

PENGABDIAN MASYARAKAT: PENGENALAN TERANG BULAN MINI SEHAT SEBAGAI SOLUSI JAJANAN ALTERNATIF DI DESA SIDODADI

**Eli Masnawati^{1)*}, Muhammad Reza Muhaimin²⁾, Muchamad Catur Rizky³⁾, Siti Anisa⁴⁾,
Mila Hariani⁵⁾, Rahayu Mardikaningsih⁶⁾, Mirza Elmy Safira⁷⁾**

^{1,2,3,4,5,6,7)} Universitas Sunan Giri Surabaya

Email Correspondence: milamasroni@gmail.com

ABSTRAK

Terang bulan merupakan jajanan khas Indonesia yang hadir dalam berbagai variasi rasa, ukuran, dan cara penyajian. Salah satu varian terang bulan yang kini tengah populer adalah terang bulan mini dengan topping ketan dan kacang ijo yang menyehatkan. Penulis tertarik untuk mengkaji keberadaan terang bulan mini sehat ini sebagai alternatif baru dalam jajanan terang bulan yang sudah lebih dulu dikenal masyarakat, mengingat banyaknya kadar gula yang terkandung pada jajanan terang bulan yang menyebabkan penurunan kesehatan masyarakat. Pengkajian ini bertujuan untuk menilai seberapa peduli masyarakat dengan kesehatan mereka untuk mengonsumsi jajanan dan nantinya juga diharapkan agar masyarakat lebih memperhatikan kesehatan mereka. Kegiatan ini dilaksanakan dengan metode *Participatory Learning and Action* (PLA) dimana penulis secara langsung berpartisipasi berdiskusi dan melakukan praktik untuk memperoleh data yang kemudian dibuat sebagai bahan analisis. Kegiatan ini menghasilkan kesimpulan bahwa generasi milenial cukup tertarik untuk membeli terang bulan mini dengan topping yang menyehatkan. Aneka topping yang menyehatkan dan porsi yang mini ini membuat sebagian besar responden tertarik untuk membeli dan menikmati terang bulan mini sehat. Artinya mereka sudah banyak yang menyadari akan pentingnya memperhatikan kesehatan untuk mengonsumsi jajanan.

Kata Kunci: *Persepsi masyarakat, terang bulan mini sehat, produk alternatif.*

ABSTRACT

Terang bulan is a traditional Indonesian snack that comes in various flavors, sizes, and presentations. One of the currently popular variations of terang bulan is the mini terang bulan with healthy toppings of sticky rice and green beans. The author is interested in examining the presence of this healthy mini terang bulan as a new alternative in the already well-known terang bulan snacks, considering the high sugar content in traditional terang bulan snacks that leads to a decline in public health. This study aims to assess how much the community cares about their health when consuming snacks and is also expected to encourage the community to pay more attention to their health in the future. This activity was conducted using the Participatory Learning and Action (PLA) method, where the author directly participated in discussions and practices to obtain data that was later used for analysis. This activity concluded that the millennial generation is quite interested in buying mini terang bulan with healthy toppings. A variety of healthy toppings and mini portions make most respondents interested in buying and enjoying healthy mini terang bulan. This means that many of them are already aware of the importance of paying attention to health when consuming snacks.

Keywords: *Public perception, healthy mini terang bulan, alternative products.*

PENDAHULUAN

Makanan ringan, atau yang dikenal sebagai camilan, merujuk pada jenis makanan yang tidak termasuk dalam menu utama seperti sarapan, makan siang, atau makan malam. Camilan seringkali dimakan untuk mengatasi rasa lapar sementara, memberikan sedikit energi, atau sekadar dinikmati rasanya. Makanan ringan ini dapat dinikmati oleh semua kalangan, baik anak-anak maupun orang dewasa (Nugraha *et al.*, 2021). Dengan beragam varian rasa dan tekstur yang

ditawarkan, camilan menjadi pilihan populer di masyarakat. Namun, penting bagi konsumen untuk bijak dalam memilih jenis makanan yang akan dikonsumsi, karena tidak semua makanan yang diklaim sehat benar-benar menyehatkan (Putra et al., 2022).

