

PELATIHAN MEDIA DIGITAL SEBAGAI PEMASARAN ONLINE OLAHAN KRIPIK NENAS

Larisang^{*1}, Siti Aisyah Jamal², Sofyang³, Zeri Yusdinata⁴, Satrio Edi Wibowo⁵,
Pattasang⁶, Zulkarnain⁷

^{1,2,3,4,5,6,7}Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik – Universitas Ibnu Sina, Batam
e-mail: ^{*1}sitiaisyahjamal@uis.ac.id,

Abstrak

Pertukaran informasi yang cepat mendorong segala individu untuk senantiasa update dalam memanfaatkan kemajuan dari Teknologi Informasi dan Komunikasi di masa ini. Berdasarkan survei yang telah dilakukan di lapangan tepatnya di wilayah Kecamatan Batu Aji dan Sagulung kota Batam, merupakan wilayah dekat dengan sektor manufaktur berkontribusi secara signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi. Untuk peningkatan daya saing maka pengabdian Masyarakat ini memberikan pelatihan home industri kepada pelaku usaha mikro dan ibu rumah tangga. Salah satu pelatihan nya adalah Pengolahan buah nenas menjadi kripik nenas serta penjualan melalui digital marketing produk home industry untuk memberikan edukasi dan praktik langsung kepada masyarakat. Tahap yang dilaksanakan dalam penyuluhan dalam pengabdian dengan beberapa tahap yaitu : persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi dari hasil produk olahan yaitu kripik nenas dalam strategi pemasaran nya bisa melalui social media Facebook, WhatsApp dan Instagram. Dengan pemasaran online ini penjualan bisa lebih luas di bandingkan penjualan secara konvensional karena transaksi online bisa jarak dekat dan jauh.

Kata kunci— Kripik Nenas, *Home Industry*, *Digital Marketing*

Abstract

The rapid exchange of information encourages all individuals to always be updated in utilizing the advancements of Information and Communication Technology in this era. Based on a survey that has been conducted in the field precisely in the Batu Aji and Sagulung Districts of Batam City, which are areas close to the manufacturing sector contributing significantly to economic growth. To increase competitiveness, this Community Service provides home industry training to micro-business actors and housewives. One of the trainings is Processing pineapple into pineapple chips and selling through digital marketing of home industry products to provide education and direct practice to the community. The stages carried out in the counseling in the service with several stages, namely: preparation, implementation, and evaluation of the results of processed products, namely pineapple chips in their marketing strategy can be through social media Facebook, WhatsApp and Instagram. With this online marketing, sales can be wider than conventional sales because online transactions can be close and long distance.

Keywords— *Pineapple Chips*, *Home Industry*, *Digital Marketing*

PENDAHULUAN

UMKM atau Home industri suatu daerah bisa menjadi peluang bisnis yang menjanjikan jangka Panjang Penggunaan *Digital Marketing* merupakan salah satu Upaya dalam promosi memperoleh konsumen tanpa harus terkendala jarak. Namun tak semua kalangan mampu

memanfaatkan keuntungan *Digital Marketing* sebagai sarana Promosi Produk yang telah mereka produksi. Oleh karena itu dalam Kegiatan Pengabdian Masyarakat yang dilaksanakan di daerah Kecamatan Batu Aji dan Sagulung kota Batam. Program yang dijalankan mencakup beberapa kegiatan yang memberikan manfaat bagi masyarakat setempat. Pelatihan Produk Industri Rumah Tangga dilakukan untuk membantu pengembangan usaha kecil masyarakat dalam pembuatan Kripik Nanas. Manfaat Kripik Nanas memiliki potensi yang sangat baik, mengingat buah Nanas memiliki banyak manfaat, usaha kripik Nanas ini layak untuk dikembangkan (Apriyanti, M. E. 2018). Selanjutnya, dilakukan Pelatihan Strategi Promosi Usaha Berbasis Digital Marketing untuk memberikan pengetahuan dan keterampilan dalam memasarkan produk menggunakan media digital dan sosial media. Sebelum pelaksanaan program pengabdian masyarakat telah dilakukan Survei terlebih dahulu mengenai Potensi Ekonomi dan Pendidikan Masyarakat di wilayah Kecamatan Batu Aji dan Sagulung. Survei ini bertujuan untuk mengumpulkan data dan informasi tentang potensi ekonomi serta pendidikan masyarakat setempat, sehingga dapat memberikan pemahaman yang lebih baik tentang kondisi sosial-ekonomi dan pendidikan Masyarakat. Dengan jumlah UMKM yang semakin meningkat terciptanya peluang pekerjaan bagi pengangguran. Selain itu UMKM bisa menjadi mata pencarian bagi warga Batu Aji dan Sagulung dan rumah tangga yang memiliki pendapatan rendah.

