



PENINGKATAN PRODUKSI MINYAK TANDUSAN DI BALI MELALUI IMPLEMENTASI TEKNOLOGI BERBASIS SISTEM DIGITAL

Adie Wahyudi Oktavia Gama^{1*}, Ni Made Widnyani², Ni Putu Widayanti²

¹Universitas Pendidikan Nasional, Jl. Bedugul No.39, Sidakarya, Denpasar Selatan, Denpasar, Bali 80224, Indonesia

²Univesitas Bali Internasional, Gg. Jeruk No.9A, Tonja, Denpasar Timur, Denpasar, Bali 80234, Indonesia

*adiewahyudi@undiknas.ac.id

ABSTRAK

Minyak tandusan, produk unggulan berbasis kearifan lokal dari Desa Baluk, Kecamatan Negara, Kabupaten Jembrana, telah menjadi bagian tak terpisahkan dari tradisi masyarakat setempat. Minyak ini terbuat dari kelapa lokal dengan aroma khas dan berbagai manfaat kesehatan, seperti perawatan kulit dan rambut. Namun, produksi minyak tandusan masih mengandalkan metode tradisional yang kurang efisien, sehingga membatasi potensi pasar yang lebih luas. Selain itu, penerapan teknologi dalam proses produksi dan pemasaran masih sangat terbatas. Program pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk mengatasi tantangan tersebut melalui penerapan inovasi teknologi pada proses produksi dan pemasaran minyak tandusan. Metode kegiatan meliputi pelatihan pemasaran digital, seperti pemanfaatan media sosial, pembuatan website, dan penggunaan platform e-commerce untuk memperluas jangkauan pasar. Peserta kegiatan sebanyak 20 orang dengan memberdayakan Orang dengan HIV (ODHIV) yang bekerja dalam produksi minyak tandusan. Program ini juga melalui pelatihan keterampilan baru, memberikan peluang ekonomi yang lebih baik, dan mendorong integrasi sosial mereka. Kegiatan ini dimulai dengan tahap persiapan, meliputi survei kebutuhan masyarakat, koordinasi dengan kelompok usaha, dan penyusunan modul pelatihan. Pelaksanaan program terdiri dari penyuluhan, pelatihan teknis, dan pendampingan langsung dalam penerapan teknologi produksi dan pemasaran. Evaluasi dilakukan dengan cara menilai peningkatan produktivitas, kemampuan pemasaran digital peserta, serta perluasan jangkauan pasar minyak tandusan. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan efisiensi produksi, profesionalisme industri, serta daya saing produk di pasar yang lebih luas. Dengan penerapan teknologi berbasis ekonomi digital, diharapkan usaha minyak tandusan dapat berkembang secara berkelanjutan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat Desa Baluk.

Kata kunci: ekonomi digital; kearifan lokal; minyak tandusan; pengolahan minyak; pemberdayaan ODHIV

INCREASING TANDUSAN OIL PRODUCTION IN BALI THROUGH THE IMPLEMENTATION OF DIGITAL SYSTEM BASED TECHNOLOGY

ABSTRACT

Tandusan oil, a superior product based on local wisdom from Baluk Village, Negara District, Jembrana Regency, has become an inseparable part of the local community's traditions. This oil is made from local coconuts with a distinctive aroma and various health benefits, such as skin and hair care. However, barren oil production still relies on traditional methods that are less efficient, thereby limiting wider market potential. Apart from that, the application of technology in the production and marketing processes is still very limited. This community service program aims to overcome these challenges through the application of technological innovation to the production and marketing process of Tandusan oil. Activity methods include digital marketing training, such as using social media, creating websites, and using e-commerce platforms to expand market reach. There were 20 participants in the activity by empowering people living with HIV

(PLHIV) who work in barren oil production. This program also provides new skills training, provides better economic opportunities, and encourages their social integration. This activity begins with the preparation stage, including surveying community needs, coordinating with business groups, and preparing training modules. Program implementation consists of counseling, technical training, and direct assistance in the application of production and marketing technology. The evaluation was carried out by assessing the increase in productivity, digital marketing capabilities of participants, as well as the expansion of market reach for barren oil. The results of the activities show increased production efficiency, industrial professionalism, and product competitiveness in the wider market. By implementing digital economy-based technology, it is hoped that the barren oil business can develop sustainably and improve the welfare of the people of Baluk Village.

