

*STRATEGI PEMASARAN BERBASIS ONLINE USAHA SALAK BUAH KHAS  
KAMPUNG BANJAR SEMINAI KECAMATAN DAYUN KABUPATEN SIAK**ONLINE-BASED MARKETING STRATEGY FOR THE TYPICAL FRUIT SALAK  
BUSINESS OF BANJAR SEMINAI VILLAGE, DAYUN DISTRICT, SIAK  
REGENCY***Emilda Firdaus<sup>1</sup>, Mubarak<sup>2</sup>, Aidil Fitriansyah<sup>3</sup>, Sukamarriko Andrikasmi<sup>4</sup>, Fahrur Rozi<sup>5</sup>**<sup>1</sup>. Fakultas Hukum, Universitas Riau, Indonesia<sup>2</sup>. Fakultas Perikanan Dan Ilmu Kelautan, Universitas Riau, Indonesia<sup>3</sup>. Fakultas MIPA, Universitas Riau, Indonesia<sup>4</sup>. Fakultas Hukum, Universitas Riau, Indonesia<sup>5</sup>. Fakultas Hukum, Universitas Riau, Indonesia\*e-mail: [sukamarriko@lecturer.unri.ac.id](mailto:sukamarriko@lecturer.unri.ac.id)

---

**Article Info****Article history:****Received Dec 20<sup>th</sup>, 2024****Revised Jan 10<sup>th</sup>, 2025****Accepted Jan 20<sup>th</sup>, 2025**

---

**Abstrak**

Kampung Banjar Seminai, Kecamatan Dayun, Kabupaten Siak, Provinsi Riau, dikenal sebagai sentra produksi salak madu yang khas. Meskipun usaha salak di daerah ini telah berkembang pesat, petani menghadapi tantangan dalam memasarkan produk mereka, terutama dalam mencari pembeli langsung. Pengabdian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi strategi pemasaran salak madu dan mengeksplorasi alternatif strategi pemasaran berbasis online yang efektif. Dengan menggunakan metode survei dan analisis statistik, pengabdian ini mengevaluasi sejauh mana penerapan platform digital dapat meningkatkan penjualan dan kepuasan konsumen. Diharapkan hasil pengabdian ini dapat memberikan wawasan dan rekomendasi praktis bagi pelaku usaha dan pembuat kebijakan untuk mengoptimalkan penggunaan teknologi digital, sehingga usaha salak di Kampung Banjar Seminai dapat terus berkembang dan memberikan manfaat bagi masyarakat setempat. Keberhasilan strategi pemasaran yang adaptif dan inovatif diharapkan dapat meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha pertanian di daerah tersebut

**Kata kunci:**

Pemasaran Digital; Edukasi Masyarakat; Strategi Pemasaran; Pemasaran Online.

## **Abstract**

Banjar Seminai Village, Dayun Subdistrict, Siak District, Riau Province, is known as a production center for its distinctive honey salak. Although the salak business in this area has grown rapidly, farmers face challenges in marketing their products, especially in finding direct buyers. This service aims to analyze the factors that influence the marketing strategy of honey salak and explore alternative effective online-based marketing strategies. Using survey methods and statistical analysis, this service evaluates the extent to which the application of digital platforms can increase sales and consumer satisfaction. It is hoped that the results of this service can provide insights and practical recommendations for business actors and policy makers to optimize the use of digital technology, so that the salak business in Banjar Seminai Village can continue to grow and provide benefits to the local community. The success of adaptive and innovative marketing strategies is expected to increase the competitiveness and sustainability of agricultural businesses in the area.

## **Keywords:**

Digital Marketing; Public Education; Marketing Strategy; Online Marketing.

## PENDAHULUAN

Desa Banjar Seminai, terletak di Kabupaten Kampar, Provinsi Riau, Indonesia, telah lama dikenal sebagai pusat produksi salak yang berkualitas tinggi. Sehingga Desa Banjar Seminai memiliki potensi ekonomi yang signifikan melalui pertanian. Terutama dalam produksi buah salak. Dengan luas area pertanian yang sudah mempunyai dimana masing-masing kepala keluarga yang tercatat memiliki  $\frac{1}{2}$  ha, desa ini telah berhasil mengembangkan industri salak yang tidak hanya menjadi tulang punggung ekonomi lokal, tetapi juga menjadi identitas kultural yang kuat.

Di antara varietas salak yang ditanam, dua jenis yang paling menonjol adalah salak madu dan salak pondoh. Salak madu, merupakan salah satu varietas unggulan yang dikembangkan di desa ini, memiliki karakteristik unik berupa rasa yang sangat manis dengan sedikit sentuhan aroma madu alami. Buah ini memiliki daging yang renyah dan berwarna putih kekuningan, dengan ukuran yang relatif lebih besar dibandingkan varietas salak lainnya. Proses penanaman dan perawatan salak madu memerlukan keahlian khusus, termasuk pemilihan bibit unggul, pengaturan irigasi yang tepat, dan pemupukan organik yang intensif untuk menghasilkan rasa manis yang optimal.

Di sisi lain, salak pondoh, yang juga menjadi andalan Desa Banjar Seminai, dikenal dengan rasa asam manisnya yang seimbang. Varietas ini memiliki ukuran yang lebih kecil namun dengan daging buah yang padat dan tidak berserat. Salak pondoh memiliki keunggulan dalam hal ketahanan simpan yang lebih lama, membuatnya ideal untuk distribusi ke pasar yang lebih jauh. Petani di desa ini telah mengembangkan teknik budidaya khusus untuk salak pondoh, termasuk sistem tumpang sari dengan tanaman lain untuk meningkatkan efisiensi lahan dan menjaga kesuburan tanah.

