

## **Diversifikasi Rasa, Manajemen Produksi dan Transformasi Pemasaran: Strategi Keberlanjutan Bisnis Farida Bakery**

**Riza Wulandari<sup>1</sup>, Lilis Yuningsih<sup>2</sup>, Tria Hikmah Fratiwi<sup>3</sup>, I Gusti Ngurah Agung Ananda Putra<sup>4</sup>, Ni Luh Putu Wulandari<sup>5</sup>**

Lamopia4rizawulandari@stikom-bali.ac.id<sup>1</sup>, lilis@stikombali.ac.id<sup>2</sup>,  
triahikmahfratiwi@stikombali.ac.id<sup>3</sup>, gede\_lamopia@stikom-bali.ac.id<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4,5</sup>Institut Teknologi dan Bisnis Stikom Bali

---

**Abstract:** *The sustainability of processed food in Indonesia is inseparable from the role of economic actors, one of which is the home industry. Mrs. Farida Azis is part of the business activists from the home industry business group in Denpasar. The purpose of the community service is to find out 3 aspects partner's problems, namely aspects of flavor diversification, production management, and marketing transformation. The method used in this activity are observations, existing partners, survey of production and support equipment, Distribution of production equipment and flavors, packaging and logo design, distribution/provision of new packaging and logos, marketing transformation. The results of this community service activity have produced solutions from the production management aspect in the form of additional equipment, namely a 3-tray aluminum type oven machine, and an idea life multi-speed Premium Quality Idea life mixer (IL221s). While in the aspect of flavor diversification there are additional variants of cheese, almond, Choco ball flavors. Partners are also supported in terms of marketing aspects which have been given a logo and packaging that includes the partner's identity and marketing transformation, namely from the creation of Instagram social media under the name Farida bake. Overall, all aspects that are an obstacle for partners have received solutions that suit the needs of partners. The activity went well and smoothly and there was hope from the partners that this activity would not only stop until the community service program was completed, but could continue to foster other MSMEs that needed assistance.*

**Keywords:** Sustainability,  
production, home industry

---

## Pendahuluan

Perlu disadari bahwa satu kemajuan arus perekonomian di Indonesia salah satunya dimenangkan oleh menjamurnya Industri rumah tangga (*Home Industry*). Sebagai agen yang berpengaruh terhadap laju perekonomian, penting untuk diketahui bahwa dinamika sosio ekonomi pada industri kecil rumah tangga ini lebih melekat pada masyarakat. Produktivitas industri kecil rumah tangga yang dijalankan berbasis pada interaksi sosial dan juga fleksibilitas. Penanaman kearifan lokal, sumber daya setempat dan hasil buah tangan juga menjadi keunikan dari industri rumah tangga. Menariknya, hal ini malah meningkatkan peluang investasi dan kemajuan digitalisasi. Industri kecil rumah tangga memiliki daya tahan yang kuat dalam fluktuatif perekonomian.

Secara terminologi pengertian industri dibagi menjadi dua yakni dalam tatanan mikro dan makro. Secara mikro, industri menjadi kumpulan dari sejumlah perusahaan yang menghasilkan barang-barang homogen atau barang-barang yang mempunyai sifat saling mengganti sangat erat. Secara makro industri dilihat dari sisi pendapatan, sehingga dapat dianalogikan merupakan kegiatan ekonomi yang menciptakan nilai tambah dari hasil barang dan membentuk pendapatan [Badan Statistik Bali, 2020]. Disisi lain, terminologi industri rumah tangga disebut sebagai kegiatan keluarga dimana sebagai unit-unit konsumtif dan produktif yang terdiri dari dua anggota rumah tangga atau lebih. Industri kecil rumah tangga juga sebagai sistem produksi yang menghasilkan nilai tambah dengan proses aktivitas produksi di rumah perorangan [Hedyanata & Radianto, 2016].

Banyaknya Usaha/Perusahaan menurut Kabupaten/Kota dan Skala Usaha Hasil Sensus Ekonomi 2016					
Number of Establishments by Regency/Municipality and Business Scale Based on 2016 Economy Census Result					
Kabupaten/Kota	Skala Usaha/Business Scale				Jumlah
	Mikro	Kecil	Menengah	Besar	
Regency/ Municipality	Micro	Small	Medium	Large	Total
Jembrana	27 114	2 773	374	21	30 282
Tabanan	40 132	4 831	588	28	45 579
Badung	62 557	10 469	5 242	231	78 499
Gianyar	60 913	5 871	1 189	50	68 023
Klungkung	19 283	2 201	289	13	21 786
Bangli	23 702	2 556	193	3	26 454
Karangasem	49 773	3 374	419	10	53 576
Buleleng	55 622	4 678	633	26	60 959
Denpasar	80 895	12 114	4 268	249	97 526
<b>Bali</b>	<b>419 991</b>	<b>48 667</b>	<b>13 195</b>	<b>631</b>	<b>482 484</b>

