

## Pemanfaatan *Digital Marketing* Kelompok Wanita Tani Karangturi, Kabupaten Karanganyar

Putri Permatasari<sup>1</sup>, Joko Winarno<sup>2</sup>, Suwanto<sup>3</sup>, Agung Wibowo<sup>4</sup>

### **Keywords :**

*Digital Marketing*;  
Kelompok Wanita Tani;  
Pemberdayaan;  
Pemasaran; Singkong

### **Correspondensi Author**

Penyuluhan dan Komunikasi  
Pertanian, Universitas Sebelas  
Maret  
Jl. Ir. Sutami No.36, Ketingan,  
Kec. Jebres, Kota Surakarta, Jawa  
Tengah, 57126  
Email:  
putripermatasari@staff.uns.ac.id

### **History Article**

**Received:** 20-06-2023  
**Reviewed:** 12-07-2023  
**Revised:** 10-08-2023  
**Accepted:** 28-08-2023  
**Published:** 29-08-2023

**Abstrak.** Tanaman singkong memiliki potensi untuk dikembangkan menjadi produk pangan. Upaya pengoptimalan potensi singkong dengan kegiatan pengabdian masyarakat. Kegiatan pengabdian masyarakat dilaksanakan di Kelompok Wanita Tani Kepuh Ampuh, Desa Karangturi, Kecamatan Gondangrejo, Kabupaten Karanganyar. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan anggota KWT Kepuh Ampuh dalam pemanfaatan digital marketing. Pelaksanaan kegiatan dengan identifikasi permasalahan kelompok, pemilihan metode kegiatan, koordinasi, pembuatan materi pelatihan dan pelaksanaan pendampingan. Metode pelaksanaan melalui metode sosialisasi, pelatihan dan praktik secara langsung. Hasil kegiatan yaitu adanya peningkatan pengetahuan dan keterampilan KWT Kepuh Ampuh dalam melakukan pemasaran dengan strategi digital marketing untuk meningkatkan promosi, menambah jejaring pemasaran dan meningkatkan pendapatan masyarakat.

**Abstract.** Cassava plants have the potential to be developed into food products. Efforts to optimize the potential of cassava with community service activities. Community service activities were carried out at the Kepuh Ampuh Women Farmers Group, Karangturi Village, Gondangrejo District, Karanganyar Regency. This activity aims to increase the knowledge and skills of KWT Kepuh Ampuh members in utilizing digital marketing. The implementation of activities by identifying group problems, selecting activity methods, coordination, making training materials and implementing assistance. The method of implementation is through socialization, training and hands-on practice. The results of the activity are an increase in the knowledge and skills of KWT Kepuh Ampuh in marketing with digital marketing strategies to increase promotion, increase marketing networks and increase community income.

## PENDAHULUAN

Tanaman singkong (*Manihot esculenta Crantz*) merupakan jenis tanaman perdu tahunan tropika dan subtropika dari suku *Euphorbiaceae* yang dimanfaatkan sebagai bahan makanan,

pakan, dan industri (Byju & Suja, 2020). Umbi dari tanaman singkong dimanfaatkan sebagai bahan pangan penghasil karbohidrat dan daunnya digunakan sebagai sayuran. Karakteristik tanaman singkong, yaitu mampu tumbuh sampai ketinggian 7 meter dengan cabang agak jarang, memiliki akar tunggang

dengan sejumlah akar cabang kemudian membesar menjadi umbi akar yang dapat diolah menjadi bahan pangan. Ukuran umbi singkong rata-rata bergaris tengah 2-3 cm dan panjang 50-80 cm tergantung dari klon/kultivar, dengan bagian dalamnya berwarna putih atau kekuningan (Muntoha et al., 2015).

