

## Implementasi Pemasaran Digital Industri Rumah Tangga Olahan Singkong “Buk Ida”

<sup>1\*</sup> I Gusti Ngurah Satria Wijaya, <sup>2</sup> Ketut Gus Oka Ciptahadi, <sup>3</sup> Laser Narindro

ITB STIKOM Bali<sup>1,2,3</sup>

\*Email: ngurah\_satria@stikom-bali.ac.id

---

### ABSTRAK

Usaha Mikro Produk Ketela Pohon Buk Ida didirikan tahun 2000, berlokasi di Banjar Babakan Desa Cau Belayu, Marga, Tabanan, Bali. IRT ini adalah usaha rumah tangga yang masih produktif. Rempyek Singkong dan Tela-Tela Balado adalah dua produk yang diproduksi oleh IRT Buk Ida. Permasalahan dari hasil produksi pemanfaatan ketela pohon yang dihasilkan usaha Buk Ida adalah kendala promosi atau pemasaran produknya. Pemasaran produk olahan singkong Buk Ida ini hanya menjangkau warung-warung, pengepul maupun pasar-pasar tradisional terdekat dan perlunya suatu strategi pemasaran yang menjangkau daerah luas, berbiaya murah. Memberikan pelatihan pemasaran digital dan pembuatan akun media sosial Instagram adalah solusi dari masalah yang ada pada kegiatan pengabdian ini yaitu untuk lebih membantu proses penyebaran informasi pemasarannya. Kegiatan pengabdian ini menggunakan metode pelaksanaan sosialisasi dan kegiatan inti berupa pembuatan media sosial Instagram, pelatihan, dan monitoring serta evaluasi. Kegiatan pelatihan pemasaran digital berjalan dengan baik ditunjukkan dengan peningkatan nilai *pre-test* dan *post-test*.

**Kata kunci :** pelatihan, pemasaran digital, media sosial

### SUMMARY

*Found in 2000, the Buk Ida Tree Cassava Product Micro Business is located in Banjar Babakan, Cau Belayu Village, Marga, Tabanan, Bali. This housewife is a household business that is still productive. Cassava Rempyek and Tela-Tela Balado are two products produced by IRT Buk Ida. The problem with the cassava production produced by Mrs. Ida's business is obstacles to promotion or marketing of the product. Marketing of processed Buk Ida cassava products only reaches stalls, collectors and nearby traditional markets and requires a marketing strategy that reaches a wide area, at low cost. Providing digital marketing training and creating an Instagram social media account is a solution to the problems in this service activity, namely to further assist the process of disseminating marketing information. This service activity uses the socialization implementation method and the core activities are creating Instagram social media, training, and monitoring and evaluation. The increase in pre-test and post-test scores shows that digital marketing training activities are going well.*

**Key words:** training, digital marketing, social media

### PENDAHULUAN

Industri Rumah Tangga (IRT) Olahan Singkong Buk Ida didirikan awal tahun 2000. IRT ini berlokasi di banjar Babakan Desa Cau Belayu, Kecamatan Marga, Kabupaten Tabanan, Bali, berjarak kurang

lebih 27,8 km dari lokasi tim PKM. IRT ini didirikan oleh Ni Wayan Ratni, yang dalam mengelola usahanya dibantu dua pekerja tetap dan dua pekerja harian untuk menunjang operasional produksi. Singkong

krispi dan rempeyek singkong adalah produk IRT Buk Ida.

Singkong dengan sebutan lain yaitu ketela pohon atau ubi kayu. Pemanfaatan singkong dari makanan tradisional sampai dengan makanan modern atau kekinian memerlukan berbagai metode pengolahan. Ketela pohon dapat dimanfaatkan melalui tiga cara atau metode: fermentasi atau penambahan ragi (tape), ketela pohon yang dihilangkan kadar airnya (gaplek) atau diolah menjadi tapioka atau tepung singkong (Muntoha et al., 2015). Produk dari IRT ini yang pertama adalah singkong krispi, yang merupakan olahan singkong berbentuk dadu memanjang di mana proses pematangannya dengan menggoreng dan ditaburi bumbu bubuk balado. Produk kedua adalah makanan khas yang berasal dari Bali adalah rempeyek singkong, sering disebut dengan loteng singkong. Sama seperti gaplek, ketela dihaluskan dan dipadukan dengan kacang kedelai dan penambahan bumbu khas loteng. Produk ini merupakan makanan populer di Indonesia. Singkong merupakan makanan alternatif pengganti beras yang merupakan sumber karbohidrat, sehingga sangat cocok untuk digali pemanfaatannya untuk program pengabdian ini.

