

## STRATEGI DIGITALISASI DALAM PEMASARAN BUBUR KACANG HIJAU SERTA PENGEMASAN MODERN UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING PRODUK BUBUR KACANG HIJAU

Sakinah Sudin<sup>1</sup>, Riswan Kadir<sup>2</sup>, Kama Jayadiharja<sup>3</sup>, M. Fauzan Abubakar<sup>4</sup>, Gabriel R. Lembang<sup>5</sup>, Nazwa Syaban<sup>6</sup>  
[sakinahsudin80@yahoo.co.id](mailto:sakinahsudin80@yahoo.co.id)<sup>1</sup>, [riswank304@gmail.com](mailto:riswank304@gmail.com)<sup>2</sup>, [jayakama009@gmail.com](mailto:jayakama009@gmail.com)<sup>3</sup>,  
[fauzanabbkr9@gmail.com](mailto:fauzanabbkr9@gmail.com)<sup>4</sup>, [gabrielgaming450@gmail.com](mailto:gabrielgaming450@gmail.com)<sup>5</sup>, [nazwasyaban7@gmail.com](mailto:nazwasyaban7@gmail.com)<sup>6</sup>  
Universitas Muhamadiyah Maluku Utara

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan daya saing produk bubur kacang hijau melalui penerapan strategi digitalisasi pemasaran dan pengemasan modern. Bubur kacang hijau merupakan makanan tradisional Indonesia yang kaya akan gizi, namun perlu inovasi untuk bersaing di pasar modern. Digitalisasi pemasaran melibatkan pemanfaatan media sosial, platform e-commerce, dan optimasi mesin pencari untuk memperluas jangkauan pasar. Sementara itu, pengemasan modern difokuskan pada desain estetis, ramah lingkungan, dan fungsional untuk menarik perhatian konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa integrasi antara strategi digitalisasi dan pengemasan modern dapat meningkatkan jangkauan pasar, memperkuat branding produk, dan menciptakan kenyamanan bagi konsumen. Dengan pendekatan ini, bubur kacang hijau berpotensi menjadi pilihan makanan siap saji yang relevan dan kompetitif di era digital.

**Kata Kunci:** Bubur Kacang Hijau, Digitalisasi, Pemasaran, Pengemasan Modern.

### ABSTRACT

*This research aims to enhance the competitiveness of mung bean porridge products through the application of digital marketing strategies and modern packaging. Mung bean porridge is a traditional Indonesian dish rich in nutrition, yet it requires innovation to compete in the modern market. Digital marketing involves utilizing social media, e-commerce platforms, and search engine optimization to expand market reach. Meanwhile, modern packaging focuses on aesthetic, eco-friendly, and functional designs to attract consumers. The study findings show that the integration of digital marketing strategies and modern packaging significantly increases market reach, strengthens product branding, and enhances consumer convenience. This approach positions mung bean porridge as a relevant and competitive ready-to-eat option in the digital era.*

**Keywords:** Mung Bean Porridge, Digitalization, Marketing, Modern Packaging.

### PENDAHULUAN

Bubur kacang hijau juga merupakan salah satu produk olahan kacang hijau yang dikonsumsi masyarakat Indonesia, sehingga tercatat dalam data konsumsi per kapita tahunan Indonesia. tingkat konsumsi per kapita per tahun bubur kacang hijau pada tahun 2014-2018 oleh masyarakat Indonesia adalah 2,717 - 6,313 porsi dari setiap pilihan menu yang dikonsumsi. Bahan baku utama bubur kacang hijau adalah biji kacang hijau yang dihasilkan dari tanaman kacang hijau. (Kementerian Pertanian, 2018).

Saat ini manusia semakin sibuk oleh berbagai macam aktivitas yang banyak menuntut pergerakan yang lebih cepat. Masyarakat membutuhkan modernisasi bahan pangan yang cepat saji baik dalam hidangan ataupun dalam pengolahan untuk dikonsumsi. Hal ini membantu masyarakat yang memiliki keterbatasan waktu dalam menyiapkan makanan. Perubahan pola konsumsi masyarakat yang cenderung memilih produk pangan cepat saji disebabkan secara tidak langsung oleh pola pikir individu dewasa ini yang makin menuntut kepraktisan, baik dari segi pembuatan maupun cara penyajian. (Ermi Sukasih 2020).