**Gambar 1. Jumlah Skala Usaha di Provinsi Bali**

(sumber : BPS Statistik 2020)

Badan pusat statistik juga menguraikan mengenai konsep industri yang merupakan

kegiatan ekonomi dengan aktivitas mengubah barang dasar secara mekanis, kimia, dan tangan sehingga menjadi barang setengah jadi atau jadi dan barang yang kurang nilainya menjadi nilai yang lebih tinggi. Kluster industri dibagi menjadi 4 golongan yakni industri besar (tenaga kerja lebih dari 100 orang) , industri sedang (tenaga kerja 20 -99 orang), industri kecil (tenaga kerja 5-19 orang) dan industri rumah tangga (1-4 orang) [3]. Kluster disimilarisasi terhadap industri ini hanya didasarkan pada jumlah tenaga kerja. Perkembangan industri rumah tangga di Provinsi Bali khususnya area Denpasar juga cukup pesat. Di lansir dari Badan Pusat Statistik Provinsi Bali jumlah untuk daerah Kota Denpasar yang memiliki usaha pada tahun 2016 berjumlah 12.114 dengan penentuan skala kecil.

Berdasarkan data statistik tersebut menunjukkan bahwa pergerakan ekonomi dari sisi skala usaha terkecil memiliki peran yang cukup penting salah satunya adalah Farida Bakery. Farida Bakery merupakan industri kecil rumah tangga di Kota Denpasar yang bergerak dalam bidang pangan yang berfokus pada usaha roti (donat, kue bolu dan brownies) yang terletak di sisi barat kota Denpasar Jalan Gunung Bromo XI C No. 4 Denpasar. Berikut adalah matrik identitas usaha Farida Bakery.

Perkembangan usaha bakery atau roti di era sekarang ini juga mengalami kemajuan yang pesat, salah satu bukti nyata terletak pada olahan Roti Donat. Hal ini terlihat mulai dari teknik pembuatan sampai varian rasa yang sangat beragam. Pengolahan dan varian rasa donat di Farida Bakery ini tergolong masih kuno. Varian rasa yang sering dibuat oleh Ibu Farida adalah gula *palm*, *white sugar*, dan coklat. Berdasarkan hasil *existing* kunjungan dengan pemilik usaha Farida Bakery, beliau mengakui varian rasa yang dimiliki saat ini memang sudah ketinggalan jaman. Pangsa pasar yang di sasar oleh Farida Bakery juga kalangan menengah kebawah sehingga hanya 3 rasa tersebut yang familiar dan menjadi keunggulan mereka. Ketika memutuskan untuk mengembangkan varian rasa, Ibu Farida merasa juga memerlukan ketersediaan alat produksi yang mencukupi namun sayangnya alat produksi Ibu Farida masih terbatas sekalipun yang terjadi adalah permintaan pasar yang cukup tinggi.

Tabel 1. Matrik identitas mitra

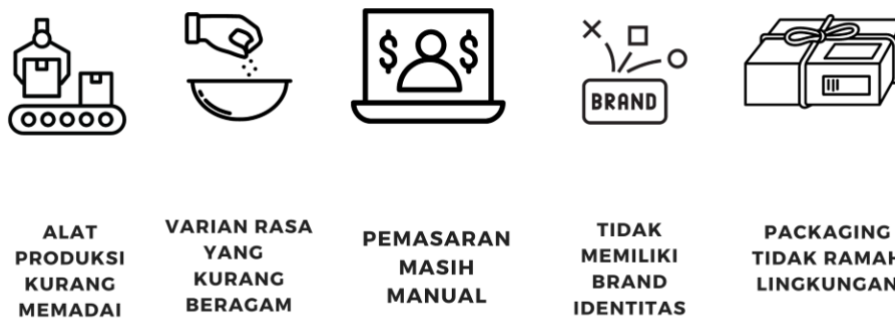
No	Tipifikasi Identitas	Uraian
1	Nama Pemilik Usaha	Farida Azis
2	Nama Usaha	Farida Bakery
3	Tahun Berdiri	2011
4	Fokus Usaha	Produksi utama (donat), olahan pendukung (brownies dan bolu)
5	Jumlah Karyawan	3 Orang
7	Brand Logo Mitra	Tidak ada
8	Kemasan Hasil produksi	Plastik biasa (tanpa Logo / Identitas)
9.	Jumlah alat produksi	Mixer 2 (satu mesin rusak), Mesin Oven (1), wajan penggorengan, cetakan kue
10.	Pemasaran	Word of <i>mouth</i> dan distributor snack (olahan roti maupun jajan pasar)
11.	Pendapatan minimal per hari	± Rp. 500.000,- sampai ± Rp. 1.000.000,-
12	Pendapatan maksimal per bulan	± Rp. 15.000.000,- sampai ± Rp. 25.000.000,-

Teknik marketing yang diterapkan selama ini juga masih mengandalkan mulut ke mulut dan juga pengiriman ke distributor snack oleh karyawan beliau bagian driver. Sebenarnya, dari sisi kesiapan teknologi baik dari Ibu Farida selaku pemilik maupun karyawan yang masih usia produktif dirasa sudah cukup mampu untuk bertransformasi ke arah digitalisasi. Hal ini dilihat melalui data primer pengamatan langsung dimana mereka juga memiliki *smartphone* dan menunjukkan varian-varian rasa di internet yang ingin dikembangkan pada usaha Farida Bakery. Berikut adalah gambaran usaha Farida Bakery.