Singkong atau ubi kayu menduduki peringkat ketiga tingkat partisipasi konsumsi karbohidrat tertinggi oleh masyarakat Indonesia (Darmawan, 2022). Tanaman singkong merupakan komoditas yang sangat potensial untuk dikembangkan di Kabupaten Karanganyar. Badan Pusat Statistik Kabupaten Karanganyar (2021) menyebutkan bahwa pada tahun 2020 dengan luas panen ubi kayu seluas 2.401 hektar mampu menghasilkan produksi ubi kayu sebesar 73.604 ton. Budidaya tanaman singkong relatif mudah dilakukan, singkong mudah tumbuh dan hampir tidak memerlukan perawatan sehingga biaya usahatani relatif rendah (Tamburaka et al., 2022).

Tanaman singkong dapat menjadi jenis usaha yang menjanjikan salah satunya dengan melakukan pengolahan singkong menjadi keripik singkong beragam aneka rasa (Rohman et al., 2017). Pemanfaatan singkong menjadi aneka produk pangan dapat dilakukan oleh usaha rumah tangga melalui kelompok wanita tani (KWT) untuk meningkatkan kehidupan ekonomi masyarakat. Geovani et al., (2021) menyebutkan bahwa kelompok wanita tani sebagai suatu wadah yang memiliki kegiatan meningkatkan potensi, pengetahuan dan keterampilan untuk memberikan peluang agar perempuan menjadi lebih berdaya. Pengembangan singkong di Dusun Kepuh, Desa Karangturi, Kecamatan Gondangrejo, Kabupaten Karanganyar diinisiasi oleh Kelompok Wanita Tani (KWT) Kepuh Ampuh. Produk dari KWT Kepuh Ampuh yaitu keripik singkong yang dijuluki dengan sebutan *Balung Kethek*. *Balung Kethek* dalam bahasa Jawa artinya tulang monyet yang sebenarnya istilah lain dari keripik singkong. *Balung Kethek* terbuat dari singkong yang dikukus setelah itu dijemur terlebih dahulu sampai kering lalu digoreng. Permasalahan utama yang dialami Kelompok Wanita Tani (KWT) Kepuh Ampuh salah satunya pada aspek pemasaran, yaitu belum adanya label yang tercantum di kemasan dan pemasaran yang dilakukan masih bersifat tradisional. Pengemasan produk *Balung Kethek* masih menggunakan kemasan plastik yang kurang menarik minat konsumen. Pemasaran

yang dilakukan belum menjangkau konsumen secara luas karena sebatas melakukan pemasaran secara langsung dengan lingkup wilayah kecil, yaitu ditiptikan pada toko, pasar tradisional dan pengepul. Produk *Balung Kethek* hingga saat ini belum dipasarkan ke toko oleh-oleh sehingga pengenalan *Balung Kethek* sebagai salah satu produk dari Desa Karangturi belum terpromosikan dengan baik.

Salah satu faktor yang mempengaruhi kurangnya pengembangan usaha petani yaitu banyaknya petani yang belum mampu memanfaatkan teknologi informasi dalam mendukung kegiatan pemasaran produk usahanya, padahal saat ini budaya bermedia sosial dan memasuki era internet sudah berkembang di Indonesia (Intan et al., 2019). Para pelaku usaha dituntut memanfaatkan teknologi informasi guna memperluas akses pemasaran dan meningkatkan produktivitas, salah satu solusi yang ditawarkan, yaitu pemasaran secara digital (*digital marketing*).