Sagulung Batu Aji merupakan kecamatan yang memiliki peran penting dalam perkembangan Kota Batam, provinsi Kepulauan Riau, Indonesia. Sumber daya manusia di kedua kecamatan ini mencakup berbagai sektor dan profesi. Industri merupakan salah satu sektor utama di Batu Aji dan Sagulung, di mana pekerja di sektor manufaktur berkontribusi secara signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi. Pabrik-pabrik yang berlokasi di daerah ini memproduksi berbagai barang, termasuk elektronik, peralatan rumah tangga, dan produk-produk manufaktur lainnya.

Untuk menciptakan daya saing di Tengah perkembangan ekonomi di Masyarakat pelatihan pengolahan Nenas jadi kripik Nenas serta penggunaan media sosial sebagai media promosi yang efektif di masa ini, bisa menambah kemampuan dan keterampilan bagi pelaku usaha dan ibu rumah tangga di daerah tersebut. Menurut (Azlam & Asse, 2020) Strategi marketing produk mampu berhasil jika sebab dipengaruhi oleh adanya faktor berikut yaitu: riset, perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi kepada *marketing mix*. Sebuah usaha yang akan diproduksi oleh warag tentu perlu memperhatikan volume dan kemasan sebelum di pasarkan. penentuan bentuk atau desain pembuatan bungkus atau kemasan suatu barang serta pengaplikasian teknologi tepat guna untuk menunjang produksi serta pemasarannya nanti.

METODE

Pelatihan pengolahan Nenas menjadi kripik Nenas serta pemasaran produk menggunakan *Digital Marketing* Menggunakan social media seperti: TikTok, Instagram, dan Facebook. Pelatihan ini dilaksanakan pada Sabtu, 13 Mei 2023 di Kelurahan Sagulung kota, Kecamatan Sagulung, Kota Batam, Kepulauan Riau. Khususnya warga Perumahan Tiara Mantang, RW 05. Pelaksanaan kegiatan Kuliah Pengabdian Masyarakat Kelompok 1 ini dilaksanakan di Fasilitas Umum (FASUM) RT 04 RW 05, Perumahan Tiara Mantang, Kelurahan Sagulung Kota, Kecamatan Sagulung, Kota Batam, Kepulauan Riau. diikuti oleh peserta yang terdiri dari pelaku UMKM dan perangkat kecamatan sagulung batu aji. Metode yang digunakan dalam melaksanakan kegiatan pelatihan dan pendampingan adalah pendekatan *participatory action research* (PAR) dimana pelaku UMKM terlibat secara langsung dalam kegiatan tersebut. Pelaksanaan kegiatan pelatihan dilakukan melalui beberapa tahap, yaitu:

1, Tahap Persiapan

Pada tahap persiapan kegiatan sosialisasi pelatihan produk home industri yaitu mengenai pengolahan Nenas menjadi kripik Nenas yang Dimana diharapkan dapat memberikan manfaat

berupa keterampilan,, pengetahuan untuk mengembangkan dan memproduksi produk, menciptakan produk yang berkualitas berdaya saing tinggi. Adapun implementasinya nanti di harapkan peserta memiliki Tingkat percaya diri serta memiliki motivasi untuk mengoptimalkan usaha mereka, menciptakan lapangan kerja sendiri, dan mencapai kesuksesan dalam bisnis home industri.

2 Tahap Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan ini dilaksanakan dengan cara memberikan pelatihan Pengolahan Nenas Menjadi keripik nenas serta memberikan edukasi mengenai volume , design kemasan produk yang tepat dan menarik sebelum di pasarkan melalui media digital. Edukasi digital marketing dan sosial media ini membantu masyarakat memasarkan produk secara efektif. Masyarakat belajar konsep dasar, strategi pemasaran, dan penggunaan alat digital. Mereka juga mempelajari III - 4 penggunaan sosial media, termasuk identifikasi platform yang tepat, pembuatan konten menarik, dan interaksi dengan calon pembeli.