Kedua jenis salak ini tidak hanya menjadi komoditas ekonomi penting tetapi juga memiliki peran signifikan dalam aspek sosial dan budaya masyarakat setempat. Dari segi ekonomi, buah salak madu dan salak pondoh memiliki nilai jual yang tinggi di pasar lokal dan regional. Salak madu, yang dikenal dengan rasa manis dan tekstur daging buah yang renyah, sering kali menjadi pilihan utama bagi konsumen yang mencari kualitas terbaik. Sementara itu, salak pondoh, dengan ciri khas rasa yang cenderung asam-manis dan tekstur yang lebih padat, menawarkan alternatif yang beragam bagi pasar.

Lebih jauh lagi, salak telah menjadi fokus dari berbagai upacara adat dan ritual komunal yang memperkaya kehidupan sosial dan spiritual masyarakat desa. Syukuran panen raya salak, misalnya, telah berkembang menjadi momen penting dalam kalender sosial desa. Upacara ini bukan hanya sebuah ungkapan rasa syukur atas hasil panen yang melimpah, tetapi juga menjadi ajang untuk memperkuat ikatan komunal dan solidaritas antar warga. Dalam acara ini, seluruh lapisan masyarakat desa berkumpul, berbagi makanan yang disiapkan dari hasil panen, dan berpartisipasi dalam berbagai ritual dan pertunjukan budaya. Proses ini secara efektif melestarikan dan mentransmisikan nilai-nilai tradisional seperti gotong royong, rasa syukur terhadap alam, dan pentingnya keseimbangan antara manusia dan lingkungannya.

Aspek budaya lain yang tak kalah pentingnya adalah transmisi pengetahuan tentang budidaya salak dari satu generasi ke generasi berikutnya. Proses ini telah menciptakan sebuah corpus kearifan lokal yang sangat berharga, yang mencakup tidak hanya teknik-teknik pertanian praktis, tetapi juga filosofi yang lebih dalam tentang hubungan manusia dengan alam. Pengetahuan

ini, yang seringkali disampaikan melalui tradisi lisan dan praktik langsung, mencerminkan pemahaman yang mendalam tentang ekosistem lokal, siklus musim, dan karakteristik tanah yang telah teruji oleh waktu. Lebih dari sekadar teknik bertani, kearifan lokal ini juga mengandung nilai-nilai keberlanjutan dan penghormatan terhadap alam yang semakin relevan di era krisis lingkungan global saat ini.

Dengan latar belakang yang kaya ini, langkah tepat selanjutnya dalam perkembangan industri salak di Desa Banjar Seminai adalah melakukan pengembangan strategi pemasaran yang berbasis teknologi digital dan online. Strategi semacam ini memiliki potensi yang sangat besar, tidak hanya untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan pendapatan para petani, tetapi juga untuk memperkenalkan kekayaan budaya dan keunikan produk salak lokal kepada audiens yang jauh lebih luas dan beragam di tingkat nasional maupun internasional.

Implementasi strategi pemasaran online dapat mencakup beberapa elemen kunci. Pertama, pengembangan platform e-commerce yang khusus untuk produk salak dan olahannya, yang memungkinkan konsumen dari berbagai daerah untuk dengan mudah membeli produk langsung dari petani atau koperasi desa. Kedua, pemanfaatan media sosial dan konten digital untuk menceritakan kisah di balik produksi salak di Desa Banjar Seminai, menampilkan wajah-wajah petani, tradisi lokal, dan proses produksi yang unik. Ketiga, pengembangan program pemasaran yang terintegrasi yang menggabungkan elemen-elemen offline dan online, seperti tur virtual kebun salak atau workshop online tentang pengolahan salak.

Melalui strategi pemasaran online yang komprehensif dan terintegrasi, Desa Banjar Seminai memiliki kesempatan emas untuk memposisikan dirinya bukan hanya sebagai pusat produksi salak berkualitas tinggi, tetapi juga sebagai destinasi agrowisata yang menarik dan pusat pelestarian budaya yang unik. Strategi ini juga membuka peluang untuk mempromosikan nilai-nilai keberlanjutan dan kearifan lokal yang menjadi fondasi kesuksesan industri salak mereka kepada audiens global. Dengan demikian, Desa Banjar Seminai tidak hanya dapat meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakatnya, tetapi juga berkontribusi pada pelestarian warisan budaya dan praktik pertanian berkelanjutan yang dapat menjadi model bagi komunitas lain di Indonesia dan bahkan di seluruh dunia.