*Digital marketing* adalah pemasaran produk atau jasa menggunakan digital teknologi, terutama melalui internet, termasuk juga ponsel, tampilan iklan, dan media digital lainnya (Desai, 2019). Data pasar menunjukkan adanya pergeseran belanja pemasaran makanan ke media digital, termasuk media sosial (Vassallo et al., 2018). Adopsi media sosial untuk berkomunikasi dan mempromosikan produk telah memperlihatkan pertumbuhan yang sangat besar dalam beberapa tahun terakhir karena signifikansinya dalam mempengaruhi perilaku pembelian konsumen (Park et al., 2021). Munculnya saluran media *online* yang didukung oleh perangkat seluler telah mengurangi minat untuk menggunakan saluran media tradisional (Chatterjee et al., 2021). Kegiatan pengabdian difokuskan pada cara meningkatkan pengetahuan dan keterampilan para anggota KWT Kepuh Ampuh dalam memasarkan produk *Balung Kethek* melalui pemasaran *digital marketing* dengan *branding* dan *content* di media sosial. Strategi pemasaran yang dilakukan difokuskan pada strategi produk, strategi harga, strategi promosi, dan strategi distribusi. Luaran dari kegiatan ini adalah adanya peningkatan keterampilan anggota KWT dalam melakukan praktik pemasaran secara *online* yang lebih mudah, efektif dan efisien.

## METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat

dilakukan oleh Tim Riset Grup Penyuluhan Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Sebelas Maret Surakarta dengan kelompok sasaran yaitu Kelompok Wanita Tani (KWT) Kepuh Ampuh di Desa Karangturi, Kecamatan Gondangrejo, Kabupaten Karanganyar. Kegiatan dilaksanakan dengan melakukan identifikasi permasalahan kelompok sasaran, pemilihan metode kegiatan, koordinasi, pembuatan materi pelatihan dan pelaksanaan pendampingan melalui pelatihan. Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan melalui metode sosialisasi, pelatihan dan praktik secara langsung dalam pemasaran produk melalui *digital marketing*.

Pemilihan lokasi dilakukan secara *purposive* dengan beberapa pertimbangan yaitu di Desa Karangturi, Kecamatan Gondangrejo, Kabupaten Karanganyar memiliki potensi tanaman singkong yang diolah menjadi produk pangan *Balung Kethek*. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan sasaran yaitu KWT Kepuh Ampuh dilakukan selama tiga bulan. Kegiatan pelatihan pemanfaatan *digital marketing* dalam pemasaran produk *Balung Kethek* dilakukan pada hari Sabtu, 17 Juni 2023 di Desa Karangturi, Kecamatan Gondangrejo, Kabupaten Karanganyar.

Rangkaian kegiatan terdiri dari persiapan kegiatan meliputi identifikasi permasalahan kelompok sasaran, pemilihan metode kegiatan, koordinasi, pembuatan materi pelatihan. Pelaksanaan kegiatan dengan memberikan sosialisasi, pelatihan dan praktik pemasaran melalui pemanfaatan *digital marketing*. Pelatihan dilakukan dengan mengenalkan kepada kelompok sasaran yaitu KWT Kepuh Ampuh tentang *digital marketing*, pemasaran melalui media sosial dan aplikasi *e-commerce*.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Tanaman singkong merupakan salah satu tanaman yang banyak dibudidayakan oleh masyarakat. Tanaman singkong memiliki karakteristik yang adaptif dengan kondisi lingkungan (Atikah, 2020) sehingga budidaya tanaman singkong mudah untuk dilakukan (Nugraha et al., 2015). Tanaman singkong memiliki potensi untuk dikembangkan sebagai produk pangan dengan kandungan gizi yang cukup lengkap dibutuhkan oleh tubuh (Muntoha et al., 2015). Pengembangan potensi tanaman singkong dapat dilakukan oleh Kelompok Wanita Tani (KWT).

Desa Karangturi, Kecamatan Gondangrejo, Kabupaten Karanganyar memiliki potensi tanaman singkong. Tanaman singkong oleh KWT Kepuh Ampuh di Desa Karangturi diolah menjadi produk pangan *Balung Kethek* yang merupakan keripik singkong dengan bentuk keripik yang memanjang. *Balung Kethek* terbuat dari singkong yang dikukus setelah itu dijemur sampai kering kemudian digoreng dan diberi bumbu.