3. Evaluasi

Kegiatan evaluasi di laksanakan dengan memonitoring, dan pengawasa kepada peserta selama mendampingi peserta dalam kegiatan pelatihan penggunaan media social sebagai Sarana pemasaran produk yang mereka produksi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelatihan pembuatan produk kripik nenas dan pelatihan Digital marketing sebagai sarana promosi dan penjualan produk pada pengabdian masyarakat ini. memberikan peserta pengetahuan dan keterampilan menggunakan media digital dan sosial media.sehingga bisa memotivasi peserta untuk bisa memanfaatkan peluang bisnis yang ada.

Hasil dan wawancara dalam mencapai tujuan pegabdian ini menerapkan marketing mix atau 4P yaitu :

1. *Product* (Produk)

Pengolahan keripik nenas bisa menjadi keterampilan yang bisa di manfaatkan sebagai lahan bisnis oleh peserta termasuk ibu ibu rumah tangga yang berada di wilayah Sagulung Batu Aji Kota Batam dalam meningkatkan ekonomi keluarga. Dalam proses produksi tentu dengan memberi edikasi mengenai tampilan serta cita rasa dari produk.

2. *Price* (Harga)

Harga dari suatu produk tentu menjadi hal yang penting bagi pelaku bisnis.harga yang di tawarkan memiliki variasi tergantung dari volume produk dengan harga yang kompetitif di kalangan produk

3. *Place* (Tempat)

Untuk penjualan produk Keripik Nanas melalui rumah di tawarkan secra *online* jika konsumen ingin berkunjung dalam membeli produk.bisa datang langsung ke rumah produksi

4. *Promotion* (Promosi)

Media Promosi yang digunakan adalah media digital dan media social sebagai sarana jual beli produk yang di produksi.

Kegiatan pengabdian dibagi dalam beberapa sesi yaitu :

1. Sesi Sosialisasi Kegiatan Kuliah Pengabdian Masyarakat.

Dalam rangka sosialisasi kegiatan Kuliah Pengabdian Masyarakat, dilakukan penyampaian informasi kepada kelurahan, RW, dan RT di wilayah Sagulung Kota. Tujuan dari sosialisasi ini adalah untuk memperkenalkan dan menjelaskan secara detail mengenai kegiatan yang akan dilakukan oleh mahasiswa sebagai bentuk pengabdian kepada masyarakat. Melalui sosialisasi ini, diharapkan agar semua pihak dapat memahami tujuan, manfaat, serta tanggung jawab selama kegiatan berlangsung.

2. Pelatihan Industri Rumahan dan Digital Marketing

Pelatihan produk Industri Rumahan dan Strategi Promosi Usaha Berbasis Digital Marketing ini dilaksanakan pada pagi hari Sabtu tanggal 13 Mei 2023. Kedua kegiatan ini dilaksanakan secara berturut-turut dalam satu acara. Waktu pelaksanaan kegiatan ini adalah pukul 09.00 – 11.45 WIB



Gambar 1. Foto Bersama Pelatihan Industri Rumahan

Sumber : Foto Dokumentasi lapangan



Gambar 2. Foto Kegiatan Pelatihan Digital Marketing

Sumber : Foto Dokumentasi lapangan



Gambar 3. Foto Praktik Membuat Kripik Nenas

Sumber : Foto Dokumentasi lapangan



Gambar 4 Foto Survei Potensi Ekonomi dan Pendidikan
 Sumber : Foto Dokumentasi lapangan

SIMPULAN

Dalam pelaksanaan kegiatan Pengabdian Masyarakat dalam pelatihan keahlian di bidang pengolahan nanas menjadi kripik nanas dan penjual usaha menggunakan media digital dapat disimpulkan bahwa peserta penggunaan *Digital Marketing* terutama media sosial sebagai potensi bisnis masih rendah. Penggunaan media sosial hanya sebagai penggunaan pada biasanya seperti menjadi konsumen secara online tidak sebagai penjualnya. Dengan adanya pelatihan ini diharapkan bisa memotivasi peserta untuk menciptakan produk olahan dan memasarkan secara luas dengan penggunaan teknologi dan media sosial yang mereka punya

