



## PENINGKATAN PEMASARAN PRODUK HOME INDUSTRY KELOMPOK JAYA BERSAMA KABUPATEN BENGKALIS

Rina D'rita Sibagariang<sup>1\*</sup>, Andri Hendrizal<sup>2</sup>, Isma Mulyani<sup>3</sup>, Asmika H. Simarmata<sup>4</sup>,  
Nur El Fajri<sup>5</sup>

<sup>1,2,3,4,5</sup> urusan Manajemen Sumberdaya Perairan, Universitas Riau, Indonesia,

<sup>1</sup>[rinasibagariang@lecturer.unri.ac.id](mailto:rinasibagariang@lecturer.unri.ac.id)

### ABSTRAK

**Abstrak:** Kelompok Jaya Bersama menghadapi kendala dalam memasarkan produk home industry mereka. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan anggota kelompok Jaya Bersama dalam bidang pemasaran digital. Fokus utama kegiatan ini adalah pengembangan kemampuan anggota dalam memanfaatkan platform digital marketing, seperti instagram guna memasarkan produk home industry yang tidak hanya mendukung ekonomi lokal tetapi juga berkontribusi pada konservasi lingkungan. Kegiatan ini dilaksanakan di Desa Pangkalan Jambi, Kabupaten Bengkalis, pada tanggal 14 Juni 2024, dengan rangkaian pelatihan yang meliputi manajemen usaha, pemasaran digital, dan pengelolaan media sosial. Diharapkan setelah pelatihan ini, anggota kelompok mampu mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif sehingga produk mereka lebih dikenal luas dan pendapatan dari penjualan meningkat.

**Kata Kunci:** jaya bersama; pemasaran; produk; peningkatan.

**Abstract:** The Jaya Bersama group faces challenges in marketing their home industry products. This community service activity aims to improve the knowledge and skills of Jaya Bersama group members in the field of digital marketing. The main focus of this activity is to enhance the members ability to utilize digital marketing platforms, such as Instagram, to promote home industry products that not only support the local economy but also contribute to environmental conservation. This activity was held in Pangkalan Jambi Village, Bengkalis Regency, on June 14, 2024, with a series of training sessions covering business management, digital marketing, and social media management. It is expected that through this training, group members will be able to develop more effective marketing strategies, thereby increasing product recognition and boosting sales revenue.

**Keywords:** Jaya Bersama Group; marketing; product; improvement.



#### Article History:

Received : 10-10-2024  
Revised : 06-01-2025  
Accepted : 09-04-2025  
Online : 17-04-2025



This is an open access article under the  
CC-BY-SA license

### A. PENDAHULUAN

Sebagai salah satu daerah kepulauan di Provinsi Riau, Pulau Bengkalis memiliki luas wilayah 11.481,77 km<sup>2</sup>, yang terdiri dari dua kecamatan yaitu Kecamatan Bengkalis dan Kecamatan Bantan. Pulau Bengkalis hanya memiliki satu dari tiga ekosistem laut tropis yaitu mangrove. Terdapat berbagai jenis mangrove di Pulau Bengkalis, yaitu: *Avicenia Alba*, *Bruguiera parviflora*, *Excocaria agalloca*, *Lumnitzera litorea*, *Lumnitzera racemosa*,

Nipa frutican, Rhizophora apiculata, Rhizophora mucronata, Sonneratia alba, Thespia pulpurea, dan Xylocarpus granatum. Kekayaan keanekaragaman jenis mangrove yang dimiliki Pulau Bengkalis tersebut, tersebar di seluruh hutan mangrove yang masih tetap bertahan di kedua kecamatan tersebut hingga saat ini (Astuti & Widodo, 2018).