Upaya mengoptimalkan potensi pengolahan singkong menjadi produk pangan *Balung Kethek* dapat dilakukan dengan kegiatan pemberdayaan masyarakat. Pemberdayaan masyarakat merupakan upaya untuk meningkatkan kemandirian masyarakat dengan mengoptimalkan potensi yang dimiliki masyarakat. Pemberdayaan masyarakat memuat perencanaan dan tindakan kolektif untuk membantu menyelesaikan permasalahan masyarakat sesuai dengan kemampuan dan sumber daya yang dimilikinya (Amri et al., 2021). Kegiatan pengabdian masyarakat dengan sasaran kelompok yaitu KWT Kepuh Ampuh dilakukan dengan memberikan pendampingan pada aspek pemasaran usaha produk olahan singkong dengan beberapa tahapan sebagai berikut :

### 1. Persiapan

Tahapan persiapan dilakukan dengan beberapa kegiatan antara lain

#### a. Identifikasi Permasalahan Kelompok Sasaran

Kegiatan ini dilakukan oleh tim pengabdian untuk berkomunikasi dengan kelompok sasaran yaitu KWT Kepuh Ampuh untuk membahas terkait permasalahan yang masih dialami pada pengelolaan usaha pengolahan singkong. Permasalahan yang dihadapi oleh KWT Kepuh Ampuh yaitu pada aspek pengemasan yang kurang menarik minat konsumen dan pemasaran produk olahan pangan dari singkong belum menjangkau konsumen secara luas. Oleh karena itu, salah satu strategi yang akan diterapkan dengan menggunakan pemasaran melalui pemanfaatan *digital marketing*. Berikut ini merupakan Gambar 1. yang menunjukkan tampilan olahan pangan dari singkong yaitu *Balung Kethek* dari KWT Kepuh Ampuh yang masih tergolong sangat sederhana dengan kemasan plastik dan belum tertera logo dan label yang menjadi identitas produk.



**Gambar 1:** Tampilan Produk Balung Kethek Produksi KWT Kepuh Ampuh

b. Pemilihan Metode Kegiatan

Berdasarkan hasil dari kegiatan identifikasi permasalahan, tim pengabdian memilih strategi pendampingan pemasaran dengan pemanfaatan *digital marketing* untuk meningkatkan promosi produk dan penjualan ke konsumen secara lebih luas. Pendampingan pengemasan dilakukan dengan memberikan pengetahuan dan meningkatkan keterampilan kelompok sasaran untuk menggunakan kemasan dengan desain yang menarik minat konsumen, mencantumkan logo dan label produk sebagai identitas produk itu sendiri.

Pemasaran dengan pemanfaatan *digital marketing* dilakukan melalui penggunaan beberapa media sosial dan aplikasi *e-commerce*. Pemanfaatan *digital marketing* dalam pemasaran produk pangan *Balung Kethek* akan menekan biaya pemasaran dibandingkan dengan pemasaran konvensional. Pemasaran secara *online* akan memudahkan dalam mengenalkan produk ke konsumen secara cepat dengan jangkauan pemasaran lebih luas.

c. Koordinasi

Kegiatan koordinasi dilakukan antara tim pengabdian dengan perwakilan KWT Kepuh Ampuh untuk mendiskusikan kegiatan yang tepat untuk diberikan ke anggota KWT Kepuh Ampuh. Kegiatan disesuaikan dengan dengan permasalahan yang dialami oleh kelompok sasaran. Dari hasil diskusi, didapatkan kesepakatan bersama untuk melakukan kegiatan pendampingan dalam bentuk sosialisasi dan pendampingan pada aspek pemasaran usaha produk pangan *Balung Kethek* dengan menggunakan strategi *digital marketing*.

