hasil *pretest* yang sebelumnya di bawah standar (65) setelah pelaksanaan lomba menjadi diatas standar (minimal pada angka 80). Faktor-faktor yang mempengaruhi peningkatan kepuasan responden/pelanggan adalah kualitas layanan, feedback, diskon atau potongan harga dan bagaimana pemilik usaha mengelola media promosi pada perangkat digitalnya. Harapan kedepannya produk MieNyam dapat dikenal seluruh Masyarakat Indonesia dan dapat diterima konsumen.

Check for updates

Corresponding Author:

Sumartini,
Department Pengolahan Hasil Laut,
Politeknik Kelautan dan Perikanan Dumai,
Jl Wan Amir No 1, Pangkalan Sesai, Dumai Barat, Dumai City
Email: *tinny.sumardi@gmail.com

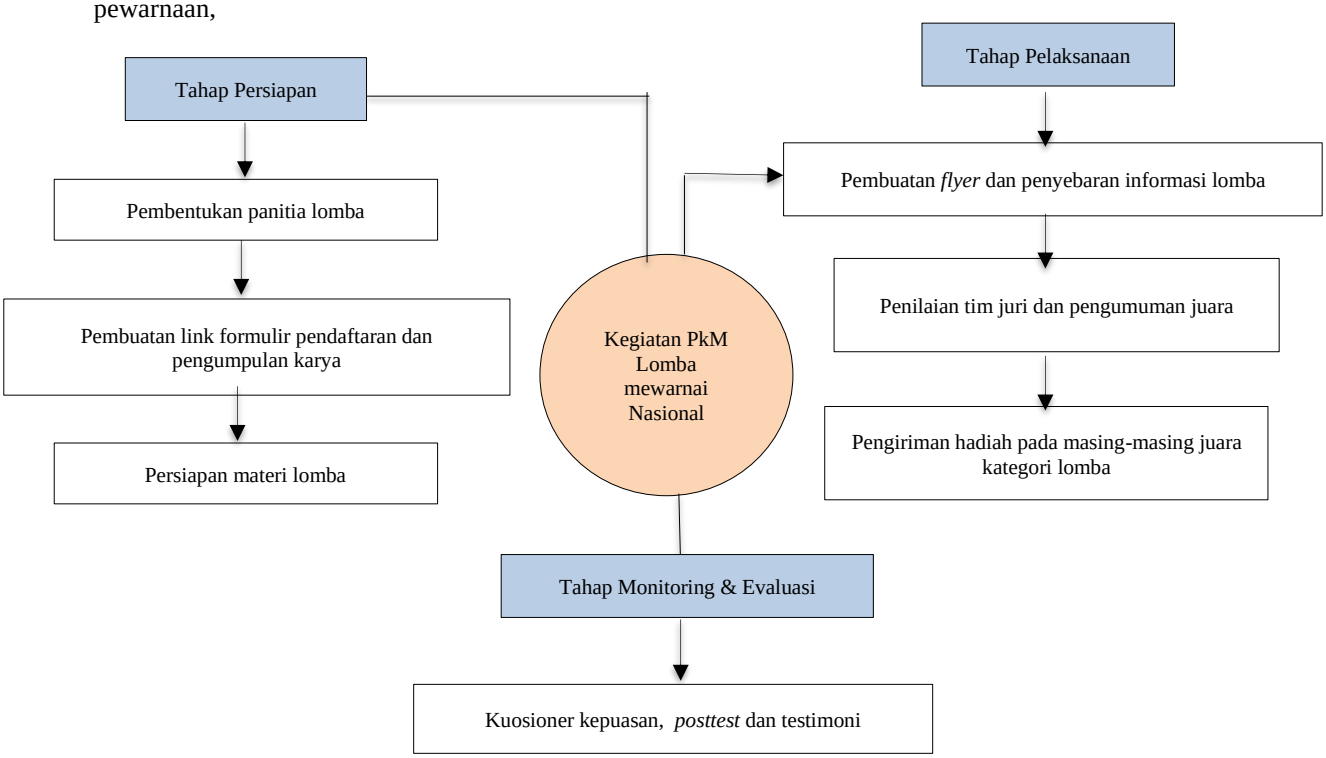
1. PENDAHULUAN

Mie adalah makanan yang sangat digemari di Indonesia, selain karena harganya yang murah, cara penyajian praktis juga dapat digunakan sebagai alternatif pengganti nasi.Namun mie basah yang banyak beredar di pasaran kurang memenuhi nutrisi yang dibutuhkan oleh tubuh. Beberapa mie dengan bahan fortifikasi zat gizi tertentu telah banyak dilakukan guna menambah gizi mie yang sebelumnya kurang memenuhi asupan gizi harian karena mie pada umumnya hanya berbahan dasar tepung terigu yang tinggi karbohidrat dan kalori namun rendah protein, vitamin, dan mineral. Telah banyak penelitian yang menambahkan zat gizi tertentu sebagai sumber zat gizi diantaranya mie dengan fortifikasi *Chia seed* [1], daun kelor[2], daging tuna[3], gandum dan wortel[4], serta tepung Ikan Tuna[5]. MieNyam adalah produk yang dibuat dari bahan baku ikan tenggiri dan daun bayam sebagai bahan fortifikasi. Selain menjadikan daging Ikan Tenggiri sebagai sumber protein, penggunaan bayam juga dapat dijadikan alternatif sumber vitamin dan mineral. Kandungan gizi bayam yang telah dimasak mengandung zat besi sebanyak 8,3 mg/100 gram[6]. Kandungan zat besi pada bayam berperan untuk pembentukan haemoglobin. Bayam mengandung zat

anorganik yang zat organik mempunyai sisi positif dari zat organik itu salah satunya adalah kandungan besi (Fe), besi dapat berfungsi sebagai alat angkut oksigen dari paru-paru ke jaringan tubuh pada sel darah merah), tapi juga mempunyai efek negatif terhadap tubuh, yaitu muntah diare, denyut jantung meningkat, sakit kepala, mengigau, dan pingsan.