Keywords: barren oil; digital economy; empowerment of PLHIV; local wisdom; oil processing

PENDAHULUAN

Implementasi teknologi berbasis sistem digital merupakan solusi potensial untuk mengatasi berbagai kendala dalam proses produksi. Teknologi ini mencakup penggunaan perangkat IoT (Internet of Things) untuk memantau suhu dan waktu produksi secara real-time, penerapan otomatisasi pada tahapan tertentu dalam proses produksi, serta analisis data yang bertujuan untuk meningkatkan efisiensi operasional secara keseluruhan. Digitalisasi juga memberikan peluang untuk memperluas pasar minyak tandusan melalui pemasaran online dan pengelolaan rantai pasok yang lebih terstruktur (Judijanto et al., 2023). Penerapan teknologi ini diharapkan dapat meningkatkan efisiensi produksi, menjaga kualitas minyak tandusan, dan memperluas jangkauan distribusi produk ke pasar lokal dan global. Selain itu, inovasi berbasis teknologi juga memberikan peluang pemberdayaan masyarakat lokal melalui pelatihan dan transfer pengetahuan, sehingga menciptakan ekosistem produksi yang berkelanjutan dan berdaya saing tinggi (Iwan & Arta, n.d.).

Pulau Bali merupakan salah satu provinsi di Indonesia, dikenal dengan keindahan alamnya serta kekayaan budaya yang menjadi daya tarik utama bagi wisatawan domestik dan mancanegara. Namun, di balik kemegahan pariwisata tersebut, sektor pertanian di Bali memiliki peranan penting dalam mendukung perekonomian lokal, salah satunya adalah industri minyak tandusan. Minyak tandusan, yang diperoleh dari hasil olahan kelapa, merupakan produk yang memiliki potensi pasar yang cukup besar, baik untuk konsumsi pribadi maupun untuk kebutuhan industri (Tariningsih et al., 2021).

Minyak tandusan adalah salah satu produk unggulan yang mengangkat kearifan lokal dan diproduksi oleh industri rumahan di Desa Baluk, Kecamatan Negara, Kabupaten Jembrana. Produk ini merupakan bagian dari warisan budaya masyarakat setempat yang telah ada sejak lama dan diwariskan secara turun-temurun. Industri kecil ini memanfaatkan kelapa yang banyak tersedia di sekitar desa sebagai bahan baku utama. Kelapa dari perkebunan lokal diolah menjadi minyak kelapa organik dengan aroma khas, yang membedakannya dengan minyak kelapa biasa (Lasmini et al., 2022). Minyak tandusan merupakan minyak goreng yang berkualitas tinggi, minyak tandusan juga dikenal memiliki sejumlah manfaat kesehatan, seperti untuk merawat kulit dan mengatasi berbagai permasalahan kulit. Minyak ini juga sering digunakan dalam perawatan kecantikan, seperti melembapkan kulit dan rambut (Rahman et al., 2024). Kealamiannya menjadikannya pilihan yang populer untuk produk serbaguna yang mendukung gaya hidup sehat dan alami. Namun, meski memiliki potensi ekonomi yang signifikan dan nilai jual yang tinggi,

proses pengolahan minyak tandusan di Desa Baluk masih dilakukan secara tradisional (Solihin et al., 2021). Metode produksi yang manual, mulai dari pamarutan kelapa, pemerasan santan, hingga pemisahan minyak dari residu seringkali membutuhkan waktu dan tenaga yang banyak. Selain itu, kurangnya teknologi yang memadai dalam produksi serta keterbatasan pengetahuan mengenai standar kualitas minyak menjadi tantangan besar yang dihadapi oleh para pelaku usaha (Sumadi et al., 2019).

Kelompok usaha ini digagas oleh I Made Suarnayasa melalui komunitas Jalak Bali, sebuah organisasi yang juga fokus pada pemberdayaan orang dengan HIV (ODHIV). Saat ini, komunitas tersebut melibatkan delapan ODHIV sebagai pekerja dengan tujuan untuk meningkatkan keterampilan mereka sekaligus mendukung peningkatan ekonomi mereka. Namun, pengolahan minyak tandusan masih mengandalkan metode coba-coba untuk memastikan kualitas produk. Kurangnya pengetahuan tentang parameter kualitas minyak seperti kadar air, asam lemak bebas, dan bilangan oksidasi menjadi masalah utama yang memengaruhi konsistensi dan kualitas minyak yang dihasilkan.

Pemasaran produk minyak tandusan masih sangat bergantung pada metode konvensional, yaitu melalui komunikasi dari mulut ke mulut. Minimnya pemanfaatan teknologi digital dalam proses pemasaran menjadi kendala utama yang membatasi jangkauan pasar produk ini. Akibatnya, pemasaran hanya menjangkau konsumen lokal, sehingga potensi pasar yang lebih luas tidak dapat dimanfaatkan secara maksimal. Kondisi ini diperburuk oleh belum optimalnya desain pengemasan produk, yang membuat daya tarik minyak tandusan di mata konsumen kurang kompetitif (Sunada, 2021).

Keterbatasan dalam penerapan teknologi, baik dalam menghasilkan produk maupun strategi pemasaran, menjadi hambatan serius bagi perkembangan industri ini. Pemanfaatan teknologi modern, seperti aplikasi pengelolaan keuangan digital dan platform pemasaran online, sangat diperlukan untuk membantu mitra meningkatkan efisiensi manajemen usaha dan memperluas pangsa pasar. Dengan adopsi teknologi yang tepat, industri minyak tandusan berpotensi berkembang menjadi lebih profesional dan mampu bersaing di pasar yang lebih luas (Wijaya et al., 2021).