d. Pembuatan Materi Pelatihan

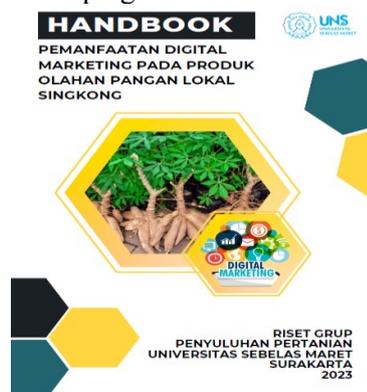
Kegiatan selanjutnya yaitu membuat materi pelatihan yang akan diberikan kepada kelompok sasaran saat sosialisasi dan pelatihan. Materi pelatihan dibuat dalam bentuk slide *power point*

yang berisi tentang materi pengembangan pemasaran digital yang berjudul “*Pembuatan Toko Daring pada Platform E-Commerce.*” Materi tersebut berisi tentang langkah-langkah dalam melakukan pemasaran dengan pemanfaatan digital marketing melalui salah satu platform *e-commerce*. Materi pelatihan disertai dengan gambar-gambar pendukung agar memudahkan kelompok sasaran dalam memahami materi yang diberikan. Berikut ini merupakan Gambar 2. menunjukkan tampilan materi pelatihan tentang pemanfaatan *digital marketing*.



**Gambar 2:** Materi Pelatihan Pemanfaatan Digital Marketing

Tim Pengabdian juga menyusun materi pendampingan untuk kelompok sasaran berupa *Handbook* atau buku pegangan. Penyusunan *Handbook* dibuat semenarik mungkin dengan menggunakan desain dan menambahkan beberapa gambar pendukung. Hal ini dilakukan agar kelompok sasaran selain mudah untuk memahami materi yang diberikan juga menarik minat kelompok sasaran untuk belajar mengenai pemanfaatan digital marketing dalam pemasaran produk olahan pangan singkong. *Handbook* berisi tentang materi mengenai *digital marketing*, manfaat pemasaran secara *online*, cara penggunaan dalam pemasaran melalui *digital marketing*. Berikut ini merupakan Gambar 3. menunjukkan tampilan *Handbook* materi pendampingan.



**Gambar 3:** Handbook Materi Pelatihan

## 2. Pelaksanaan

Kegiatan pelaksanaan dengan mengadakan sosialisasi dan pelatihan pemanfaatan *digital marketing*. Kegiatan pelatihan dilaksanakan pada hari Sabtu, 17 Juni 2023 yang bertempat di Desa Karangturi, Kecamatan Gondangrejo, Kabupaten Karanganyar. Kegiatan pelatihan dihadiri oleh anggota Kelompok Wanita Tani (KWT) Kepuh Ampuh sebanyak 20 orang. Acara sosialisasi diawali dengan diskusi antara Tim Pengabdian dan anggota KWT Kepuh Ampuh tentang keberjalanan usaha pengolahan singkong menjadi Balung Kethek. Pada diskusi awal, para anggota menjelaskan tentang permasalahan pemasaran produk *Balung Kethek* yang belum menjangkau konsumen secara luas.

Diskusi kemudian dilanjutkan dengan memberikan pengarahan dan materi untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan para anggota KWT Kepuh Ampuh dalam memasarkan produk secara *online*. Materi pelatihan disampaikan oleh pembicara tentang pemanfaatan *digital marketing* melalui salah satu aplikasi *e-commerce*. Sistem penjualan lewat *e-commerce* dilakukan penjual yang mengunggah dan mendeskripsikan produk usahanya didukung dengan *recent update* iklan yang muncul, tersedianya link kontak penjual untuk menghubungkan dengan pembeli dan cakupan wilayah pemasaran secara *online* ini sangat luas untuk menjangkau konsumen (Rahmidani, 2015). Pada pendampingan yang dilakukan ke anggota KWT Kepuh Ampuh dengan mengenalkan tentang gambaran secara umum pemasaran *online*, penggunaan media sosial dan aplikasi *e-commerce* dalam pemasaran, langkah-langkah dalam pembuatan akun, langkah-langkah menjalankan usaha seperti menerima pesanan, sistem mengirim barang ke konsumen dan lain sebagainya.