Problem utama usaha mikro Buk Ida adalah kendala promosi atau pemasaran produknya. Pemasaran produk olahan singkong Buk Ida ini hanya menjangkau warung-warung, pengepul maupun pasar-pasar tradisional terdekat dan perlunya suatu strategi pemasaran yang menjangkau daerah luas, berbiaya murah. Kondisi ini berpengaruh besar pada pendapatan usaha (Sumadi et al., 2023).

Tabel 1. Analisis Kondisi Awal

No	Uraian	IRT Buk Ida
1	Produk	Rempeyek Singkong, Singkong Krispi
2	Omzet Minimal per Bulan	Rata-rata Rp. 4.000.000

No	Uraian	IRT Buk Ida
3	Pendapatan Maksimal per Bulan	Rata-rata Rp. 5.000.000
4	Produksi	400 pak produk singkong tiap bulan
5	Jumlah pekerja	4

Berdasarkan hasil wawancara dengan mitra usaha, tergambar kondisi usaha yang ditunjukkan pada Tabel 1. Berikut adalah dokumentasi mitra usaha seperti pada Gambar 1 dan Gambar 2.



Gambar 1. Usaha mikro Ibuk Ida



Gambar 2. Hasil produksi usaha

Dari uraian di atas, kegiatan pengabdian ini mempunyai tujuan untuk memperluas wilayah pemasaran hasil produk olahan singkong dengan melaksanakan kegiatan pelatihan pemasaran digital. Pelatihan ini mengacu pada kegiatan sebelumnya oleh tim yang telah melaksanakan pelatihan serupa dengan media pemasaran website (Wijaya et al., 2024). Pada pelatihan pemasaran digital ini akan mengambil penerapan pada media sosial Instagram.

## RUMUSAN MASALAH

Rumusan masalah yang dihadapi mitra berdasarkan pengamatan dan analisis kondisi sebelumnya yaitu bagaimana mengimplementasikan strategi pemasaran digital dan memperluas wilayah pemasaran hasil produk olahan singkong IRT Buk Ida?

## METODE

Gambar 3 menunjukkan metode pelaksanaan yang digunakan dalam pengabdian ini. Metode-metode tersebut meliputi penyebaran kegiatan kepada mitra IRT, pemberian pelatihan pemasaran digital, dan pembuatan akun media sosial Instagram untuk pemilik IRT untuk membantu dalam penyebaran informasi pemasaran. Proses terakhir adalah evaluasi kegiatan secara tatap muka selama prosedur kerja (Sarja et al., 2023).



Gambar 3. Metode Pengabdian

## PEMBAHASAN

Perkenalan dengan mitra IRT, pelatihan pemasaran digital, pembuatan akun media sosial, dan evaluasi adalah proses yang dilakukan dari kegiatan ini. Berikut rincian urutan aktivitas pengabdian.

### Kegiatan Perkenalan/Sosialisasi ke Usaha Mitra

Kegiatan dimulai tanggal 13 Juni 2024 dari pukul 16.00 hingga 17.00 WITA. Kegiatan telah melalui proses diskusi dengan *owner* usaha untuk menginformasikan hal yang melatarbelakangi kegiatan, harapan yang ingin dicapai dari kegiatan, dan tujuan kegiatan, termasuk pelatihan pemasaran digital dan pemberian media sosial Instagram. Selain itu, ada diskusi tentang rekrutmen peserta

pelatihan, sarana, waktu, dan tempat pelaksanaan pelatihan.

### Pelatihan Pemasaran Digital dan Pembuatan Akun Instagram

Kegiatan ini dilakukan secara luring atau tatap muka di lokasi produksi usaha dan diberikan oleh tim pengabdian kepada *owner* dan satu pegawai IRT. Inti bahan pelatihan ini adalah definisi pemasaran digital, macam-macam dan manfaat Pemasaran digital, *e-commerce*, dan tutorial pembuatan akun Instagram IRT. Kegiatan tersebut terselenggara pada tanggal 19 Juni 2024 dari pukul 09.30 hingga 11.00, seperti tertera Gambar 4.