Berdasarkan berbagai tantangan yang dihadapi, program pengabdian masyarakat ini dirancang untuk mendukung kelompok usaha minyak tandusan di Desa Baluk dalam mengatasi hambatan yang ada melalui serangkaian langkah strategis. Upaya yang dilakukan mencakup peningkatan mutu produk melalui pelatihan pengujian standar kualitas minyak tandusan, pelatihan pengelolaan keuangan untuk membantu mitra dalam mencatat dan mengelola arus kas dengan lebih sistematis, serta pelatihan pemasaran berbasis digital yang bertujuan memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing produk.

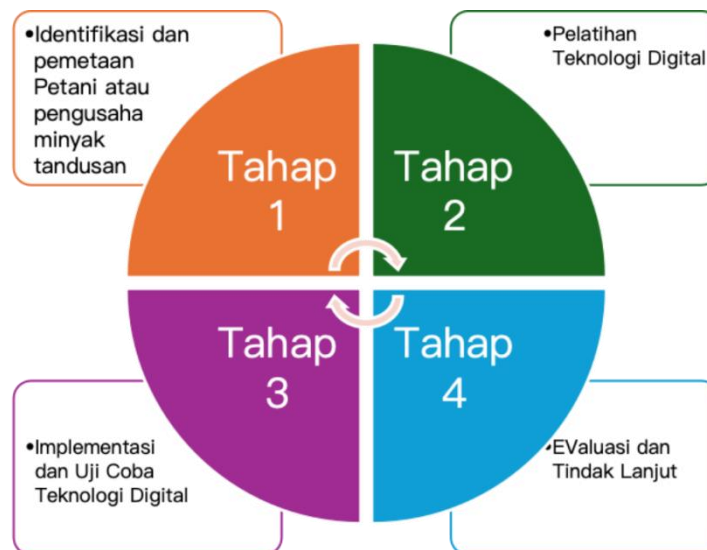
Peningkatan produksi minyak tandusan di Bali melalui implementasi teknologi berbasis sistem digital tidak hanya akan mendongkrak produktivitas dan kualitas produk, tetapi juga dapat memberikan dampak positif bagi perekonomian lokal, menciptakan lapangan pekerjaan baru, dan meningkatkan daya saing produk Bali di pasar global. Legalitas pelaksanaan pemasaran maupun produksi dengan digital juga sudah diatur dan ditetapkan (Anggraeni, 2022). Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana teknologi digital dapat diterapkan dalam industri minyak tandusan di Bali untuk meningkatkan produksinya. Selain itu, program ini

berfokus pada penerapan ekonomi digital, yang diharapkan dapat mendorong transformasi industri rumah tangga minyak tandusan menjadi lebih modern dan efisien (ILO-PCdP, 2009).

Dengan penerapan langkah-langkah ini, diharapkan kelompok usaha minyak tandusan mampu meningkatkan kualitas dan kuantitas produksinya, memperluas akses ke pasar yang lebih luas, serta menciptakan peluang ekonomi yang lebih baik. Secara khusus, program ini juga memberikan dampak positif bagi keberlangsungan hidup para ODHIV (Orang dengan HIV) yang tergabung dalam kelompok usaha tersebut, dengan memberikan pelatihan keterampilan dan memberdayakan mereka dalam kegiatan ekonomi yang produktif. Upaya ini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan produktivitas usaha tetapi juga memperkuat kesejahteraan masyarakat Desa Baluk secara keseluruhan.

METODE

Kegiatan Pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan pada usaha Industri Rumah Tangga Minyak Tandusan dimana peserta kegiatan sebanyak 20 orang dengan memberdayakan Orang dengan HIV (ODHIV) yang bekerja dalam produksi minyak tandusan yang berlokasi di Desa Baluk Kabupaten Jembrana. Peserta mengikuti beberapa tahapan pelaksanaan dimana usaha ini dilakukan untuk meningkatkan produksi minyak tandusan di Bali melalui pemanfaatan teknologi berbasis sistem digital. Dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diharapkan terjadinya peningkatan produksi minyak tandusan di Bali melalui pemanfaatan teknologi berbasis sistem digital. Tahapan kegiatan dilakukan terlihat pada gambar 2:



