

**Sinergi Media Sosial dan E-commerce: Resep Sukses Memasarkan
Produk Olahan Pertanian**

**Reinaldo Dede Putra¹, Dody Pratama Marumpe², Aldy³, Yohanes Visto⁴, Ahmad
Fathoni⁵**

^{1,2,3,4,5} Universitas Tanjungpura

b1021221153@student.untan.ac.id¹, dody.pratama@ekonomi.untan.ac.id²,

b1021221142@student.untan.ac.id³, b1021221136@student.untan.ac.id⁴,

b1021221157@student.untan.ac.id⁵

ABSTRACT

Mekar Jaya Hamlet, located in Antibar Village, Mempawah Regency, West Kalimantan, Mekar Jaya Hamlet, Antibar Village, Mempawah Regency, West Kalimantan, has great potential as one of the largest pineapple producers in Indonesia, but has not been optimally utilized. This service aims to increase community income through diversification of pineapple products into value-added MSME products, such as pineapple jelly candy. The method used is education and training, with PKK women as facilitators in delivering materials to farmers. The training included how to process pineapple into jelly candy and the utilization of social media (Shopee, Facebook, Instagram) for product marketing. The results of this service are the creation of market-ready pineapple jelly candy MSME products, along with the creation of social media accounts for promotion. Some marketing content was also successfully developed to introduce the product to a wider market. In conclusion, this program increases the added value of pineapple as a local product and provides education on the use of digital technology for marketing, so it is expected to improve the welfare of the local community. succeeded in increasing the added value of pineapple as a local MSME product and providing education to the community in utilizing digital technology for marketing, so that it is expected to improve the economic welfare of the local community.

Keywords: *training; processed products; digital marketing; dedication to community*

ABSTRAK

Dusun Mekar Jaya, Desa Antibar, Kabupaten Mempawah, Kalimantan Barat, memiliki potensi besar sebagai salah satu penghasil nanas terbesar di Indonesia, namun belum dimanfaatkan optimal. Pengabdian ini bertujuan meningkatkan pendapatan masyarakat melalui diversifikasi produk nanas menjadi produk UMKM bernilai tambah, seperti permen jelly nanas. Metode yang digunakan adalah edukasi dan pelatihan, dengan ibu-ibu PKK sebagai fasilitator dalam menyampaikan materi kepada para petani. Pelatihan mencakup cara pengolahan nanas menjadi permen jelly dan pemanfaatan media sosial (Shopee, Facebook, Instagram) untuk pemasaran produk. Hasil pengabdian ini berupa terciptanya produk UMKM permen jelly nanas yang siap dipasarkan, disertai pembuatan akun media sosial untuk promosi. Beberapa konten pemasaran juga berhasil dikembangkan untuk memperkenalkan produk ke pasar yang lebih luas. Kesimpulannya, program ini meningkatkan nilai tambah nanas sebagai produk lokal dan memberikan edukasi tentang penggunaan teknologi digital untuk pemasaran, sehingga diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat.

Kata kunci: pelatihan; produk olahan; pemasaran digital; pengabdian kepada masyarakat

PENDAHULUAN

Dalam konteks pembangunan pertanian yang berkelanjutan, pengolahan produk pertanian memegang peranan penting dalam meningkatkan kesejahteraan petani dan ketahanan pangan, yang melewati proses transformasi bahan mentah menjadi produk lebih bernilai, yang dapat meningkatkan daya saing di pasar. Pengolahan hasil pertanian dengan Penggunaan teknologi sederhana diharapkan dapat dengan mudah diterima dan digunakan oleh masyarakat. Dengan mengolah bahan baku hasil petani menjadi produk olahan, diharapkan dapat memperpanjang masa simpan produk serta nilai tambahnya meningkat (Jafrizal et al., 2022).