Desa Pangkalan Jambi secara administratif merupakan salah satu desa di Kecamatan Pangkalan Jambi yang berbatasan langsung dengan Kecamatan Siak Kecil, Kabupaten Bengkalis, Provinsi Riau. Secara umum, Desa Pangkalan Jambi didominasi oleh wilayah perairan, perkebunan dan pertanian. Wilayah perairan di Desa Pangkalan Jambi merupakan perbatasan langsung dengan Selat Bengkalis yang memiliki potensi hasil laut yang sangat besar. Lokasinya yang berbatasan langsung dengan Kecamatan Siak Kecil juga merupakan potensi perdagangan tersendiri dimana arus logistik dari dan ke pusat Kabupaten Bengkalis akan melalui wilayah ini, didukung keberadaan jalan lintas timur Sumatera yang sudah terhubung dengan baik membuat wilayah ini sangat potensial untuk berkembang (Mahmudah, 2023).

Kelompok tanaman mangrove harapan adalah sebuah inisiatif penting dalam upaya konservasi lingkungan, terutama dalam menjaga keberlangsungan ekosistem mangrove yang rentan terhadap degradasi lingkungan. Alpan, adalah ketua Kelompok Tanaman Mangrove Harapan Bersama. Kelompok Tanaman Mangrove Harapan Bersama berlokasi di Desa Pangkalan Jambi, Kecamatan Bukit Batu, Kabupaten Bengkalis. Kelompok ini memiliki beberapa produk tanaman mangrove, diantaranya: dodol pedada, dodol tembatu/nipah, sirup pedada, jeruju stik, stik api-api, dll. Kelompok ini beranggotakan 13 orang anggota.

Pada tahun 2019 program CSR Pertamina RU II Sungai Pakning tak hanya pada anggota nelayan di Pangkalan Jambi saja, saat itu mereka kembali membina ibu-ibu di Desa Pangkalan Jambi dengan membentuk sub kelompok Jaya Bersama yang terintegrasi dengan kelompok nelayan Harapan Bersama, untuk membuat olahan makanan dari hasil laut maupun mangrove, sehingga juga meningkatkan pendapatan bagi ibu-ibu yang ada di kelompok. Kelompok diberikan pelatihan-pelatihan dalam membuat produk makanan, pelatihan administrasi, hingga dibantu pendaftaran produk ke Dinas Kesehatan, dan Sertifikasi Halal LPOM MUI. Produk yang dihasilkan juga sangat bervariasi, mulai dari amplang lome, kripik jeruju, dodol kedabu, dodol tematu hingga sirup kedabu. Selain itu pemerintah Desa juga sangat membantu dalam perkembangan Ekowisata Mangrove Pangkalan Jambi. Peran desa juga sangat terasa dalam support baik materil maupun non materil (HSSE, 2020).

Mangrove tidak hanya berperan sebagai habitat bagi berbagai spesies hewan dan tumbuhan, tetapi juga memiliki nilai ekonomi yang signifikan bagi masyarakat sekitar dan diolah menjadi produk pangan (Sanjaya et al.,

2023) berupa olahan kuliner (Satoto & Sudaryanto, 2019; Titisari et al., 2023), seperti sirup, klepon, bolu, keripik (Efriyeldi et al., 2022); permen jelly (Hasanah et al., 2022). Namun, seringkali kelompok-kelompok ini menghadapi kendala dalam memasarkan produk-produk mereka, terutama produk-produk home industry yang dihasilkan dari hasil olahan mangrove. Produk olahan dipromosikan secara digital (Hendarsyah, 2020). Dalam era digital saat ini, pemasaran produk semakin terdigitalisasi (Satoto & Sudaryanto, 2019). Peluang untuk meningkatkan pemasaran produk home industry kelompok tanaman mangrove melalui pelatihan digital marketing menjadi semakin relevan. Dengan penguasaan keterampilan digital marketing (Mulyadi et al., 2023), dan pendampingan (Roosdhani et al., 2023) diharapkan kelompok-kelompok tersebut dapat meningkatkan visibilitas dan daya saing produk-produk mereka di pasar lokal maupun global. Namun, banyak anggota kelompok yang belum memahami potensi dan manfaat dari penggunaan strategi pemasaran digital. Adapun tujuan kegiatan ini adalah untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahaman anggota kelompok tanaman mangrove harapan tentang konsep dan praktik digital marketing, mengembangkan keterampilan anggota kelompok dalam menggunakan berbagai platform digital marketing seperti media sosial, seperti instagram untuk memasarkan produk-produk home industry, dan mendukung keberlangsungan ekonomi lokal dan konservasi lingkungan melalui peningkatan pendapatan yang diperoleh dari penjualan produk-produk home industry kelompok tanaman mangrove.