MieNyam sebagai salah satu produk inovasi baru dari program kewirausahaan Politeknik Kelautan dan Perikanan Dumai merupakan produk *start up* yang memerlukan pengenalan pada masyarakat, terutama penggiat makanan sehat, MieNyam yang merupakan produk mie basah tinggi protein, vitamin dan mineral tentunya sangat dibutuhkan oleh Masyarakat terutama kalangan anak anak. Oleh sebab itu, dikarenakan target pasar MieNyam adalah anak-anak maka cara promosi dan pengenalan MieNyam terhadap anak anak adalah dengan mengadakan kegiatan berupa lomba mewarnai skala nasional yang diikuti oleh anak-anak pada usia kisaran 4-12 Tahun. Strategi pemasaran adalah strategi yang digunakan oleh perusahaan produsen barang atau jasa secara berkesinambungan untuk memenangkan persaingan pasar secara berkesinambungan. Penyusunan rencana usaha secara menyeluruh dilandasi oleh strategi pemasaran. Kegiatan promosi merupakan jembatan yang menghubungkan antara perusahaan dengan konsumen. Keberhasilan kegiatan promosi yang dilakukan oleh perusahaan tidaklah hanya ditentukan oleh besarnya biaya yang dikeluarkan perusahaan melainkan lebih dipengaruhi dengan bagaimana perusahaan dapat menyampaikan pesan yang ingin disampaikan sehingga dapat diterima konsumen dan tepat sasaran sesuai dengan yang diharapkan perusahaan[7]. Permasalahan yang dihadapi terkait pengenalan produk MieNyam adalah banyak Masyarakat belum mengetahui bahwa produk ini adalah produk yang memiliki nilai gizi yang unggul, dibuat dari bahan alami serta tidak mengandung pengawet dan penyedap rasa buatan sehingga lebih sehat. Kekuatan lain yang dimiliki adalah produk ini memiliki toping khas nusantara dan berasal dari berbagai olahan hasil laut seperti ikan, kerang, dan cumi sehingga perlu dilakukan kegiatan promosi yang tepat

Kegiatan lomba mewarnai ini dapat merangsang dan meningkatkan kreativitas dan kecerdasan anak usia dini sebagai perwujudan cita-cita suatu negara yaitu “mencerdaskan anak bangsa”. Manfaat lain yang didapat anak dari mewarnai antara lain mengenalkan warna yang berbeda sekaligus merangsang pikiran mereka untuk menemukan warna yang menarik, membiasakan untuk fokus dan konsentrasi pada sesuatu, mengembangkan kemampuan anak, terutama keterampilan motorik, menciptakan kreativitas anak-anak sejak dini[8]. Mewarnai merupakan suatu bentuk kegiatan kreativitas, dimana anak diajak untuk memberikan satu atau beberapa goresan warna pada suatu bentuk atau pola gambar, sehingga terciptalah sebuah kreasi seni. Ada banyak manfaat mewarnai bagi anak, antara lain membiarkan anak berlatih memilih variasi warna dan bantu anak menggabungkan warna yang berbeda, menginspirasi imajinasi dan kreativitas, berlatih menemukan objek sebelum mewarnai, mengajari anak untuk menetapkan tujuan. Seperti halnya proses pewarnaan,



Gambar 1. Diagram alir metode pengabdian kepada masyarakat

 ISSN: 2615-6717 (Print), 2657-2338 (Online)

Suatu jenis usaha perlu memperhatikan berbagai hal yang ikut mempengaruhi keberhasilan dalam pelaksanaan promosi dalam strategi promosi. Salah satu strategi pemasaran MieNyam adalah dengan media promosi berupa kegiatan lomba nasional mewarnai anak usia Taman Kanak-kanak(TK) dan Sekolah Dasar (SD), rentang usia 5-12 tahun. Tujuan dari kegiatan ini adalah sebagai sarana promosi, strategi pemasaran dan pengenalan produk MieNyam masyarakat dan anak-anak serta menumbuhkan MieNyam sebagai produk mie sehat kesukaan anak-anak yang didalamnya terkandung ikan sebagai sumber protein dan juga bayam sebagai sumber vitamin dan mineral. Selain itu juga mengasah kreatifitas dan daya imajinasi anak bangsa melalui kegiatan lomba mewarnai. Diharapkan melalui kegiatan ini ada peningkatan pengetahuan bagi mitra peserta lomba mewarnai terkait produk hasil laut “MieNyam” sebagai alternatif mie sehat rekomendasi untuk dikonsumsi anak usia TK-SD.