Beberapa camilan dipasarkan sebagai pilihan bagi mereka yang menjalani program penurunan berat badan, meskipun kandungan gula di dalamnya masih cukup tinggi. Bagi mereka yang berkomitmen menjalani pola hidup sehat, pemahaman mengenai jenis makanan yang sebaiknya dikonsumsi serta perhatian terhadap asupan kalori menjadi krusial (Hariani et al., 2021). Misalnya, seseorang yang menyukai makanan manis tetapi sedang dalam program penurunan berat badan tetap bisa menikmati camilan tersebut dengan cara mengurangi porsi dan memilih bahan yang tidak terlalu tinggi kadar gulanya. Hal ini penting agar konsumen tetap sejalan dengan pola hidup sehat sambil memenuhi keinginan mereka (Nugraha et al., 2021).

Pandemi COVID-19 telah mendorong perubahan signifikan dalam kebiasaan sehari-hari masyarakat, termasuk dalam hal ngemil (Putra & Fitri, 2022). Berdasarkan survei "*The State of Snacking 2020*", ditemukan bahwa kebiasaan konsumsi dan pembelian camilan di Indonesia berubah lebih drastis dibandingkan dengan rata-rata global. Sebanyak 60 persen orang Indonesia mengaku lebih sering ngemil selama pandemi dibandingkan sebelumnya (Mondelez International, 2020).

Salah satu jajanan manis yang tren di Indonesia adalah terang bulan, atau yang dikenal sebagai martabak manis. Kue ini sering ditemukan di pasar tradisional dengan berbagai ukuran dan variasi topping, seperti terang bulan mini dan jumbo, serta variasi topping coklat keju, pandan, dan lain-lain. Kue terang bulan, yang dikenal dengan rasa yang sangat manis dan berbagai topping, selalu menarik perhatian pembeli. Selain memiliki rasa yang variatif, harga terang bulan juga cukup terjangkau di berbagai kalangan. Terang bulan mini, dengan harga yang lebih ekonomis dan varian rasa yang tidak terlalu banyak mengandung kadar gula, seperti terang bulan dengan topping ketan hitam dan kacang hijau, memberikan kepuasan lebih bagi konsumen. Hal ini terjadi karena, selain harganya yang murah, camilan ini juga mengandung kadar gula dan kalori yang rendah (Mutiarini et al., 2020).

Generasi milenial saat ini sangat menyukai camilan, salah satunya terang bulan. Kue ini sering ditemukan di pasar tradisional dengan variasi seperti terang bulan jumbo dan mini, serta pilihan topping yang beragam. Martabak manis ini memang menggoda, terutama dengan berbagai topping yang menarik minat pembeli (Promalessy, 2017). Untuk menjaga kesehatan, generasi milenial perlu memperhatikan porsi yang dikonsumsi dan juga nilai gizi yang ada pada toppingnya. Jika membeli terang bulan dengan topping yang berlebihan, hal ini dapat berdampak buruk pada kesehatan (Rahmi, 2018).

Kegiatan ini bertujuan untuk memahami preferensi antara terang bulan jumbo dan mini serta variasi topping yang tinggi kadar gula atau tidak di kalangan generasi milenial. Secara spesifik, kegiatan ini ingin mengetahui pandangan serta minat generasi milenial terhadap eksistensi jenis-jenis terang bulan. Selain itu, kegiatan ini juga bertujuan memberikan informasi dan bantuan strategi bagi penjual terang bulan dalam memahami kebutuhan pasar dan meningkatkan kualitas produk mereka. Diharapkan hasil kegiatan ini bermanfaat bagi pencinta camilan untuk memilih jajanan yang tepat, serta membantu para pengusaha terang bulan dalam menentukan target pasar mereka dan mengembangkan produk yang lebih sehat dan menarik.

METODE

Perencanaan untuk melihat kesan-kesan masyarakat mengenai jajanan yang ramah akan kadar gula ini dimulai dari melihat masalah masalah yang ada dalam masyarakat seperti

ekonomi mereka dan kesehatan mereka. Masyarakat tentunya memiliki kondisi ekonomi yang beragam, hal ini akan menjadikan masyarakat lebih memilih untuk mengonsumsi sesuatu sesuai dengan kondisi mereka. Masalah kesehatan juga sangat penting di generasi milenial. Di generasi ini masih banyak yang tidak memperhatikan kesehatan untuk mengonsumsi sesuatu, masih banyak dari mereka yang mementingkan rasa dari suatu makanan tanpa memperhatikan kesehatan mereka.

Kegiatan ini menggunakan metode *Participatory Learning and Action* (PLA), yaitu sebuah pendekatan pemberdayaan yang mengedepankan pembelajaran bersama. Metode ini menempatkan nilai yang setara antara pengetahuan dan pengalaman, sehingga dapat memberikan solusi atas masalah yang mempengaruhi kehidupan masyarakat. Pada konsumsi jajanan, masyarakat sering kali kurang teliti dalam memilih makanan yang seharusnya dikonsumsi. Kebanyakan dari mereka lebih mengutamakan keinginan tanpa mempertimbangkan dampak yang mungkin ditimbulkan bagi kesehatan dan keuangan mereka.