## **B. METODE PELAKSANAAN**

Kegiatan sosialisasi ini dilaksanakan di Desa Pangkalan Jambi, Kabupaten Bengkalis pada tanggal 14 Juni 2024. Lokasi kegiatan ini juga merupakan daerah Mangrove Education Center, tempat wisata alam yang menyuguhkan hutan mangrove di pesisir Selat Bengkalis. Kegiatan ini melibatkan seluruh anggota Kelompok Jaya Bersama. Metode pelaksanaan yang digunakan dalam kegiatan pengabdian ini adalah.

- 1) Metode Pelatihan Interaktif: mengadopsi pendekatan pelatihan interaktif. Menyajikan materi pelatihan dengan cara yang menarik dan interaktif, seperti diskusi kelompok. Memfasilitasi sesi tanya jawab dan diskusi untuk memastikan pemahaman yang mendalam tentang materi yang disampaikan.
- 2) Metode Demonstrasi dan Praktek: menyelenggarakan sesi demonstrasi langsung tentang praktik-praktik terbaik dalam manajemen usaha dan pemasaran digital.
- 3) Metode Evaluasi Berkelanjutan: melakukan evaluasi formatif secara berkala selama pelaksanaan pelatihan untuk memantau kemajuan peserta dan mengidentifikasi area-area perbaikan yang diperlukan. Menggunakan evaluasi sumatif di akhir pelatihan untuk mengevaluasi

keberhasilan program secara keseluruhan dan mengukur dampaknya terhadap peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta.

### **C. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Adapun hasil dari kegiatan pengabdian ini dibagi menjadi 3 yaitu: pelatihan manajemen usaha, pelatihan pemasaran digital, dan pelatihan pengelolaan sosial media.

#### **1) Pelatihan Manajemen Usaha**

Pelatihan manajemen usaha untuk home industry bertujuan untuk memberikan keterampilan praktis dalam mengelola bisnis dari rumah dengan efisien dan efektif. Pertama-tama, peserta akan diajarkan tentang perencanaan usaha yang solid, termasuk pembuatan rencana bisnis yang komprehensif yang mencakup analisis pasar, strategi pemasaran, dan proyeksi keuangan. Selanjutnya, membahas manajemen operasional, yang meliputi pengorganisasian dan pengelolaan proses produksi, manajemen inventaris, serta pengaturan rantai pasokan yang efisien untuk memastikan kelancaran operasional sehari-hari. Selain itu, penting untuk memahami manajemen keuangan, termasuk pembukuan yang tepat, pengelolaan arus kas, dan perencanaan pajak agar bisnis dapat berjalan dengan stabil dan menguntungkan, serta aspek manajerial dari sumber daya manusia, seperti cara merekrut, melatih, dan memotivasi karyawan, serta mengelola hubungan dengan mereka untuk menciptakan lingkungan kerja yang produktif. Terakhir, belajar tentang strategi pengembangan bisnis dan inovasi, termasuk cara mengevaluasi peluang pasar baru dan mengadaptasi produk atau layanan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang berubah. Dengan keterampilan ini, peserta akan siap untuk mengelola home industry mereka dengan lebih efektif dan berdaya saing tinggi.