Dalam era digital, strategi pemasaran berbasis teknologi menjadi kunci untuk meningkatkan daya saing dan memperluas jangkauan pasar bagi pengusaha, termasuk dalam usaha bubur kacang hijau. Digitalisasi memungkinkan pengusaha menjangkau lebih banyak konsumen, meningkatkan efisiensi promosi, dan menciptakan hubungan yang lebih baik

Selain itu, dengan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya pola makan sehat dan keberlanjutan kuliner tradisional, ada kebutuhan untuk mengangkat kembali makanan-makanan lokal seperti bubur kacang hijau. Hal ini tidak hanya berkontribusi pada kesehatan individu tetapi juga pada pelestarian budaya kuliner Indonesia.

## **METODE PENELITIAN**

### **1. Lokasi dan Subjek Penelitian**

Penelitian dilakukan pada usaha kecil menengah (UKM) yang memproduksi dan memasarkan bubur kacang hijau. Subjek penelitian meliputi pemilik usaha, konsumen, dan pihak yang terlibat dalam proses pemasaran digital.

### **2. Teknik Pengumpulan Data**

- a. Wawancara Mendalam: Dilakukan dengan pemilik usaha untuk mengetahui strategi pemasaran yang digunakan.
- b. Observasi: Mengamati langsung aktivitas pemasaran digital dan pengemasan produk.
- c. Dokumentasi: Mengumpulkan data dari laporan penjualan, konten media sosial, dan desain kemasan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **1. Digitalisasi dalam Pemasaran Bubur Kacang Hijau**

Seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi dan internet, digitalisasi dalam pemasaran menjadi strategi yang tidak dapat diabaikan, termasuk dalam industri kuliner tradisional seperti bubur kacang hijau. Berikut adalah hasil dari penerapan strategi digitalisasi dalam pemasaran produk ini:

#### **1. Pemasaran Melalui Media Sosial**

- a. Penggunaan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok memungkinkan produsen bubur kacang hijau untuk memperkenalkan produk mereka secara lebih luas dan efektif. Konten visual menarik yang menampilkan keunikan produk serta proses pembuatannya dapat menciptakan daya tarik bagi konsumen muda dan lokal.
- b. Fitur iklan berbayar di media sosial juga memberikan kemudahan untuk menargetkan pasar yang lebih spesifik berdasarkan lokasi geografis, usia, dan minat.
- c. Influencer marketing dapat dimanfaatkan untuk memperkenalkan bubur kacang hijau kepada audiens yang lebih besar.

#### **2. Pemasaran Melalui E-Commerce**

- a. Platform e-commerce seperti Tokopedia, Bukalapak, dan Shopee menjadi saluran yang efektif untuk menjual bubur kacang hijau secara daring. Konsumen dapat membeli produk ini dengan mudah tanpa harus datang langsung ke toko atau kedai.
- b. Sistem pembayaran online yang mudah dan pengiriman yang terintegrasi dengan berbagai kurir semakin mempercepat proses transaksi dan pengiriman produk.

3. Pemanfaatan Website dan Aplikasi
  - a. Dengan membangun situs web atau aplikasi khusus, produsen bubur kacang hijau dapat memberikan informasi yang lebih lengkap mengenai produk, bahan-bahan, serta cara pemesanan secara lebih nyaman.
  - b. Fitur layanan pelanggan seperti chatbots dapat membantu menjawab pertanyaan konsumen secara langsung.
4. Strategi Konten dan SEO
  - a. Menggunakan teknik optimasi mesin pencari (SEO) untuk meningkatkan visibilitas online bubur kacang hijau di Google dan mesin pencari lainnya sangat penting.
  - b. Pembuatan artikel blog, video tutorial, atau resep terkait dengan bubur kacang hijau dapat meningkatkan engagement serta meningkatkan peringkat di mesin pencari.

