



Diversifikasi Produk Olahan Ubi Ungu dan Pelatihan Teknik Foto Produk sebagai Penunjang Kegiatan Pemasaran secara Digital

Ni Made Nike Zeamita Widiyanti^{1*}, Eka Nurmindia Dewi Mandalika¹, Fadli¹, Shelly Sylvia Agustina¹, Muhammad Nursan¹

¹(Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian Universitas Mataram, Mataram, Indonesia).

Article history:

Received: 21 November 2025

Revised: 24 November 2025

Accepted: 1 Desember 2025

**Corresponding Author:*

Ni Made Nike Zeamita Widiyanti,
Program Studi Agribisnis, Fakultas
Pertanian Universitas Mataram,
Mataram, Indonesia;

Email:

zeamita@unram.ac.id

Abstract: *The micro, small, and medium enterprise sector is strategic in supporting the national economy. Empowering communities and local resources can be an opportunity to improve community welfare. The Maju Mandiri Women Farmers Group (KWT) in Batu Mekar Village, Lingsar Subdistrict, is one of the KWTs that is active in efforts to increase the capacity of its members through processing activities. However, processing activities have not focused on the resources that are abundant in the area. Purple sweet potatoes are one of the abundant agricultural resources in the area, but they have not been utilized for processing by the community, so the income generated has not been maximized. In addition, KWT members also lack the skills to take good product photos to support digital marketing activities. Therefore, the community service team conducted training on processing purple sweet potatoes into brownies and training on attractive product photography techniques. This activity was carried out in three stages: preparation, implementation, evaluation, and monitoring. The method used was demonstration. There were 24 participants. Based on the results of the activity, the participants rated this activity as very good and beneficial for them. The purple sweet potato processing training activity can increase the creativity of the members of KWT Maju Mandiri. This processed product is not only used as a snack for consumption.*

Keywords: *brownies; processing; online_marketing, purple_sweet_potatoes*

Abstrak: Sektor usaha mikro, kecil, dan menengah menjadi sektor yang strategis dalam mendukung perekonomian nasional. Melalui pemberdayaan masyarakat dan sumber daya lokal dapat menjadi peluang dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Kelompok Wanita Tani (KWT) Maju Mandiri di Desa Batu Mekar Kecamatan Lingsar merupakan salah satu KWT yang aktif dalam upaya peningkatan kapasitas anggotanya melalui kegiatan pengolahan. Namun kegiatan pengolahan belum terfokus pada sumber daya yang banyak terdapat pada daerah tersebut. Komoditas ubi ungu merupakan salah satu sumber daya pertanian yang melimpah di lokasi tersebut, namun belum dimanfaatkan untuk pengolahan oleh masyarakatnya, sehingga pendapatan yang dihasilkan belum didapatkan dengan maksimal. Selain itu, anggota KWT juga belum memiliki keterampilan dalam membuat foto produk yang baik untuk menunjang kegiatan pemasaran secara digital. Oleh karena itu, tim pengabdian membuat kegiatan pelatihan pengolahan ubi ungu menjadi brownies dan pelatihan teknik foto produk yang menarik. Kegiatan ini dilakukan melalui 3 tahapan, yaitu: persiapan, pelaksanaan, evaluasi dan monitoring. Metode yang digunakan adalah metode demonstrasi. Jumlah peserta sebanyak 24 orang. Berdasarkan hasil kegiatan, peserta menilai kegiatan ini secara umum tergolong sangat baik dan bermanfaat bagi para peserta. Kegiatan pelatihan pengolahan ubi ungu dapat meningkatkan kreativitas anggota KWT Maju Mandiri. Olahan ini tidak hanya dijadikan sebagai bahan cemilan untuk konsumsi pribadi, namun juga dijual untuk dapat meningkatkan penghasilan. Selain itu, pelatihan teknik foto produk dapat menjadi bekal keterampilan bagi peserta untuk menghasilkan foto produk yang menarik, tidak hanya untuk produk brownies namun juga produk-produk lainnya yang diproduksi oleh para peserta. Keterampilan ini sangat baik untuk menunjang kegiatan pemasaran secara online.

