

KEGIATAN PENINGKATAN PENGETAHUAN KONSUMEN TENTANG MANFAAT BUAH UNTUK MENINGKATKAN KESEHATAN MELALUI UMKM TOKO BUAH DI FIONA FRESH FRUIT KRAMAT JEGU TAMAN SIDOARJO

Novi Andri Yanti¹⁾, Lilik Sugiati²⁾, Salsabella Rahmaniya³⁾, Ade Surya Saleh⁴⁾, Muhammad Yusron Maulana El-Yunusi⁵⁾

¹⁾²⁾³⁾⁴⁾⁵⁾ Universitas Sunan Giri Surabaya

Email: noviandriyanti24@gmail.com¹⁾, Iyalilik18@gmail.com²⁾, salsarahman96@gmail.com³⁾, adesurya140122@gmail.com⁴⁾, yusronmaulana@unsuri.ac.id⁵⁾

Abstract

Fruit-eating culture is a public health issue, but its health benefits are still largely unknown. To raise awareness, this activity uses the ABCD approach based on local assets. The Fiona Fresh Fruit store in Kramat Jegu, Taman, Sidoarjo, is the implementation location by utilizing its proximity to consumers as a healthy food store. The goal is to encourage the selection of fruit as a healthy choice. Direct education through brochures, interactive Q&A and in-store counseling on the benefits of fruit for disease prevention and immune system support. Implementation through direct counseling with store owners and employees. A participatory asset-based approach must be able to create sustainable awareness of the value of fruit. This study shows significant growth in understanding of the health value of fruit, which can spur the appeal of Fiona Fresh Fruit's business and sales as consumer awareness increases, thereby empowering consumers and creating awareness of MSMEs about the value of fruit.

Keywords: consumer health, benefits of fruit, UMKM

Abstrak

Budaya makan buah adalah masalah kesehatan masyarakat, namun manfaat kesehatannya masih belum banyak diketahui. Untuk meningkatkan kesadaran, kegiatan ini menggunakan pendekatan ABCD yang didasarkan pada aset lokal. Toko Fiona *Fresh Fruit* di Kramat Jegu, Taman, Sidoarjo, menjadi lokasi implementasi dengan memanfaatkan kedekatannya dengan konsumen sebagai toko makanan sehat. Tujuannya adalah untuk mendorong pemilihan buah sebagai pilihan yang sehat. Edukasi langsung melalui brosur, tanya jawab interaktif dan konseling di dalam toko mengenai manfaat buah untuk pencegahan penyakit dan dukungan sistem kekebalan tubuh. Implementasi melalui penyuluhan langsung dengan pemilik toko dan karyawan. Pendekatan berbasis aset partisipatif harus mampu menciptakan kesadaran yang berkelanjutan tentang nilai buah. Penelitian ini menunjukkan pertumbuhan yang signifikan dalam pemahaman tentang nilai kesehatan buah, yang dapat memacu daya tarik bisnis dan penjualan Fiona *Fresh Fruit* seiring dengan meningkatnya kesadaran konsumen, sehingga memberdayakan konsumen dan menciptakan kesadaran UMKM tentang nilai buah.

Kata kunci: kesehatan konsumen, manfaat buah, UMKM

I. PENDAHULUAN

Usaha mikro dan menengah, atau UMKM, telah tumbuh menjadi elemen strategis yang penting dalam memperkuat dan mendukung basis ekonomi. Selain menyediakan lapangan kerja bagi mereka yang tinggal di sekitar tempat tinggal mereka, mereka juga

memiliki tanggung jawab untuk mengalokasikan tenaga kerja dan sumber daya, yang keduanya penting untuk memperkuat basis ekonomi (Bate'e et al., 2024). Pengetahuan konsumen tentang manfaat buah bagi kesehatan masih rendah, padahal buah mudah ditemukan dan tersedia melalui berbagai UMKM, seperti Toko Buah Segar Fiona di Kramat Jegu, Taman Sidoarjo. Banyak masyarakat yang belum memahami secara optimal kandungan gizi dan peran penting buah dalam meningkatkan kualitas hidup dan mencegah penyakit tidak menular. Selain itu, keterbatasan informasi dan edukasi tentang cara memilih, mengolah, dan mengonsumsi buah dengan benar juga menjadi kendala, sehingga konsumsi buah di masyarakat masih di bawah anjuran kesehatan. Selain untuk mendorong pertumbuhan ekonomi setempat melalui peningkatan penjualan buah-buahan di UMKM, diharapkan proyek pengabdian kepada masyarakat yang melibatkan UMKM toko buah dapat meningkatkan pengetahuan dan kesadaran konsumen mengenai pentingnya konsumsi buah bagi kesehatan. UMKM dapat memperoleh keunggulan kompetitif dalam inovasi produk, diferensiasi, dan penyampaian nilai pelanggan dengan menerapkan orientasi teknologi secara efektif (Surahmah *et al.*, 2024).

