

PENDAMPINGAN PEMASARAN PRODUK HASIL HOME INDUSTRI KERUPUK SINGKONG DI DESA WARIGINSARI TIMUR

Siti Mukodimah¹, Sri Ipinuwati², Ida Ayu Putu Anggie Sinthiya³, Fauzi⁴, Abdul Mufti⁵

^{1,2}Prodi Sistem Informasi, Innstitut Bakti Nusantara

³Prodi Manajemen Informatika, Institut Bakti Nusantara

PSDKU: Jl. Wisma Rini No. 09 Pringsewu, Lampung

Email: mukodimah97@gmail.com, nengachie@gmail.com, drfauziibn@gmail.com,
adlmufy1923@gmail.com

Abstrak

Usaha Kerupuk Singkong di Desa Wariginsari Timur menghadapi banyak masalah saat berkembang. Beberapa di antaranya adalah manajemen, promosi, dan adopsi teknologi. Teknologi saat ini memungkinkan bisnis Kerupuk Singkong untuk lebih efisien dan produktif. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menemukan masalah yang dihadapi oleh pengusaha kerupuk singkong desa dan membuat strategi pengembangan digital. Wawancara dengan pengusaha, observasi, dan penelitian literatur adalah metodologi yang digunakan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa masalah utama meliputi kesulitan dalam pemasaran, kekurangan pengetahuan tentang teknologi digital, dan infrastruktur yang terbatas. Pemasaran digital, peningkatan infrastruktur teknologi, dan pelatihan pengusaha adalah beberapa rencana pengembangan yang disarankan. Diharapkan bahwa penerapan strategi ini akan membantu pengusaha kerupuk singkong di Desa Wariginsari Timur menjadi lebih produktif dan mendapatkan lebih banyak pasar. Itu juga akan membantu mereka beradaptasi dengan era modern. Untuk mencapai tujuan tersebut, penelitian ini menyarankan pelatihan berkelanjutan, pengembangan infrastruktur, dan dukungan dari pihak ketiga.

Kata Kunci: Kerupuk Singkong, Desa Wariginsari Timur, teknologi digital, pengembangan usaha, strategi pemasaran

Abstract

The Cassava Cracker Business in East Wariginsari Village faced many problems when developing. Some of these are management, promotion, and technology adoption. Current technology allows the Cassava Crackers business to be more efficient and productive. The aim of this research is to find the problems faced by village cassava cracker entrepreneurs and create a digital development strategy. Interviews with entrepreneurs, observation, and literature research are the methodologies used. The research results show that the main problems include difficulties in marketing, lack of knowledge about digital technology, and limited infrastructure. Digital marketing, improving technological infrastructure, and training entrepreneurs are some of the suggested development plans. It is hoped that implementing this strategy will help cassava cracker entrepreneurs in East Wariginsari Village become more productive and gain more markets. It will also help them adapt to the

modern era. To achieve these goals, this research suggests ongoing training, infrastructure development, and support from third parties.

Keywords: *Cassava Crackers, East Wariginsari Village, digital technology, business development, marketing strategy*

PENDAHULUAN

Mayoritas masyarakat Indonesia menggantungkan hidupnya pada sektor pertanian, karena Indonesia dikenal sebagai negara agraris dengan lahan yang luas dan tanah yang subur. Sebagian besar penduduk di desa-desa memiliki lahan pertanian sendiri yang menjadi sumber utama pangan dan pendapatan. Kehadiran lapangan pekerjaan di sektor pertanian ini pun menjadi andalan utama bagi masyarakat pedesaan. Namun, karena terbatasnya lahan yang dapat digarap, banyak petani terdorong untuk meningkatkan pendapatan mereka melalui kegiatan sampingan yang memanfaatkan hasil samping pertanian, salah satunya adalah usaha pembuatan kerupuk singkong. Usaha ini memiliki banyak keunggulan, seperti memanfaatkan singkong yang melimpah sebagai bahan dasar, yang tidak hanya bernilai ekonomis tetapi juga dapat digunakan dalam bentuk lain seperti pupuk organik dari limbahnya. Kulit singkong sendiri bisa digunakan untuk berbagai keperluan tambahan, memberikan nilai tambah dari sisi efisiensi dan pendapatan.

Di banyak desa, membuat kerupuk singkong menjadi pekerjaan umum, baik sebagai pekerjaan utama maupun sebagai usaha sampingan. Bagi keluarga di pedesaan, produksi kerupuk singkong dianggap sebagai sumber tabungan karena hasil produksinya bisa dijual kapan saja, terutama saat kebutuhan finansial meningkat. Ini menjadi salah satu solusi bagi masyarakat desa untuk menghadapi kondisi ekonomi yang fluktuatif, sekaligus menjaga ketersediaan sumber penghasilan yang stabil bagi rumah tangga mereka. Kerupuk Singkong merupakan salah satu sektor penting dalam perekonomian Desa Wariginsari Timur. Namun, dengan perkembangan teknologi digital, banyak potensi yang belum dimanfaatkan secara optimal dalam pengelolaan usaha Kerupuk Singkong. Transformasi digital menawarkan berbagai peluang untuk meningkatkan efisiensi dan produktivitas dalam usaha Kerupuk Singkong. Oleh karena itu, strategi pengembangan usaha Kerupuk Singkong di desa ini perlu ditingkatkan dengan memanfaatkan teknologi digital.