Pada pelatihan pemasaran melalui pemanfaatan *digital marketing*, KWT Kepuh Ampuh juga dikenalkan tentang pentingnya pemilihan bahan kemasan dan pembuatan logo serta label produk. Bahan kemasan yang digunakan dalam usaha pengolahan singkong menjadi produk pangan *Balung Kethek* oleh KWT Kepuh Ampuh masih menggunakan kemasan plastik. Pengemasan masih sederhana tanpa disertai logo dan label produk. Bahan kemasan plastik walaupun fleksibel namun memiliki kelemahan yang tidak tahan terhadap panas, mudah robek dan memungkinkan

terjadinya kontaminasi terhadap lingkungan luar. Hal ini dapat mempengaruhi kualitas produk pangan yang dikemas didalamnya. Pengemasan menjadi faktor penting yang diperhatikan oleh konsumen karena dengan kemasan yang memiliki desain menarik dan mampu menjaga produk tetap awet menjadikan konsumen lebih tertarik membelinya. Berikut ini beberapa dokumentasi kegiatan pendampingan KWT Kepuh Ampuh dalam pemanfaatan *digital marketing* untuk meningkatkan pemasaran produk *Balung Kethek* di Desa Karangturi.



**Gambar 4:** Sesi Diskusi dalam Pelatihan Pemanfaatan Digital Marketing



**Gambar 5:** Penyampaian Materi Pelatihan Pemanfaatan Digital Marketing



**Gambar 6:** Foto Bersama dalam Kegiatan Pendampingan KWT Kepuh Ampuh di Desa Karangturi

## SIMPULAN DAN SARAN

Tanaman singkong memiliki potensi untuk dikembangkan menjadi produk pangan salah satunya *Balung Kethek* yaitu jenis keripik

singkong yang bentuknya memanjang. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilakukan sebagai langkah dalam meningkatkan pengetahuan dan keterampilan Kelompok Wanita Tani (KWT) Kepuh Ampuh di Desa Karangturi, Kecamatan Gondangrejo, Kabupaten Karanganyar dalam pemasaran produk pangan *Balung Kethek*. Rangkaian kegiatan terdiri dari persiapan kegiatan meliputi identifikasi permasalahan kelompok sasaran, pemilihan metode kegiatan, koordinasi, pembuatan materi pelatihan. Pelaksanaan kegiatan dengan memberikan sosialisasi, pelatihan dan praktik pemasaran melalui pemanfaatan *digital marketing*. Para peserta yang terdiri dari ibu-ibu Kelompok Wanita Tani (KWT) Kepuh Ampuh sangat antusias selama kegiatan berlangsung yang ditunjukkan dengan adanya keaktifan pada saat diskusi saat sosialisasi, pelatihan dan praktik pemanfaatan *digital marketing* dalam pemasaran produk *Balung Kethek*.

Saran yang dapat disampaikan dari kegiatan pengabdian ini yaitu adanya keberlanjutan program dalam pendampingan Kelompok Wanita Tani (KWT) Kepuh Ampuh dalam pemasaran seperti contohnya mengadakan pelatihan pembuatan foto dan video produk. Adanya pengabdian kepada masyarakat melalui pendampingan pengembangan usaha diharapkan selain mampu meningkatkan pengetahuan dan keterampilan KWT Kepuh Ampuh dalam pemasaran dengan pemanfaatan *digital marketing* juga meningkatkan pendapatan masyarakat. Keterlibatan semua pihak diharapkan akan mewujudkan keberhasilan dari program pendampingan ini.