Gambar 4. Pelatihan Pemasaran digital dan Pembuatan Akun Instagram

### Evaluasi Kegiatan

Setelah dilaksanakan pelatihan pemasaran digital, kegiatan selanjutnya adalah evaluasi kegiatan. Parameter yang digunakan untuk evaluasi keberhasilan kegiatan adalah penggunaan *pre-test* dan *post-test*. Pada tabel 2 terlihat bahwa terjadi kenaikan nilai *pre-test* dan *post-test*. Hal ini menyiratkan keberhasilan dari kegiatan pengabdian. Hasil penilaian berupa peningkatan nilai tes dari nilai 45 ke nilai 90. Hasil penilaian tes yang menunjukkan kenaikan menjadi parameter keberhasilan kegiatan pelatihan, sesuai dengan pernyataan yang dikemukakan oleh Wijaya et al. (2024).

Tabel 2. Hasil *Pre-test* dan *Post-test* Peserta Pelatihan

No	Nama	Status	Nilai	
			Pre Test	Post Test
1	Ni Wayan Ratni	Pemilik	50	100
2	I Made Suwirna	Pekerja	40	80
NILAI RATA_RATA			45	90

Gambar 5 menunjukkan bahwa peserta dibuatkan akun Instagram selain hasil tes pelatihan.



Gambar 5. Akun Instagram IRT Buk Ida



Gambar 6. Progress Akun Instagram IRT Buk Ida

Gambar 6 memberikan gambaran tentang kenaikan jumlah *follower* Instagram IRT Buk Ida menjadi 16 *follower* setelah sebulan akun Instagram ini dibuat. Pemantauan ini memberikan petunjuk bahwa akun ini memiliki prospek yang bagus untuk keberlanjutan dari kegiatan pengabdian ini.

Evaluasi tambahan juga dilaksanakan dengan memberikan kuesioner penilaian ke peserta. Peserta merasa bertambah pengetahuannya tentang pemasaran terkini dan tidak memiliki kendala dalam memahami materi pelatihan serta menggunakan akun Instagram usaha.

### SIMPULAN

Seluruh rangkaian pelaksanaan Pengabdian Masyarakat ini merujuk pada kesimpulan yaitu kegiatan pelatihan berlangsung dengan lancar dan sukses, dengan ditandai perubahan nilai *pre-test* dan *post-test* menuju arah baik, serta peserta telah mengetahui dan memiliki serta

dapat menggunakan media pemasaran digital untuk memasarkan produknya. Mitra sangat terbantu dengan adanya kegiatan pengabdian ini.

#### UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis berterima kasih kepada Rektor ITB STIKOM Bali, Direktur Penelitian, Pengabdian Masyarakat, dan HKI ITB STIKOM Bali, pemilik IRT dan karyawan telah men-*support* kegiatan ini.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Muntoha, Jamroni, & Ummayah, R. U. (2015). Pelatihan Pemanfaatan Dan Pengolahan Singkong Menjadi Makanan Ringan Tela Rasa. *Jurnal Inovasi Dan Kewirausahaan*, 4(3), 188–193.
- Sarja, N. L. A. K. Y., Utami, N. M. M. A., & Wahyuni, L. M. (2023). Pengembangan UMKM Kain Perca Melalui Pemanfaatan Teknologi Tepat Guna Di Tabanan Bali. *Lumbung Inovasi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 8(3), 430–438. <https://doi.org/10.36312/linov.v8i3.1345>
- Sumadi, Budiyo, Samanto, H., Efed, T. F., & Agustini, T. (2023). Pengabdian Masyarakat Sosialisasi Pentingnya Pemasaran Digital dan Protokol pada Pelaku UMKM di Desa Trucuk Klaten. *Jurnal BUDIMAS*, 05(02), 1–6.
- Wijaya, I. G. N. S., Ciptahadi, K. G. O., & Narindro, L. (2024). Pelatihan Pemasaran Digital Kelompok Peternak Lebah Trigona Ampel Mesari Banjar Bebal Desa Berembeng. 2(2), 78–84.