2. METODE

Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian Masyarakat, dapat dilihat pada Gambar 1, sekaligus strategi promosi produk ini adalah dengan mengadakan kegiatan lomba mewarnai nasional anak gratis. Kegiatan lomba mewarnai MieNyam dilaksanakan secara online nasional yang dapat diikuti oleh seluruh anak-anak tingkat TK dan SD di Indonesia pada rentang usia 4-12 tahun. Pelaksanaan kegiatan “Lomba Mewarnai MieNyam Untuk anak-anak secara Nasional” ini dilaksanakan melalui beberapa rangkaian kegiatan, meliputi:

a. Pembuatan *leaflet* dan penyebarluasan *leaflet* pendaftaran. Kegiatan ini dilakukan dengan tujuan memberikan informasi kepada masyarakat tentang adanya kegiatan lomba mewarnai nasional yang diadakan oleh MieNyam yang dapat dilihat pada Gambar 2. Penyebarluasan dilakukan secara digital menggunakan media promosi berupa Facebook, Instagram, Tiktok dan Whatsapp.

Gambar 2. Transfer informasi lomba mewarnai ke berbagai *platform* digital

b. Pengumpulan informasi peserta lomba dan pengumpulan karya lomba mewarnai. Kegiatan ini dilakukan dengan tujuan pengumpulan karya hasil mewarnai yang selanjutnya akan dinilai oleh tim juri. Kurun waktu pengumpulan karya adalah maksimal 30 September 2024. Pengumpulan karya dilakukan melalui link https://bit.ly/Pengumpulan_Mewarnai_MieNyam_2024

c. Pengumuman juara lomba dan pengiriman hadiah. Pengumuman dilaksanakan pada tanggal 2 Oktober 2024. Kegiatan ini dilakukan dengan tujuan pembagian hadiah kepada juara lomba yang diharapkan dengan adanya pembagian hadiah, dalam bentuk *trophy* yang dapat dilihat pada Gambar 3, akan semakin mendorong minat belajar anak bangsa untuk mengembangkan daya imajinasi dan kreatifitas serta anak-anak lebih mengenal MieNyam sebagai mie sehat alternatif yang dapat dikonsumsi oleh anak-anak bangsa. Juara lomba dikategorikan menjadi 2 yakni kategori A (Umur 4-7 Tahun) dan Kategori B (Umur 8-12 Tahun), Juara Harapan dan Juara Favorit.

d. Tahap Monitoring dan Evaluasi (Monev). Setelah serangkaian kegiatan telah dilaksanakan, maka tahap selanjutya adalah mengisi kuesioner peserta lomba dan evaluasi oleh panitia pelaksana kegiatan pengabdian kepada masyarakat. *Output* yang dihasilkan berupa tingkat kepuasan responden dan evaluasi kegiatan. Monev merupakan dua kegiatan yang tidak terpisahkan dalam setiap konteks monitoring program Meskipun merupakan satu kegiatan, monitoring dan evaluasi memiliki fokus yang berbeda-beda satu sama lain. Karena kegiatan ini menggunakan metode pelatihan (*workshop*), maka materinya adalah hanya sebagai pengayaan dengan penambahan informasi dasar yang mencakup aspek-aspek penting Monev seperti pemahaman, tujuan, tindakan, manfaat proses produksi tujuan dari program yang diterapkan adalah untuk menemukan batasan program yang akan diterapkan

di masa depan memberikan umpan balik untuk perbaikan pelaksanaan kegiatan yang akan datang[9].

Gambar 3. *Trophy* untuk para juara lomba mewarnai nasional

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

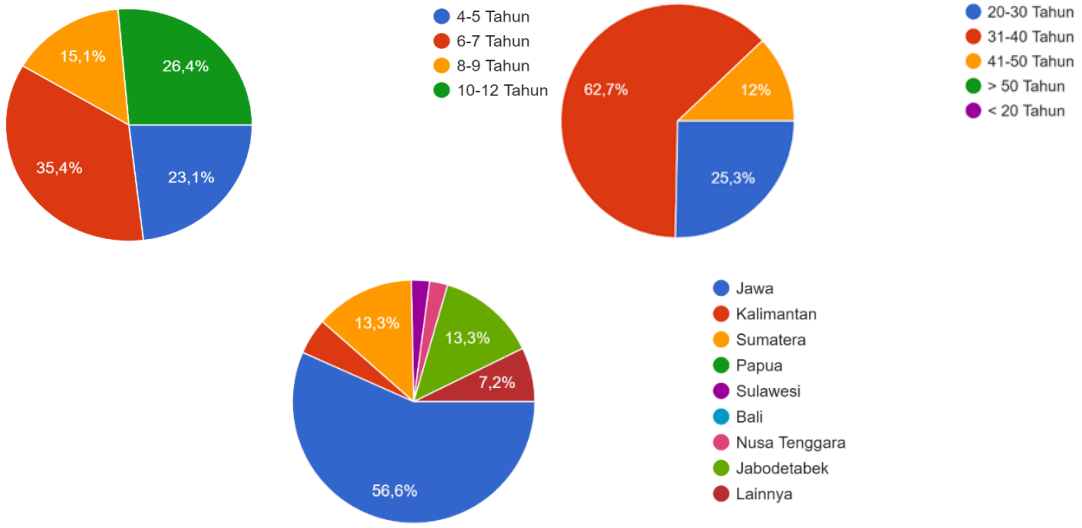
Tahap awal kompetisi nasional adalah memberikan soal pra test mengenai produk MieNyam setelah selesai melakukan pendaftaran melalui tools google formulir, kemudian mengenalkan produk Mienyam, yang dapat dilihat pada Gambar 4, melalui miniposter digital. Poster memuat deskripsi produk, bahan baku, NIB (Nomor Ijin Berusaha), keunggulan produk, teknologi yang digunakan pada Mienyam, fakta nutrisi, dll selama periode kompetisi. Tahapan kegiatan lomba sendiri terdiri dari persiapan, pembuatan *leaflet* dan penyebarluasan *leaflet* pendaftaran, selanjutnya pengumpulan informasi peserta lomba dan pengumpulan karya lomba mewarnai, pengumuman juara lomba dan penyampaian testimoni peserta dan evaluasi kegiatan oleh panitia pengiriman hadiah. Proses yang didahului dengan menggunakan metode *pretest* dan diakhiri dengan *posttest* bertujuan untuk melihat sejauh mana perkembangan kognitif dan penerimaan informasi pada responden dengan materi yang akan dan sudah dijelaskan[10].