Berdasarkan pengamatan awal, kondisi ini cukup berdampak terhadap pola konsumsi masyarakat, terutama di kalangan generasi milenial. Mereka membutuhkan informasi yang seimbang, yang dapat memenuhi keinginan mereka tanpa merugikan kesehatan dan keuangan. Oleh karena itu, inovasi baru berupa terang bulan mini dengan topping ketan hitam dan kacang hijau diharapkan menjadi alternatif yang lebih sehat. Selain harganya yang terjangkau, jajanan ini memiliki kadar gula yang lebih rendah serta mengandung gizi yang bermanfaat bagi kesehatan tubuh.

Melalui pendekatan PLA, kegiatan ini akan melibatkan masyarakat dalam proses identifikasi masalah, diskusi, dan pengambilan keputusan. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya memilih jajanan yang lebih sehat, serta memberikan informasi dan strategi yang relevan bagi penjual dalam memahami kebutuhan pasar dan meningkatkan kualitas produk mereka. Diharapkan dengan adanya inovasi ini, masyarakat akan lebih terbuka terhadap pilihan jajanan yang lebih sehat dan ekonomis, serta meningkatkan kesadaran kesehatan mereka secara keseluruhan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan berupa pengamatan dan observasi terhadap kesan serta pandangan masyarakat mengenai eksistensi terang bulan mini sehat dilaksanakan secara langsung selama kurang lebih tiga hari. Kegiatan ini dilakukan oleh tim penyusun artikel pada tanggal 17 Oktober 2024 di Desa Sidodadi, Sidoarjo. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk mengetahui seberapa besar kebijakan masyarakat dalam mengonsumsi makanan serta untuk menyadarkan masyarakat akan pentingnya kesehatan dan gaya hidup yang seimbang.

Analisis SWOT

Dalam upaya memahami posisi dan potensi bisnis terang bulan mini sehat, dilakukan analisis SWOT yang mencakup:

1. *Strengths* (Kekuatan):

- a. Kesehatan: Produk ini merupakan alternatif yang lebih sehat dengan topping yang rendah kadar gula dan kalori, sehingga lebih bermanfaat bagi kesehatan konsumen.
- b. Harga Terjangkau: Produk ini tidak membutuhkan bahan-bahan yang mahal, sehingga harga produksinya dapat ditekan. Hal ini memungkinkan harga jual yang kompetitif dan mampu bersaing dengan produk sejenis di pasaran.

- c. **Fleksibilitas Penjualan:** Terang bulan mini dapat dijual di berbagai lokasi strategis, seperti pasar, area perkampungan, dan di pinggir jalan. Selain itu, produk ini juga dapat dijual secara online atau melalui layanan pesan antar, yang memudahkan konsumen untuk mengaksesnya.

2. Weaknesses (Kelemahan):

- a. **Daya Tahan Bahan:** Bahan-bahan yang digunakan untuk produk ini memiliki ketahanan yang singkat, sehingga tidak dapat disimpan dalam jangka waktu lama. Hal ini dapat menjadi kendala bagi penjual dalam menjaga kesegaran produk.
- b. **Persaingan yang Ketat:** Terdapat banyak penjual camilan lain, termasuk roti-roti yang menawarkan harga lebih murah, sehingga menjadi tantangan bagi produk terang bulan mini sehat untuk menarik perhatian konsumen.
- c. **Keterbatasan Pemasaran:** Sebagai bisnis mikro, pemasaran produk ini terbatas pada area tertentu, yang mengurangi jangkauan dan visibilitas produk di pasar yang lebih luas.

3. Opportunities (Peluang):

- a. **Meningkatnya Pola Hidup Sehat:** Kesadaran masyarakat yang semakin meningkat akan pentingnya pola hidup sehat (Atmaja et al., 2021) membuka peluang untuk memperkenalkan produk ini secara lebih luas.
- b. **Ketidakstabilan Ekonomi:** Masyarakat yang menghadapi kondisi ekonomi yang fluktuatif cenderung mencari produk dengan harga terjangkau (Amalia, 2022), menjadikan terang bulan mini sehat sebagai pilihan yang menarik.
- c. **Pengembangan Inovasi:** Adanya peluang untuk mengembangkan varian rasa baru yang lebih sehat dapat menarik lebih banyak konsumen dan memperluas jangkauan pasar.