Pelanggan UMKM Toko Buah Segar Fiona di Kramat Jegu Taman, Sidoarjo. Para pelanggan ini adalah fokus utama dari kegiatan ini karena mereka adalah demografi yang dapat secara langsung mempelajari informasi baru tentang manfaat buah bagi kesehatan, termasuk kandungan serat dan vitamin dan mineral yang diperlukan untuk menjaga fungsi tubuh, mencegah penyakit, dan mempromosikan gaya hidup sehat. Hal ini dimaksudkan agar dengan mengedukasi pelanggan tentang manfaat mengonsumsi buah setiap hari, mereka akan lebih siap untuk membuat pilihan buah yang tepat dan memakannya lebih banyak, yang akan bermanfaat bagi kesehatan mereka dan keluarga mereka. Manfaat buah-buahan antara lain dapat meningkatkan oksigenasi otak, kaya akan vitamin A dan vitamin C, menyehatkan mata. Rahman (2020) menambahkan bahwa buah-buahan mengandung vitamin yang cukup banyak seperti vitamin A, vitamin B, vitamin B1, vitamin C, mineral, dan serat yang bersifat antioksidan.

Kesadaran konsumen terhadap manfaat buah bagi kesehatan mengacu pada pemahaman seseorang terhadap berbagai nutrisi yang ditemukan dalam buah, termasuk vitamin, mineral, serat, dan antioksidan, serta bagaimana kandungan nutrisi ini berkontribusi dalam menjaga dan meningkatkan kesehatan tubuh. Dengan informasi ini, pelanggan dapat memahami betapa pentingnya untuk sering mengonsumsi buah guna menangkalkan penyakit, meningkatkan kekebalan tubuh, melancarkan pencernaan, dan menjaga keseimbangan nutrisi tubuh. Selain itu, pemahaman yang mendalam memungkinkan konsumen untuk memilih jenis buah yang paling sesuai dengan kebutuhan kesehatan mereka dan untuk menyiapkan serta mengonsumsinya dengan cara yang mengoptimalkan manfaatnya. Untuk mempromosikan gaya hidup sehat dan pola makan yang lebih seimbang, sangat penting untuk meningkatkan kesadaran konsumen akan manfaat buah. Buah memiliki berbagai manfaat, di antaranya membantu kelancaran aliran oksigen ke otak serta menguntungkan mata dengan vitamin A dan C. Rahman (2020) menyatakan bahwa buah-buahan mengandung banyak vitamin A, B1, dan C, serta mineral dan serat yang berfungsi sebagai antioksidan. Muchtadi (2008) menyebutkan bahwa terdapat sekitar 21 jenis mineral yang dibutuhkan tubuh, yang terbagi menjadi mineral organik dan anorganik berdasarkan sumbernya, serta elemen makro dan mikro berdasarkan jumlah yang diperlukan tubuh. Memperkuat sistem kekebalan tubuh dan menyembuhkan kondisi termasuk tekanan darah tinggi, kerusakan hati, dan penyakit jantung.

Kesadaran dasar masyarakat akan manfaat kesehatan dari mengonsumsi buah dikenal sebagai pengetahuan konsumen akan manfaat buah. Konsumen akan lebih cenderung mengonsumsi buah setiap hari jika mereka mengetahui banyak manfaatnya, termasuk meningkatkan kekebalan tubuh, memperlancar pencernaan, dan memasok vitamin dan mineral penting. Mengetahui varietas buah mana yang sesuai dengan kebutuhan tubuh tertentu dan bagaimana memilih buah yang segar dan menyehatkan juga termasuk dalam informasi ini. Singkatnya, konsumen dapat dengan mudah dan alami mencegah berbagai penyakit dan menjaga kesehatan mereka dengan membuat keputusan yang lebih baik ketika mereka menyadari manfaat buah. Menurut penelitian (Tsui & Cheung, 2017), loyalitas dan keahlian pelanggan memiliki pengaruh positif yang sangat besar yaitu 32%. Menurut Mowen dan Minor (2002), pengetahuan konsumen adalah pengalaman dan pemahaman seseorang terhadap suatu produk atau layanan. Pengetahuan konsumen, menurut Sumarwan (2015), adalah semua informasi yang dimiliki pelanggan tentang berbagai barang dan layanan, serta informasi tambahan yang relevan dengan barang dan layanan tersebut serta fungsinya sebagai konsumen. Menurut Alba dan Hutchinson (1987), pelanggan dengan berbagai tingkat keahlian produk dapat mengomunikasikan dan menggunakan informasi tentang produk yang sama dengan berbagai cara.

Upaya peningkatan pengetahuan yang telah dilakukan dinilai kurang efektif dalam membangun perilaku konsumsi. Pasalnya, sumber pengetahuan yang digunakan berasal dari masyarakat, pelaku bisnis, dan pemerintah. Di sisi lain, kepercayaan konsumen lebih tinggi terhadap sumber pengetahuan yang berbasis konsumen (Bilgihan *et al.*, 2016). Artinya, diperlukan wadah berbagi pengetahuan dari konsumen yang merupakan media seperti komunitas. Kesadaran mendasar yang dimiliki oleh setiap orang akan berbagai manfaat yang didapat dari mengonsumsi buah secara konsisten dikenal sebagai pengetahuan konsumen akan manfaat buah. Konsumen akan lebih sadar akan nilai dari memasukkan buah ke dalam menu makanan mereka sehari-hari jika mereka sadar akan berbagai manfaatnya, termasuk meningkatkan kekebalan tubuh, memperlancar pencernaan, dan memasok vitamin dan mineral penting. Memilih dan mengonsumsi buah segar dengan cara yang dapat mempertahankan nutrisinya adalah aspek lain dari keahlian ini. Pelanggan dapat membuat penilaian yang lebih baik untuk menjaga kesehatan tubuh secara alami dan mencegah berbagai penyakit dengan informasi yang jelas dan sederhana ini.