Kata kunci: brownies; pengolahan; pemasaran_online; ubi_ungu

PENDAHULUAN

Upaya pengembangan sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memiliki peranan yang sangat penting dan strategis dalam mendukung perekonomian daerah maupun nasional. Memberdayakan masyarakat lokal dengan sumberdaya alam sebagai penunjang dapat menjadi peluang besar dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Endah, 2020). Kelompok Wanita Tani (KWT) Maju Mandiri merupakan salah satu kelompok tani yang aktif dalam upaya peningkatan produktivitas dan kapasitas anggotanya melalui berbagai macam kegiatan pengolahan. Kegiatan tersebut tentunya berbasis pada sumber daya alam setempat. Salah satu komoditas yang ketersediaannya melimpah adalah ubi ungu. Namun, saat ini masyarakat belum melakukan kegiatan pengolahan ubi ungu. Hal ini disebabkan karena kurangnya pengetahuan dan keterampilan petani dalam mengolah ubi ungu. Komoditas ini hanya dijual dalam bentuk segar dengan harga berkisar antara Rp3.000 - Rp4.000 per kilogram. Harga ini tentunya masih tergolong murah, sehingga pendapatan yang diperoleh petani menjadi tidak maksimal.

Ubi ungu menjadi salah satu makanan tradisional masyarakat di Kecamatan Lingsar Kabupaten Lombok Barat. Ubi ungu dikenal masyarakat sekitar sebagai obat untuk penderita asal lambung atau maag. Ubi ungu banyak mengandung antioksidan dan nutrisi yang baik bagi tubuh (Rachmawati et al., 2021). Pengolahan ubi ungu menjadi brownies tidak hanya sebagai alternatif produk untuk dikonsumsi, namun juga dapat sebagai peluang usaha baru untuk meningkatkan pendapatan masyarakat sebagai anggota KWT. Kebutuhan pasar yang terus berkembang dapat menjadi peluang dalam pengembangan produk olahan berbasis ubi ungu, sekaligus mendukung ketahanan pangan dengan berbasis pada sumber daya lokal.

Selain membuat inovasi produk, keberhasilan usaha baru juga ditentukan oleh kegiatan pemasarannya. Keberhasilan kegiatan pemasaran sangat bergantung pada strategi yang diterapkan sehingga kegiatan promosi dapat berjalan dengan efektif (Hananto et al., 2024). Saat ini kegiatan pemasaran tidak hanya dilakukan secara offline tetapi juga secara online melalui media sosial dan *marketplace*. Kegiatan pemasaran secara online memungkinkan produsen menjangkau konsumen lebih luas (Maulidasari, 2020), menyebarkan informasi dalam bentuk iklan dengan lebih baik (Mahliza et al., 2020), dan dapat menghemat biaya pemasaran (Widiastuti et al., 2022). Keberhasilan pemasaran secara online tentunya juga dapat dipengaruhi oleh beberapa hal, salah satunya adalah foto produk. Foto produk memiliki peranan yang sangat penting sebagai media dalam komunikasi secara visual, sehingga hal ini mampu menarik perhatian konsumen (Sari & Irena, 2021). Oleh karena itu, penting penguasaan teknik foto produk agar produk brownies ubi ungu dapat dikenal secara luas dan memiliki daya saing di pasar.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk pengembangan produk olahan ubi ungu menjadi brownies sebagai peluang usaha bagi KWT Maju Mandiri, serta pelatihan teknik foto produk sebagai penunjang dalam kegiatan pemasaran secara online. Melalui kegiatan ini diharapkan KWT Maju Mandiri dapat meningkatkan kapasitas produksi dan pemasaran sehingga dapat memperkuat posisi mereka dalam pasar. Selain itu, secara lebih luas kegiatan ini diharapkan dapat berkontribusi secara positif dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