Gambar 4. Produk Mienyam

Kegiatan ini didahului oleh persiapan panitia yaitu tim pengabdian masyarakat mencetak *flyer* digital kegiatan PKM dan membuat perencanaan. Berdasarkan perencanaan acara pelaksanaan kegiatan. PKM diawali pembukaan oleh Ketua Tim PKM, menyampaikan bahwa kegiatan PKM sangat penting dilaksanakan sebagai bentuk apresiasi dan sinergitas antara Perguruan Tinggi dan masyarakat. Selain itu, diharapkan agar kegiatan dapat dilaksanakan secara berkelanjutan. Kegiatan PKM (seluruh tahapan mulai dari penyebaran *leaflet*/ informasi lomba, pengumpulan karya, pengumuman sampai pada pengiriman hadiah). Semua

 ISSN: 2615-6717 (Print), 2657-2338 (Online)

dilaksanakan secara *online* melalui *platform* media sosial seperti Instagram, Facebook, dan Tiktok. Jumlah peserta anak mewarnai yang mendaftar adalah sebanyak 212 Orang dengan mayoritas usia 6-7 tahun (35,4%), 10-12 tahun (10-12%), 4-5 tahun (23,1%), dan 8-9 tahun (15,1%) dengan kisaran umur orang tua adalah 20-50 tahun. Asal peserta lomba mewarnai meliputi wilayah pulau Jawa (56,6%), Sumatera dan Jabodetabek (13,3%), dan sebagian kecil Sulawesi dan Nusa Tenggara.



Gambar 5. Data peserta lomba mewarnai.

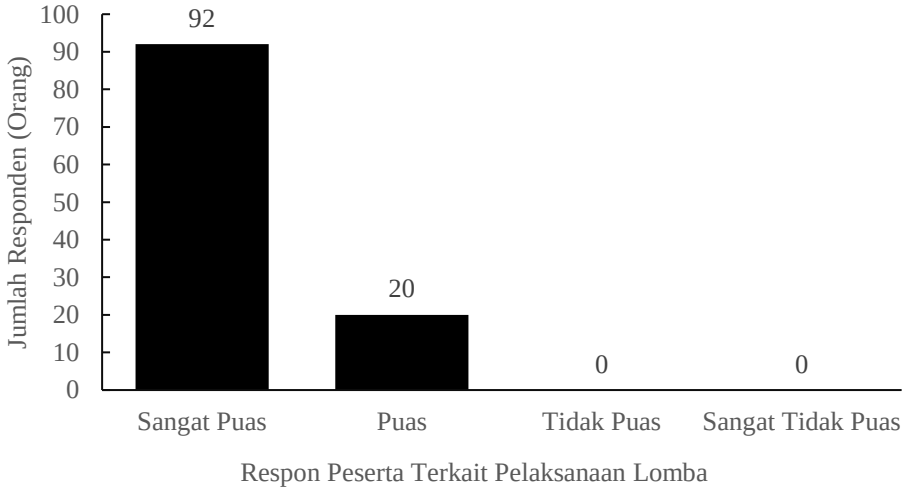
Tahapan setelah proses pendaftaran adalah mengunduh *template* mewarnai dan melakukan pengumpulan dalam batas waktu yang ditentukan. Kriteria mewarnai yang diternntukan meliputi kerapian, kontras warna, harmonisasi, kebersihan dan kreatifitas. Dari total pendaftar yang lebih dari 200 orang, yang telah mengumpulkan karya adalah sekitar 112 peserta, dapat dilihat pada Gambar 5, hal ini dimungkinkan batas waktu pelaksanaan lomba mewarnai online dapat dikatakan singkat yakni sekitar 2 minggu. Kegiatan mewarnai dapat menstimulasi banyak aspek[11]. Pertama,untuk aspek perkembangan fisik motorik, melalui kegiatan mewarnai, Kegiatan mewarnai dapat menstimulasi kemampuan berkoordinasi, dalam kegiatan ini diperlukan koordinasi yang baik antara mata dengan tangan.

Mulai dari menggenggam alat mewarnai yang baik dan benar, sampai memilih warna dan menajamkan alat mewarnai tersebut. Aspek perkembangan fisik motorik ini menjadikan anak memiliki tubuh yang matang. Hal ini akan membuat tubuh lebih kuat, dan tangkas[12]. Melalui latihan fisik motorik yang baik, anak akan mampu melakukan lebih banyak hal, dan melakukan hal dengan mudah karna kekuatan, ketangkasan, dan fleksibilitas tubuh yang dimilikinya. Kedua, untuk aspek perkembangan kognitif, Permendikbud No 137 Tahun 2014 memberi acuan indikator keberhasilan kognitif anak, yaitu mengklasifikasikan benda berdasarkan ukuran, fungsi, bentuk, dan warna. Melalui kegiatan mewarnai anak akan mengenal warnawarna yang berbeda, dan mengggunakan panca inderanya dalam mengamati dunia sekitarnya kemudian dituangkan ke dalam gambar.