Gambar 1. Tahapan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

Tabel 1.
Tahapan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

No	Tahap Kegiatan	Pelaksanaan Kegiatan
1	Tahap Pertama	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Identifikasi dan Pemetaan Petani atau Pengusaha Minyak Tandusan. ➤ Pada tahap ini, dilakukan sosialisasi mengenai pentingnya penggunaan teknologi digital untuk meningkatkan efisiensi produksi dan kualitas produk. ➤ Pemetaan petani atau pengusaha yang membutuhkan pendampingan dilakukan untuk memastikan target penerima manfaat yang tepat.
2	Tahap Kedua	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Pelatihan Penggunaan Teknologi Digital <p>Pelatihan ini meliputi penggunaan aplikasi untuk mengelola pemasaran online menggunakan platform digital.</p>
3	Tahap Ketiga	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Implementasi dan Uji Coba Teknologi Digital <p>Pada tahap ini, teknologi digital yang telah dipelajari akan diterapkan pada beberapa unit usaha minyak tandusan.</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Pendampingan langsung akan dilakukan untuk memastikan penggunaan teknologi berjalan dengan baik dan mengatasi kendala yang muncul
4	Tahap Keempat	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Evaluasi dan Tindak Lanjut <p>Setelah teknologi diterapkan, dilakukan evaluasi untuk mengetahui dampaknya terhadap produktivitas dan pendapatan petani atau pengusaha.</p>

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di Desa Baluk, Kabupaten Jembrana, bertujuan untuk meningkatkan kapasitas pelaku industri rumah tangga minyak tandusan, terutama dalam aspek pembuatan konten digital dan media sosial untuk branding produk dan pemasaran melalui media sosial. Kegiatan ini diikuti oleh 20 peserta yang terdiri dari anggota masyarakat yang terlibat dalam produksi minyak tandusan. Adapun kegiatan yang dilakukan adalah:

1. Pre-Test dan Pemahaman Awal Peserta: pada awal kegiatan, peserta mengikuti pre-test untuk mengukur tingkat pemahaman mereka terhadap topik utama yang akan dibahas yaitu pemasaran minyak tandusan melalui media sosial dimana dijelaskan media sosial yang digunakan adalah Facebook, Marketplace, Shopee dan Instagram. Hasil pre-test menunjukkan bahwa rata-rata tingkat pemahaman peserta berada pada angka 45%, yang mencerminkan bahwa banyak peserta belum familiar dengan konsep branding produk maupun pemasaran digital, khususnya dalam konteks produk lokal seperti minyak tandusan.
2. Pelatihan Penggunaan Media Sosial : setelah pre-test, pelatihan dilanjutkan dimana peserta dilatih untuk memahami pentingnya membuat konten dalam branding produk. Mereka diperkenalkan dengan prinsip dasar desain grafis dan diajarkan menggunakan aplikasi desain grafis sederhana seperti Canva untuk membuat konten dan design yang sesuai dengan identitas produk minyak tandusan.
3. Sesi Pemasaran melalui Media Sosial : pada sesi kedua, peserta diberi pelatihan tentang cara membuat dan mengelola akun media sosial untuk memasarkan produk minyak tandusan. Mereka diajarkan cara membuat konten visual yang menarik, menggunakan platform media sosial seperti Instagram, Facebook, Marketplace, Shopee dan WhatsApp Business. Selain itu, peserta juga diberi pengetahuan mengenai strategi pemasaran berbasis konten untuk membangun audiens dan meningkatkan interaksi dengan pelanggan.
4. Post-Test dan Peningkatan Pemahaman: setelah pelatihan selesai, peserta mengikuti post-test untuk mengukur peningkatan pemahaman mereka tentang kedua topik tersebut. Hasil post-test menunjukkan peningkatan yang signifikan dibandingkan dengan pre-test. Rata-rata nilai post-test peserta meningkat menjadi 85%, yang menunjukkan bahwa peserta berhasil

menyerap materi pelatihan dengan baik. Hal ini terlihat dari Tabel 1 hasil pertanyaan tabel Pre Test dan Post Test yang diberikan kepada masing - masing peserta kegiatan.