#### DAFTAR RUJUKAN

- Amri, M. A., Nurrismiyandini, A., Dewi, M. C., & Al., E. (2021). Optimalisasi Pemanfaatan Sumber Daya Lokal Berbasis Pengolahan Pangan di Desa Mantingan, Kecamatan Jaken, Kabupaten Pati. *Jurnal Pusat Inovasi Masyarakat*, 3(1), 1–11.
- Atikah, T. A. (2020). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pengolahan Singkong menjadi Bahan Baku Produk Olahan Makanan di Desa Tarung Manuah, Kecamatan Basarang, Kabupaten Kapuas. *PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(4), 404–409.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Karanganyar. (2021). *Ubi Kayu 2018-2021*.
- Byju, G., & Suja, G. (2020). Mineral Nutrition of Cassava. *Advances in Agronomy*, 159, 169–235.
- Chatterjee, S., Ghosh, S., & Saha-Dasgupta, T. (2021). Ni Doping: A Viable Route to Make Body-Centered-Cubic Fe Stable at Earth's Inner Core. *Minerals*, 11(3), 1–12.
- Darmawan, R. (2022). *Statistik Ketahanan Pangan Tahun 2022*.
- Desai, V. (2019). Fostering Innovation, Integration and Inclusion Through Interdisciplinary Practices in Management. *International Journal of Trend in Scientific Research and Development (IJTSRD)*, 7(4), 196–200.
- Geovani, Y., Herwina, W., & Novitasari, D. N. (2021). Pemberdayaan Perempuan Melalui Kelompok Wanita Tani dalam Peningkatan Kemampuan Sosial Ekonomi (Studi Pada Program Pemanfaatan Lahan Pekarangan KWT Lestari Alam Kampung Sukapala Kelurahan Gunung Gede Kecamatan Kawalu Kota Tasikmalaya). *Journal of Community Education*, 2(2), 43–51.
- Intan, T., Revia, B., & Erwita, A. (2019). Laporan Pengabdian Kepada Masyarakat/Community Services Peningkatan Daya Saing Produsen Minuman Herbal Melalui Pembuatan Konten Kreatif Media Sosial Berbasis Pemasaran E-Marketing. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 3(2), 68–79.
- Muntoha, Jamroni, & Ummayah, R. U. (2015). Pelatihan Pemanfaatan dan Pengolahan Singkong Menjadi Makanan Ringan Tela Rasa. *Seri Pengabdian Masyarakat*, 4(3), 188–193.
- Nugraha, H. D., Suryanto, A., & Nugroho, A. (2015). ajian Potensi Produktivitas Ubikayu (Manihot esculenta Crant.). *Jurnal Produksi Tanaman*, 3(8), 673–682.
- Park, J., Hyun, H., & Thavisay, T. (2021). A Study of Antecedents and Outcomes of Social Media WOM Towards Luxury Brand Purchase Intention. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 58.
- Rahmidani, R. (2015). Penggunaan E-Commerce dalam Bisnis sebagai Sumber Keunggulan Bersaing Perusahaan. *Seminar Nasional Ekonomi Manajemen Dan*

*Akuntansi (SNEMA) Fakultas Ekonomi Universitas Padang*, 344–352.

- Rohman, A., Rizqiati, H., Anggraini, P. N., Widianoro, S. Y., Diponegoro, U., Soedarto, J. P., & Semarang, S. H. T. (2017). Pemberdayaan Ibu-Ibu Rumah Tangga Dusun Mrico Desa Lebak Melalui Usaha Keripik Singkong Aneka Rasa. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 9(1), 1120–1127.
- Tamburaka, I. P., Edwin, R. S., Rumbia, W. A., Fatmawati, F., & Rizal, R. (2022). Edukasi Pengolahan Keripik Singkong dengan Berbagai Varian Rasa di Pondok Pesantren Darul Mukhlisin Kota Kendari. *Jurnal Abdi Insani*, 9(2), 366–372.
- Vassallo, A., Kelly, B., Zhang, L., Wang Z, Y., & et al. (2018). Junk Food Marketing on Instagram: Content Analysis. *JMIR Public Health Surveill*, 4(2), 1–11.