Kerupuk memegang peranan krusial dalam perekonomian Desa Wariginsari Timur. Sebagai salah satu sumber utama pendapatan bagi masyarakat desa, Kerupuk Singkong tidak hanya menyediakan bahan pangan penting seperti bahan pangan, tetapi juga mendukung kehidupan ekonomi lokal melalui penjualan produk-produk sampingan keripik dan olahan Singkong lainnya.

Di Desa Wariginsari Timur, mayoritas penduduknya terlibat dalam aktivitas pembuatan Kerupuk Singkong, baik secara langsung sebagai Pengusaha atau dalam aktivitas yang mendukung usaha Kerupuk Singkong tersebut. Oleh karena itu, sektor ini menjadi pilar utama dalam perekonomian desa yang turut mempengaruhi tingkat kesejahteraan masyarakat. Mengelola usaha kerupuk singkong bisa menjanjikan, tetapi ada berbagai tantangan yang sering dihadapi dalam prosesnya. Berikut adalah beberapa tantangan umum dalam pengelolaan kerupuk singkong:

Di era digital saat ini, teknologi informasi dan komunikasi telah memberikan dampak signifikan dalam berbagai sektor, termasuk Pengusaha Kerupuk Singkong. Transformasi digital menawarkan berbagai alat dan solusi yang dapat membantu mengatasi tantangan yang dihadapi Pengusaha Kerupuk Singkong di Desa Wariginsari Timur. Beberapa peluang yang dapat dimanfaatkan meliputi:

- a. Sistem Manajemen Pengusaha Kerupuk Singkong Digital yaitu platform manajemen digital dapat membantu Pengusaha dalam merencanakan, mengelola, dan memantau produksi dan pengelolaan bahan baku. Sistem ini juga memungkinkan pencatatan data secara akurat dan terintegrasi, yang dapat meningkatkan efisiensi operasional.
- b. Platform Pemasaran Online adanya platform pemasaran digital seperti e-commerce dan media sosial, Pengusaha dapat memperluas jangkauan pasar mereka dan menjual produk secara langsung kepada konsumen. Hal ini juga memungkinkan mereka untuk mendapatkan harga yang lebih baik dan mengurangi ketergantungan pada perantara.
- c. Edukasi dan Pelatihan Digital merupakan teknologi digital juga menyediakan akses ke sumber daya edukasi dan pelatihan yang dapat meningkatkan pengetahuan Pengusaha mengenai teknik-teknik modern dalam pengelolaan Kerupuk Singkong. Webinar, tutorial online, dan forum diskusi dapat menjadi sarana yang efektif untuk berbagi pengetahuan dan pengalaman.

Untuk memanfaatkan potensi teknologi digital secara optimal, diperlukan strategi pengembangan yang terintegrasi. Strategi ini harus mencakup beberapa aspek penting:

- a. Pelatihan dan Edukasi Pengusaha yang efektif tentang penggunaan teknologi digital harus menjadi prioritas. Pengusaha perlu diberi pemahaman mengenai cara kerja dan manfaat teknologi serta cara mengimplementasikannya dalam praktik sehari-hari.
- b. Peningkatan Infrastruktur Teknologi untuk mendukung adopsi teknologi digital, perlu adanya peningkatan infrastruktur teknologi di desa. Ini termasuk peningkatan akses internet, penyediaan perangkat keras dan lunak, serta dukungan teknis yang memadai.
- c. Pembangunan Jaringan Kerjasama dengan berbagai pihak, seperti lembaga pemerintah, penyuluh pertanian, dan perusahaan teknologi, dapat membantu dalam menyediakan dukungan teknis dan finansial. Jaringan ini juga dapat membantu dalam membangun sistem pemasaran yang lebih efisien.
- d. Implementasi teknologi harus dilakukan secara bertahap dengan evaluasi berkala untuk menilai efektivitasnya. Penggunaan teknologi yang berhasil harus dievaluasi dan diperbaiki jika diperlukan, sementara solusi baru dapat diimplementasikan berdasarkan umpan balik dari Pengusaha.
- e. Pemantauan dan Dukungan Berkelanjutan dalam bentuk pemantauan dan bantuan teknis juga sangat penting. Pengusaha perlu merasa didukung sepanjang proses adopsi teknologi agar mereka dapat mengatasi berbagai tantangan yang mungkin muncul.