Pengembangan dan pemanfaatan produk-produk ini telah memberikan kontribusi signifikan terhadap pendapatan rumah tangga petani di Desa Banjar Seminai, menciptakan peluang kerja, dan merangsang pertumbuhan ekonomi lokal. Secara sosial, keberadaan produksi salak ini telah menciptakan ikatan yang kuat dalam komunitas desa. Petani salak, yang umumnya merupakan anggota keluarga dan tetangga dekat, sering kali bekerja sama dalam proses penanaman, perawatan, dan panen buah salak. Kolaborasi ini tidak hanya memperkuat jaringan sosial tetapi juga mempromosikan budaya gotong royong yang menjadi nilai penting dalam masyarakat setempat. Selain itu, adanya pasar lokal yang berkembang untuk buah salak madu dan pondoh berkontribusi pada peningkatan kualitas hidup masyarakat melalui akses yang lebih baik terhadap pendapatan dan sumber daya. Dalam konteks budaya, buah salak memiliki tempat khusus dalam tradisi kuliner dan upacara adat masyarakat Desa Banjar Seminai. Salak sering kali diolah menjadi berbagai hidangan tradisional dan disajikan dalam perayaan dan acara-acara spesial, mencerminkan peran pentingnya dalam kehidupan sehari-hari dan budaya setempat. Proses produksi dan konsumsi buah salak juga melibatkan tradisi turun-temurun, yang menjaga dan meneruskan pengetahuan lokal dari generasi ke generasi. Jurnal ini bertujuan untuk mengkaji strategi pemasaran produk buah salak berbasis online di Desa Banjar Seminai.

## METODE PENERAPAN

Pengabdian ini dilaksanakan dengan cara melaksanakan serangkaian kegiatan pemberdayaan kepada masyarakat, mengedukasi, serta memberikan pendampingan-pendampingan langsung dalam setiap pokok kegiatan. Kegiatan ini juga berdasarkan hasil survei dan analisis statistik yang dilakukan oleh Dosen Pembimbing Lapangan bersama Mahasiswa Kuliah Kerja Nyata (Kuekrta) di Kampung Banjar Seminai kecamatan Dayun Kabupaten Siak, yang dilaksanakan pada tanggal 12 Juli 2024 hingga 24 Agustus 2024 dimana dalam pelaksanaan program kerja ini ditujukan untuk strategi pemasaran berbasis online usaha salak buah khas Kampung Banjar Seminai Kecamatan Dayun Kabupaten Siak. Tujuannya ialah meningkatkan peluang usaha sekaligus mengedukasi masyarakat desa tentang betapa pentingnya penggunaan media elektronik dan media sosial di zaman digital sekarang ini.

## HASIL DAN KETERCAPAIAN SASARAN

### A. Sosialisasi dan Pendampingan Legalitas Usaha

Kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) merupakan salah satu implementasi Tridharma perguruan tinggi. Namun, dalam pelaksanaannya, tidak menutup kemungkinan adanya tujuan KKN yang tidak tercapai sesuai harapan. Hal ini dapat mengakibatkan peserta KKN tidak mendapatkan pembelajaran mandiri yang bermakna setelah masa pengabdian berakhir. Selain itu, kualitas kehidupan masyarakat mungkin tidak menunjukkan perubahan signifikan, dan yang terburuk adalah citra perguruan tinggi di mata publik dapat menjadi semakin buruk. Akibatnya, pelaksanaan KKN diasumsikan tidak memenuhi syarat atau gagal. Oleh karena itu, KKN ini bertujuan untuk membangun hubungan yang baik antara dunia akademik-teoritis dan dunia empiris-praktis. Dengan demikian, akan tercipta interaksi yang selaras antara mahasiswa dan masyarakat yang saling menerima, memberi, mengasah kasih dan kepedulian.

Dalam konteks ini, sosialisasi juga dilakukan kepada pelaku usaha di desa Banjar, khususnya pelaku usaha buah salak. Sosialisasi mengenai legalitas produk diperlukan guna mempertahankan mutu dan kualitas produk agar dapat bersaing di pasaran. Mahasiswa juga membantu dalam melakukan pendampingan legalitas usaha dengan didukung oleh dosen dari Universitas Riau. Pendampingan ini dilakukan untuk mengarahkan para pelaku usaha dalam memperkuat legalitas dari hasil produk usaha mereka, sehingga produk usaha milik masyarakat Desa Banjar dapat bersaing di pasaran, terutama dalam pasar online.

Untuk membuat legalitas izin usaha, beberapa langkah yang perlu dilakukan antara lain:

1. Pembuatan akta pendirian usaha oleh notaris
2. Pendaftaran Nomor Induk Berusaha (NIB) melalui sistem Online Single Submission (OSS)
3. Pengurusan Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP)
4. Pendaftaran Tanda Daftar Perusahaan (TDP)
5. Pengurusan Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) perusahaan

Selain itu, sosialisasi undang-undang terkait izin usaha juga penting dilakukan untuk meningkatkan pemahaman pelaku usaha. Sosialisasi ini bertujuan untuk memberikan informasi yang komprehensif tentang regulasi terkini yang mengatur perizinan usaha di Indonesia. Dengan pemahaman yang baik tentang undang-undang ini, pelaku usaha dapat lebih siap dalam menjalankan usahanya sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku. Beberapa poin krusial yang perlu disosialisasikan secara mendalam antara lain:

1. UU No. 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja yang mengatur tentang kemudahan berusaha. Undang-undang ini merupakan terobosan penting dalam upaya pemerintah untuk menyederhanakan proses perizinan usaha. Beberapa aspek penting yang diatur dalam UU ini meliputi:
  - a) Penyederhanaan prosedur perizinan melalui sistem Online Single Submission (OSS)
  - b) Penerapan Nomor Induk Berusaha (NIB) sebagai identitas tunggal pelaku usaha
  - c) Pengaturan tentang kemudahan berusaha bagi UMKM, termasuk insentif dan pembinaan
  - d) Penyederhanaan persyaratan investasi untuk mendorong pertumbuhan ekonomi
2. PP No. 5 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Perizinan Berusaha Berbasis Risiko. Peraturan Pemerintah ini merupakan turunan dari UU Cipta Kerja yang lebih spesifik mengatur tentang perizinan berusaha. Beberapa poin penting yang perlu dipahami pelaku usaha meliputi:
  - a) Klasifikasi risiko usaha (rendah, menengah rendah, menengah tinggi, dan tinggi)
  - b) Jenis perizinan yang diperlukan berdasarkan tingkat risiko usaha
  - c) Prosedur dan persyaratan perizinan untuk masing-masing tingkat risiko
  - d) Pengawasan dan evaluasi perizinan berusaha
3. Peraturan daerah setempat terkait izin usaha.  
Selain peraturan nasional, pelaku usaha juga perlu memahami peraturan daerah yang berlaku di lokasi usaha mereka. Beberapa aspek yang umumnya diatur dalam peraturan daerah meliputi:
  - a) Persyaratan khusus untuk jenis usaha tertentu yang mungkin memerlukan izin tambahan
  - b) Ketentuan tentang zonasi dan tata ruang yang dapat mempengaruhi lokasi usaha
  - c) Prosedur dan biaya pengurusan izin di tingkat daerah
  - d) Sanksi dan denda yang mungkin dikenakan jika terjadi pelanggaran

Dengan pemahaman yang mendalam tentang regulasi-regulasi ini, pelaku usaha dapat lebih siap dalam menjalankan usahanya sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku. Hal ini tidak hanya akan membantu mereka dalam mematuhi peraturan, tetapi juga dapat memberikan keuntungan dalam hal efisiensi operasional dan peluang pengembangan usaha yang lebih luas.

Sosialisasi ini bertujuan untuk memberikan pemahaman kepada pelaku usaha tentang pentingnya legalitas usaha, prosedur pengurusan izin, serta hak dan kewajiban mereka sebagai pelaku usaha yang sah. Dengan adanya legalitas usaha, pembeli akan lebih mudah melihat produk milik pelaku usaha yang memiliki legalitas yang baik. Hal ini disebabkan oleh kepercayaan masyarakat yang cenderung mengarah pada produk yang memiliki jaminan kualitas dan keamanan. Legalitas usaha juga memberikan perlindungan hukum bagi pelaku usaha dan konsumen, serta membuka peluang untuk pengembangan usaha yang lebih luas, termasuk akses ke pendanaan dan kemitraan dengan pihak lain.

## B. Pengembangan Pemasaran

Pemasaran merupakan hal yang sangat penting dalam dunia usaha karena pemasaran akan membantu meningkatkan penjualan yang dimulai dari terciptanya merek tertentu yang menjadi patokan di kalangan masyarakat kemudian akan terjalin hubungan loyalitas konsumen agar produk atau jasa mendapatkan pasar yang tepat hingga mengatasi persaingan di antara produk yang serupa di pasaran. Umumnya pemasaran yang dilakukan masyarakat ialah pemasaran yang



sederhana dan terstruktur. Seperti, para pedagang membantu petani dalam penjualan hasil bertani dengan cara borongan. Cara seperti ini memang dinilai bagus namun belum mampu mengatasi masalah persaingan ataupun meningkatkan penjualan. Disinilah peran Mahasiswa dalam membantu menciptakan peluang usaha bagi masyarakat di era digital seperti sekarang ini.

Adapun program kerja yang di terapkan Mahasiswa Univesitas Riau terhadap masyarakat di Desa Banjar Seminai ialah pemasaran berbasis online menggunakan beberapa medai sosial ternama seperti Intagram, Youtube, Tik Tok, hingga beberapa Market Place seperti Shoppe, Lazada, dll. Produk yang dijadikan fokus pemasaran ialah Buah Salak khas dari Desa Banjar Seminai. Perbedaan yang mencolok dari Buah Salak yang ada di Banjar Seminai dengan tempat lain bisa di lihat dari bentuk dan rasanya yang khas. Ada dua jenis Buah Salak yang menjadi khas Desa Banjar Seminai, Salak Pondoh dan Salak Madu. Dari nama nya sudah bisa menggambarkan bagaimana cita rasa yang ada pada buah salak ini. Jika dilihat dari proses penanamannya juga terdapat beberapa perbedaan dimana pada umumnya salak yang kita kenal banyak dari pulau Jawa yang apabila di lihat dari struktur tanah nya saja sudah berbeda, sehingga di Siak para petani menggunakan beberapa teknik yang berbeda untuk mendapatkan hasil panen yang memuaskan.