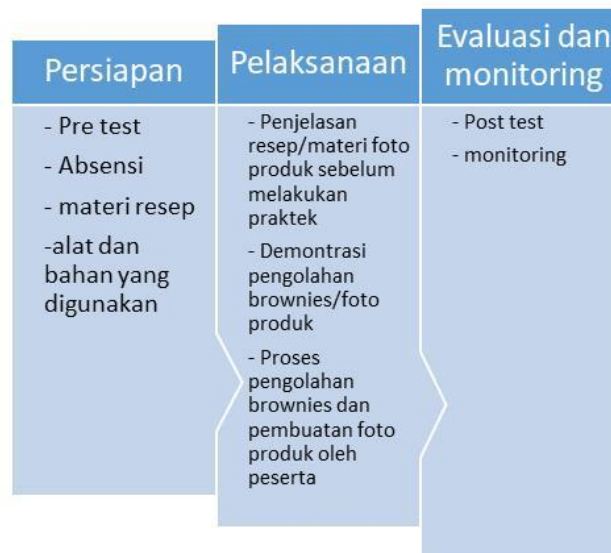
METODE

Lokasi dan Peserta

Kegiatan pengabdian ini dilakukan dengan menggunakan metode sosialisasi, praktik, serta pelatihan kepada KWT Maju Mandiri di Desa Batu Mekar Kecamatan Lingsar Kabupaten Lombok Barat. Jumlah anggota KWT Maju Mandiri sebanyak 24 orang dan seluruhnya hadir pada saat kegiatan pengabdian. Kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 30 Mei 2025 bertempat di Kantor Desa Dusun Punikan.

Tahapan Kegiatan

Kegiatan ini bagi menjadi 2 tahap, yaitu tahap pelatihan pengolahan brownies dan tahap pelatihan teknik foto produk. Adapun tahapan dalam kegiatan pengabdian ini dapat dilihat pada Gambar 1 di bawah ini.



Gambar 1. Diagram Proses Kegiatan Pelatihan.

Tahap Persiapan

1) Pre test

Tim pengabdian memberikan lembar pre test untuk menggambarkan keterampilan dan pengetahuan peserta mengenai pengolahan ubi ungu dan teknik foto produk.

2) Materi resep

Setelah mengisi lembar pre test, peserta diberikan lembar materi dan resep pengolahan ubi ungu menjadi brownies.

3) Alat dan bahan yang digunakan

Tim pengabdian mempersiapkan seluruh alat dan bahan yang digunakan dalam proses pelatihan.

Tahap Pelaksanaan

1) Penjelasan resep/materi foto produk sebelum melakukan praktek

Sebelum melakukan praktik langsung, peserta diberikan materi terlebih dahulu untuk mempermudah dan meminimalisir kesalahan dalam kegiatan praktek. Materi yang diberikan dibagi menjadi 2 sesi presentasi, sesi pertama tim menjelaskan mengenai manfaat serta pentingnya kegiatan pengolahan, khususnya pada komoditi ubi ungu. Kemudian sesi kedua tim menjelaskan manfaat dan teknik foto produk yang menarik sebagai penunjang kegiatan pemasaran secara online.

2) Demonstrasi pengolahan brownies/foto produk

Sebelum dipraktikkan, tim pengabdian terlebih dahulu mendemonstrasikan resep yang telah diberikan dan teknik-teknik foto produk yang dapat menghasilkan foto yang menarik. pada tahap ini, peserta dipersilahkan melakukan tanya jawab apabila ada hal yang kurang dipahami.

3) Proses pengolahan brownies dan pembuatan foto produk oleh peserta

Setiap peserta secara bergantian melakukan praktik pembuatan brownies ubi ungu dan foto produk yang menarik. produk yang dihasilkan dinikmati secara bersama-sama.

Tahap Evaluasi

1) Post Test

Pada tahap ini peserta diberikan lembar post test untuk mengukur perubahan tingkat pemahaman dan keterampilan dalam mengolah ubi ungu dan membuat foto produk yang menarik.