Transformasi digital memiliki potensi besar untuk meningkatkan pengelolaan usaha Kerupuk Singkong di Desa Wariginsari Timur. Dengan memanfaatkan teknologi digital secara optimal, Pengusaha dapat mengatasi berbagai tantangan yang dihadapi, meningkatkan efisiensi operasional, dan memperluas akses pasar mereka. Oleh karena itu, penting untuk mengembangkan strategi pengembangan yang terintegrasi yang mencakup pelatihan, peningkatan infrastruktur, pembangunan jaringan kerjasama, serta implementasi dan dukungan berkelanjutan. Langkah-langkah ini akan membantu memastikan bahwa teknologi digital dapat memberikan manfaat yang signifikan bagi Pengusaha Kerupuk Singkong di desa ini, serta mendorong pertumbuhan dan kesejahteraan ekonomi masyarakat setempat.

LANDASAN TEORI

1. Pengembangan Usaha

Pengembangan usaha adalah proses yang berfokus pada peningkatan efisiensi, produktivitas, dan kualitas produk dari suatu usaha. Menurut Kotler dan Keller (2020), pengembangan usaha mencakup strategi yang dirancang untuk memperbaiki dan memperluas kapasitas serta potensi usaha agar dapat bersaing lebih baik di pasar. Dalam konteks Kerupuk Singkong, pengembangan usaha dapat melibatkan peningkatan manajemen kesehatan ternak, optimasi pakan, dan strategi pemasaran yang lebih efektif.

Menurut Kotler dan Keller (2019): "Pengembangan usaha merupakan proses berkelanjutan yang melibatkan penyesuaian dan peningkatan strategi bisnis untuk memenuhi tuntutan pasar dan kebutuhan konsumen yang selalu berubah." Dalam konteks Kerupuk Singkong, pengembangan usaha melibatkan penggunaan teknologi untuk meningkatkan efisiensi produksi dan manajemen serta memperbaiki akses pasar.

2. Adopsi Teknologi

Adopsi teknologi merujuk pada proses di mana individu atau organisasi mulai menggunakan teknologi baru dan mengintegrasikannya dalam praktik mereka. Rogers (2020) dalam teorinya mengenai adopsi inovasi menjelaskan bahwa adopsi teknologi dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti keuntungan relatif, kompatibilitas, kompleksitas, dan observabilitas teknologi tersebut. Menurut Rogers (2021): Proses adopsi teknologi melibatkan lima tahap: pengetahuan, persuasi, keputusan, implementasi, dan konfirmasi. Faktor-faktor seperti manfaat yang dirasakan, kemudahan penggunaan, dan kecocokan dengan praktik yang ada sangat mempengaruhi keputusan adopsi teknologi. Dalam Kerupuk Singkong, adopsi teknologi digital seperti sistem manajemen Kerupuk Singkong atau aplikasi pemantauan kesehatan ternak akan dipengaruhi oleh persepsi Pengusaha terhadap manfaat dan kemudahan penggunaan teknologi tersebut.

3. Sistem Informasi Manajemen

Sistem Informasi Manajemen (SIM) berfokus pada bagaimana sistem informasi dapat digunakan untuk mendukung keputusan manajerial dan operasional dalam organisasi. Laudon dan Laudon (2022) menjelaskan bahwa SIM meliputi perangkat keras, perangkat lunak, data, prosedur, dan manusia yang bekerja bersama untuk

mengumpulkan, menyimpan, dan memproses informasi yang diperlukan untuk pengambilan keputusan. Menurut Laudon dan Laudon (2022): "Sistem Informasi Manajemen adalah kombinasi dari teknologi dan manusia yang berfungsi untuk mengumpulkan, memproses, menyimpan, dan mendistribusikan informasi yang mendukung pengambilan keputusan dan pengendalian operasional dalam suatu organisasi." Dalam Usaha Kerupuk Singkong, sistem informasi manajemen dapat digunakan untuk menentukan bahan baku yang bagus, kualitas singkong, dan produktivitas. Implementasi SIM yang efektif akan membantu Pengusaha dalam membuat keputusan berbasis data yang dapat meningkatkan efisiensi dan hasil produksi.

4. Pemasaran Digital

Pemasaran digital adalah pendekatan untuk mempromosikan produk dan jasa melalui saluran digital seperti internet dan media sosial. Chaffey dan Ellis-Chadwick (2019) mengemukakan bahwa pemasaran digital mencakup berbagai teknik dan alat seperti SEO (Search Engine Optimization), SEM (Search Engine Marketing), dan kampanye media sosial yang dapat meningkatkan visibilitas dan akses pasar.

Menurut Chaffey dan Ellis-Chadwick (2019): "Pemasaran digital melibatkan penggunaan saluran digital untuk membangun hubungan dengan pelanggan, meningkatkan visibilitas merek, dan mendorong penjualan. Teknik-teknik ini mencakup optimisasi mesin pencari, pemasaran konten, dan manajemen kampanye iklan digital." Dalam konteks Kerupuk Singkong, pemasaran digital dapat digunakan untuk menjangkau konsumen secara lebih luas melalui platform e-commerce dan media sosial, sehingga Pengusaha dapat menjual produk mereka dengan lebih efisien dan efektif.