DAFTAR PUSTAKA

- [1] C. A. Amal, A. A. Amalia, S. Andayaningsih, and N. Diterima, "POTOMETRIUM (Pot Tanaman Geometris dan Terarium) serta Pemasaran Digital Bagi Kelompok Penjual Tanaman Hias di Kelurahan Maccini Sombala, Kota Makassar POTOMETRIUM (Geometric and Terraum Pot Plants) and Digital Marketing for The Ornamental Plant Traders ," *J Panrita Abdi*, vol. 4, no. 1, pp. 110–118, 2020, [Online]. Available: <http://journal.unhas.ac.id/index.php/panritaabdi>
- [2] M. Andivas, H. T. Trisnawati, A. F. Wijanarko, A. A. Ramadhani, and H. W. M. Sari, "Pelatihan Perancangan Desain Kemasan Produk UMKM Kripik Pisang Menggunakan Perangkat Lunak Canva," *Surya Abdimas*, vol. 7, no. 3, pp. 450–457, 2023, doi: 10.37729/abdimas.v7i3.2962.
- [3] A. Arman, Elizamiharti, and Muhammad Saf'an, "Analisa dan Perancangan Sistem Informasi Penjualan Tanaman Hias Berbasis Online Sebagai Media Promosi Bagi Salman KS Flowers," *Digit Zo J Teknol Inf dan Komun*, vol. 10, no. 1, pp. 64–76, 2019, doi: 10.31849/digitalzone.v10i1.2346.
- [4] L. O. Asmanang *et al.*, "Pengabdian Integritas : Jurnal Pengabdian," *Pengabdian*, vol. 2, no. 1, pp. 1–11, 2018.
- [5] I. Dan, D. Jasa, I. Berbasis, Y. Manuel, A. Universitas, and M. Chung, "(Studi Kasus Pada PT Digital Netwerk Venture Indonesia)," pp. 65–69, 2012.
- [6] S. P. Dewi and F. Asharudin, "Pengembangan umkm di rw 03 mrican melalui pengenalan promosi digital," vol. 4, no. 1, 2020.
- [7] U. Dharmawangsa, "menjadi pertimbangan bagi para pengusaha untuk masuk dalam persaingan yang sangat ketat. Strategi pemasaran dan media yang tepat digunakan untuk bisa meraih pasar yang dituju sehingga volume penjualan selalu meningkat dan," pp. 1–7.
- [8] D. S. Donoriyanto, R. Indiyanto, N. R. Juliardi A. R., and Y. A. Syamsiah, "Optimalisasi Penggunaan Media Sosial sebagai Sarana Promosi Online Store pada Pelaku UMKM di

-
- Kota X,” *J Abdimas Perad*, vol. 4, no. 1, pp. 42–50, 2023, doi: 10.54783/ap.v4i1.22.
- [9] T. Dwi *et al.*, “Pengembangan Sistem Informasi Penjualan Berbasis Android Untuk Usaha Kecil Menengah (UKM),” vol. 3, no. 2, pp. 123–130, 2019.
- [10] N. T. Hariyanti and A. Wirapraja, “Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Moderen (Sebuah Studi Literatur),” *J Eksek*, vol. 15, no. 1, pp. 133–146, 2018.
- [11] Zaini Miftach, “濟無No Title No Title No Title,” vol. 1, no. Mei, pp. 53–54, 2018.
- [12] A. Dewi Andriani and Syamsu A.Kamaruddin, “Inovasi dan Kreativitas dalam Ekonomi,” *Ojs.Id*, vol. 6, no. 4, p. 1, 2024.
- [13] Nurlatifa *et al.*, “Industri Kreatif Pengolahan Buah Nanas Menjadi Varian Keripik untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat di Desa Lendang Nangka Utara,” *J Pengabdian Magister Pendidik IPA*, vol. 4, no. 4, pp. 493–499, 2021, doi: 10.29303/jpmipi.v4i4.1210.
- [14] D. Wardani *et al.*, “Strategi Pemasaran Online Dalam Meningkatkan Produk Keripik Nanas Di Desa Lubuk Enau,” *Communnity Dev J*, vol. 4, no. 5, pp. 10260–10263, 2023.