Tabel 2.
Hasil pertanyaan tabel Pre Test dan Post Tes

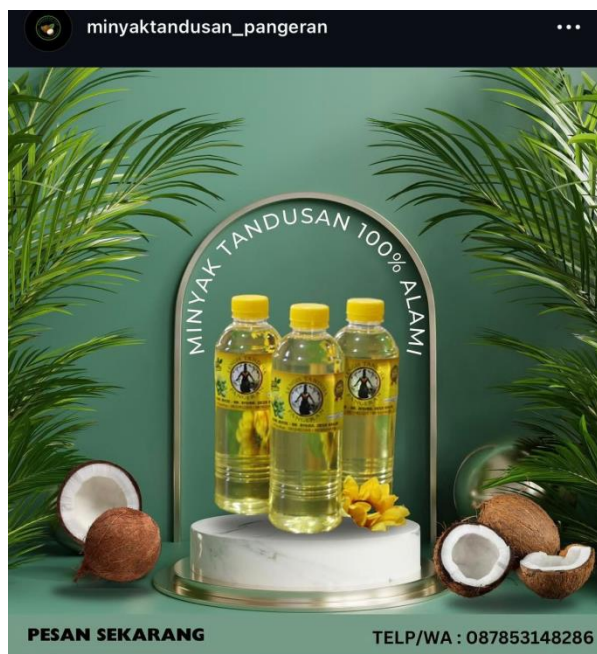
No	Pertanyaan		Pre-Test		Post-Test
1	Apakah Anda mengetahui tentang teknologi digital dalam produksi minyak tandusan?	➤	Peserta tidak mengetahui apa-apa tentang penggunaan teknologi digital dalam produksi minyak tandusan.	➤	Peserta sekarang lebih tahu dan memiliki pemahaman yang lebih baik tentang berbagai teknologi digital yang digunakan dalam produksi minyak tandusan, serta bagaimana cara mengimplementasikannya.
2	Apakah Anda sudah menggunakan teknologi digital dalam usaha Anda?	➤	Peserta sudah pernah mencoba menggunakan teknologi digital, tetapi penggunaannya masih terbatas dan jarang dilakukan.	➤	Peserta sekarang sepenuhnya mengandalkan teknologi digital dalam setiap aspek usaha mereka, dan siap untuk terus mengembangkan penggunaan teknologi lebih lanjut.
3	Seberapa besar dampak penggunaan teknologi digital terhadap kualitas produk Anda?	➤	Peserta merasa bahwa penggunaan teknologi digital tidak memberikan dampak apa pun terhadap kualitas produk minyak tandusan yang dihasilkan.	➤	Peserta merasa bahwa teknologi digital memberikan dampak yang sangat besar terhadap kualitas produk, seperti peningkatan kualitas yang signifikan, daya saing produk, dan optimasi dalam setiap aspek produksi.
4	Bagaimana teknologi digital dapat meningkatkan hasil produksi minyak tandusan?	➤	Peserta merasa bahwa teknologi digital tidak dapat berkontribusi dalam meningkatkan hasil produksi minyak tandusan.	➤	Peserta sangat yakin bahwa teknologi digital bisa meningkatkan hasil produksi secara signifikan, dan mereka siap mengadopsi berbagai teknologi baru untuk memaksimalkan hasil produksi minyak tandusan.
5	Apakah Anda merasa siap untuk mengimplementasikan teknologi digital dalam usaha Anda?	➤	Peserta merasa tidak siap untuk mengimplementasikan teknologi digital dalam usaha mereka karena kurangnya pengetahuan atau sumber daya.	➤	Peserta merasa sangat siap dan yakin bahwa mereka dapat mengimplementasikan teknologi digital dengan sukses dalam usaha mereka, bahkan mampu melakukan inovasi lebih lanjut.
6	Apakah hambatan yang Anda hadapi dalam mengadopsi teknologi digital?	➤	Peserta merasa bahwa biaya untuk memperoleh atau mengimplementasikan teknologi digital menjadi kendala utama dalam usaha mereka.	➤	Peserta merasa tidak ada kendala setelah pelatihan dan sudah siap untuk mengadopsi teknologi digital.
7	Setelah mengikuti pelatihan, apakah Anda merasa lebih percaya diri untuk menggunakan teknologi digital?	➤	Peserta merasa sangat ragu atau tidak yakin untuk menggunakan teknologi digital dalam usaha mereka.	➤	Peserta merasa sangat yakin dan tidak memiliki keraguan sama sekali untuk mengadopsi teknologi digital, bahkan merasa mampu mengajarkan orang lain.

Dari tabel tersebut, dapat dilihat bahwa seluruh peserta mengalami peningkatan yang signifikan. Peningkatan yang signifikan ini memberikan gambaran bahwa pelatihan yang diberikan berhasil memenuhi tujuannya untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan para pelaku industri rumah tangga minyak tandusan. Dengan keterampilan baru yang mereka peroleh, diharapkan para peserta dapat lebih percaya diri dalam mengelola branding dan pemasaran produk mereka, yang pada gilirannya dapat meningkatkan daya saing produk minyak tandusan di pasar lokal maupun potensial di luar Bali.

Hasil yang diperoleh dari kegiatan pengabdian ini menunjukkan bahwa pelatihan yang diberikan berhasil memenuhi tujuannya, yaitu untuk meningkatkan kapasitas dan keterampilan pelaku industri rumah tangga minyak tandusan dalam hal branding produk dan pemasaran melalui media sosial. Dalam kegiatan ini terlihat dari tabel 2 hasil yang ditunjukkan dari pelatihan yang diberikan kepada peserta.