## **2. Pengemasan Modern untuk Bubur Kacang Hijau**

Pengemasan yang baik tidak hanya melindungi produk tetapi juga dapat menjadi alat pemasaran yang efektif. Pengemasan yang modern dan menarik dapat membantu meningkatkan daya saing produk bubur kacang hijau di pasar yang semakin kompetitif.

1. Pengemasan Praktis dan Higienis
  - a. Pengemasan bubur kacang hijau dalam wadah sekali pakai yang mudah dibawa dan digunakan akan menarik perhatian konsumen modern yang seringkali mencari kemudahan.
  - b. Penggunaan bahan pengemas ramah lingkungan seperti plastik biodegradable atau kemasan yang dapat didaur ulang akan meningkatkan citra merek yang peduli lingkungan.
2. Desain Pengemasan yang Menarik
  - a. Desain kemasan yang menarik dengan warna-warna cerah dan gambar ilustrasi yang menggugah selera dapat meningkatkan daya tarik produk.
  - b. Branding melalui logo dan slogan yang jelas dapat membuat produk bubur kacang hijau lebih mudah diingat dan menciptakan kesan premium.
3. Teknologi Pengemasan Terkini
  - a. Penggunaan teknologi seperti vakum atau pengemasan dengan nitrogen dapat memperpanjang umur simpan produk, menjaga kesegaran, dan kualitas rasa bubur kacang hijau.
  - b. Pengemasan dengan sistem sekali pakai atau kemasan portabel dapat mendukung gaya hidup praktis konsumen masa kini.

## **3. Peningkatan Daya Saing Melalui Digitalisasi dan Pengemasan Modern**

Menggabungkan strategi digitalisasi dalam pemasaran dengan pengemasan modern dapat meningkatkan daya saing produk bubur kacang hijau secara signifikan. Beberapa hasil yang dapat diperoleh melalui penerapan kedua aspek ini antara lain:

1. Peningkatan Jangkauan Pasar: Produk dapat dijangkau lebih luas melalui saluran pemasaran digital dan e-commerce, sehingga meningkatkan potensi penjualan.
2. Branding yang Kuat: Penggunaan pengemasan yang menarik dan teknologi pemasaran yang tepat dapat memperkuat citra merek bubur kacang hijau, menjadikannya lebih dikenal dan disukai konsumen.
3. Kenyamanan Konsumen: Dengan adanya pilihan pembelian daring dan kemasan yang praktis, konsumen dapat menikmati bubur kacang hijau kapan saja dan di mana saja, menambah kenyamanan dan loyalitas konsumen.



Gambar 1. bubur kacang hijau yang di sediakan di mangkuk



Gambar 2. poster penjualan bubur kacang hijau



Gambar 3. bubur kacang hijau yang di sediakan di cup

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa bubur kacang hijau merupakan makanan tradisional yang memiliki potensi besar untuk meningkatkan status gizi masyarakat Indonesia. Survei menunjukkan bahwa bubur kacang hijau diminati oleh sebagian besar masyarakat, dengan frekuensi konsumsi yang cukup tinggi, terutama di kalangan usia muda. Analisis nilai gizi menunjukkan bahwa bubur kacang hijau kaya akan protein nabati, serat, dan energi, menjadikannya pilihan makanan yang sehat.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Amri, A. F., Nurhikmat, A., Susanto, A., Kusumaningrum, A., Suratno, R. Z. A., Wahono, S. K., & Siswoprayogi. (2021). Pemanfaatan Bubur Kacang Hijau Sebagai Makanan Darurat Siap Saji (Utilization of Green Beans Porridge as Emergency Ready-to-Serve Food). Prosiding Seminar Nasional: Kemajuan Inovasi dan Hilirisasi Inovasi Mendukung Pertanian Maju, Mandiri, dan Modern, 8 April 2021, 1-15
- Sukasih, E., Sasmitaloka, K. S., & Widowati, S. (2019). Karakteristik Fisikokimia dan Organoleptik Kacang Hijau Instan dengan Teknologi Pembekuan. *Jurnal Penelitian Pascapanen Pertanian*, 17(1), 37–47.