#### **2) Pelatihan Pemasaran Digital**

Pada masa pandemi membuat banyak pelaku usaha konvensional beralih ke usaha berbasis digital. Pemasaran digital sangat membantu dalam mempermudah pelaku usaha untuk pelaku usaha. Ada beberapa kegiatan pengabdian yang sudah mensosialisasikan dan mengembangkan media digital, contohnya pemasaran dengan memanfaatkan media digital, khususnya media sosial (Patma et al., 2021).

Adapun materi yang disampaikan terkait dengan Pelatihan pemasaran digital untuk produk home industry dirancang untuk memberikan keterampilan praktis dan strategi yang efektif bagi pelaku usaha kecil dan rumahan. Pertama-tama, pelatihan dimulai dengan pengenalan pemasaran digital dan relevansinya untuk home industry, menjelaskan bagaimana strategi ini dapat meningkatkan visibilitas dan penjualan produk lokal. Peserta mempelajari cara mengidentifikasi

audiens target yang tepat serta menetapkan tujuan dan KPI (*Key Performance Indicators*) yang sesuai dengan kapasitas dan kebutuhan bisnis mereka.

Pemasaran media sosial menjadi fokus utama, dengan penekanan pada platform yang paling efektif untuk home industry seperti Instagram dan Facebook. Peserta akan diajarkan cara membuat konten yang menarik, mengelola akun media sosial, serta menganalisis hasil dari kampanye yang dijalankan.

Akhirnya, pelatihan ini juga akan membahas taktik dan tren terbaru dalam pemasaran digital yang relevan untuk home industry serta etika dan kepatuhan, termasuk peraturan privasi yang perlu diikuti. Dengan pelatihan ini, pelaku usaha home industry akan memperoleh keterampilan praktis dan strategi yang dapat langsung diterapkan untuk mengembangkan bisnis mereka secara efektif di dunia digital.

### **3) Pelatihan Pengelolaan Social Media**

Dalam pelatihan pengelolaan media sosial untuk home industry, penting untuk memahami bagaimana platform-platform ini dapat menjadi alat yang sangat efektif untuk meningkatkan visibilitas dan menarik pelanggan baru. Dalam konteks home industry, penting untuk memanfaatkan visual yang kuat dan storytelling untuk menunjukkan keunikan produk atau jasa. Selain itu, membahas teknik-teknik untuk berinteraksi dengan pengikut, termasuk cara menangani komentar dan pesan dengan cepat dan profesional, serta bagaimana membangun komunitas yang setia melalui promosi dan kontes, memahami apa yang berhasil, dan mengoptimalkan strategi berdasarkan hasil yang diperoleh. Dengan pemahaman yang mendalam tentang pengelolaan media sosial, sehingga dapat memanfaatkan platform ini untuk memperluas jangkauan bisnis home industry dan mencapai kesuksesan yang lebih besar.

## **D. SIMPULAN DAN SARAN**

Kesimpulan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah anggota kelompok sudah memiliki pemahaman yang lebih baik tentang konsep-konsep manajemen bisnis dasar, memahami strategi pemasaran digital, dan pembuatan media sosial dengan menggunakan Instagram dengan harapan tingkat pemasaran produk meningkat kedepannya.

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Ucapan terimakasih penulis sampaikan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Riau atas dukungan terhadap pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat ini melalui

pendanaan DIPA Universitas Riau skema Program Pengembangan Produk Lokal Tahun Anggaran 2024 dengan kontrak No. 15708/UN19.5.1.3/AL.04/2024. Terimakasih juga kepada Kelompok Mangrove Harapan Bersama dan Kelompok Jaya Bersama selaku mitra Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat.