Tabel 3.
Hasil Kegiatan Pelatihan Digital

No	Aspek yang Dibahas	Deskripsi	Dampak Pelatihan
1	Peningkatan Pemahaman Peserta	Peserta awalnya memiliki pemahaman terbatas tentang branding dan pemasaran digital (nilai rata-rata 45%).	Nilai post-test meningkat 40% (rata-rata 85%), menunjukkan pemahaman yang jauh lebih baik setelah pelatihan.
2	Pemasaran melalui Media Sosial	Pelatihan penggunaan media sosial (Instagram, Facebook, WhatsApp) untuk memasarkan produk.	Peserta kini mampu mengelola akun media sosial, membuat konten menarik, dan meningkatkan interaksi dengan audiens.
3	Biaya Pemasaran yang Efisien	Memanfaatkan media sosial sebagai saluran pemasaran dengan biaya rendah.	Pemasaran lebih efisien, memungkinkan peserta menjangkau audiens lebih luas dengan biaya yang lebih terjangkau.
4	Dampak Positif bagi Keberlanjutan Usaha	Keterampilan yang diperoleh meningkatkan kepercayaan diri peserta dalam mengelola usaha.	Peserta lebih siap menghadapi tantangan pasar dan dapat mengembangkan usaha dengan keterampilan yang baru.
5	Relevansi dengan Pengembangan Ekonomi Lokal	Pelatihan mendukung pemasaran produk lokal (minyak tandusan) secara digital.	Memperluas pasar produk lokal, meningkatkan pendapatan pelaku usaha, dan memberi dampak positif pada ekonomi desa.



Gambar 2. Foto Hasil Produk Minyak Tandusan

Pelatihan ini berhasil meningkatkan pemahaman peserta tentang branding dan pemasaran digital, yang sebelumnya memiliki pengetahuan terbatas. Sebelum pelatihan, nilai rata-rata peserta hanya 45%, namun setelah mengikuti pelatihan, nilai mereka meningkat signifikan menjadi 85%. Selain itu, pelatihan ini juga mengajarkan cara memanfaatkan media sosial untuk pemasaran produk, dengan peserta belajar membuat konten yang menarik dan meningkatkan interaksi dengan audiens di platform seperti Instagram, Facebook, Marketplace, dan Shopee. Penggunaan media sosial ini memungkinkan peserta untuk memasarkan produk mereka secara efisien dengan biaya yang jauh lebih rendah dibandingkan dengan metode pemasaran tradisional.

Produk usaha yang dibuat masyarakat dengan memanfaatkan alam sebagai sumber bahan produksi merupakan salah satu produk yang menjadi incara para konsumen, terutama konsumen yang sangat fanatic mengenai komposisi produk yang akan mereka beli. Konsumen saat ini sudah sangat terbuka mengenai keuntungan atau kelebihan komposisi barang yang akan dibeli termasuk dampaknya (Adviola et al., 2023). Perkembangan zaman yang semakin maju secara tidak langsung mengubah lanskap marketing yang diakibatkan oleh kondisi perusahaan-perusahaan yang tidak lagi mengendalikan faktor produksi, keinginan konsumen yang semakin kompleks dan tingkat persaingan yang terus meningkat. Pasar yang mulai mencapai titik jenuh menyebabkan berbagai permasalahan khususnya persaingan dalam merebut pangsapasar (Fadhilah et al., 2021).

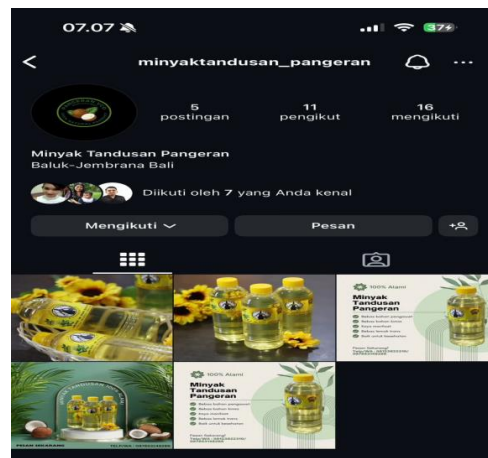
Salah satu keuntungan besar dari pemasaran digital adalah biaya yang lebih rendah, yang sangat bermanfaat bagi usaha kecil dengan anggaran terbatas. Selain memberikan keterampilan praktis dalam branding dan pemasaran digital, pelatihan ini juga meningkatkan kepercayaan diri peserta dalam mengelola usaha mereka secara profesional. Dengan keterampilan yang diperoleh, peserta dapat beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan pasar, yang penting untuk keberlanjutan usaha mereka (Goenadi et al., 2005). Di sisi lain, pelatihan ini juga memberikan dampak positif bagi ekonomi lokal, terutama bagi pelaku usaha yang memasarkan produk lokal seperti minyak tandusan. Melalui pemasaran digital, produk mereka dapat dijangkau oleh pasar yang lebih luas, baik lokal maupun internasional, yang pada gilirannya berkontribusi pada peningkatan pendapatan dan pengembangan ekonomi di desa atau daerah mereka. Secara keseluruhan, pelatihan ini memberikan manfaat signifikan bagi peserta dan juga bagi perekonomian lokal, dengan mendorong perkembangan usaha yang lebih modern dan efisien (Suprastayasa et al., 2022).