Perkembangan aspek kognitif berkaitan erat dengan proses berfikir dan kecerdasan anak. Dalam hal ini kecerdasan mereka didapatkan melalui sebuah eksplorasi dan stimulasi, sehingga ia akan mengerti sesuatu hal. Ketiga, aspek perkembangan sosial dan emosi pada kegiatan mewarnai, secara tidak langsung anak berekspresi melalui warna. Selain itu warna juga dapat memberikan kesan dan efek tersendiri bagi seseorang, ada warna yang dapat memberikan rasa nyaman, tenang, dan semangat yang tentunya berimbas pada emosi anak. Melalui kegiatan mewarnai pula anak secara tidak langsung akan bersosialisasi dengan berekspresi melalui warna yang dipengaruhi emosinya dalam memilih warna. Selain itu kegiatan mewarnai juga melatih anak untuk bersabar menyelesaikan tugasnya, dan melatih kepercayaan pada diri sendiri.

Gambar 6. Pengumuman pemenang lomba mewarnai

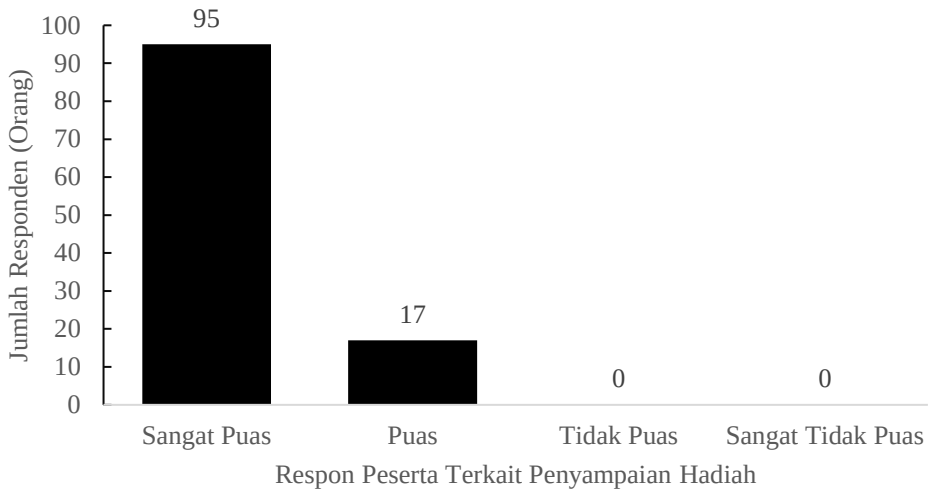
Setelah pengumuman pemenang lomba yang dapat dilihat pada Gambar 6, partisipan dipersilakan untuk mengisi link evaluasi dan kepuasan responden pada link https://bit.ly/Survey_Responden_Lomba_MieNyam dengan hasil masyarakat banyak mengakses info lomba sebesar 98% dari Instagram dan sisanya facebook.Kisaran umur orang tua yang mengakses kegiatan lomba adalah 62,7% 31-40 Tahun, 25,3% usia 20-30 tahun, dan 12% usia 41-50 Tahun. Dengan asal daerah 56,6% dari Jawa, 13,3% dari Jabodetabek dan Sumatera, sisanya berasal dari Nusa Tenggara, Kalimantan, dan Sulawesi. Berdasarkan kuosioner responden menyatakan bahwa 100% responden mendukung kegiatan MieNyam dalam mengembangkan makanan sehat berbasis hasil laut dan 100% Responden puas akan kegiatan yang diselenggarakan Mienyam, yakni lomba mewarnai nasional secara gratis. Kegiatan ini bertujuan mengenalkan produk Mienyam pada seluruh Masyarakat Indonesia, sebanyak 97,6% responden mengetahui bahan pembuatan produk MieNyam