Kegiatan di mulai dengan melakukan survei ke beberapa kebun salak di Desa Banjar Seminai yang dimana salah satunya ialah kebun salak Pak Mukadi, berdasarkan pendapat dari beliau untuk tahap penjualan umumnya beliau sudah memiliki pelanggan tetap dimana setiap musim panen sudah ada warga sekitar yang membeli buah salak beliau, namun untuk penjualan keluar wilayah masih belum maksimal. Disini fokus Mahasiswa KKN Universitas Riau ialah untuk memasarkan produk khas dari Desa Banjar Seminai karena potensi pemasaran berbasis online ini masih belum diketahui banyak oleh warga sekitar. Tahapan selanjutnya ialah menganalisis data yang sudah ditemukan seperti jumlah hasil panen setiap tahunnya yang mana dinilai masih terdapat kekurangan jumlah hasil panen apabila hendak melakukan pemasaran berbasis online karena sebelum adanya pemasaran berbasis online sendiri produk yang terjual umumnya selalu habis lalu ada juga kendala lainnya seperti waktu panen yang hanya ada pada bulan – bulan tertentu, hal ini juga perlu di lakukan inovasi agar nantinya persediaan buah salak selalu tersedia di Desa Banjar Seminai. Pada tahapan ini analisis di lakukan bersama para Dosen dari Universitas Riau yang sudah menguasai bidang yang akan membantu keberhasilan program ini ada juga beberapa petani salak yang hadir untuk memastikan apa saja kendala yang di hadapi dan ada juga para Penyuluh Petani yang membantu tahapan analisis ini. Dari hasil diskusi ini pun di temukan beberapa kendala yang selama ini mengganggu proses perkembangan usaha salak di Desa Banjar Seminai. Usaha kebun salak di Desa Banjar Seminai sendiri sudah menjalani proses jatuh bangun yang dimulai saat masa jayanya hingga pada tahun 2015 terjadi musim kemarau panjang yang mengakibatkan kebakaran hutan yang menyebabkan kebun salak mati dan untuk memulai lagi dari nol membutuhkan proses yang besar. Kemudian minimnya andil dari pemerintah itu sendiri sehingga masyarakat pun bergerak sendiri hingga mengeluarkan dana yang besar namun tantangan lainnya pun muncul yakni bertepatan pada masa Covid-19 perkebunan salak di Desa Banjar Seminai pun kembali mati, hal inilah yang menyebabkan saat ini perkebunan salak bukan menjadi fokus utama masyarakat. Dalam proses produksi buah salak sendiri juga terdapat kendala iklim dimana umum nya sering dilanda cuaca yang panas sehingga unsur mineral kurang lalu untuk penggunaan sumur bor pun juga masih menjadi kendala.

Ada juga kendala lainnya seperti gangguan dari satwa liar seperti monyet, hama, hingga babi hutan. Untuk mengatasi kendala seperti ini ada beberapa cara salah satunya seperti menggunakan gumpalan rambut manusia yang di sebar di wilayah perkebunan salak, selain itu

ada juga cara lain seperti menggunakan ketapel namun upaya ini dinilai belum maksimal. Untuk mengatasi gangguan hama sendiri umunya petani menggunakan pupuk khusus yang di semprotkan ke kebun salak. Masyarakat mengharapkan untuk menyelesaikan permasalahan ini terlebih dahulu agar proses pemasaran bisa maksimal. Untuk proses pemasaran sendiri Mahasiswa KKN Universitas Riau melakukan pembuatan video yang menampilkan proses penanaman buah salak itu sendiri yang dimulai dari penyerbukan, lalu perkawinanya yang dimana ada buah salak yang jantan dan betina hingga proses panen. Kemudian juga menyertakan link yang bisa langsung mengarahkan pada penjual salak agar memudahkan proses jual beli seperti landing page, hingga link yang langsung mengarahkan ke market place online seperti Shoppe, Tik Tok Shop dan lain-lain. Tolak ukur keberhasilan dari program ini bisa di lihat dari tingkat penjualan tahunan dari para petani salak setelah menggunakan pemasaran berbasis online. Adapun beberapa komponen yang ada pada pemasaran online seperti konten video. Konten video merupakan strategi pemasaran yang menggunakan video sebagai format utama untuk menyampaikan informasi. Video dapat berisi berbagai jenis konten, seperti tutorial, review produk, tips dan trik, serta informasi lainnya yang relevan dengan produk atau jasa yang di tawarkan.

Agar video yang di buat dapat menarik perhatian khalayak ramai, ada lima cara mudah yang dapat di terapkan dalam proses pembuatan video marketing. Pertama, evaluasi konten yang di butuhkan. Ini penting untuk memastikan bahwa video yang di buat sesuai dengan kebutuhan audiens dan tujuan pemasaran. Kedua, buat rancangan video. Rancangan yang baik akan membantu menyusun alur cerita dan memastikan bahwa semua informasi penting disampaikan dengan jelas. Ketiga, rekam dan sunting video. Proses pengeditan sangat penting untuk menghasilkan video yang profesional dan menarik. Pastikan untuk menghapus bagian yang tidak perlu dan menambahkan elemen visual yang mendukung pesan. Keempat, lakukan SEO video. Optimasi mesin pencari untuk video akan membantu meningkatkan visibilitas dan menjangkau khalayak yang lebih luas. Terakhir, pilih tempat pemasaran video yang tepat. Platform yang di pilih untuk membagikan video akan mempengaruhi seberapa banyak khalayak yang dapat dijangkau. Dengan menerapkan langkah-langkah ini, dapat menciptakan konten video yang tidak hanya menarik tetapi juga efektif dalam mendukung strategi pemasaran digital. Mari kita eksplorasi lebih lanjut tentang bagaimana video dapat menjadi alat yang kuat dalam menjangkau dan melibatkan audiens. Adapun cara agar audiens tertarik terhadap konten yang dibuat adalah dengan menerapkan beberapa strategi yang efektif. Pertama, penting untuk memahami audiens target dan menciptakan konten yang relevan dengan minat dan kebutuhan mereka.