Seiring berkembangnya teknologi, implementasi ekonomi digital dapat menjadi solusi untuk memperluas pangsa pasar dan meningkatkan produktivitas usaha. Digitalisasi melalui penggunaan platform seperti website, media sosial, dan e-commerce memungkinkan produk lokal seperti minyak tandusan dapat menjangkau pasar yang lebih luas. Ekonomi digital juga memberikan peluang bagi industri rumah tangga untuk bertransformasi dari metode tradisional menjadi lebih modern dan efisien, sekaligus meningkatkan daya saing produk (Dewi et al., 2017). Perkembangan bisnis digital juga tidak lepas dari persoalan pemasaran (marketing) yang digunakan untuk mengembangkan atau memperluas wilayah pasar, persoalan pemasaran lebih ditekankan pada Bagaimana menyajikan informasi yang produktif untuk mendapatkan pangsa pasar yang lebih luas, penyajian informasi terkait dengan seberapa besar dampak atau pengaruh kepada pasar, sehingga mampu meningkatkan minat dan daya beli pasar terhadap produk yang ditawarkan (Naimah et al., 2020).

Digitalisasi menuntut suatu bisnis usaha untuk dapat membuat strategi yang baru dan memaksa segala aktivitas bisnis usaha baik dari level operasional hingga manajemen untuk

dapat menggunakan digital. Keadaan ini menghasilkan peningkatan kesadaran perusahaan dalam menjaga reputasi bisnis mereka. Peningkatan kesadaran ini menimbulkan konsep strategi keberlanjutan atau sustainability strategy pada banyak lini usaha termasuk pelaku usaha mikro kecil menengah (UMKM). Sehingga sangat dibutuhkan peran serta berbagai pihak jika menginginkan seluruh UMKN dapat melaksanakan startegi ini (Avriyanti, 2021).

Sebagian besar UMKM telah bertransformasi menuju ekosistem digital bahkan dapat menggabungkan pemasaran daring dan luring. Transformasi digital ini tidak selalu berjalan mulus, karena tidak semua UMKM siap berbisnis secara digital. Dalam "Digital Readiness Index" yang disusun oleh KIC, diketahui bahwa digitalisasi UMKM sangat dipengaruhi oleh optimisme dan kemampuan menggunakan Internet oleh pelaku UMKM itu sendiri (Marfuin & Robin, 2021). Selain itu, tingkat kenyamanan dan keamanannya juga tidak terlalu tinggi. Semakin besar omzet yangdihasilkan maka para pelaku UMKM akan semakin siap untuk melakukan transformasi digital. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan semakin besar omset yang dihasilkan maka semakin tinggi nilai indeksnya.UMKM tidak menutup kemungkinan untuk tidak melakukan tugasnya dengan baik dalam transformasi digital (Aditya & Rusdianto, 2023).



Gambar 4 Media Sosial Instagram Minyak Tandusan



Gambar 5. Narasumber dan peserta PKM

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat bertajuk "Peningkatan Produksi Minyak Tandusan di Bali melalui Implementasi Teknologi Berbasis Sistem Digital" berhasil memberikan dampak positif bagi pelaku usaha rumah tangga di Desa Baluk, Kabupaten Jembrana. Pelatihan yang difokuskan pada pemasaran melalui media sosial menunjukkan peningkatan pemahaman yang signifikan, dengan rata-rata nilai pre-test sebesar 45% meningkat menjadi 85% pada post-test. Peningkatan ini mencerminkan efektivitas pelatihan dalam memberikan keterampilan baru kepada peserta. Selain itu, seluruh peserta berhasil menghasilkan desain logo untuk branding produk mereka dan mulai aktif memasarkan produk minyak tandusan melalui platform digital seperti Instagram dan WhatsApp Business. Implementasi teknologi berbasis digital ini diharapkan dapat membantu meningkatkan daya saing produk lokal, memperluas jangkauan pasar, dan mendukung keberlanjutan usaha kecil di desa. Secara keseluruhan, kegiatan ini tidak hanya meningkatkan kompetensi individu, tetapi juga memberikan kontribusi nyata dalam mengembangkan potensi ekonomi lokal melalui branding dan pemasaran berbasis teknologi.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, R., & Rusdianto, R. Y. (2023). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM. *Jurnal Pelayanan Dan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 2(2), 96–102.
- Adviola, T. F., Priyambudi, N. A., Khotimah, A. A. H., Erlushandy, D. P., & Budiwitjaksono, G. S. (2023). Sosialisasi Digital Marketing dan Manajemen Keuangan Pada Pelaku UMKM di Kelurahan Sukorejo Kota Blitar. *Jurnal Pelayanan Dan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 2(2), 111–120.
- Anggraeni, R. (2022). Pentingnya legalitas usaha bagi usaha mikro kecil dan menengah. *Eksaminasi: Jurnal Hukum*, 1(2), 77–83.
- Avriyanti, S. (2021). Strategi bertahan bisnis di tengah pandemi covid-19 dengan memanfaatkan bisnis digital (studi pada ukm yang terdaftar pada dinas koperasi, usaha kecil dan menengah kabupaten Tabalong). *PubBis: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Administrasi Publik Dan Administrasi Bisnis*, 5(1), 60–74.
- Dewi, N., Budiasa, I. W., & Ustriyana, I. N. G. (2017). Nilai Ekonomi Total Perkebunan Kelapa di Desa Selumbung, Kecamatan Manggis, Kabupaten Karangasem. *Jurnal Manajemen Agribisnis*, 5(2), 27–33.
- Fadhilah, J., Layyinna, C. A. A., Khatami, R., & Fitroh, F. (2021). Pemanfaatan Teknologi Digital Wallet Sebagai Solusi Alternatif Pembayaran Modern: Literature Review. *Journal of Computer Science and Engineering (JCSE)*, 2(2), 89–97.
- Goenadi, D. H., Dradjat, B., Erningpraja, L., & Hutabarat, B. (2005). Prospek dan arah pengembangan agribisnis kelapa sawit di Indonesia. *Badan Penelitian Dan Pengembangan Pertanian Departemen Pertanian*. Jakarta, 59.
- ILO-PCdP, U. (2009). *Kajian Kelapa dengan Pendekatan Rantai Nilai dan Iklim Usaha di Kabupaten Sarmi*.
- Iwan, I. P. E. I. G., & Arta, S. I. K. J. (n.d.). *Pemberdayaan Perempuan Pengerajin Industri Minyak Kelapa Tandusan di Desa Tegal Cangkring Kabupaten Negara*.