2) Monitoring

Tim pengabdian melakukan monitoring setelah kegiatan pengabdian untuk melihat perkembangan yang terjadi pada peserta.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengolahan Ubi Ungu menjadi Brownies

Kegiatan pengabdian diawali dengan pemberian pre test kepada para peserta dengan tujuan untuk mengetahui seberapa banyak peserta memahami manfaat ubi ungu secara ekonomi dan jenis-jenis olahannya. Sebanyak 18,18% peserta tidak mengetahui manfaat ubi baik bagi kesehatan maupun manfaat secara ekonomi, namun mereka mengetahui beberapa olahannya. Sisanya sebanyak 81,82% petani mengetahui manfaat ubi bagi kesehatan dan untuk dikonsumsi saja. Rata-rata peserta mengetahui ubi ungu diolah menjadi jajanan tradisional seperti: kolak, celilong, dan ubi lumer. Beberapa peserta mengetahui manfaat ubi baik bagi penderita maag atau asam lambung. Namun mereka belum mengetahui ubi ungu memiliki manfaat secara ekonomi dan dapat meningkatkan pendapatan masyarakat sekitar.

Rata-rata peserta tergolong pada kategori cukup mengetahui (dengan nilai skor 2) manfaat ubi baik untuk dikonsumsi dan manfaat bagi kesehatan. Setelah adanya pelatihan ini, pengetahuan peserta bertambah menjadi kategori mengetahui (skor 3) mengenai manfaat ubi ungu tidak hanya untuk dikonsumsi namun juga dapat menghasilkan tambahan pendapatan melalui produk olahannya. Kemudian mengenai pengetahuan peserta pada produk olahan ubi ungu berada pada skor 3 (mengetahui) telah meningkat menjadi sangat mengetahui (skor 4).

KWT Maju mandiri telah berhasil mempraktikkan langsung dalam proses pengolahan ubi ungu menjadi brownies. Produk yang dihasilkan mendapatkan respon positif dari para peserta karena hasil browniesnya yang lembut dan enak dikonsumsi sebagai cemilan. Melalui pemaparan materi serta demonstrasi yang jelas dapat memudahkan peserta memahami cara pengolahan tersebut. Pada kegiatan pengabdian ini Proses pembuatan brownies ubi ungu tidak membutuhkan teknik pengolahan yang rumit. Seluruh peserta merupakan seorang ibu rumah tangga yang cukup aktif pada kegiatan memasak sehingga mempermudah dalam pengolahan. Adapun proses pembuatan brownies ungu dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Proses Pengolahan Ubi Ungu Menjadi Brownies.

Teknik Foto Produk sebagai Penunjang Kegiatan Pemasaran Secara Online

Kegiatan pemasaran saat ini telah berkembang mengikuti kemajuan teknologi yang ada. Pemasaran tidak hanya dilakukan secara offline, namun juga mulai beralih secara online. Pemasaran secara online memerlukan foto produk sebagai bahan untuk melakukan promosi pada media sosial atau *marketplace*. Foto produk yang baik dapat menarik minat konsumen dalam membeli sebuah produk (Febriyanti & Farida, 2023). Foto produk tidak hanya dapat dilakukan dengan teknologi yang mahal, namun juga dapat menggunakan handphone yang dimiliki oleh para peserta. Tidak banyak petani yang memiliki pengetahuan dalam menggunakan handphone dalam melakukan edit foto dan teknik pengambilan gambar dengan baik dan menarik. memiliki foto produk yang profesionalisme dan menarik dapat berkontribusi dalam meningkatkan penjualan secara online (Prabowo, 2024).