Masyarakat sangat menyadari manfaat makan buah setiap hari bagi kesehatan. Pengetahuan ini berisi rincian tentang komponen penting yang ditemukan dalam buah, termasuk vitamin, mineral, serat, dan antioksidan yang penting untuk mempertahankan stamina, meningkatkan kesehatan pencernaan, dan mencegah kanker, diabetes, dan penyakit jantung. Untuk mempromosikan gaya hidup sehat dan meningkatkan kesehatan secara umum, pelanggan yang memiliki informasi yang memadai dapat memilih dan mengonsumsi buah-buahan yang paling sesuai dengan tubuh mereka. Untuk mempromosikan praktik makan buah yang lebih sehat di masyarakat, sangat penting untuk meningkatkan kesadaran konsumen akan manfaat buah. Ahmad dan Hermiyetti (2007) berpendapat bahwa konsumsi akan meningkat setiap tahunnya sebesar 10% karena adanya peningkatan pendapatan dan kesadaran masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa pendapatan dan kesadaran memegang peranan penting dalam konsumsi suatu produk. Erinosh (2012) menambahkan bahwa masyarakat yang sadar akan suatu produk akan lebih mengetahui manfaat suatu produk dan mengonsumsinya.

Mustafa (2012) mengilustrasikan bagaimana informasi jenis produk memengaruhi cara penggunaan produk. Inilah yang memotivasi berbagai inisiatif untuk meningkatkan kesadaran konsumen.

Meningkatkan kesehatan masyarakat secara umum sangat bergantung pada peningkatan kesadaran konsumen akan manfaat buah. Masyarakat akan lebih terinspirasi untuk menambahkan buah ke menu makanan sehari-hari ketika mereka memiliki pemahaman yang lebih baik tentang nutrisi penting, berbagai jenis buah yang mengandung vitamin, mineral, serat, dan antioksidan dan bagaimana mereka mendukung pencegahan penyakit dan fungsi tubuh yang optimal. Sebagai hasil dari kesadaran yang lebih besar ini, pola konsumsi akan bergeser ke arah yang lebih sehat, yang pada akhirnya akan sangat meningkatkan kesehatan manusia dan masyarakat secara keseluruhan dengan menurunkan risiko penyakit kronis, meningkatkan kekebalan tubuh, dan membantu orang mempertahankan berat badan yang sehat. Engel *et al.*, (1990) mengelompokkan pengetahuan menjadi tiga jenis, yaitu pengetahuan produk, pengetahuan pembelian, dan pengetahuan penggunaan. Pengetahuan produk merupakan kumpulan berbagai jenis informasi yang berkaitan dengan suatu produk. Buah-buahan berfungsi untuk memasok oksigen ke otak, kaya akan vitamin A dan C, serta bermanfaat bagi mata. Rahman (2020) menambahkan bahwa buah-buahan mengandung banyak vitamin seperti vitamin A, vitamin B, vitamin B1, vitamin C selain mineral dan serat yang bersifat antioksidan.

Dengan memberikan informasi yang akurat dan menyeluruh kepada masyarakat tentang nilai gizi dan manfaat kesehatan dari konsumsi buah, toko buah UMKM Fiona *Fresh Fruit* di Kramat Jegu Taman Sidoarjo melaksanakan kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan konsumen tentang manfaat buah. Diharapkan bahwa pelanggan akan lebih cenderung untuk memasukkan buah ke dalam menu makanan mereka sehari-hari sebagai hasil dari kesadaran yang lebih besar ini, yang secara langsung meningkatkan kesehatan individu dan masyarakat luas. Sosialisasi rutin mengenai konsumsi buah sangat diperlukan, terutama bagi anak-anak dan remaja agar dapat tumbuh secara optimal (Darni & Wahyuningsih, 2022). Inisiatif ini juga bertujuan untuk mempromosikan lebih banyak penjualan produk buah yang sehat dan berkualitas tinggi serta meningkatkan posisi Fiona *Fresh Fruit* sebagai sumber informasi yang dapat diandalkan.

II. METODE

Perencanaan kegiatan peningkatan pengetahuan konsumen tentang manfaat buah untuk kesehatan melalui umkm toko buah. Dilakukan oleh tim PKM Universitas Sunan Giri Surabaya dengan multidisiplin ilmu dan diselenggarakan di toko buah fiona *Fresh Fruit* desa kramat jegu kecamatan Taman kabupaten Sidoarjo. Melalui edukasi yang disampaikan oleh tim PKM dan pemilik toko buah umkm di toko buah fiona *Fresh Fruit* di desa kramat jegu kec. Taman kab. Sidoarjo, Masyarakat dapat memahami kandungan gizi dan manfaat spesifik dari berbagai jenis buah, serta bagaimana memasukkan buah-buahan ke dalam pola makan sehari-hari. Menurut Kusmiyati *et al.*, (2020) meningkatkan sistem kekebalan tubuh adalah salah satu cara untuk mencegah penularan virus. Pola hidup sehat dan asupan nutrisi berdampak besar pada sistem imun tubuh manusia.

Strategi yang digunakan dalam kegiatan ini adalah metode Asset Based Community Development (ABCD), yaitu teknik pendampingan yang mengutamakan pemanfaatan aset dan potensi milik masyarakat di wilayah sekitar (Reno, 2025). Pendekatan *Asset*

Based Community-driven Development (ABCD) merupakan strategi yang digunakan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Metode ini menawarkan saran tentang cara memahami dan mempertimbangkan konteks aset, serta potensi, kekuatan, dan penerapannya secara mandiri dan semaksimal mungkin (Al-Kautsari, 2019). Untuk menciptakan sistem di mana individu yang terlibat beroperasi sebagai agen dan penentu pembangunan, strategi ini juga memberi penekanan kuat pada kemandirian masyarakat (Muslih *et al.*, 2021). Kemampuan untuk mengenali dan menggunakan aset yang sebelumnya tidak disadari memungkinkan masyarakat untuk menghasilkan peluang ekonomi, seperti dalam industri kuliner (Fadil *et al.*, 2023).