Perkembangan teknologi di era modern telah mencapai kemajuan yang pesat. Beragam sektor kehidupan kini secara luas memanfaatkan teknologi, dengan dampaknya yang terasa nyata dalam berbagai aspek dan bidang kehidupan manusia (Darmawan et al., 2024). Strategi pemasaran digital sangat penting dalam meningkatkan visibilitas dan penjualan produk olahan hasil pertanian. Pemanfaatan platform e-commerce dan media sosial seperti Facebook, Instagram, serta aplikasi berbasis web telah terbukti efektif dalam memperluas jangkauan pasar (Febriansyah et al., 2023). Pemasaran digital memegang peranan penting dalam memperluas jangkauan produk olahan hasil pertanian. Melalui pemanfaatan media sosial dan platform e-commerce, pelaku usaha dapat terhubung langsung dengan konsumen tanpa batasan ruang dan waktu. Hal ini meningkatkan efisiensi pemasaran, memperluas pasar, serta menstabilkan harga produk (Subiyantoro et al., 2023).

Digital marketing merupakan suatu cara mempromosikan atau memasarkan sebuah produk dengan memanfaatkan teknologi digital. Perkembangan teknologi yang pesat mendorong masyarakat, termasuk pelaku usaha pertanian, untuk menguasai digitalisasi terutama dalam pemasaran (Farda et al., 2024). Digitalisasi pemasaran merupakan elemen penting dalam meningkatkan penjualan produk olahan hasil pertanian. Dengan memanfaatkan strategi pemasaran digital, seperti e-commerce dan media sosial, para pelaku usaha mampu memperlebar cakupan pasar sekaligus memperkuat daya saing produk mereka (Muchammad et al., 2023)

Penggunaan konten digital membantu UMKM meningkatkan visibilitas merek, keterlibatan pelanggan, dan meningkatkan penjualan. Namun, tantangan seperti keterbatasan sumber daya dan kurangnya keterampilan digital masih menjadi hambatan yang perlu diatasi (Rofi' et al., 2023). Dengan mengolah produk mentah menjadi makanan olahan, pendapatan petani meningkat dibandingkan menjual hasil pertanian dalam bentuk mentah (Rahmat et al., 2021). Dengan modal yang relatif kecil, produk olahan ini diharapkan bisa meningkatkan ekonomi masyarakat serta membuka lapangan pekerjaan melalui industri rumahan (Anwar, 2020). Strategi pemasaran produk olahan pertanian melalui media online, seperti pembuatan website, memiliki peran penting dalam memperluas jangkauan pasar. Pemasaran digital memungkinkan produk olahan pertanian lebih mudah diakses oleh konsumen dan meningkatkan efektivitas promosi, terutama dalam menjangkau pasar yang lebih luas dengan memanfaatkan media promosi yang menarik minat konsumen (Muhammad et al., 2021). Upaya pemberdayaan masyarakat pedesaan melalui

optimalisasi hasil pertanian dan pemanfaatan teknologi informasi digital perlu dilakukan. Salah satu contohnya adalah Dusun Mekar Jaya, Desa Antibar, Kecamatan Mempawah Timur, Kabupaten Mempawah, Kalimantan Barat yang merupakan daerah dengan potensi pertanian yang belum maksimal dieksplorasi dan yang akan digarap adalah dari buah nanas. Oleh karena itu desain program KKM-PKM yang akan disusun akan menekankan pada pengembangan produk olahan dengan nilai ekonomis tinggi dan memanfaatkan media sosial dan e-commerce sebagai sarana promosi.