5. Inovasi dan Teknologi

Inovasi dan teknologi berfokus pada bagaimana inovasi baru diintegrasikan dan diterima dalam praktik. Christensen (2021) dalam teorinya mengenai "*Disruptive Innovation*" menjelaskan bagaimana teknologi baru yang lebih sederhana dan terjangkau dapat menggantikan teknologi yang lebih kompleks dan mahal, serta menciptakan pasar baru.

Menurut Christensen (2021): "Inovasi disruptif adalah inovasi yang menciptakan pasar baru dengan menawarkan produk atau layanan yang lebih sederhana dan terjangkau, yang akhirnya dapat menggantikan teknologi atau produk yang lebih kompleks dan mahal." Dalam usaha Kerupuk Singkong, Inovasi digital seperti aplikasi pemilihan bahan berkhuwalitas dan sistem manajemen Usaha Kerupuk Singkong yang berbasis cloud dapat dianggap sebagai inovasi disruptif yang berpotensi menggantikan metode tradisional dan meningkatkan efisiensi serta produktivitas usaha.

6. Kualitas dan Manajemen Produksi

Berikut adalah beberapa teori dan konsep terbaru tentang kualitas dan manajemen produksi menurut para ahli: menekankan pentingnya "trilogi kualitas" yang mencakup perencanaan, pengendalian, dan peningkatan kualitas. Dalam publikasi baru-baru ini, konsep ini telah berkembang dalam manajemen produksi sebagai pendekatan untuk mendorong kualitas secara konsisten di setiap tahap

operasional dan memastikan kepuasan pelanggan (Juran ASQ, 2021). Studi lain juga memperkenalkan pengembangan sistem kontrol berbasis data yang mendukung model Juran, terutama dalam sektor-sektor yang mengalami perubahan cepat seperti teknologi dan kesehatan.

Model PDSA atau Deming Cycle, diperbarui dari PDCA, menjadi pendekatan yang lebih fokus pada analisis dan pengujian teori. Deming memperkenalkan siklus ini untuk mendorong perbaikan terus-menerus dalam proses produksi. PDSA digunakan untuk menguji perubahan pada skala kecil sebelum diterapkan secara luas, meminimalkan risiko, dan meningkatkan efisiensi (Deming Institute, 2021; ASQ, 2021). Penelitian terbaru mencatat bahwa siklus PDSA telah diterapkan dalam berbagai sektor untuk mengurangi variasi proses yang berlebihan dan meningkatkan kualitas layanan. Landasan teori ini memberikan dasar yang kuat untuk memahami berbagai aspek yang terlibat dalam pengembangan usaha Kerupuk Singkong di era digital. Dengan mengacu pada teori-teori ini, kita dapat merancang strategi yang lebih efektif dan terintegrasi untuk meningkatkan efisiensi dan produktivitas dalam usaha Kerupuk Singkong di Desa Wariginsari Timur.

METODE PELAKSANAAN

1. Sistem Pelatihan

Secara umum, model pelatihan disesuaikan dengan kebutuhan spesifik di lapangan untuk memastikan relevansi dan efektivitasnya. Salah satu model pelatihan yang sering diterapkan adalah *On the Job Training (OJT)*, yaitu pelatihan berbasis pekerjaan yang dilakukan langsung di tempat kerja. Melalui metode ini, peserta pelatihan, seperti pekerja atau calon pekerja, ditempatkan dalam situasi kerja nyata dengan bimbingan dan pengawasan tenaga ahli atau supervisor berpengalaman.

OJT bertujuan untuk meningkatkan keterampilan praktis, pengetahuan teknis, kebiasaan kerja yang baik, dan sikap profesional secara terorganisasi. Dalam konteks industri rumahan, metode ini juga melibatkan pelaku usaha pemula untuk belajar langsung dalam kondisi kerja yang sebenarnya, sehingga mereka memperoleh pengalaman nyata di bawah arahan supervisor.

Salah satu pendekatan terstruktur dalam OJT adalah *Job Instruction Training (JIT)*. Pada pendekatan ini, instruktur memberikan pelatihan terlebih dahulu kepada supervisor, yang kemudian bertugas melatih peserta lainnya, seperti pekerja atau pelaku usaha kecil. Pendekatan ini memastikan proses pelatihan berlangsung secara bertahap, terstruktur, dan efisien, sehingga hasilnya lebih optimal dan berkelanjutan.

2. Waktu dan Tempat Pelaksanaan

Pendampingan dan pelatihan telah dilaksanakan selama satu hari, yaitu pada tanggal 11 September 2024, dengan melibatkan 30 pelaku home kerupuk singkong. Kegiatan ini berlangsung di Balai Pekon Waringin Sari timur Kabupaten Pringsewu dan berfokus pada pendampingan pemasaran menggunakan media sosial.

Pelatihan diberikan dengan memanfaatkan platform media sosial seperti Facebook, Instagram, dan WhatsApp, yang dikenal sebagai alat promosi yang efektif, terjangkau, dan mampu menjangkau berbagai lapisan masyarakat.