Dalam konteks penyelenggaraan kegiatan peningkatan pengetahuan konsumen tentang manfaat buah untuk kesehatan, pendekatan ABCD digunakan sebagai panduan utama. Pada tahap ini dimulai potensi UMKM toko buah fiona *Fresh Fruit* di desa kramat jegu kecamatan taman kabupaten sidoarjo diidentifikasi dan dipetakan, dengan mempertimbangkan preferensi pelanggan, kesadaran pemilik toko tentang keunggulan buah, dan jenis buah yang ditawarkan. Berbagai jenis makanan dengan kandungan nutrisi yang berbeda-beda sangat dibutuhkan untuk meningkatkan kekebalan tubuh, salah satunya adalah buah-buahan. Dalam ulasan berbagai artikel oleh Mullaicharam *et al.*, (2014) dijelaskan bahwa mengonsumsi berbagai jenis buah dapat menghindarkan seseorang dari berbagai penyakit seperti gangguan fungsi otak dan penurunan daya ingat. Kemudian, untuk menciptakan tujuan dan strategi kegiatan yang sesuai dengan kondisi dan permintaan lokal, diskusi partisipatif dilakukan dengan pemilik toko dan perwakilan pelanggan. Tim PKM kemudian memberikan pengetahuan tentang beberapa manfaat buah buat kesehatan kepada masyarakat di toko buah tersebut.

UMKM Toko Buah Fiona Freshfruit memiliki potensi besar sebagai media edukasi masyarakat tentang pentingnya konsumsi buah untuk kesehatan. Selain letaknya yang strategis di tengah pemukiman warga, toko ini juga memiliki konsumen yang rutin berbelanja, sehingga menjadi titik temu antara penyedia dan pengguna produk sehat. Menurut Kretzmann dan McKnight (1993), pengembangan masyarakat berbasis aset (*Asset-Based Community Development/ABCD*) menekankan pentingnya mengidentifikasi kekuatan lokal sebagai fondasi untuk mendorong perubahan sosial. Dalam konteks ini, toko buah bukan hanya tempat jual beli, tetapi juga dapat menjadi pusat penyebaran informasi dan edukasi kesehatan.

Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk meningkatkan pengetahuan dan kesadaran konsumen terhadap manfaat buah dalam menjaga dan meningkatkan kesehatan tubuh, melalui pendekatan partisipatif. Konsumen yang sadar gizi akan lebih cenderung memilih pola hidup sehat dan mendukung keberlanjutan UMKM lokal yang menyediakan produk berkualitas. Sejalan dengan pemikiran Susilo (2007), metode PAR bertujuan untuk memberdayakan masyarakat agar terlibat aktif dalam proses belajar dan perubahan sosial, bukan sekadar menjadi penerima informasi pasif.

Strategi kegiatan dilaksanakan dengan membangun kerja sama langsung antara tim pelaksana, pemilik toko, dan konsumen melalui metode partisipatif. Bentuk kegiatan meliputi penyuluhan langsung, pembagian leaflet di area toko, serta diskusi interaktif dengan konsumen. Dwiyanto (2006) menekankan pentingnya pendekatan partisipatif dalam layanan publik dan edukasi karena meningkatkan rasa kepemilikan serta efektivitas kegiatan. Strategi ini diharapkan mampu menciptakan suasana pembelajaran yang dialogis dan menyenangkan bagi masyarakat.

Fokus utama kegiatan ini adalah memberikan informasi sederhana namun efektif

mengenai kandungan gizi buah-buahan, manfaat konsumsi rutin terhadap daya tahan tubuh, dan cara memilih buah yang segar dan sehat. Penyampaian materi dilakukan secara praktis dan relevan dengan kehidupan sehari-hari konsumen. Chambers (1995) menyatakan bahwa pendekatan berbasis pengalaman nyata masyarakat lebih efektif dalam membangun kesadaran dan merangsang tindakan langsung dibanding pendekatan teoritis semata.

Rencana pelaksanaan kegiatan dilakukan dan akan difokuskan pada tema tertentu, seperti "cara memilih buah yang matang", "Buah sebagai Sumber Serat", dan "Cara Cerdas Memilih Buah Segar". Kegiatan ini akan dimulai dengan koordinasi bersama pemilik toko, penyiapan materi, lalu pelaksanaan edukasi di jam-jam ramai toko. Evaluasi dilakukan melalui observasi interaksi konsumen dan tanya jawab sederhana. Menurut Stringer (2007), PAR harus mencakup siklus perencanaan, tindakan, dan refleksi untuk menjamin keberhasilan dan keberlanjutan kegiatan.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan peningkatan pengetahuan konsumen mengenai manfaat buah melalui UMKM Toko Buah Fiona di Desa Keramatjegu telah memberikan dampak positif yang signifikan terhadap pola makan dan kesehatan masyarakat setempat. Sebelumnya, masyarakat desa kurang memahami pentingnya konsumsi buah-buahan dalam menjaga kesehatan tubuh. Melalui kegiatan edukasi yang dilakukan oleh Toko Buah Fiona, masyarakat diberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai berbagai manfaat buah, seperti kandungan vitamin C dalam jeruk yang dapat meningkatkan daya tahan tubuh, serat dalam pisang yang baik untuk pencernaan, serta antioksidan yang ada pada buah-buahan tropis yang dapat mencegah berbagai penyakit degeneratif (Hidayati, 2020).