4. Threats (Ancaman):

- a. **Faktor Musiman dan Cuaca:** Bisnis terang bulan yang bergantung pada lokasi penjualan luar ruangan dapat terpengaruh oleh cuaca. Penurunan jumlah pengunjung di hari-hari hujan atau cuaca buruk dapat berdampak negatif pada penjualan.
- b. **Perubahan Harga Bahan:** Fluktuasi harga bahan baku yang sering terjadi dapat menyulitkan penjual dalam menentukan harga jual produk (Ishak, 2017).
- c. **Perubahan Tren Konsumen:** Perubahan dalam selera dan tren konsumen, seperti peralihan minat ke makanan dengan rasa pedas atau gurih (Ernawati et al., 2019), dapat memengaruhi popularitas produk ini.

Strategi yang dapat diterapkan oleh bisnis terang bulan mini sehat untuk memanfaatkan kekuatan dan peluang, sekaligus mengatasi kelemahan dan ancaman, meliputi beberapa pendekatan yang terintegrasi.

Strategi SO (Strengths-Opportunities)

Strategi ini memanfaatkan kekuatan untuk meraih peluang yang ada. Mengingat tingginya permintaan terhadap produk sehat (Sukmawati & Ekasasi, 2020), bisnis terang bulan mini sehat dapat memperkenalkan variasi baru yang kaya akan nutrisi dan menargetkan segmen konsumen yang sadar kesehatan. Contohnya, produk terang bulan dengan topping ketan hitam dan kacang hijau dapat menjadi pilihan menarik. Selain itu, dalam menghadapi ketidakstabilan ekonomi masyarakat, bisnis ini dapat memanfaatkan harga produk yang cukup terjangkau untuk menjangkau berbagai segmen pasar, termasuk mereka yang berada dalam kondisi ekonomi yang beragam (Arum et al., 2024).

Strategi ST (Strengths-Threats)

Strategi ini menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman yang dihadapi. Dalam menghadapi persaingan, produk terang bulan mini sehat dapat bersaing dengan menawarkan inovasi baru yang lebih menjaga kesehatan. Sebagian besar kompetitor cenderung lebih mementingkan rasa tanpa memperhatikan aspek kesehatan. Dengan demikian, produk yang lebih sehat dapat menarik perhatian konsumen yang semakin peduli akan kesehatan. Selain itu, untuk mengatasi dampak cuaca buruk terhadap penjualan, bisnis ini harus memanfaatkan fleksibilitas dalam penjualan, seperti dengan menjual secara online dan menyediakan layanan pesan antar (Laura Hardilawati, 2020).

Strategi WO (Weaknesses-Opportunities)

Strategi ini berfokus pada mengatasi kelemahan dengan memanfaatkan peluang yang ada. Salah satu kelemahan utama adalah daya tahan bahan yang pendek, yang dapat diatasi dengan cara mengelola bahan secara efektif, seperti dengan menanak pada waktu yang tepat atau membekukan bahan (Asiah *et al.*, 2020). Selain itu, mengembangkan inovasi baru yang hanya membutuhkan bahan-bahan yang awet dapat membantu memperpanjang masa simpan produk. Meningkatnya kesadaran masyarakat akan pola hidup sehat juga memberikan peluang bagi produk alternatif seperti ini untuk menghadapi persaingan yang ketat.

Strategi WT (Weaknesses-Threats)

Strategi ini bertujuan untuk mengurangi kelemahan dan menghindari ancaman yang ada. Salah satu cara untuk melakukannya adalah dengan mengoptimalkan pemasaran. Penggunaan media sosial dan platform online dapat menjadi alat yang efektif untuk mempromosikan produk, memberikan informasi tentang promosi, serta membangun hubungan yang lebih baik dengan pelanggan (Achmad *et al.*, 2020). Pendekatan ini dapat meningkatkan visibilitas dan menjangkau lebih banyak konsumen. Selain itu, penting untuk terus berinovasi dalam produk yang menyehatkan, sehingga dapat bersaing dengan kompetitor yang kurang memperhatikan nilai kesehatan.