Melakukan riset tentang preferensi audiens dapat membantu dalam merancang pesan yang lebih menarik. Kedua, penggunaan elemen visual yang menarik seperti gambar berkualitas tinggi, grafik, dan video dapat meningkatkan daya tarik konten. Konten yang kaya visual cenderung lebih mudah diingat dan dibagikan oleh audiens. Selain itu, penggunaan judul yang menarik dan deskripsi yang jelas juga dapat menarik perhatian pembaca. Ketiga, interaksi dengan audiens melalui komentar, pertanyaan, dan umpan balik sangat penting. Mendorong audiens untuk berpartisipasi dalam diskusi atau memberikan pendapat mereka dapat menciptakan rasa keterlibatan yang lebih dalam. Hal ini juga dapat membantu membangun komunitas di sekitar produk atau merek. Keempat, konsistensi dalam penyampaian konten juga berperan penting. Memastikan bahwa konten yang diproduksi secara teratur dan sesuai dengan identitas merek akan membantu audiens mengenali dan mengingat produk yang ditawarkan. Terakhir, memanfaatkan platform media sosial yang tepat untuk membagikan konten juga sangat penting. Setiap platform



memiliki karakteristik dan audiens yang berbeda, sehingga penting untuk menyesuaikan konten dengan platform yang digunakan untuk mencapai hasil yang optimal.

Dengan menerapkan strategi-strategi ini, diharapkan konten yang dihasilkan tidak hanya menarik perhatian audiens, tetapi juga dapat meningkatkan keterlibatan dan, pada akhirnya, mendukung tujuan pemasaran produk salak khas Kampung Banjar Seminai. Dalam mendukung tujuan pemasaran produk salak khas Kampung Banjar Seminai, penting untuk menerapkan berbagai strategi yang telah dibahas sebelumnya. Dengan konsistensi dalam penyampaian konten dan pemanfaatan platform media sosial yang tepat, diharapkan produk salak dapat lebih dikenal oleh audiens yang lebih luas. Selain itu, kolaborasi dengan mahasiswa KKN Universitas Riau yang telah melakukan pembuatan video tentang proses penanaman dan panen salak juga dapat menjadi alat pemasaran yang efektif. Video ini tidak hanya memberikan informasi tentang produk, tetapi juga membangun narasi yang menarik bagi konsumen, sehingga mereka lebih tertarik untuk membeli. Dengan mengatasi kendala yang ada, seperti gangguan dari satwa liar dan tantangan iklim, serta meningkatkan kualitas dan kuantitas produksi, petani salak di Kampung Banjar Seminai dapat lebih siap untuk bersaing di pasar. Melalui pendekatan pemasaran yang inovatif dan berbasis online, diharapkan produk salak khas ini tidak hanya dapat meningkatkan keterlibatan konsumen, tetapi juga mendukung pertumbuhan ekonomi lokal dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat. Dengan demikian, penerapan strategi pemasaran yang efektif dan adaptif akan menjadi kunci untuk mencapai tujuan pemasaran produk salak khas Kampung Banjar Seminai dan memastikan keberlanjutan usaha pertanian di daerah tersebut. Penerapan strategi pemasaran yang efektif dan adaptif akan menjadi kunci untuk mencapai tujuan pemasaran produk salak khas Kampung Banjar Seminai dan memastikan keberlanjutan usaha pertanian di daerah tersebut. Dalam konteks ini, penting untuk memahami bahwa pemasaran bukan hanya sekadar menjual produk, tetapi juga menciptakan hubungan yang kuat antara produsen dan konsumen. Oleh karena itu, pendekatan yang berfokus pada pengalaman konsumen dan interaksi yang positif akan sangat berpengaruh terhadap keberhasilan pemasaran.

Salah satu langkah awal yang dapat diambil adalah meningkatkan kesadaran merek melalui kampanye pemasaran yang terintegrasi. Penggunaan media sosial sebagai platform utama untuk mempromosikan produk salak dapat membantu menjangkau audiens yang lebih luas. Konten yang menarik, seperti video tentang proses penanaman dan panen salak, dapat memberikan gambaran yang jelas tentang kualitas dan keunikan produk. Selain itu, kolaborasi dengan influencer lokal atau food blogger dapat meningkatkan visibilitas produk dan menarik perhatian konsumen yang lebih muda. Selanjutnya, penting untuk mengembangkan situs web atau platform e-commerce yang user-friendly. Dengan adanya platform ini, konsumen dapat dengan mudah melakukan pemesanan dan mendapatkan informasi lengkap mengenai produk salak, termasuk harga, cara pengolahan, dan manfaat kesehatan. Selain itu, sistem pemesanan yang efisien akan memudahkan petani dalam mengelola stok dan memenuhi permintaan pasar. Penggunaan teknologi dalam proses pemasaran juga dapat membantu petani untuk lebih responsif terhadap tren pasar dan preferensi konsumen. Dalam rangka meningkatkan loyalitas konsumen, program loyalitas atau reward dapat diterapkan. Misalnya, memberikan diskon atau hadiah bagi konsumen yang melakukan pembelian berulang dapat mendorong mereka untuk terus membeli produk salak. Selain itu, mengadakan acara atau festival yang melibatkan masyarakat setempat dapat menciptakan rasa kebersamaan dan meningkatkan keterlibatan konsumen dengan produk. Kegiatan seperti ini tidak hanya akan memperkenalkan produk salak kepada masyarakat, tetapi juga memperkuat citra positif Kampung Banjar Seminai sebagai penghasil salak berkualitas.