Pelatihan teknik foto produk dimulai dari pemberian kuesioner untuk mengetahui pengetahuan peserta mengenai teknik foto produk. Kemudian peserta diberikan materi mengenai teknik foto produk yang baik dan

menarik yang diikuti dengan demonstrasi pengambilan foto produk. Peserta sangat memperhatikan setiap materi yang diberikan. Saat proses kegiatan tersebut dilakukan juga tanya jawab pada mapeltihanteri yang dirasa kurang jelas oleh para peserta. Materi yang diberikan diantaranya pengetahuan mengenai kamera handphone, seperti: tombol shutter, mode pemotretan, mengatur fokus, dan *tools setting* pada kamera. Selain itu, peserta juga diberikan materi mengenai editing foto melalui handphone.



Gambar 3. (A) Materi presentasi teknik foto produk; (B) Situasi saat pemberian materi; (C) Pelatihan Teknik Foto Produk

Berdasarkan hasil pre test dan post test kegiatan pelatihan teknik foto produk, pengetahuan peserta meningkat dari rata-rata 54,86% menjadi 85,52%. Sebelum kegiatan pelatihan rata-rata 68,05% peserta yang memahami teknik pengambilan foto dan rata-rata 41,66% yang memahami teknik editing melalui kamera maupun aplikasi editing lainnya. Setelah adanya pelatihan, pengetahuan dan keterampilan petani meningkat.

Selain pemberian materi, tim pengabdian juga mempraktikkan langsung bagaimana teknik pengambilan foto produk yang baik dan menarik. kemudian diikuti oleh peserta untuk mencoba pengambilan foto produk menggunakan produk olahan ubi ungu yang sebelumnya telah dibuat. Teknik editing foto merupakan materi yang cukup membutuhkan waktu bagi peserta memahaminya. Semakin sering dicoba oleh peserta semakin mereka memahami cara mengedit foto agar terlihat menarik (Gambar 3C).

Evaluasi dan Monitoring Kegiatan Pengabdian

Berdasarkan hasil evaluasi kegiatan pengabdian ini secara umum telah dilakukan dengan baik menurut para peserta. Kegiatan pelatihan ini menjadi peluang bagi peserta untuk menciptakan usaha baru yang memberikan nilai tambah pada produk ubi ungu. Secara garis besar peserta telah memahami materi yang diberikan karena peserta telah memperhatikan setiap proses kegiatan pengabdian. Hasil evaluasi kegiatan secara lengkap dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Hasil Evaluasi Kegiatan Pengabdian

No	Pernyataan	SS (%)	S (%)	TS (%)	STS (%)
1	Kegiatan pelatihan dilakukan dengan tepat waktu	100,00	0,00	0,00	0,00
2	Saya merasa mendapatkan manfaat dari kegiatan pelatihan ini	83,33	16,67	0,00	0,00
3	Materi yang diberikan tim pengabdian telah menjawab permasalahan yang saya hadapi	83,33	16,67	0,00	0,00
4	Saya telah berpartisipasi secara aktif dalam kegiatan pengabdian	79,16	20,83	0,00	0,00
5	Saya memahami materi yang diberikan oleh tim pengabdian dengan baik	70,83	29,16	0,00	0,00
6	Pelatihan ini memotivasi saya untuk menciptakan peluang usaha baru dan memanfaatkan sumber daya yang saya miliki untuk mendukungnya	91,67	8,33	0,00	0,00
7	Pengetahuan dan keterampilan saya meningkat mengenai produk olahan ubi ungu dan teknik foto produk yang baik dan menarik	87,50	12,50	0,00	0,00
8	Fasilitas yang disediakan tim pengabdian mendukung kegiatan pelatihan	54,16	45,83	0,00	0,00

Keterangan: SS=Sangat Setuju; S=Setuju; TS=Tidak Setuju; STS=Sangat Tidak Setuju.