Gambar 7. Tingkat kepuasan responden terkait pelaksanaan lomba

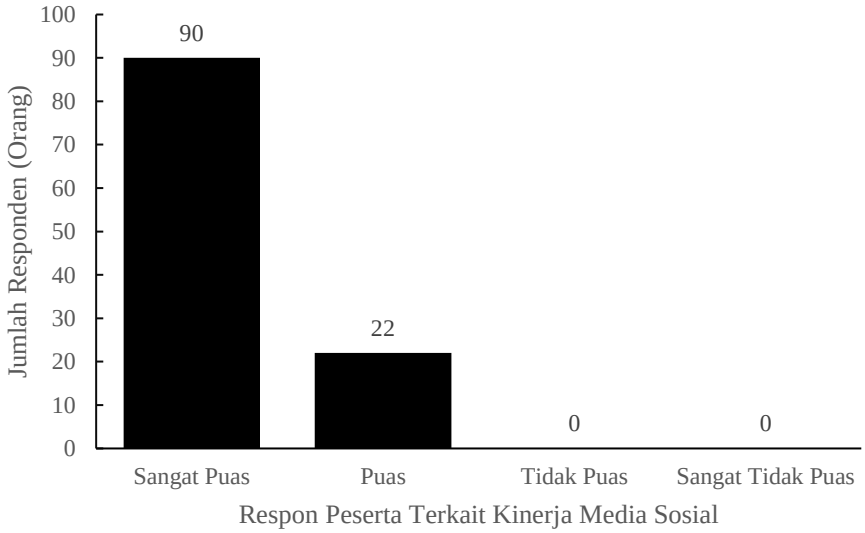
Berdasarkan Gambar 7 menunjukkan bahwa tingkat kepuasan responden terkait pelaksanaan lomba menunjukkan sebanyak 92 orang merasa sangat puas dan sisanya puas. Tidak ada satupun responden yang tidak puas terkait pelaksanaan lomba. Kepuasan responden terhadap pelaksanaan kegiatan lomba perlu dilakukan sebagai bahan evaluasi capaian keberhasilan kegiatan yang telah dilakukan, apakah pelayanan selama pelaksanaan lomba berlangsung baik atau sebaliknya, Persaingan bisnis sangat ketat, baik di pasar domestik maupun global[13]. Untuk memenangkan persaingan, maka pelaku bisnis harus bisa memberikan kepuasan kepada para pelanggannya. Salah satu caranya bisa dengan memberikan produk yang lebih bermutu, harga lebih murah, penyerahan produk lebih cepat, atau layanan lebih baik daripada pesaing. Konsumen/pelanggan harus terpuaskan. Bila tidak, mereka akan meninggalkan produk atau perusahaan pembuat (pemberi) produk dan mencari sumber lainnya.

 ISSN: 2615-6717 (Print), 2657-2338 (Online)



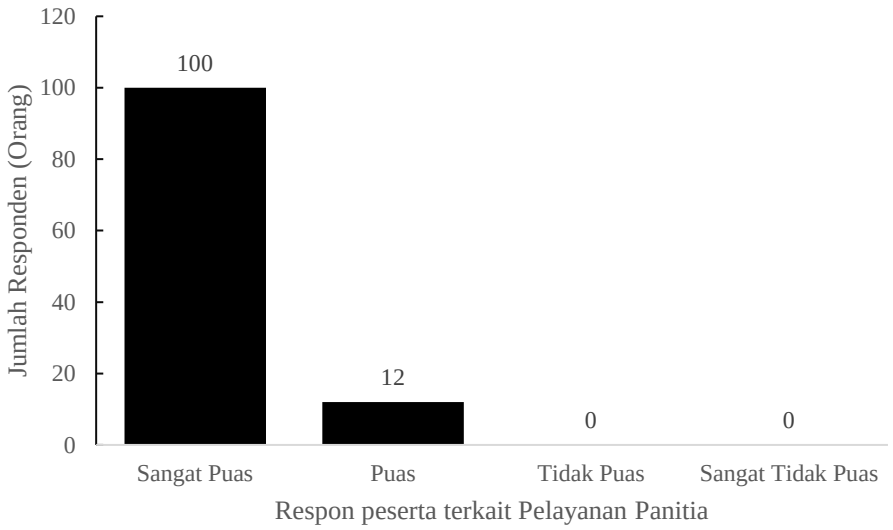
Gambar 8. Tingkat kepuasan responden terkait penyampaian hadiah

Berdasarkan Gambar 8 menunjukkan bahwa Tingkat kepuasan responden terkait penyampaian hadiah menunjukkan sebanyak 95 orang merasa sangat puas dan 17 sisanya merasa puas. Tidak ada satupun responden yang tidak puas terkait pelaksanaan lomba. Penyampaian hadiah dilakukan secara *online* dan dilakukan sesegera mungkin setelah diumumkannya juara lomba, yakni maksimal H+2 Hari aktif kerja. Tidak hanya itu, penyelenggara juga memberikan kemudahan dalam hal ongkos kirim karena juara lomba diberikan subsidi ongkos kirim pada kisaran 20-35%. Diskon merupakan potongan harga yang diberikan oleh pemasar kepada konsumen sebagai penghargaan atas aktivitas tertentu dari pembelian yang menyenangkan bagi pemasar. Penetapan harga diskon dilakukan untuk lebih menarik pembeli agar membeli dalam jumlah tertentu. Disamping tujuan menarik pembeli, juga untuk memenangkan persaingan dengan penjualan sejenis lainnya[14].



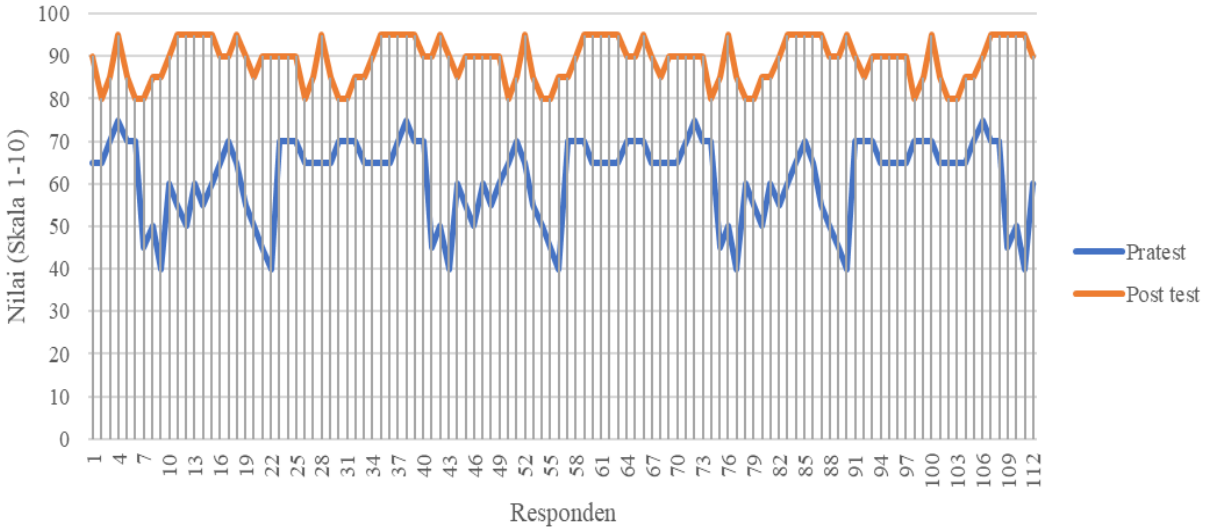
Gambar 9. Tingkat kepuasan responden terkait kinerja media sosial