## DAFTAR RUJUKAN

- Astuti, D., & Widodo, T. (2018). Identifikasi Potensi Serta Minat Konsumen Akan Ekowisata Mangrove Di Pulau Bengkalis. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 6(2), 135. <https://doi.org/10.35314/inovbiz.v6i2.860>
- Efriyeldi, E., Nurrachmi, I., Galib, M., Rafsyanjani, R., Khairunnisa, K., Savita, D., Ani, A., Sufaidah, S. N., Zaki, R., Alghani, M. R., Prayitno, B. E., & Sari, L. (2022). Peningkatan Pengetahuan dan Keterampilan Kelompok Konservasi Laskar Mandiri dalam Pengolahan Buah dan Daun Mangrove Menjadi Beraneka Makanan di Desa Kayu Ara Permai Kecamatan Sungai Apit. *Journal of Rural and Urban Community Empowerment*, 3(2), 61–69. <https://doi.org/10.31258/jruce.3.2.61-69>
- Hasanah, U., Fariad, A. I., & Sembiring, R. (2022). Pemberdayaan Masyarakat Pengolahan Mangrove Menjadi Permen Jelly Dan Sirup Mangrove Berbasis Nilai Jual Sebagai Upaya Peningkatan Pendapatan Masyarakat Desa Kota Pari, Kecamatan Pantai Cermin. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 890–894. <https://doi.org/10.31004/cdj.v3i2.5063>
- Hendarsyah, D. (2020). Pemasaran Digital Dalam Kewirausahaan. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 9(1), 25–43. <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v9i1.209>
- HSSE, E. T. P. R. I. S. P. (2020). *Permata Hijau Pesisir Gambut*. Arjuna Wijaya Karya.
- Mahmudah, I. (2023). Jurdar: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Jurdar: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat. *SWARNA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(8), 873–879.
- Mulyadi, T., Wahab, A., Lubis, R., & ... (2023). Pemberdayaan Umkm Lokal Melalui Pelatihan Digital Marketing Dan E-Commerce. ... *Journal: Jurnal ...*, 4(6), 11624–11628. <http://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/cdj/article/view/22601%0A>  
<http://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/cdj/article/download/22601/15829>
- Patma, T. S., Wardana, L. W., Wibowo, A., Narmaditya, B. S., & Akbarina, F. (2021). The impact of social media marketing for Indonesian SMEs sustainability: Lesson from Covid-19 pandemic. *Cogent Business and Management*, 8(1), 1–16. <https://doi.org/10.1080/23311975.2021.1953679>
- Roosdhani, M. R., Ali, A., & Sholahuddin, M. (2023). Pemberdayaan Dan Pendampingan E-Commerce Umkm Desa Kriyan Kecamatan Kalinyamatan Kabupaten Jepara. *Jurnal AbdiMas Nusa Mandiri*, 5(2), 91–96. <https://doi.org/10.33480/abdimas.v5i2.4649>
- Sanjaya, Y. A., Pratiwi, Y. S., Merdekawati, S., & Tantri, H. K. (2023). Pengembangan Potensi Mangrove sebagai Produk Pangan Intermediate di Kelurahan Wonorejo, Surabaya. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 64–69. <https://doi.org/10.59562/abdimas.v1i2.728>
- Satoto, H. F., & Sudaryanto, A. (2019). Pengolahan Buah Pedada Menjadi Sirup “Bogem” Di Kawasan Wisata Hutan Mangrove Surabaya. *Jurnal Penamas Adi Buana*, 3(2), 1–8. <https://doi.org/10.36456/penamas.vol3.no2.a2215>

Titisari, P. W., Elfis, E., Arradinna, S. F., Maulana, M. A., Nurdilla, H., & Selaras, P. (2023). Diversifikasi Produk Kuliner Berbasis Mangrove Pada Kelompok Usaha Berembang Asri, Riau. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 8(1), 87–94. <https://doi.org/10.30653/jppm.v8i1.212>

## DOKUMENTASI KEGIATAN



**Gambar 1.** Foto Bersama Kelompok Jaya Bersama dan tim pelaksana.



**Gambar 2.** Proses kegiatan pengabdian.



**Gambar 3.** Sirup Sidabu salah satu produk mangrove.