Adapun kegiatan yang dilakukan meliputi. Pengelolaan Media Sosial sebagai Alat Pemasaran membantu peserta memahami cara mengelola akun media sosial bisnis untuk mempromosikan produk mereka. Penerapan Strategi Pemasaran melalui Media Sosial mengintegrasikan strategi pemasaran yang tepat untuk meningkatkan jangkauan dan daya tarik produk melalui platform digital.

3. Roundown Acara Kegiatan

Adapun kegiatan tersebut tersusun dalam rundown acara berikut :

Waktu	Kegiatan	Keterangan
08.00 - 08.30	Registrasi Peserta & Pembukaan Acara	-Pembacaan doa -Sambutan Ketua Panitia - Sambutan Kepala Desa
08.30 - 09.30	Pengantar Pemasaran Produk	- Materi: "Strategi Pemasaran untuk Home Industri" - Pemateri - Fokus: Pentingnya pemasaran, identifikasi pasar, dan strategi promosi - Diskusi dan Tanya Jawab
09.30 - 11.30	On the Job Training (OJT) Pemasaran	- Pelatihan Praktis: Teknik pengemasan, penggunaan platform digital, dan interaksi dengan pelanggan - Pendampingan langsung oleh fasilitator
11.30 - 12.30	Penutupan	- Penyerahan Sertifikat & Dokumentasi - Penutup oleh Ketua Panitia

HASIL KEGIATAN

1. Pendampingan Kegiatan Pengelolaan Media sosial

Pendampingan dalam pengelolaan media sosial dilakukan dengan tujuan membantu para pelaku industri rumahan (home industry) memahami cara efektif untuk memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi produk. Pendampingan ini bertujuan memberikan pengetahuan praktis tentang bagaimana menciptakan konten promosi yang menarik, strategis, dan sesuai dengan target pasar yang ingin dicapai. Hal ini menjadi penting karena sebagian besar pelaku home industry masih kurang memahami potensi media sosial sebagai alat pemasaran yang efektif dalam meningkatkan jangkauan dan penjualan produk mereka.

Melalui proses pendampingan, para pelaku industri rumahan diberikan panduan tentang berbagai teknik promosi, termasuk bagaimana memilih platform media sosial yang sesuai dengan karakteristik produk, membuat desain visual yang menarik, menyusun kalimat promosi yang persuasif, serta menentukan waktu yang tepat untuk mempublikasikan konten. Selain itu, pendampingan ini juga mencakup simulasi pembuatan contoh-contoh konten promosi yang relevan dan berbasis tren terkini. Hasil dari program pendampingan ini berupa dokumen dan materi panduan berisi contoh-contoh promosi produk menggunakan berbagai platform media sosial, seperti Instagram, Facebook, dan TikTok. Juga disertakan berbagai contoh kalimat promosi yang dirancang untuk menarik perhatian audiens serta mengarahkan mereka pada tindakan pembelian. Dengan pendekatan ini, diharapkan para pelaku industri rumahan mampu mengelola media sosial secara mandiri, meningkatkan daya tarik produk mereka, dan memperluas jangkauan pemasaran sesuai sasaran yang telah ditentukan.



Gambar 1. Sosialisasi pentingnya media sosial & UMKM

Penerapan teknologi digital di Desa Waringinsari telah membantu meningkatkan efisiensi manajemen usaha Kerupuk Singkong secara signifikan. Teknologi ini tidak hanya membantu dalam pengelolaan operasional sehari-hari, tetapi juga berdampak langsung pada peningkatan produktivitas, kualitas produk, serta kesejahteraan ekonomi Pengusaha. Penggunaan sistem informasi, media sosial, serta big data dan AI telah membuat Produksi Kerupuk Singkong lebih modern dan terintegrasi, menjadikan desa ini sebagai contoh sukses dalam memajukan industri kerupuk singkong melalui teknologi.

Peningkatan infrastruktur teknologi di desa ini tidak terlepas dari kolaborasi dengan pemerintah daerah serta mitra swasta. Pemerintah memberikan dukungan melalui program penyuluhan dan hibah, sedangkan mitra swasta menyediakan teknologi dan pelatihan terkait penggunaan perangkat. Peningkatan infrastruktur teknologi di sektor usaha Kerupuk Singkong Desa Waringinsari membawa dampak

positif yang signifikan, terutama dalam hal produktivitas, pengurangan biaya operasional, dan peningkatan kesejahteraan produksi kerupuk. Walaupun masih ada tantangan yang perlu diatasi, langkah ini adalah investasi penting untuk masa depan yang lebih baik bagi Pengusaha dan ekonomi desa secara keseluruhan.

Produksi kerupuk singkong di Desa Waringinsari telah menerapkan strategi pemasaran digital dengan membuat akun media sosial resmi dan toko online untuk memudahkan pembelian kerupuk singkong dengan berbagai varian rasa. Selain itu, mereka memanfaatkan media sosial seperti Instagram dan Facebook untuk promosi, berbagi konten visual tentang proses pembuatan kerupuk singkong, serta testimoni pelanggan guna meningkatkan kesadaran merek. Para pengusaha juga bergabung dengan platform e-commerce seperti Tokopedia dan Shopee, sehingga mampu menjangkau pasar yang lebih luas. Strategi SEO diterapkan untuk meningkatkan visibilitas website di mesin pencari, sementara iklan berbayar di Google dan media sosial membantu menargetkan konsumen yang lebih spesifik. Program email marketing digunakan untuk menjalin hubungan dengan pelanggan, dan kolaborasi dengan influencer lokal memperkuat promosi produk-produk unggulan dari kerupuk singkong tersebut.