Dalam pelaksanaan kegiatan, Toko Buah Fiona mengadakan sesi penyuluhan tentang manfaat buah untuk kesehatan tubuh dan cara memilih buah yang tepat. Selain itu, masyarakat juga diperkenalkan pada cara-cara pengolahan buah, seperti membuat jus atau salad buah yang sehat. Kegiatan ini tidak hanya meningkatkan pengetahuan konsumen, tetapi juga mengubah pola pikir mereka tentang pentingnya konsumsi buah-buahan secara rutin. Hal ini terbukti dengan meningkatnya permintaan terhadap buah-buahan segar di Toko Buah Fiona, yang menunjukkan bahwa masyarakat mulai lebih peduli terhadap kesehatan mereka (Kementerian Kesehatan RI, 2019). Respons positif ini juga mencerminkan perubahan sikap masyarakat yang sebelumnya lebih mengutamakan makanan olahan atau cepat saji, kini lebih memilih untuk mengonsumsi buah sebagai camilan sehat.

Selain itu, kegiatan ini juga memperkenalkan konsep pola makan sehat yang melibatkan buah-buahan sebagai bagian utama dalam diet sehari-hari. Dengan adanya penyuluhan ini, masyarakat Desa Keramatjegu kini lebih cermat dalam memilih buah yang bergizi dan mengonsumsi buah sebagai sumber utama energi dan vitamin, bukan sekadar sebagai pelengkap makanan (WHO, 2020). Keberhasilan Toko Buah Fiona dalam memberikan edukasi ini tidak hanya memperkuat keberadaannya sebagai UMKM lokal, tetapi juga berperan dalam meningkatkan kualitas hidup masyarakat melalui kebiasaan makan yang lebih sehat.

Namun, meskipun kegiatan ini sudah memberikan dampak yang baik, masih ada tantangan yang harus dihadapi, seperti keterbatasan informasi yang dapat disebarluaskan dalam satu kali acara dan adanya hambatan dalam mengubah kebiasaan makan yang

telah terbentuk lama. Oleh karena itu, diharapkan kegiatan semacam ini dapat diperluas dengan melibatkan lebih banyak pihak, seperti pemerintah setempat dan lembaga kesehatan, untuk memperluas dampaknya (Jabar, 2021).

Diharapkan kegiatan peningkatan pengetahuan konsumen tentang manfaat buah untuk kesehatan bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai pentingnya konsumsi buah sebagai bagian dari pola hidup sehat. Melalui pendekatan edukatif yang dilakukan oleh pelaku UMKM, seperti pembagian informasi melalui diskusi ringan dengan konsumen, konsumen dapat lebih memahami manfaat kesehatan yang terkandung dalam berbagai jenis buah (Kementerian Kesehatan RI, 2018). “Kami ingin memberikan pengetahuan yang lebih tentang bagaimana buah-buahan segar dapat mendukung kesehatan tubuh, seperti buah jeruk yang kaya akan vitamin C untuk meningkatkan daya tahan tubuh dan buah alpukat yang baik untuk kesehatan jantung,” ujar bapak agus, pemilik toko buah fiona freshfruit di desa kramatjegu kecamatan taman Sidoarjo.

Respon positif dari konsumen membuktikan bahwa kegiatan ini berhasil mengedukasi masyarakat. Salah satu konsumen, Bapak Hadi, menyatakan, “Setelah mengikuti edukasi ini, saya jadi lebih tertarik mengonsumsi buah-buahan yang belum pernah saya coba sebelumnya, seperti buah naga yang ternyata kaya antioksidan.” Hal ini sejalan dengan temuan penelitian yang menyebutkan bahwa konsumsi buah-buahan tidak hanya mendukung kesehatan pencernaan, tetapi juga dapat mengurangi risiko penyakit kronis seperti diabetes dan hipertensi (Kementerian Kesehatan RI, 2021). Diharapkan, melalui kegiatan ini, masyarakat akan semakin terbiasa mengonsumsi buah dalam pola makan sehari-hari, yang pada akhirnya dapat meningkatkan kualitas hidup mereka dan mencegah berbagai masalah kesehatan.

Hasil dari kegiatan menunjukkan bahwa pengetahuan konsumen mengenai manfaat buah untuk kesehatan mengalami peningkatan yang signifikan. Hal ini terlihat dari hasil evaluasi berupa penyuluhan sederhana yang menunjukkan bahwa rata-rata konsumen memahami informasi baru tentang manfaat buah yang sebelumnya belum mereka ketahui, seperti peran serat dalam pencernaan dan vitamin dalam daya tahan tubuh. Menurut Chambers (1995), salah satu indikator keberhasilan program berbasis masyarakat adalah peningkatan kapasitas pengetahuan warga yang berdampak pada keputusan dan tindakan mereka dalam kehidupan sehari-hari.