Era digital saat ini banyak perusahaan merubah metode pemasarannya dari metode pemasaran tradisional menjadi metode pemasaran elektronik (*e-marketing*), atau menambah metode *E-marketing* dengan tidak meninggalkan metode pemasaran secara tradisonal. Berdasarkan Gambar 9 menunjukkan bahwa tingkat kepuasan responden terkait penyampaian hadiah menunjukkan sebanyak 90 orang merasa sangat puas dan 22 sisanya merasa puas. Tidak ada satupun responden yang tidak puas terkait pelaksanaan lomba. Media sosial dan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan baik secara parsial maupun simultan pada pelanggan atau responden[15].



Gambar 10. Tingkat kepuasan responden terkait pelayanan panitia lomba

Berdasarkan Gambar 10 menunjukkan bahwa tingkat kepuasan responden terkait pelayanan panitia menunjukkan sebanyak 100 orang merasa sangat puas dan 12 sisanya merasa puas. Tidak ada satupun responden yang tidak puas terkait pelaksanaan lomba. Kualitas pelayanan berpengaruh secara positif terhadap kepuasan pelanggan atau responden.[16]



Gambar 11. Hasil pelaksanaan evaluasi berupa *pretest* dan *posttest* pada 112 responden lomba mewarnai

Berdasarkan hasil penilaian *pretest* dan *posttest* (dengan skala 0-100) terkait pengenalan dan promosi produk "MieNyam" setelah pelaksanaan lomba mewarnai nasional menyatakan bahwa secara keseluruhan dari 112 Responden yang mengisi soal *pretest* dan *posttest* yang terlihat pada Gambar 11 menunjukkan adanya peningkatan nilai dimana sebelumnya terdapat beberapa responden yang memiliki nilai di bawah standar, yakni kurang dari 60, setelah mengikuti serangkaian kegiatan lomba mewarnai nasional menjadikan minat ketertarikan responden terhadap produk MieNyam semakin meningkat. Hal ini ditunjukkan dengan minimal nilai yang diperoleh adalah 80. Selain nilai *pretest* dan *posttest*, dampak yang diperoleh dari kegiatan lomba mewarnai nasional adalah adanya lonjakan *followers* Instagram dimana sebelumnya kurang lebih 400 responden menlonjak mendekati 1000 *followers* dengan tingkat *engagement* yang tinggi. Pemberian *pretest* yang dilaksanakan akan meningkatkan frekuensi latihan terhadap pelajaran yang diberikan sehingga kesiapan siswa terhadap pelajaran dan tes akhir lebih baik. Dari hasil *pretest* dan *posttest* bisa dijadikan umpan balik yang dapat meningkatkan motivasi dan *pretest* dan *posttest* juga berfungsi untuk melihat sejauh mana keefektifan pengajaran dan nantinya hasil *pretest* akan dibandingkan dengan hasil *posttest* sehingga dapat diketahui apakah kegiatan berhasil baik atau tidak dan diharapkan pemahaman lebih baik terhadap materi yang diberikan dan memotivasi responden terhadap *output* kegiatan yang sedang dilakukan[17].

 ISSN: 2615-6717 (Print), 2657-2338 (Online)

4. KESIMPULAN

Kegiatan lomba mewarnai nasional yang diselenggarakan oleh MieNyam dapat menjadi alternatif metode promosi, strategi pemasaran dan pengenalan produk pada Masyarakat dan anak. Peserta berasal dari seluruh wilayah Indonesia dengan jumlah 112 orang dengan kisaran usia 5-12 Tahun. Berdasarkan hasil *survey* kepuasan responden terhadap pengelolaan media sosial, pelaksanaan lomba, layanan panitia, pengiriman hadiah menunjukkan bahwa tingkat kepuasan responden di atas 80%. Selain itu hasil *pretest* yang sebelumnya di bawah standar (65) setelah pelaksanaan lomba menjadi di atas standar (minimal pada angka 80). Faktor-faktor yang mempengaruhi peningkatan kepuasan responden/pelanggan adalah kualitas layanan, *feedback*, diskon atau potongan harga dan bagaimana pemilik usaha mengelola media promosi pada perangkat digitalnya.