Program ini bertujuan untuk memberdayakan masyarakat setempat, khususnya para ibu PKK dalam pemanfaatan hasil pertanian yang mereka dapatkan agar menghasilkan produk dengan nilai jual tinggi serta mampu menggunakan keterampilan dalam bidang pemasaran digital. Melalui serangkaian kegiatan pembentukan kelompok yang melibatkan pelatihan pengolahan buah nanas menjadi permen jelly kristal, workshop digital marketing untuk pemanfaatan media sosial, pembuatan branding produk dengan tema swastyastu dan penyuluhan-penyuluhan mengenai isu-isu sosial, diharapkan program dapat bermanfaat bagi ekonomi dan kesejahteraan masyarakat di Dusun Mekar Jaya. Dengan menggabungkan pengetahuan tradisional hasil pertanian dengan keterampilan modern dalam bidang digital marketing, program ini bermaksud membentuk model pemberdayaan masyarakat yang berkelanjutan dan bisa diterapkan di daerah lain. Bahkan program ini juga menyangkut aspek sosial dan lingkungan seperti perawatan bangunan ibadah yang menunjukkan metode holistik dalam pengembangan masyarakat.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah edukasi dan pelatihan, yang bertujuan untuk meningkatkan keterampilan masyarakat dalam mengolah produk pertanian dan memanfaatkan media digital untuk pemasaran. Terdapat lima tahapan utama dalam kegiatan ini:

1. Edukasi tentang pengolahan hasil pertanian. Pada tahap ini, peserta diberikan pengetahuan mengenai cara mengolah bahan pertanian menjadi produk dengan nilai jual tinggi. Fokus utamanya adalah bagaimana memaksimalkan potensi nanas menjadi produk olahan seperti permen jelly nanas.
2. Pelatihan pembuatan produk. Setelah sesi edukasi, peserta diajak untuk langsung mempraktikkan cara pembuatan permen jelly nanas, yang merupakan bentuk nyata dari penerapan teori yang telah diajarkan.
3. Desain logo dan kemasan produk. Peserta diberi pelatihan tentang bagaimana mendesain logo dan kemasan produk. Hal ini bertujuan untuk memberikan identitas yang kuat pada produk, sehingga mudah dikenali oleh konsumen.
4. Edukasi dan pelatihan penggunaan media sosial. Tahap ini berfokus pada pelatihan dalam memanfaatkan media sosial seperti Instagram, Shopee, dan Facebook sebagai sarana pemasaran. Peserta diajarkan strategi dasar pemasaran digital, termasuk cara membuat konten yang menarik untuk mempromosikan produk mereka.

5. Evaluasi hasil. Setelah pelatihan, dilakukan evaluasi terhadap efektivitas pelaksanaan kegiatan dan penerapan pengetahuan oleh masyarakat, termasuk dalam hal peningkatan penjualan produk melalui media sosial.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peningkatan edukasi Masyarakat

Edukasi yang diberikan kepada masyarakat tentang diversifikasi produk pertanian memberikan dampak positif yang signifikan. Para petani dan ibu-ibu PKK menjadi lebih memahami pentingnya pengolahan produk pertanian, khususnya nanas, menjadi produk olahan yang memiliki nilai ekonomi lebih tinggi. Melalui pelatihan yang interaktif, masyarakat tidak hanya memperoleh pengetahuan teoretis, tetapi juga wawasan praktis tentang cara meningkatkan pendapatan melalui pengolahan produk lokal. Hal ini diharapkan dapat menciptakan efek berkelanjutan dalam pemberdayaan ekonomi lokal.



Gambar 1. Edukasi kepada masyarakat

Gambar 1 menunjukkan proses edukasi kepada para petani yang melibatkan diskusi aktif terkait potensi peningkatan nilai jual nanas melalui proses pengolahan menjadi permen jelly. Metode edukasi ini efektif dalam merangsang partisipasi aktif masyarakat yang turut serta memberikan ide-ide inovatif dalam pengembangan produk olahan lainnya.

Disverifikasi Produk Pertanian

Salah satu hasil utama dari pelatihan adalah terciptanya produk olahan dari nanas, yaitu permen jelly nanas. Produk ini dikemas dengan standar yang telah disesuaikan dengan kebutuhan pasar, termasuk aspek rasa dan tekstur yang telah melalui proses pengujian. Diversifikasi produk ini memberikan alternatif bagi petani untuk meningkatkan nilai tambah nanas, yang sebelumnya hanya dipasarkan dalam bentuk mentah dengan harga yang tidak stabil. Dengan inovasi permen jelly nanas, diharapkan produk ini dapat menjadi unggulan baru yang kompetitif di pasar lokal maupun nasional.