Berdasarkan analisis SWOT, terlihat bahwa bisnis terang bulan mini sehat memiliki peluang besar untuk tumbuh. Dengan fokus pada inovasi alternatif yang menjawab permasalahan yang ada di masyarakat, bisnis ini dapat mengatasi kelemahan dan memanfaatkan peluang yang ada. Rekomendasi strategi ini mencakup:

- a. Inovasi Produk: Mengembangkan produk baru yang bermanfaat dan jarang ditemukan di pasaran.
- b. Pemasaran yang Efektif: Memperluas jangkauan pemasaran melalui promosi di media sosial dan platform online.
- c. Penentuan Harga yang Kompetitif: Menetapkan harga yang bersaing dengan mempertimbangkan biaya produksi, tetapi tetap memberikan nilai lebih bagi konsumen

Dengan penerapan strategi ini, bisnis terang bulan mini sehat dapat memperkuat posisinya di pasar dan memanfaatkan peluang yang ada untuk pertumbuhan berkelanjutan.

Hasil kegiatan yang telah dilakukan menunjukkan bahwa generasi milenial cukup tertarik untuk membeli terang bulan mini dengan topping yang menyehatkan. Aneka topping yang sehat dan porsi yang mini membuat sebagian besar responden tertarik untuk membeli dan menikmati produk ini (Nugraha *et al.*, 2021). Produk semacam ini memiliki potensi

jangkauan yang luas, karena dapat dinikmati oleh berbagai lapisan masyarakat, mulai dari anak-anak hingga orang dewasa, serta kalangan atas dan bawah. Dengan adanya produk ini, diharapkan masyarakat dapat lebih memperhatikan kesehatan mereka dan mengurangi kebiasaan mengonsumsi jajanan yang kurang sehat.



Gambar 1. Kegiatan Pengamatan Respon Masyarakat terhadap Keberadaan Produk Alternatif Terang Bulan Mini Sehat

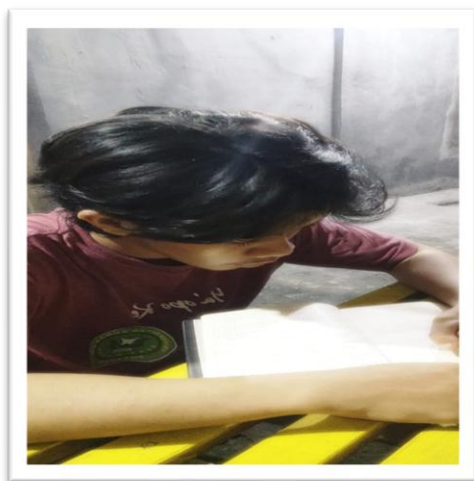
Langkah awal untuk menganalisis kesan masyarakat mengenai eksistensi terang bulan mini sehat adalah dengan mengamati respon dari masyarakat setempat terhadap produk alternatif ini. Tujuan utama dari kegiatan ini adalah untuk mengetahui minat generasi milenial terhadap produk tersebut. Setelah dilakukan pengamatan, produk terang bulan mini sehat ternyata disambut dengan baik oleh generasi milenial. Hal ini dibuktikan dengan tingginya angka penjualan, di mana para pelaku usaha melaporkan bahwa mereka dapat menghabiskan sekitar 150 porsi lebih dalam sehari.



Gambar 2. Kegiatan Wawancara Terhadap Konsumen

Setelah melakukan pengamatan, langkah selanjutnya adalah berdiskusi dengan konsumen untuk mendapatkan tanggapan mereka mengenai keberadaan produk alternatif ini. Dari hasil wawancara, ditemukan bahwa konsumen memiliki pandangan yang beragam. Sebagian konsumen memilih produk ini karena harganya yang terjangkau, sementara yang lain menyukainya karena rasanya yang enak. Selain itu, ada juga konsumen yang

mengonsumsi produk ini karena dianggap sebagai pilihan yang lebih sehat dibandingkan jajanan lainnya.



Gambar 3. Kegiatan Pengumpulan Data dan Penganalisisan

Langkah terakhir dalam kegiatan ini adalah mengumpulkan data yang diperoleh dari pengamatan serta wawancara yang telah dilakukan selama kurang lebih tiga hari. Setelah data terkumpul, dilakukan analisis untuk mengevaluasi tanggapan masyarakat. Dari hasil analisis, terlihat bahwa generasi milenial memberikan kesan positif terhadap keberadaan terang bulan mini sehat sebagai jajanan alternatif. Banyak dari mereka yang menyatakan bahwa produk ini memenuhi kebutuhan akan camilan yang lezat sekaligus sehat.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan oleh tim mahasiswa memberikan manfaat langsung kepada masyarakat, dan memberikan pengalaman berharga bagi mahasiswa itu sendiri. Dari sudut pandang mahasiswa, kegiatan ini menjadi sarana untuk menerapkan teori yang telah dipelajari di bangku kuliah ke dalam praktik nyata. Melalui pengamatan dan interaksi langsung dengan masyarakat, mahasiswa dapat memahami dinamika sosial dan ekonomi yang ada di dalam komunitas (Hahyeejehteh, 2021; Hariani & Mardikaningsih, 2022). Pengalaman ini juga membantu mahasiswa mengembangkan keterampilan komunikasi, analisis, dan problem solving yang sangat penting dalam dunia kerja setelah mereka lulus.