Penting juga untuk melakukan analisis pasar secara berkala untuk memahami perubahan preferensi konsumen dan tren industri. Dengan memahami dinamika pasar, petani salak dapat menyesuaikan strategi pemasaran mereka agar tetap relevan dan kompetitif. Misalnya, jika terdapat peningkatan permintaan untuk produk organik, petani dapat mempertimbangkan untuk menerapkan praktik pertanian organik dan mempromosikannya sebagai nilai tambah bagi produk mereka. Selain itu, pelatihan dan edukasi bagi petani tentang pemasaran digital dan penggunaan teknologi informasi juga sangat penting. Dengan meningkatkan pengetahuan dan keterampilan petani dalam bidang pemasaran, mereka akan lebih siap untuk menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang yang ada di pasar.

Program pelatihan ini dapat dilakukan melalui kerjasama dengan lembaga pendidikan atau organisasi non-pemerintah yang memiliki fokus pada pengembangan kapasitas petani. Akhirnya, keberlanjutan usaha pertanian di Kampung Banjar Seminai tidak hanya bergantung pada strategi pemasaran yang diterapkan, tetapi juga pada dukungan dari pemerintah dan masyarakat. Kebijakan yang mendukung pengembangan usaha kecil dan menengah, serta akses terhadap sumber daya dan teknologi, akan sangat membantu petani dalam meningkatkan produktivitas dan daya saing mereka. Dengan kolaborasi yang baik antara semua pihak, diharapkan usaha salak di Kampung Banjar Seminai dapat terus berkembang dan memberikan manfaat yang signifikan bagi masyarakat setempat. Dengan langkah-langkah ini, diharapkan produk salak khas Kampung Banjar Seminai tidak hanya dikenal di tingkat lokal, tetapi juga dapat menembus pasar yang lebih luas, sehingga memberikan dampak positif bagi perekonomian daerah dan kesejahteraan masyarakat. Dalam konteks ini, penting bagi para petani dan pelaku usaha untuk terus berinovasi dan beradaptasi dengan perubahan pasar serta kebutuhan konsumen. Salah satu langkah yang dapat diambil adalah dengan memanfaatkan teknologi digital secara maksimal. Penggunaan media sosial sebagai platform pemasaran tidak hanya memungkinkan petani untuk menjangkau audiens yang lebih luas, tetapi juga menciptakan interaksi langsung dengan konsumen. Melalui konten yang menarik dan informatif, seperti video tentang proses penanaman dan panen salak, petani dapat membangun narasi yang kuat mengenai produk mereka. Ini tidak hanya meningkatkan kesadaran merek, tetapi juga membangun kepercayaan konsumen terhadap kualitas dan keaslian produk salak yang ditawarkan. Selain itu, kolaborasi dengan berbagai pihak, termasuk mahasiswa KKN dan lembaga terkait, dapat memperkuat upaya pemasaran. Dengan melibatkan mahasiswa dalam pembuatan konten dan kampanye pemasaran, petani dapat memanfaatkan kreativitas dan pengetahuan terbaru tentang tren pemasaran digital. Hal ini juga memberikan kesempatan bagi mahasiswa untuk menerapkan ilmu yang mereka pelajari di lapangan, sekaligus memberikan dampak positif bagi masyarakat. Penting juga untuk melakukan analisis pasar secara berkala. Dengan memahami tren dan preferensi konsumen, petani dapat menyesuaikan strategi pemasaran mereka agar lebih relevan. Misalnya, jika terdapat peningkatan permintaan untuk produk organik, petani dapat mempertimbangkan untuk menerapkan praktik pertanian organik dan mempromosikannya sebagai nilai tambah bagi produk salak mereka.

Di samping itu, pelatihan dan edukasi bagi petani tentang pemasaran digital dan manajemen usaha juga sangat penting. Dengan meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mereka, petani akan lebih siap untuk menghadapi tantangan yang ada dan memanfaatkan peluang yang muncul. Program-program pelatihan ini dapat diselenggarakan oleh pemerintah daerah atau lembaga swasta yang peduli terhadap pengembangan pertanian lokal. Akhirnya, keberlanjutan usaha pertanian di Kampung Banjar Seminai tidak hanya bergantung pada strategi pemasaran yang diterapkan, tetapi juga pada komitmen semua pihak untuk menjaga kualitas produk dan

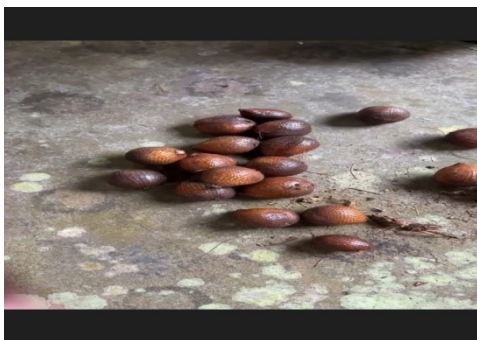
lingkungan. Dengan pendekatan yang holistik dan kolaboratif, diharapkan usaha salak di daerah ini dapat terus berkembang, memberikan manfaat ekonomi bagi masyarakat, dan melestarikan warisan budaya pertanian lokal. Melalui sinergi antara petani, pemerintah, lembaga pendidikan, dan masyarakat, semua pihak dapat berkontribusi dalam menciptakan ekosistem yang mendukung pertumbuhan usaha pertanian. Inovasi dalam pemasaran, seperti penggunaan media sosial dan platform digital, akan memungkinkan petani untuk menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan interaksi dengan konsumen. Selain itu, pelatihan dan edukasi yang berkelanjutan akan memperkuat kapasitas petani dalam menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang yang ada. Dengan demikian, keberlanjutan usaha salak di Kampung Banjar Seminai tidak hanya bergantung pada strategi pemasaran yang diterapkan, tetapi juga pada komitmen semua pihak untuk menjaga kualitas produk dan lingkungan. Diharapkan, dengan langkah-langkah ini, produk salak khas Kampung Banjar Seminai tidak hanya dikenal di tingkat lokal, tetapi juga dapat menembus pasar yang lebih luas, memberikan dampak positif bagi perekonomian daerah dan kesejahteraan masyarakat.