Gambar 2. Permen Jelly Nanas

Gambar 2 menampilkan produk akhir permen jelly nanas yang siap dipasarkan. Pengemasan produk ini juga dilengkapi dengan informasi produk dan logo hasil pelatihan, yang diharapkan dapat meningkatkan daya tarik konsumen dan memperkuat identitas produk lokal.

Penciptaan Merek dan Branding Produk

Pembuatan merek dan logo produk bernama "Jelly Kristal" merupakan salah satu capaian penting dalam pengembangan produk. Proses branding ini melibatkan desain kemasan yang menarik secara visual dan informatif. Selain itu, pelatihan mengenai pentingnya penciptaan identitas produk melalui merek dan kemasan dirancang untuk memberikan keunggulan kompetitif di pasar yang semakin digital. Melalui pelatihan ini, peserta memperoleh pemahaman mendalam mengenai bagaimana kemasan dan branding dapat meningkatkan visibilitas dan menarik perhatian konsumen.



Gambar 3. Tampilan kemasan depan produk

Gambar 3 menunjukkan tampilan kemasan depan produk "Jelly Kristal" yang dirancang dengan estetika yang menarik, disertai informasi yang komprehensif mengenai produk.

Petani Mengenal dan Mengetahui Bagaimana Cara Berjualan Online

Salah satu capaian utama dari program ini adalah pengenalan masyarakat pada pemasaran digital, khususnya dengan memanfaatkan platform media sosial seperti Instagram, Facebook, dan Shopee, masyarakat, terutama kelompok ibu-ibu PKK, diberikan pelatihan intensif tentang strategi pemasaran produk secara online, membuat konten yang menarik, serta memanfaatkan tagar dan interaksi untuk memperluas jangkauan pasar. Pemanfaatan media sosial ini telah membuktikan efektivitasnya dalam meningkatkan penjualan produk dalam jangka waktu singkat.



Gambar 4. Instagram sebagai media pemasaran produk oleh masyarakat

Gambar 4 menunjukkan salah satu akun Instagram yang telah dikelola oleh masyarakat untuk mempromosikan permen jelly nanas. Dengan teknik pemasaran digital yang telah diajarkan, produk ini telah berhasil menjangkau konsumen di luar daerah, yang memberikan bukti bahwa pemasaran melalui media sosial dapat mempercepat proses penjualan dan meningkatkan pendapatan petani.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan dari program pengabdian masyarakat ini menunjukkan bahwa potensi lokal, seperti nanas di Dusun Mekar Jaya, dapat dimaksimalkan melalui diversifikasi produk dan pemanfaatan teknologi digital. Program ini berhasil memberikan edukasi yang meningkatkan pemahaman masyarakat, terutama ibu-ibu PKK, dalam mengolah nanas menjadi permen jelly, yang memiliki nilai ekonomi lebih tinggi dibandingkan nanas dalam bentuk mentah. Di sisi lain, pemanfaatan media sosial dan e-commerce sebagai alat pemasaran terbukti efektif dalam memperluas jangkauan produk. Keberhasilan ini tidak hanya memusatkan perhatian pada upaya

peningkatan nilai tambah produk lokal, tetapi juga pada pemberdayaan masyarakat dalam memanfaatkan teknologi digital, yang diharapkan berkontribusi signifikan terhadap peningkatan kesejahteraan ekonomi masyarakat setempat.