2. Pendampingan dan pembuatan media sosial

Dalam kegiatan pendampingan pemasaran yang dilakukan dalam penelitian ini melibatkan kegiatan pelatihan penggunaan media sosial seperti Facebook, Instagram, dan WhatsApp sebagai alat promosi yang mudah diakses, murah, dan memiliki jangkauan luas ke berbagai demografi. Sebagian besar masyarakat telah menggunakan media sosial sebagai platform komunikasi dan informasi sehari-hari, karena relevansinya dalam dunia internet modern. (Liedfray, T., Waani, F. J., & Lasut, J. J. 2022)

Fokus pendampingan ini adalah untuk meningkatkan kemampuan pelaku industri rumahan untuk menggunakan media sosial sebagai alat promosi. Ini dicapai melalui pelatihan teknis yang mencakup cara membuat konten promosi yang menarik dan efektif, cara mengambil gambar atau video untuk produk, dan cara menulis teks promosi yang menarik dan sesuai dengan target pasar. Sehingga promosi dapat menjangkau audiens yang lebih luas dan relevan, pemilihan media sosial yang digunakan mempertimbangkan platform yang sedang populer di kalangan masyarakat.

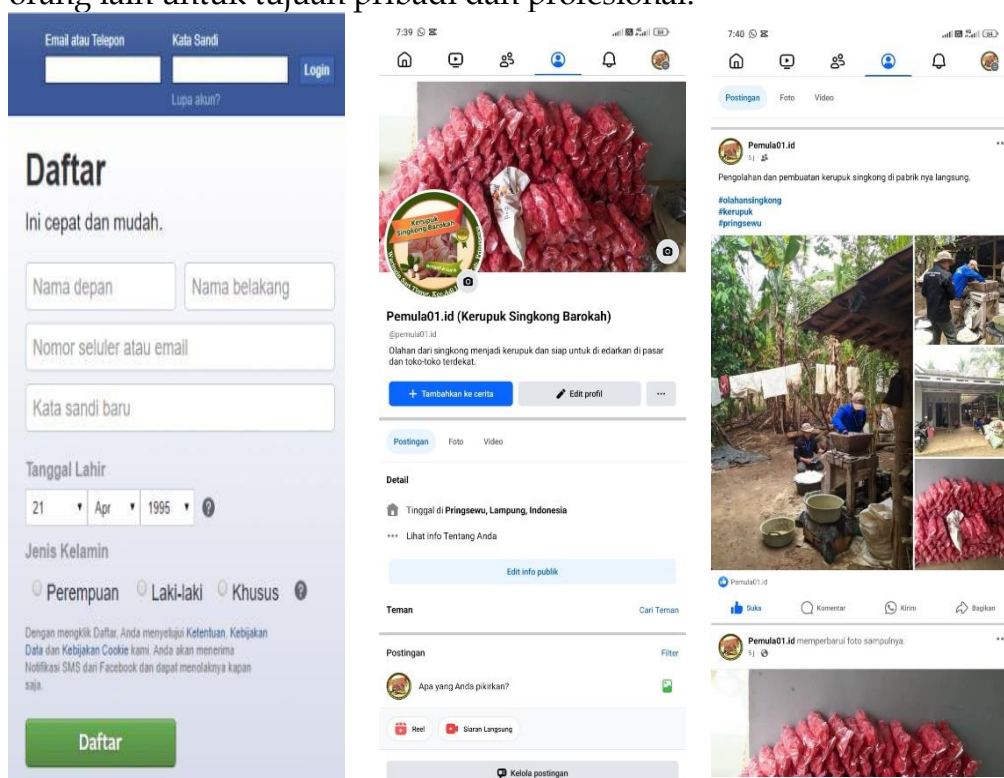
Pendampingan ini meningkatkan pengetahuan pelaku industri rumahan tentang strategi pemasaran digital. Para peserta diajarkan cara membuat kampanye promosi produk yang baik, termasuk penggunaan kata-kata persuasif dan penjadwalan unggahan untuk meningkatkan keterlibatan pengguna media sosial. Pelatihan ini juga menghasilkan beberapa contoh promosi produk yang disesuaikan dengan kebutuhan bisnis.

3. Registrasi dan pembuatan media sosial facebook

Facebook, salah satu platform jejaring sosial atau media sosial yang sangat populer, (Oktaviani, A., Maulana, A., & Firmansyah, R. (2023) memiliki banyak fitur yang memudahkan penggunaannya, termasuk kemampuan untuk membuat profil pribadi dengan foto, informasi kontak, dan berbagai data pribadi lainnya. Selain itu, sesuai dengan minat mereka, pengguna dapat bergabung dalam berbagai

komunitas atau grup untuk berinteraksi dan berinteraksi dengan pengguna dari seluruh dunia.