Dari perspektif pembeli, khususnya generasi milenial, keberadaan produk terang bulan mini sehat memberikan alternatif jajanan yang lebih sehat dan terjangkau. Masyarakat yang semakin sadar akan pentingnya kesehatan dapat menemukan pilihan camilan yang memenuhi rasa dan memperhatikan aspek gizi (Aisyah & Issalillah, 2022). Dengan adanya produk ini, konsumen memiliki akses lebih mudah terhadap makanan yang mendukung pola hidup sehat. Hal ini dapat berkontribusi pada peningkatan kesehatan masyarakat secara keseluruhan, terutama di kalangan generasi muda yang seringkali menjadi target konsumsi makanan cepat saji yang kurang sehat.

Bagi penjual, kegiatan ini membuka peluang untuk meningkatkan pendapatan dan memperluas jaringan pasar. Melalui pengenalan produk terang bulan mini sehat, para pelaku usaha dapat menarik lebih banyak pelanggan yang peduli terhadap kesehatan. Selain itu, kegiatan ini memberikan pemahaman yang lebih baik kepada penjual tentang tren

konsumen dan kebutuhan pasar. Dengan demikian, penjual dapat menyesuaikan strategi pemasaran mereka untuk menjangkau audiens yang lebih luas, serta meningkatkan kualitas produk yang ditawarkan.

Kegiatan pengabdian masyarakat ini juga berfungsi sebagai jembatan antara mahasiswa dan masyarakat. Dengan melakukan wawancara dan diskusi, mahasiswa dapat mengumpulkan data dan informasi yang berharga untuk penelitian lebih lanjut. Hal ini bermanfaat bagi mahasiswa sebagai bagian dari tugas akademis, dan juga memberikan masukan yang konstruktif bagi pengembangan produk dan strategi pemasaran di masa depan. Kontribusi ini sangat penting dalam menciptakan hubungan yang saling menguntungkan antara akademisi dan masyarakat (Darmawan, 2022; Mardikaningsih *et al.*, 2023).

Kegiatan ini mendorong kesadaran masyarakat tentang pentingnya pola hidup sehat. Dengan memperkenalkan produk yang lebih sehat, mahasiswa berperan dalam edukasi masyarakat mengenai pilihan makanan yang baik untuk kesehatan. Ini adalah langkah penting dalam membangun komunitas yang lebih sadar dan peduli terhadap kesehatan. Melalui kegiatan ini, diharapkan masyarakat menjadi konsumen yang cerdas, dan dapat berperan aktif dalam mempromosikan gaya hidup sehat di lingkungan mereka masing-masing (Gardi & Darmawan, 2022).

Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian masyarakat ini memberikan kontribusi yang signifikan bagi pelaksanaan abdimas. Dari sudut pandang mahasiswa, pembeli, dan penjual, kegiatan ini menciptakan dampak positif yang saling menguntungkan. Dengan mengedepankan inovasi produk yang sehat dan terjangkau, serta membangun hubungan yang solid antara akademisi dan masyarakat, diharapkan dapat tercipta masa depan yang lebih baik bagi semua pihak yang terlibat. Kegiatan ini bukan hanya sekadar sebuah proyek, melainkan upaya bersama untuk menciptakan perubahan positif dalam masyarakat.

KESIMPULAN

Kegiatan analisis jajanan alternatif yang dilaksanakan di Desa Sidodadi, Kabupaten Sidoarjo, berlangsung dengan baik dan menunjukkan minat yang tinggi dari masyarakat terhadap produk terang bulan mini sehat. Hasil pengamatan dan wawancara menunjukkan bahwa masyarakat, khususnya generasi milenial, sangat antusias terhadap pilihan jajanan yang lebih sehat dan terjangkau. Kegiatan ini memberikan wawasan tentang kebijakan masyarakat dalam pola hidup sehat, dan memiliki fungsi lebih lanjut dalam menyadarkan masyarakat akan pentingnya kesehatan dan gaya hidup yang seimbang.