Kegiatan edukasi mendapat respons antusias dari konsumen, khususnya ibu rumah tangga dan lansia, yang aktif bertanya dan berdiskusi selama sesi penyuluhan berlangsung. Pemilik toko juga turut berperan aktif dalam memfasilitasi tempat, membagikan leaflet, dan ikut memberikan testimoni kepada pembeli. Partisipasi ini sejalan dengan prinsip PAR yang disebutkan oleh Susilo (2007), bahwa keberhasilan kegiatan partisipatif sangat bergantung pada keterlibatan aktif masyarakat sebagai subjek, bukan hanya sebagai penerima program.

Strategi penyampaian informasi menggunakan bahasa sederhana, visual menarik, serta disampaikan langsung di lokasi yang akrab bagi konsumen, menjadikan edukasi lebih mudah diterima dan relevan. Hal ini sesuai dengan pendapat Stringer (2007) bahwa kegiatan yang mengutamakan konteks lokal dan pendekatan informal akan lebih berhasil dalam membangun pemahaman masyarakat dibanding pendekatan formal yang kaku. Penyuluhan dilakukan sambil menunggu antrean belanja, sehingga tidak mengganggu rutinitas konsumen.

Perubahan Sikap dan Pilihan Konsumsi setelah kegiatan berlangsung selama

transaksi jual beli berlangsung, terpantau adanya perubahan perilaku kecil namun berarti dari sebagian konsumen. Beberapa di antaranya mengaku mulai rutin membeli buah setiap minggu dan lebih memilih buah segar dibanding makanan ringan kemasan. Bahkan, ada konsumen yang menyarankan agar toko menyediakan informasi kandungan gizi setiap jenis buah. Temuan ini mendukung gagasan Kretzmann & McKnight (1993) bahwa pengembangan berbasis aset lokal dapat memicu perubahan sosial dari dalam komunitas itu sendiri.

Kegiatan ini bukan hanya meningkatkan pengetahuan konsumen, tetapi juga memperkuat relasi antara pelaku UMKM dan pelanggan. Dengan menjadikan toko buah sebagai pusat edukasi ringan, terbentuk iklim usaha yang tidak hanya berorientasi pada transaksi, tetapi juga nilai sosial. Menurut Dwiyanto (2006), pelayanan publik yang bermutu tinggi akan tercipta jika ada kolaborasi antara penyedia layanan dan masyarakat sebagai pengguna dalam suasana yang saling percaya.



Gambar 1. Kegiatan Pengenalan Toko Buah Fiona *Fresh Fruit* kepada Konsumen

Di dalam gambar adalah toko buah yang terang dan menyegarkan, dengan rak-rak penuh warna-warni dari berbagai jenis buah segar. Di bagian depan toko, terdapat papan nama dengan tulisan "Toko Fiona *Fresh Fruit*" yang menarik perhatian. Di dalam toko, terdapat berbagai macam buah seperti apel, jeruk, pisang, mangga, semangka, dan stroberi yang tersusun rapi di atas meja atau rak display. Beberapa buah terlihat masih dilapisi daun hijau segar, menambah kesan alami dan segar. Latar belakang toko terlihat cerah dengan pencahayaan yang terang, menciptakan suasana yang hangat dan ramah. Terdapat seorang pegawai toko yang sedang melayani pelanggan dengan senyum, memberikan kesan pelayanan yang ramah dan profesional. Ada juga keranjang buah di dekat pintu yang menarik perhatian, membuat toko ini terlihat lebih hidup dan mengundang pengunjung untuk mampir. Hal ini semakin penting mengingat perubahan gaya hidup yang cepat, yang seringkali menyebabkan rendahnya konsumsi buah di masyarakat (Suryanto, 2020). Toko buah Fiona *Fresh Fruit* merupakan tempat yang menyegarkan dan menyenangkan, buah-buahan segarnya dipajang dengan cantik dan dalam susunan yang menarik, terdapat keranjang buah tersedia di meja penataan juga menambah daya tarik toko ini, menjadi area tempat orang dapat dengan mudah membeli buah, dan relevan dengan pentingnya mendorong orang untuk makan buah.



Gambar 2. Pemberian Penjelasan Kepada Pembeli Terkait Cara Memilih Buah yang Matang dan Siap Dikonsumsi

Setiap jenis buah memiliki ciri khas untuk menunjukkan kematangan, sehingga konsumen perlu memperhatikan beberapa hal ketika memilih buah. Berikut adalah beberapa tips umum untuk memilih buah yang matang. Saat memilih buah yang matang dan siap dikonsumsi, penting untuk memperhatikan beberapa tanda yang menunjukkan kematangan buah tersebut. Untuk buah-buahan seperti apel atau pir, periksa kekerasannya; buah yang matang biasanya terasa sedikit lembut saat ditekan, tetapi tidak terlalu empuk. Pada buah-buahan tropis seperti mangga atau pisang, warna kulitnya sering menjadi indikator kematangan mangga yang matang akan memiliki warna cerah dan sedikit aroma manis, sedangkan pisang yang matang biasanya berwarna kuning tanpa bercak hijau. Selain itu, perhatikan bau buah yang harum, karena banyak buah yang matang akan mengeluarkan aroma manis dan khas. Sebaiknya hindari buah yang terlalu keras, memiliki bintik hitam, atau bentuknya cacat, karena ini bisa menandakan bahwa buah tersebut belum matang sempurna atau sudah mulai rusak (Wulandari, 2021). Setiap jenis buah juga memiliki jenis kematangannya sendiri, jadi sebaiknya berhati-hati dalam memilihnya. Panduan ini menjelaskan tentang pemilihan buah yang baik dan matang secara merata. Mulai dari tekstur buah, warna kulit dan aroma manis yang khas.