Melalui Facebook, orang dapat berinteraksi satu sama lain melalui pesan, berbagi informasi, berpartisipasi dalam forum, atau hanya memperbarui status mereka. Facebook adalah salah satu media sosial yang paling banyak digunakan karena fiturnya yang luar biasa, seperti halaman komunitas, grup diskusi, marketplace, dan kemampuan untuk berbagi berbagai jenis konten, seperti teks, gambar, video, dan tautan. Facebook telah menjadi salah satu platform media sosial yang paling populer di kalangan masyarakat karena banyak manfaatnya, termasuk kemampuan untuk membantu orang berkomunikasi dan bekerja sama dengan orang lain untuk tujuan pribadi dan profesional.



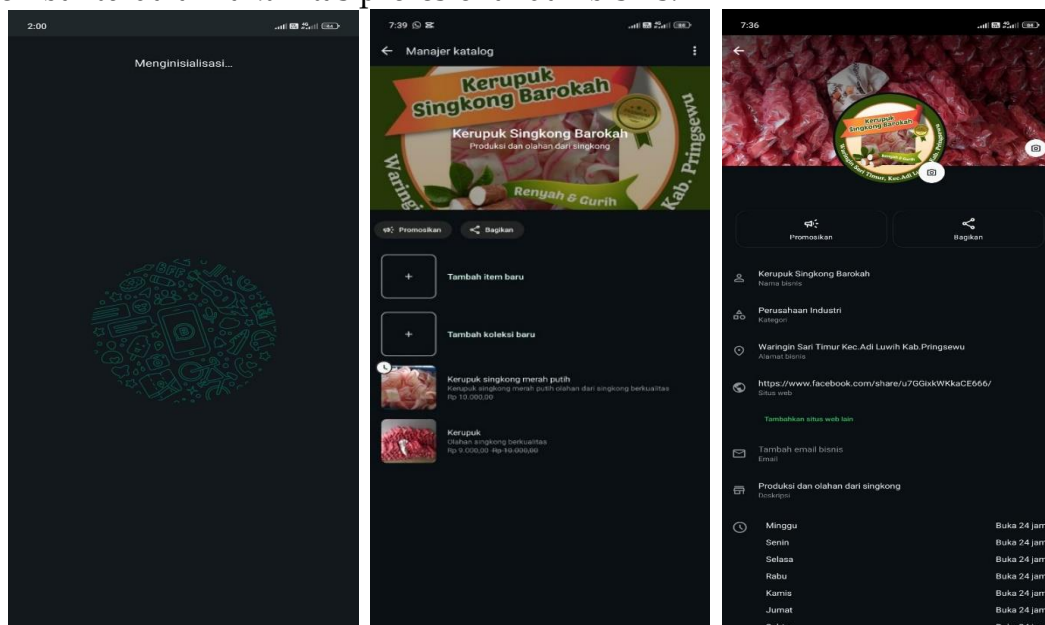
Gambar 2. Registrasi pembuatan facebook

4. Registrasi dan pembuatan WhatsApp

WhatsApp, salah satu aplikasi pesan instan berbasis internet yang paling populer di dunia (Rahartri 2019), memiliki banyak fitur yang memudahkan komunikasi, termasuk kemampuan untuk membuat profil pribadi dengan foto, nama, dan informasi kontak. Selain itu, pengguna dapat mengirim pesan teks, melakukan panggilan suara, dan berbagi berbagai jenis file, seperti gambar, video, dokumen, dan lokasi sec.

Selain itu, WhatsApp memungkinkan pengguna untuk membentuk grup obrolan, yang memungkinkan mereka berkomunikasi dengan banyak orang sekaligus dalam satu forum. Fitur ini sangat membantu untuk berbagai kebutuhan, seperti diskusi keluarga, koordinasi pekerjaan, dan komunitas dengan minat khusus. Dengan enkripsi end-to-end, WhatsApp semakin dipercaya sebagai media komunikasi yang aman karena menjaga privasi dan keamanan data pengguna. Fitur-fitur WhatsApp, seperti status yang memungkinkan pengguna berbagi

momen, broadcast yang memungkinkan pengguna mengirim pesan ke banyak orang, dan integrasi dengan layanan bisnis, membuatnya menjadi salah satu aplikasi pesan instan yang paling banyak digunakan di seluruh dunia. WhatsApp juga dapat digunakan sebagai alat komunikasi pribadi tetapi juga sebagai alat yang membantu dalam aktivitas profesional dan bisnis.