Selain kegiatan evaluasi, tim pengabdian juga melakukan kegiatan monitoring. Berdasarkan hasil monitoring tim pengabdian telah melihat para peserta mencoba untuk membuat produk olahan ubi ungu tersebut untuk di konsumsi dan dibuat saat hari raya sebagai suguhan bagi para tamu. Selain itu ada juga peserta yang telah menjual produk olahan seperti brownies dan bolu ubi ungu ke pasar. Kegiatan ini juga telah memotivasi peserta untuk menciptakan inovasi produk olahan ubi ungu dan dapat dijual ke pasar. Inovasi produk tersebut berupa keripik ubi ungu yang diselimuti oleh gula merah. Secara umum produk yang dijual ke pasar cukup baik, namun perlu ada perbaikan khususnya mengenai kemasan dan peningkatan kualitas produk pada keripik ubi ungu, karena keripiknya masih banyak mengandung minyak. Berikut ini Gambar 4 yang merupakan produk inovasi dan produk bolu ubi yang sudah dijual ke pasar.



Gambar 4. (A) Produk olahan ubi ungu yang sudah dijual; (B) Inovasi olahan ubi ungu

KESIMPULAN DAN SARAN

Secara umum, kegiatan ini dinilai sangat baik dan bermanfaat bagi para peserta. Hal ini dapat dilihat dari antusias peserta dalam mengikuti seluruh tahapan kegiatan. Kegiatan pelatihan pengolahan ubi ungu dapat meningkatkan kreativitas anggota KWT Maju Mandiri. Olahan ini tidak hanya dijadikan sebagai bahan cemilan untuk konsumsi pribadi, namun juga telah dijual sebagai upaya meningkatkan penghasilan. Selain itu, peserta telah mampu menghasilkan foto produk yang menarik sehingga hal tersebut dapat menjadi bekal keterampilan bagi peserta untuk melakukan pemasaran secara digital.

Berdasarkan kegiatan yang telah dilakukan, perlu adanya kegiatan lanjutan khususnya mengenai teknik pemasaran secara online. Hal ini disebabkan karena cakupan pemasaran produk yang dijual peserta hanya sekedar di sekitar desa saja. Banyak peserta yang belum memahami cara atau teknik dalam melakukan pemasaran secara online agar pemasarannya bisa lebih luas.

Daftar Pustaka

- Endah, K. 2020. Pemberdayaan masyarakat: Menggali potensi lokal desa. *Moderat: Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan*, 6(1), 135–143.
- Febriyanti, T., & Farida, S. N. 2023. Peran foto produk sebagai media promosi untuk meningkatkan volume penjualan produk UMKM Desa Karang. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3), 20–27.
- Hananto, D., Firozji, M. S., Djalil, R., Handaru, H., Sutiawan, B., & Alfaiza, H. A. 2024. Strategi pengembangan produk baru dalam lingkungan bisnis yang kompetitif: Tantangan, pendekatan, dan keberhasilan. *Jurnal Intelek Dan Cendekiawan Nusantara*, 1(3), 4694–4700.
- Mahliza, I., Husein, A., & Gunawan, T. 2020. Analisis strategi pemasaran online. *Al-Sharf: Jurnal Ekonomi Islam*, 1(3), 250–264.
- Maulidasari, C. D. 2020. Dampak pemasaran online di era Covid-19. *Jurnal Bisnis Dan Kajian Strategi Manajemen*, 4(2).
- Prabowo, H. H. S. 2024. Analisis pengaruh fotografi terhadap peningkatan penjualan UMKM di desa wisata wayang, Kabupaten Klaten. *Journal of Innovation Research and Knowledge*, 4(7), 4537–4548.

- Rachmawati, E., Sulistyani, T., Mufidah, L., & Mayang, C. 2021. Pelatihan Pengolahan Ubi Ungu Sebagai Alternatif Kudapan Sehat pada Masa Pandemi. *Abdimas Akademika*, 2(1), 27–35.
- Sari, W. P., & Irena, L. 2021. Komunikasi visual melalui foto produk untuk meningkatkan nilai jual produk umkm. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*, 4(3).
- Widiastuti, T., Widayat, G. M., Kharisma, D., Prasetyani, E. T., & Fatkhur, D. F. I. 2022. Pemberdayaan masyarakat melalui pelatihan pemasaran online bagi UMKM di Kelurahan Mlatibaru Semarang. *Budimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 173–180.