Dari dampak positif yang dihasilkan, kegiatan ini diharapkan dapat menjadi model bagi kegiatan pengabdian masyarakat lainnya di masa depan. Dengan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pola hidup sehat, diharapkan terbentuk masyarakat yang lebih sejahtera dan peduli terhadap kesehatan mereka. Oleh karena itu, penting untuk melanjutkan kegiatan serupa yang dapat mengedukasi masyarakat tentang pentingnya memilih jajanan yang sehat dan bergizi.

SARAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ke depan sebaiknya tidak hanya berfokus pada penyediaan produk, tetapi juga memperluas cakupan pada aspek edukasi tentang pola hidup sehat. Edukasi ini dapat dilakukan melalui berbagai bentuk kegiatan, seperti seminar, workshop, atau kampanye kesehatan yang melibatkan masyarakat secara langsung. Dengan

pendekatan ini, diharapkan masyarakat menerima manfaat produk, dan memahami pentingnya menjaga kesehatan secara menyeluruh.

Inovasi dalam pengembangan varian produk terang bulan mini sehat perlu terus dilakukan untuk memenuhi selera konsumen yang beragam. Riset pasar menjadi langkah penting agar produsen memahami preferensi konsumen, sehingga dapat menghadirkan pilihan rasa yang lebih bervariasi dan menarik. Upaya pemasaran juga harus dioptimalkan, khususnya melalui media sosial dan platform online, agar produk memiliki jangkauan yang lebih luas dan mampu membangun kedekatan dengan konsumen.

Kemitraan dengan lembaga kesehatan, sekolah, dan komunitas lokal sangat disarankan. Kolaborasi ini akan memperluas jangkauan edukasi mengenai pentingnya pola hidup sehat dan manfaat produk yang ditawarkan. Seluruh rangkaian kegiatan tersebut perlu dilengkapi dengan proses monitoring dan evaluasi secara berkala untuk mengukur dampak jangka panjangnya. Hasil evaluasi akan menjadi dasar bagi perbaikan dan pengembangan program pengabdian masyarakat di masa mendatang.

Dengan menerapkan rekomendasi tersebut, diharapkan kegiatan pengabdian masyarakat dapat memberikan kontribusi yang lebih besar dalam meningkatkan kesadaran masyarakat akan kesehatan dan membentuk pola hidup yang sejahtera. Kegiatan semacam ini harus menjadi bagian integral dari upaya bersama dalam menciptakan masyarakat yang sehat dan berdaya saing.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, Z. A., Azhari, T. Z., Esfandiar, W. N., Nuryaningrum, N., Syifana, A. F. D., & Cahyaningrum, I. (2020). Pemanfaatan media sosial dalam pemasaran produk UMKM di Kelurahan Sidokumpul, Kabupaten Gresik. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(1): 17-31.
- Aisyah, N. & F. Issalillah. (2022). Healthy Eating, Mental Health, and Environmental Awareness: Implications for the Health of Young Generations, *Journal of Social Science Studies*, 2(2), 157 – 162.
- Amalia, R. J. (2022). Analisis perilaku konsumtif dan daya beli konsumen terhadap belanja online di masa pandemi COVID-19. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 4(1): 1-16.
- Arifin, S., & D. Darmawan. (2021). Technology Access and Digital Skills: Bridging the Gaps in Education and Employment Opportunities in the Age of Technology 4.0, *Journal of Social Science Studies*, 1(1), 163 – 168.
- Arum, D.S., E. Retnowati, E. Masnawati, R. Mardikaningsih, M. Zakki, D. Darmawan, F. Dirgantara. (2024). Penerapan Business Model Canvas (BMC) Dalam Meningkatkan UMKM Pengrajin Tas Di Tanggulangin Sidoarjo, *Economic Xenization Abdi Masyarakat*, 2(2), 13-20.
- Asiah, N., Cempaka, L., Ramadhan, K., & Matatula, S. H. (2020). *Prinsip Dasar Penyimpanan Pangan pada Suhu Rendah*. Makassar: Nas Media Pustaka.
- Atmaja, P. M. Y. R., Astra, I. K. B., & Suwiwa, I. G. (2021). Aktivitas Fisik serta Pola Hidup Sehat Masyarakat sebagai Upaya Menjaga Kesehatan pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmu Keolahragaan Undiksha*, 9(2): 128-135.
- Darmawan, D. (2022). Pengaruh Lokus Kendali, Lingkungan Sosial dan Perilaku Produktif Mahasiswa terhadap Intensi Berwirausaha. *Justek: Jurnal Sains dan Teknologi*, 5(2), 422-430.
- Ernawati, H., & Suwandojo, D. P. E. H. (2019). Consumer Preferences for Indonesian Food. *Journal of Indonesian Economy and Business: JIEB*. 34(3): 280-293.