Salak Madu sesuai namanya memiliki rasa manis seperti madu khususnya pada bagian tengahnya kemudian untuk bagian dagingnya lebih tebal namun renyah dan lebih banyak kandungan air dari pada buah salak pad umumnya, bebas lemak, dan kaya akan vitamin C. Untuk ukuran buahnya sendiri ada yang sedang hingga besar dengan kulit yang coklat kekuningan dengan duri yang lembut.

Salak Pondoh asalnya dari yogyakarta merupakan buah yang kaya akan zat besi sehingga baik untuk ibu hamil, dapat membantu mencegah diabetes, dan juga membantu melancarkan peredaran darah

Tabel 1. Buah Salak di Desa Banjar Seminai

Nama	Rasa	Tekstur	Ukuran
Salak Madu	Rasa manis yang khas	Lebih lembut dan Berair	Ukuranya Lebih Kecil
Salak Pondoh	Manisnya lebih segar	Lebih kering dan lebih renyah	Ukuranya lebih Besar



Gambar 1 SALAK PONDOH



Gambar 2 SALAK MADU

## KESIMPULAN

Kesimpulan dari strategi pemasaran berbasis online untuk usaha salak di Kampung Banjar Seminai, Kecamatan Dayun, Kabupaten Siak, menyoroti pentingnya penerapan teknologi digital dalam meningkatkan penjualan dan memperluas jangkauan pasar. Meski produk salak dari daerah ini memiliki keunikan dan potensi besar, tantangan dalam pemasaran masih dihadapi, terutama dalam mencari pembeli di luar wilayah. Pengabdian ini menunjukkan bahwa penggunaan media sosial dan platform e-commerce seperti Instagram, YouTube, TikTok, serta marketplace seperti Shopee dan Lazada, dapat meningkatkan visibilitas produk, mempermudah proses pemesanan, dan meningkatkan pendapatan petani. Video konten yang menampilkan proses penanaman dan panen salak, serta link langsung menuju platform jual beli, merupakan strategi efektif dalam menarik perhatian konsumen. Selain itu, keterlibatan mahasiswa KKN Universitas Riau dalam proses pemasaran memberikan kontribusi penting melalui pembuatan konten kreatif dan edukasi masyarakat tentang pemasaran digital. Namun, keberhasilan pemasaran juga bergantung pada penyelesaian berbagai kendala seperti cuaca, gangguan satwa liar, dan keterbatasan teknologi yang dihadapi oleh para petani. Dalam upaya meningkatkan keberlanjutan dan daya saing usaha salak, dukungan dari pemerintah dan peningkatan keterampilan petani dalam pemasaran digital sangat diperlukan. Sinergi antara petani, lembaga pendidikan, dan pemerintah diharapkan dapat menciptakan ekosistem yang mendukung pertumbuhan usaha pertanian di Kampung Banjar Seminai, sehingga dapat memberikan manfaat ekonomi yang signifikan terutama bagi masyarakat setempat.

## DAFTAR PUSTAKA

### Artikel Jurnal:

- Assauri, S. (2023). Strategi Manajemen Pemasaran di Era Digital. *Prosiding Seminar Nasional Manajemen*, 3(2), 1147-1153.
- Avita, A., Ahmas, R., & Silviani, D. (2024). Digital Marketing sebagai Strategi Pemasaran di Era Society 5.0. *Edunomika*, 8(2), 1-6.
- Apriana, D., & Yuliansyah, C. (2024). Mengoptimalkan Penjualan Online Melalui Teknik Data Mining (Studi Kasus E-Commerce). *AL-MIKRAJ Jurnal*.
- Desra, R. (2019). 10 Jenis Strategi Pemasaran Efektif di Era Digital. *Mekari Jurnal*.
- Hardilawati, W.L., & Praditya, A. (2020). The Role of Innovation and E-Commerce in Small Business Growth.
- Kosasi, S., & Yuliansyah, H. (2022). Pengaruh Media Sosial Terhadap Bisnis Online Shop. *Jurnal Semarak*.
- Sandiva, T. V., & Veri, J. (2024). Analisis Pengaruh Digital Marketing terhadap Pertumbuhan Penjualan UMKM. *Jurnal ADDIWAN*

### Buku:

- Aaker, D. A. (1991). *Managing brand equity: Capitalizing on the value of a brand name*. Free Press.
- Becker, G. S. (1981). *A treatise on the family*. Harvard University Press.
- Friedman, M. (1957). *A theory of the consumption function*. Princeton University Press.

- Keynes, J. M. (1936). *The general theory of employment, interest, and money*. Harcourt Brace.
- Kotler, P. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Principles of marketing* (16th ed.). Pearson.
- Layard, R. (2022). *The path to gainful employment*. Penguin Books.
- Marshall, A. (1890). *Principles of economics*. Macmillan.
- Porter, M. E. (1985). *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance*. Free Press.
- Smith, A. (1776). *The wealth of nations*. Strahan & Cadell.
- Samuelson, P. A. (2009). *Economics* (19th ed.). McGraw-Hill.