Gambar 3. Penjelasan Edukasi kepada Pembeli, Terkait Manfaat, dan Cara Menyimpan Buah Agar Tetap Fresh untuk di Konsumsi

Untuk menjaga kesegaran buah agar tetap enak dan bergizi, penting untuk mengetahui cara penyimpanan yang tepat. Buah-buahan seperti apel, jeruk, dan pir sebaiknya disimpan di tempat yang sejuk, seperti lemari es, untuk mempertahankan

kesegarannya lebih lama. Sementara itu, buah tropis seperti pisang, mangga, dan alpukat lebih baik disimpan di suhu ruangan hingga matang, lalu dipindahkan ke lemari es jika sudah matang. Penyimpanan dalam wadah tertutup atau kantong plastik yang dapat menahan kelembapan juga bisa membantu mencegah buah cepat busuk. Selain itu, penting untuk mencuci buah hanya sebelum dikonsumsi, bukan sebelum disimpan, agar tidak mempercepat kerusakan. Dengan cara penyimpanan yang tepat, buah akan tetap segar dan dapat dinikmati dengan manfaat kesehatan yang optimal, seperti kaya akan vitamin, serat, dan antioksidan yang penting untuk tubuh. Dengan rutin mengonsumsi berbagai jenis buah, tubuh dapat memperoleh manfaat kesehatan yang optimal dan membantu mencegah berbagai penyakit yang berkaitan dengan pola makan tidak sehat (Suryani, 2022). Penyimpanan buah penting dilakukan agar tetap segar, lezat, dan sehat. Buah-buahan tertentu seperti apel dan jeruk sebaiknya disimpan di lemari es, sedangkan buah-buahan tropis seperti pisang dan mangga harus dimatangkan pada suhu ruangan. Penggunaan wadah tertutup dan mencuci buah sebelum dikonsumsi juga membantu memperpanjang masa simpan dan menjaga manfaat buah yang kaya akan vitamin, serat, dan antioksidan, sehingga mendukung pola makan sehat dan mencegah penyakit.

IV. SIMPULAN

Kegiatan peningkatan pengetahuan konsumen tentang manfaat buah bagi kesehatan yang dilakukan oleh UMKM Toko Buah Fiona *Fresh Fruit* Kramat Jegu Taman Sidoarjo menunjukkan bahwa edukasi dan penyuluhan yang diberikan telah berhasil meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya mengonsumsi buah secara teratur sebagai bagian dari gaya hidup sehat. Konsumen semakin menyadari berbagai manfaat buah, termasuk kandungan vitamin, serat, dan antioksidannya yang dapat membantu menjaga kesehatan kulit dan sistem pencernaan serta terhindar dari penyakit kronis seperti diabetes dan penyakit jantung. Selain itu, dengan menyediakan buah-buahan segar berkualitas tinggi yang memenuhi kebutuhan kesehatan konsumen, kegiatan ini membantu UMKM dalam meningkatkan posisi pasar mereka dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar.

Perlunya peningkatan frekuensi dan keragaman teknik pengajaran, seperti pelatihan interaktif, demonstrasi pengolahan buah yang sehat, dan penggunaan media sosial untuk menjangkau lebih banyak pelanggan, adalah beberapa saran yang dapat diajukan untuk pengembangan kegiatan tambahan. Agar dapat bersaing di pasar yang semakin kompetitif, UKM juga didorong untuk terus menghadirkan barang dan kemasan yang inovatif dan menarik serta memperkuat jaringan pemasaran mereka. Bekerja sama dengan para ahli sejarah dan pakar kesehatan juga dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan memvalidasi informasi. Diharapkan bahwa strategi yang menyeluruh ini akan meningkatkan kesehatan masyarakat dengan mempromosikan kebiasaan makan buah yang berkelanjutan.

DAFTAR RUJUKAN

- Ahmad I, Hermiyetti, (2007). Analisis Produksi dan Konsumsi susu di Indonesia. Paper Semiloka Nasional Prospek Industri Sapi Perah Menuju Perdagangan Bebas 2020.
- Alba, J. W., & Hutchinson, J. W. (1987). Dimensions of Consumer Expertise. *Journal of Consumer Research*, 13(4), 411.
- Al-Kautsari, M. M. (2019). Asset-Based Community Development: Strategi