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, Z. (2020). 9. *Rusdi*. 1(2), 112-115.
<https://www.ejournal.unma.ac.id/index.php/bernas/article/view/243>
- Darmawan, A., Khair, O. I., & ... (2024). Pendampingan Edukasi Strategi Pemasaran Pertanian Sayur Mayur dan UMKM Keripik Kentang di Desa Margaluyu. *BERDAYA: Jurnal ...*, 249-256. <https://doi.org/10.36407/berdaya.v6i2.1290>.
<http://www.ejournal.imperiuminstitute.org/index.php/BERDAYA/article/view/1290>
- Farda, M. A., Khomsah, N. M., & Syara, S. (2024). *Pengembangan Strategi Pemasaran Hasil Pertanian Jagung Development Of Marketing Strategies For Maize Agricultural Products*. 1(3).
<https://pkm.lpkd.or.id/index.php/JPM/article/view/592>
- Febriansyah, F., Oktavianus, D., & Nasrullah, A. (2023). Pengembangan Produk Olahan Hasil Pertanian Tidak Layak Jual Pepaya APeS dan Pisang KeMPeS. *Yumary: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 165-174.
<https://doi.org/10.35912/yumary.v4i2.2445>.
<http://penerbitgoodwood.com/index.php/jpm/article/view/2445>
- Jafrizal, Kurniati, N., Hayati, R., & Harini, R. (2022). PKM TTG Olahan Cabai Merah pada KWT Segara Tani Kungkai Baru Seluma. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(5), 1237-1246.
<https://journal.unilak.ac.id/index.php/dinamisia/article/view/11333>
- Muchammad, M., Purwanto, P., Maryono, M., Ansori, M., & Fuad Hasyim, A. (2023). Digitalization of Marketing as an Effort to Increase Sales of Agricultural Products. *CONSEN: Indonesian Journal of Community Services and Engagement*, 3(2), 40-50.
<https://journal.irpi.or.id/index.php/consen/article/view/890>
- Muhammad, Huda, R., Rahmi, A., Wahyuning, E. P., Studi Penyuluhan Pertanian Berkelanjutan, P., Pertanian, J., & Pembangunan Pertanian Malang, P. (2021). Marketing Strategy of Variety of Pacitan Agricultural Technology Park Processed Products through Online Media in Pringkuku District, Pacitan Regency. / *Jurnal Agriekstensi*, 20(2). <https://pubs.aip.org/aip/acp/article-abstract/3098/1/040059/3318046>
- Rahmat, S., Ikhsanudin, M., Diani, R., Kusuma, Y. F., Putri, S., Ningrum, P. A., Afrianti, A., Prasetia, I., Sari, N. I., Faina, F., & Annisa, N. (2021). Pengolahan Hasil Pertanian dalam Upaya Peningkatan Perekonomian Petani di Kabupaten Bintan. *JPPM Kepri: Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat Kepulauan Riau*, 1(2), 156-167.
<https://ejournal.stainkepri.ac.id/index.php/jppm/article/view/265>
- Rofi', A., Budiman, I. A., Sudirno, D., & Nahdi, D. S. (2023). Inovasi Produk Olahan Lele

El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat

Vol 5 No 1 (2025) 249-256 P-ISSN 2746-9794 E-ISSN 2747-2736

DOI: 10.47467/elmujtama.v5i1.5900

(OLELE) Untuk Meningkatkan Pemberdayaan Umkm Melalui Konten Digital di Desa Dukuh Tengah Kabupaten Tegal. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(4), 3185-3192.

<https://ejournal.unma.ac.id/index.php/bernas/article/view/6786>

Subiyantoro, A., Rofik, M., Ika Sunardi, A., Solihin, M., & Manajemen Administrasi Yogyakarta, A. (2023). Pelatihan Pengelolaan Hasil Pertanian dan Pemasaran melalui Digital Marketing di Desa Gonjen RT 08 Tamantirto Kasihan Bantul Yogyakarta. *Media Pengabdian Kepada Masyarakat (MPKM)*, 2(1), 83-88. <https://www.ejournal-rmg.org/index.php/AMPKM/article/view/140>