Gambar 3. Registrasi dan pembuatan WhatsApp

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kegiatan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa program pendampingan dalam pengelolaan media sosial memberikan dampak positif terhadap peningkatan pemahaman dan keterampilan para pelaku industri rumahan dalam memanfaatkan media sosial sebagai alat promosi. Pendampingan ini meliputi pelatihan teknis, pembuatan konten promosi yang strategis, serta panduan praktis penggunaan platform seperti Facebook, Instagram, dan WhatsApp. Kegiatan ini berhasil membantu para peserta meningkatkan daya tarik produk mereka, memperluas jangkauan pemasaran, dan menciptakan kampanye promosi yang lebih efektif.

Implementasi teknologi digital di Desa Waringinsari, termasuk pengelolaan usaha Kerupuk Singkong melalui media sosial, telah menunjukkan hasil yang signifikan. Dengan penerapan teknologi modern, seperti big data, AI, dan integrasi e-commerce, usaha ini mampu meningkatkan produktivitas, mengurangi biaya operasional, serta memperbaiki kualitas produk. Strategi pemasaran digital yang melibatkan media sosial, SEO, email marketing, dan kolaborasi dengan influencer lokal juga berperan penting dalam menjangkau pasar yang lebih luas. Registrasi dan pembuatan akun pada platform media sosial, seperti Facebook dan WhatsApp, semakin mempermudah pelaku usaha dalam mengelola komunikasi dengan pelanggan serta memaksimalkan peluang bisnis. Dengan fitur-fitur unggulannya, kedua platform ini tidak hanya menjadi sarana komunikasi pribadi tetapi juga alat yang mendukung aktivitas profesional dan pengembangan bisnis.

Program pendampingan dan adopsi teknologi digital ini diharapkan dapat terus meningkatkan efisiensi manajemen usaha dan kesejahteraan ekonomi pelaku

industri rumahan, sekaligus menjadi model keberhasilan bagi daerah lain yang ingin mengembangkan potensi ekonomi lokal mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, S. A., Sanim, B., & Maulana, A. (2023). Strategi Pengembangan Usaha Kerupuk Singkong (Studi Kasus Cv Mitra Tani Farm). *Jurnal Manajemen & Agribisnis*, 10(2), 109-116.
- Arbi, P. (2022). Analisa Kelayakan Dan Strategi Pengembangan Usaha produksi Kerupuk Singkong (Studi Kasus: Desa Jati Kesuma, Kecamatan Namu Rambe, Kabupaten Deli Serdang) (Doctoral dissertation, Universitas Sumatera Utara).
- Bertram, L. (2022). Twenty years of the Alzheimer's disease amyloid hypothesis: a genetic perspective. *Cell*, 120(4), 545-555.
- Chaffey, & Ellis-Chadwick. (2019). Developing a digital marketing strategy for a small B2B company-pitfalls to avoid and learning experiences.
- Christensen, C. M. (2021). *The Clayton M. Christensen reader*. Harvard Business Review Press.
- Karimah, S. N., & Atabany, A. (2022). Strategi pengembangan usaha penggemukan Kerupuk Singkong Bumdes Mekar Pratama Desa Mekarharja, Kecamatan Purwaharja, Kota Banjar. *Jurnal Pusat Inovasi Masyarakat (PIM)*, 1(1).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2020). Manajemen pemasaran.
- Laudon, K., & Laudon, J. (2022). *Management Information Systems: International Edition, 11/E*. London, UK: Pearson Higher Education.
- Liedfray, T., Waani, F. J., & Lasut, J. J. (2022). Peran media sosial dalam memperlancar interaksi antar keluarga di Desa Esandom, Kecamatan Tombatu Timur, Kabupaten Minahasa Tenggara. *Jurnal Ilmiah Society*, 2(1), 1-10.
- Oktaviani, A., Maulana, A., & Firmansyah, R. (2023). Peranan media sosial Facebook dalam meningkatkan komunikasi pemasaran di era digital. *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2), 143-150.
- Priyanto, D. (2020). Strategi pengembangan usaha Produksi Singkong dalam mendukung program swasembada Singkong dan kerbau tahun 2014. *Jurnal Litbang Pertanian*, 30(3), 108-116.
- Rahartri. (2019). "WhatsApp" media komunikasi efektif masa kini (studi kasus pada layanan jasa informasi ilmiah di kawasan PUSPIPTEK). *Visi Pustaka*, 21(2), 147-153. Pusat Data dan Dokumentasi Ilmiah - Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia.
- Rogers. (2021). Adopsi teknologi informasi oleh usaha kecil dan menengah di Indonesia. In *Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi (SNATI)*.
- Siregar, G. (2019). Analisis kelayakan dan strategi pengembangan usaha ternak Kerupuk Singkong. *AGRIUM: Jurnal Ilmu Pertanian*, 17(3).
- Suresti, A., & Wati, R. (2020). Strategi pengembangan usaha Kerupuk Singkong di Kabupaten Pesisir Selatan. *Jurnal Kerupuk Singkong Indonesia*, 14(1), 249-262.

Wicaksono, D. A., Khirzin, M. H., & Syachril, A. (2023). Strategi Pengembangan Usaha Singkong di Masa Pandemi pada UD. Terobos Kabupaten Kupang. MAMEN: Jurnal Manajemen, 2(1), 22-34.