- Pengembangan Masyarakat. *Empower: Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam*, 4(2), 259-278.
- Bate'e, A. T., Septiani, D. L., Pradana, G., Krisanti, S. R., & Widodasih, R. W. K. (2024). Analisis Studi Kelayakan Bisnis Pada UMKM Ditinjau Dari Aspek Pasar Dan Pemasaran (Studi Kasus Sop Ayam Pak Mim Klaten Di Cikarang Selatan). *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 9(1), 221–235.
- Bilgihan, A., A. Barreda., F. Okumus., & K. Nusair. (2016). Consumer perception of knowledge-sharing in travel-related online social networks. *Tourism Management*, 52, 287-296.
- Chambers, R. (1995). *Pembangunan desa mulai dari belakang*. Jakarta: Lembaga Penelitian, Pendidikan, Penerangan Ekonomi dan Sosial.
- Darni, J., & R. Wahyuningsih. (2022). Edukasi Manfaat Sayur dan Buah Pada Remaja Dengan Status Obesitas Di SMA N 8 Dasan Cermen Kota Mataram. *Jurnal Kreativitas Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM)*, 5(2), 464-471.
- Dwiyanto, A. (2021). *Mewujudkan good governance melalui pelayanan publik*. Ugm Press.
- Engel, James F dan Blackwell, Roger D, dan Miniard, Paul.W. 1990. *Perilaku Konsumen*, Penerbit Binarupa Aksara, Jakarta Barat.
- Erinosh, T. O., R. P. Moser., A. Y. Oh., L. C. Nebeling., & A. L. Yaroch. (2012). Awareness of the Fruits and Veggies—More Matters campaign, knowledge of the fruit and vegetable recommendation, and fruit and vegetable intake of adults in the 2007 Food Attitudes and Behaviors (FAB) Survey. *Appetite*, 59(1), 155-160.
- Fadil, A. W., Purbanjito, A. T., Chaironi, A. A., Saputra, D., Fauziah, H. N., Hermawan, I. N., & Yitna, W. W. (2023). Pemberdayaan Masyarakat Desa Cijati Melalui Metode ABCD Guna Membantu Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa Cijati Kecamatan Cimanggu. *Kampelmas*, 2(1), 141-147.
- Hidayati, N. (2020). Manfaat Konsumsi Buah dan Sayur dalam Menjaga Kesehatan. *Jurnal Gizi dan Kesehatan*, 3(2), 23-29.
- Jabar, D. (2021). *Profil Kesehatan Provinsi Jawa Barat 2020*. Dinas Kesehatan Provinsi Jawa Barat, Bandung.
- Kementrian Kesehatan RI. (2018). *Profil Kesehatan Indonesia 2017*. Kemenkes RI: Jakarta.
- Kretzmann, J. P., & McKnight, J. (1993). *Building communities from the inside out*.
- Kusmiyati., D. A. C. Rasmi., P. Sedijani., Khairuddin. (2022). Penyuluhan Tentang Pentingnya Konsumsi Buah Untuk Menjaga Imunitas Tubuh. *Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA*, 5(4), 6-11.
- Muchtadi, D. (2008). *Pengantar Ilmu Gizi*. Alfabeta, Bandung.
- Mullaicharam, A. R., Deori, G., Amaresh, N., Banu, P. N., & Maheswari, R. U. (2014). Role Of Fruits In Brain Health. *World Journal of Pharmaceutical ResearCh*, 3(3).
- Muslih, A. M., A. Bintoro., T. Arlita., A. U. Rasyid., H. A. Umam., A. Farida., & A.L. Yanti. (2021, February). The study of silvicultural aspects of community forest in Buana Sakti Lampung Province. In *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science* (Vol. 667, No. 1, p. 012053). IOP Publishing.
- Mustafa, H. (2012). Strategic Communication Campaign on Fuel Efficiency: An Assessment of Knowledge and Behaviors among Malaysian Drivers. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 49, 183-192.
- Tsui, P. E., & Cheung, P. B. (2017). *14th International Conference on Intellectual Capital*,



- Knowledge Management & Organisational Learning ICICKM 2017 Hosted By The Hong Kong Polytechnic University 7-8 December 2017 Edited by. December.*
- Rahman. 2020. Isi Piringku Pedoman Gizi Seimbang Untuk Kehidupan Sehari-hari.
- Reno, M., D. Sriwidadi., M. F. F. Al Haibah., S. Sabrina., A. R. Putra., D. Darmawan., C. T. Dzinnur., M. Y. M. El-Yunusi., R. Hardyansah. & M. C. Rizky. (2025). Inovasi Pembuatan Pagar Taman Dari Kayu dan Daur Ulang Botol Bekas di Universitas Sunan Giri Surabaya. *Aksi Nyata: Jurnal Pengabdian Sosial dan Kemanusiaan*, 2(1), 189-198.
- Soekirman. 2012. *Ilmu Gizi dan Aplikasinya untuk Keluarga dan Masyarakat*. Departemen Pendidikan Nasional. Direktorat Jendral Pendidikan: Jakarta.
- Srijayanti, N. L. C. R. (2024). *Pengaruh Celebrity Endorsement, Social Media Content Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko Buah Ohmyfresh* (Doctoral dissertation, Universitas Mahasaraswati Denpasar).
- Stringer, E. T. (2007). *Action Research* (3rd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Surahmah, S., Mardikaningsih, R., Masnawati, E., El-Yunusi, M. Y. M., Dzinnur, C. T. I., Darmawan, D., & Pakpahan, N. H. (2024). Optimalisasi potensi pasar lokal: Peluang pemasaran UMKM dengan media digital. *Pandawa: Pusat Publikasi Hasil Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 61-74.
- Sumarwan, U. (2015). *Perilaku Konsumen Teori Penerapannya Dalam Pemasaran Edisi Kedua. Cetakan Ketiga. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.*
- Suryani, R. (2022). *Manfaat Konsumsi Buah untuk Kesehatan Jangka Panjang*. *Jurnal Gizi dan Kesehatan*, 18(1), 45-52.
- Suryanto, A. (2020). *Peran Toko Buah dalam Meningkatkan Konsumsi Gizi Seimbang*.
- Susilo, D. (2007). *Participatory Action Research: Sebuah Pendekatan Alternatif dalam Penelitian Sosial*. Surabaya: LaksBang Pressindo.
- Mowen JC, Mirror M. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- World Health Organization (WHO). (2020). *Global Strategy on Diet, Physical Activity and Health*. World Health Organization, Geneva.
- Wulandari, D. (2021). *Panduan Memilih Buah Segar dan Matang dengan Tepat*. *Jurnal Gizi Seimbang*, 13(2), 101-10.