- Judijanto, L., Sandy, S., Yanti, D. R., Kristanti, D., & Hakim, M. Z. (2023). Pengembangan Usaha Kecil Menengah (Ukm) Berbasis Inovasi Teknologi Untuk Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Lokal. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(6), 12500–12507.
- Lasmini, N. N., Saputra, I. M. D., & Waisnawa, I. G. N. S. (2022). Pemberdayaan Terhadap Lansia Untuk Meningkatkan Produktivitas Usaha Minyak Kelapa (Tanusan) di Singakerta, Gianyar. *Madaniya*, 3(4), 661–668.
- Marfuin, M., & Robin, R. (2021). Strategi Bisnis Digital dan Kinerja Perusahaan Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *CoMBInES-Conference on Management, Business, Innovation, Education and Social Sciences*, 1(1), 425–436.
- Naimah, R. J., Wardhana, M. W., Haryanto, R., & Pebrianto, A. (2020). Penerapan digital marketing sebagai strategi pemasaran UMKM. *Jurnal IMPACT: Implementation and Action*, 2(2), 119–130.
- Rahman, W., Herdiyanti, H., Azizah, J., Asir, M., & Wijayanto, G. (2024). Eksplorasi strategi pemasaran media sosial yang sukses dalam meningkatkan interaksi merek dengan konsumen di era digital. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 5(1), 355–363.
- Solihin, D., Ahyani, A., Karolina, K., Pricilla, L., & Octaviani, I. S. (2021). Pelatihan pemasaran online berbasis digital untuk meningkatkan penjualan bisnis online pada umkm di desa cicalengka kecamatan pagedangan kabupaten tangerang. *Dedikasi Pkm*, 2(3), 307–311.
- Sumadi, N. K., Wulandari, N. L. A. A., Sudiana, I. W., NDRASWARAWATI, S. A. Y. U. P. A., Kusumawati, N. P. A., & Putra, C. B. (2019). Pendampingan Pemasaran Produk Dan Pelatihan Penyusunan Pembukuan Pada Kelompok Pembuat Minyak Tanusan Di Desa Duda Timur Kecamatan Selat Karangasem. *Jurnal Sewaka Bhakti*, 2(1), 91–100.
- Sunada, I. N. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penurunan Produksi Minyak Kelapa Murni (Lengis Tanusan) Di Desa Antiga, Karangasem. *Jurnal Gastronomi Indonesia*, 9(2), 97–105.
- Suprastayasa, I., Adyatma, P., & Tirtawati, N. M. (2022). Desa Wisata Membangun Desa Dengan Pariwisata. *LP3M. Poltekpar Bali*.
- Tariningsih, D., Martiningsih, L. K. B., Sardi, N. W. A., & Astara, I. W. W. (2021). Pemberdayaan Perempuan Pengerajin Industri Minyak Kelapa Tandusan Di Desa Bebandem Karangasem. *Jurnal Aplikasi Dan Inovasi Iptek*, 2(2), 76–82.
- Wijaya, P. Y., Wibawa, I. P. S., Suasih, N. N. R., & Kawiana, I. G. P. (2021). Perluasan Market Share UMKM DNK Selumbung Melalui Media Website Dan Fasilitasi Legalitas Produk. *Bhakti Persada Jurnal Aplikasi IPTEKS*, 7(2), 88–93.