- Gardi, B. & D. Darmawan. (2022). Study of Shopping Lifestyle, Sales Promotion and Impulsive Buying Behavior, *Journal of Marketing and Business Research*, 2(2), 125-134.
- Hahyeejehteh, M. S. (2021). Interaksi Sosial Masyarakat Setempat dengan Mahasiswa Asal Pattani di Kota Bandung. *Temali: Jurnal Pembangunan Sosial*, 4(1): 59-71.
- Halizah, S. N. & D. Darmawan. (2022). Development Entrepreneurship Intention as an Effort to Improve the Level of the Consumer Household Economy, *Bulletin of Science, Technology and Society*, 1(1), 30-34.
- Hariani, M., N. A. Aaliyah, & F. Issalillah. (2021). Legal Guarantee of Children's Rights in Education and Health, *Journal of Social Science Studies*, 1(2), 177 – 180.
- Hariani, M. & R. Mardikaningsih. (2022). The Social Education Role in Shaping Students' Global Awareness in Higher Education, *Journal of Social Science Studies*, 2(1), 55 – 60.
- Ishak, K. (2017). Penetapan Harga Ditinjau dalam Persepektif Islam. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 6(1): 35-49.
- Laura Hardilawati, W. (2020). Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Akuntansi dan Ekonomika*, 10(1): 89-98.
- Mardikaningsih, R., S. N. Halizah, D. Darmawan, & A. H. R. Fuady. (2023). Studi Empiris Tentang Pendidikan Kewirausahaan, Motivasi Intrinsik dan Intensi Berwirausaha, *Journal of Management and Economics Research*, 1(2), 58-63.
- Mutiarni., Yusriandi., Azizah, N., Sakinah, N., Rezky., Suyuti, E., Ibrahim, M, I., & Reskiana, V. 2020. Analisis Biaya Martabak Guna Meningkatkan Usaha Martabak. *Jurnal Akuntansi Bisnis dan Ekonomi*, 6(2): 1663-1670.
- Nalin, C., S. A. B. Saidi, M. Hariani, V. Mendrika, & F. Issalillah. (2022). The Impact of Social Disparities on Public Health: An Analysis of Service Access, Quality of Life, and Policy Solutions, *Journal of Social Science Studies*, 2(1), 39 – 46.
- Nugraha, N. P., Harta, I, M, B., Haditya, K, S., Dewi, N, M, D, C., & Susanto, P, C. 2021. Persepsi Konsumen Milenial dan Generasi Z terhadap Eksistensi Terang Bulan Mini sebagai Produk Jajanan Alternatif. In *Seminar Ilmiah Nasional Teknologi, Sains, dan Sosial Humaniora*, 4(2021): 313-318.
- Nuraini, R., S. N. Halizah, R. Mardikaningsih, Y. Vitrianingsih, & M. E. Safira. (2022). The Role of Social Entrepreneurship in Environmental Conservation: Challenges, Strategies, and Sustainability, *Journal of Social Science Studies*, 2(1), 47 – 54.
- Promalesy, R. 2017. Analisis Persepsi Masyarakat Pekanbaru pada Perkembangan Jajanan Manis Martabak (Tinjauan Dari Perspektif Inovasi Produk). *Jurnal Ekonomi*, 25(2): 61.
- Putra, A.R., Ernawati, Jahroni, T.S. Anjanarko, & E. Retnowati. (2022). Creative Economy Development Efforts in Culinary Business, *Journal of Social Science Studies*, 2(1), 21 – 26.
- Putra, E. Y., & Fitri, A. M. (2022). Inovasi Camilan Sehat Sweetpomo Untuk Memperbaiki Asupan Gizi Masyarakat di Pandemi Covid-19. *Sehat Rakyat: Jurnal Kesehatan Masyarakat*, 1(1): 14-27.
- Rahmi, S. 2018. Cara Memilih Makanan Jajanan Sehat dan Efek Negatif yang Ditimbulkan apabila Mengkonsumsi Makanan Jajanan yang Tidak Sehat bagi Anak-Anak Sekolah Dasar. In *Prosiding Seminar Nasional Hasil Pengabdian*, 1(1): 260-265.
- Sukmawati, N., & Ekasasi, S. R. (2020). Pengaruh gaya hidup, kualitas produk, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Sehat Soyjoy. *Cakrawangsa Bisnis: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 1(1): 17-28.