DAFTAR PUSTAKA

[1] I. C. Matita, L. C. Soedirga, and I. Andriani, "Utilization of Chia Seeds Powder in Wet Noodle Substituted with Modified Cassava Flour," Caraka Tani J. Sustain. Agric., vol. 39, no. 1, pp. 140-153, 2024, doi: 10.20961/carakatani.v39i1.77711

[2] F. I. Rahmawati, N. wely Asmoro, and A. I. N. Tari, "Chemical and Physical Analysis of Wet Noodles from Mocaf (Modified Cassava Flour) With The Addition of Tapioca and Moringa Leaf Extract (Moringa Oleifera)," Pro Food, vol. 9, no. 2, pp. 122-131, 2024, doi: 10.29303/profood.v9i2.352

[3] R. Holinesti et al., "Mackerel Tuna Fortification for Improving Wet Noodle Quality," TEKNOBUGA J. Teknol. Busana dan Boga, vol. 11, no. 2, pp. 140-145, 2023, doi: 10.15294/teknobuga.v11i2.49327

[4] W. Dewayani, S. Rapi, Muslimin, Sudarsono, and A. N. P. Islam, "Substitution of cassava, wheat and carrot on wet noodles to support local food," IOP Conf. Ser. Earth Environ. Sci., vol. 1230, no. 1, 2023, doi: 10.1088/1755-1315/1230/1/012194

[5] C. Litaay, A. Indriati, and N. K. I. Mayasti, "Fortification of sago noodles with fish meal skipjack tuna (Katsuwonus pelamis)," Food Sci. Technol., vol. 42, pp. 1-7, 2022, doi: 10.1590/fst.46720

[6] S. N. Qadri, Y. E. Yunus, M. Yamin, A. D. Tawakkal gau, and S. Zamzam, "Pengolahan Daun Bayam Hijau (Amarhantus tricolor) guna Meningkatkan Tingkat Konsumsi Masyarakat," MALLOMO J. Community Serv., vol. 3, no. 1, pp. 14-18, 2022, doi: 10.55678/mallomo.v3i1.795

[7] W. A. & Subari, "Peranan Strategi Promosi Pemasaran Terhadap Peningkatan Volume Penjualan," J. LENTERA Kaji. Keagamaan, Keilmuan dan Teknol. 13(1), 47-55., vol. 3 (1), no. 1693-6922, pp. 47-55, 2015.

[8] S. Sakur, Afifah Ma'ruf, Nur Indah, Sonia Moriska, Amanda Pratiwi, and Hika Arpi Arpani, "Melatih Kreativitas Anak Usia Dini Melalui Kompetensi Lomba Mewarnai dDi Ra Ulil Amri Desa Paritbaru," J. Pengabdi. Masy. Indones., vol. 1, no. 3, pp. 60-65, 2022, doi: 10.55606/jpmi.v1i3.436

[9] S. Sumartini et al., "Pelatihan desain kemasan dan marketing berbasis digital melalui program 'Techno Fish-Park' pada sirup buah mangrove dan teh herbal mangrove," KACANEGARA J. Pengabdi. pada Masy., vol. 6, no. 4, p. 411, 2023, doi: 10.28989/kacanegara.v6i4.1671

[10] R. F. Adri, "Pengaruh Pre-Test Terhadap Tingkat Pemahaman Mahasiswa Program Studi Ilmu Politik Pada Mata Kuliah Ilmu Alamiah Dasar," Menara Ilmu J. Penelit. dan Kaji. Ilm., vol. 1, no. XIV, pp. 81-85, 2020.

[11] S. Maihani, K. Kumita, C. Khairani, S. A. Z. Yamani, I. T. M. Nur, and Z. Zulfikar, "Pemberdayaan Masyarakat Melalui Kreativitas Lomba Mewarnai Tingkat Sekolah Dasar," Community Dev. J. J. Pengabdi. Masy., vol. 4, no. 2, pp. 5108-5113, 2023.

[12] H. Z. Lubis, R. Fadila, M. M. F. Daulay, and N. Fadhillah, "Stimulasi Kegiatan Mewarnai Untuk Perkembangan Anak Usia Dini," J. Pema Tarb., vol. 1, no. 1, p. 11, 2022, doi: 10.30829/pema.v1i1.1463

[13] R. H. Sucipto, "Analisis Indeks Kepuasan Pelanggan dDan Tingkat Kepentingan Untuk Peningkatan Kinerja Koperasi Karyawan Republika," JMBI UNSRAT (Jurnal Ilm. Manaj. Bisnis dan Inov. Univ. Sam Ratulangi)., vol. 8, no. 3, pp. 857-877, 2021, doi: 10.35794/jmbi.v8i3.38628

[14] G. Fransiskho, T. S. Goh, and W. Julitawaty, "Pengaruh kepuasan konsumen dan diskon terhadap volume penjualan pt. atmindo tbk tanjung morawa," J. Bisnis Kolega, vol. 7, no. 2, pp. 20-29, 2021.

[15] I. Siam Wahyono, "Media sosial dan kualitas layanan meningkatkan kepuasan pelanggan (survei pada media sosial toko buku online redaksi Loveable)," J. Inspirasi Ilmu Manaj., vol. 1, no. 1, pp. 30-43, 2022, doi: 10.32897/jiim.2022.1.1.1643

[16] I. K. Tampanguma, J. A. F. Kalangi, and O. Walangitan, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Es Miangas Bahu Kota Manado," Productivivty, vol. 3, no. 1, pp. 7-12, 2022.

[17] I. Effendy, "Pengaruh Pemberian Pre-Test dan Post-Test Terhadap Hasil Belajar Mata Diklat HDW.DEV.100.2.a pada Siswa SMK Negeri 2 Lubuk Basung," J. Ilm. Pendidik., vol. 1, no. 2, pp. 81-88, 2016.

ISSN: 2615-6717 (Print), 2657-2338 (Online)