Gambar 2. Produksi dan hasil produksi Farida Bakery

Berdasarkan hasil temuan di lapangan saat berkunjung ke mitra, beliau menyampaikan beberapa permasalahan yang saat ini menjadi kendala dalam usaha Farida Bakery. Berikut gambaran permasalahan yang dialami Farida Bakery:



Gambar 1. Permasalahan mitra

Tujuan dari pengabdian ini adalah mengetahui 3 aspek permasalahan yakni aspek diversifikasi rasa, aspek manajemen produksi dan aspek pemasaran. Solusi dari yang ditawarkan pada permasalahan yang dihadapi oleh mitra dapat dilihat pada gambar dibawah ini. Harapan dari pengabdian ini adalah menemukan solusi yang menjadi jawaban atas

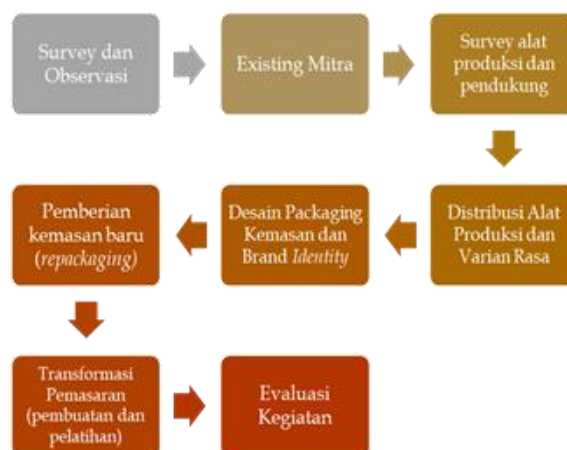
semua permasalahan yang dihadapi oleh mitra sehingga kedepannya produk yang dihasilkan semakin meningkat.



Gambar 4. Solusi permasalahan mitra

### Metode

Berdasarkan uraian sebelumnya, serta hasil diskusi dengan mitra, maka prioritas permasalahan yang harus diselesaikan dengan turut serta melibatkan mitra diantaranya terkait diversifikasi varian rasa, aspek manajemen produksi dan aspek pemasaran. Berikut adalah Metode atau tahapan kegiatan yang akan dilaksanakan saat pengabdian masyarakat:



Gambar 5. Rencana pelaksanaan kegiatan

Rincian penjelasan pada metode pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat diatas adalah sebagai berikut:

- 1. Observasi.** Kegiatan ini merupakan tahapan awal dalam pengumpulan data mitra melalui pengamatan langsung di Lokasi Kegiatan. Selain melakukan pengamatan, diperlukan data sekunder dari masyarakat sekitar mengenai usaha Farida Bakery. Tahapan ini bertujuan untuk menggali informasi tanpa ada tendensi dari sisi mitra.
- 2. Existing Mitra.** Kegiatan ini merupakan pertemuan antara tim pelaksana pengabdian masyarakat dengan Ibu Farida selaku mitra. Penyampaian tujuan kegiatan serta menggali informasi lebih mendalam dengan wawancara tidak terstruktur. Pada kegiatan ini, diperoleh hasil mengenai identitas mitra secara lengkap dan permasalahan yang dihadapi. Setelah penggalian informasi ini, tim pengabdian masyarakat menyampaikan solusi pemecahan kendala yang dihadapi mitra dan kemudian mendapatkan validasi kesepakatan kegiatan pengabdian masyarakat yang akan dilaksanakan yaitu ada tiga aspek permasalahan : Penambahan varian rasa (aspek diversifikasi) , Penambahan ketersediaan alat produksi dan *repackaging* kemasan yang lebih ramah lingkungan (aspek manajemen produksi), pemberian brand *identity* melalui logo mitra dan transformasi pemasaran (aspek pemasaran). Terkait adanya transformasi pemasaran, tim pelaksana juga mengkonfirmasi apakah mitra sudah biasa menggunakan teknologi. Hal ini divalidasi oleh Ibu Farida bahwa beliau sudah biasa menggunakan teknologi seperti *whatsapp* dan facebook. Namun untuk nantinya adanya proses penjualan di media sosial beliau akan memasrahkan kepada karyawannya yang sudah biasa menggunakan teknologi seperti *whatsapp*, *instagram*, *shoppee*, dan juga *tiktok*.
- 3. Survey alat produksi dan pendukung.** Pada dasarnya mitra sudah memiliki alat produksi namun dengan tingkat permintaan yang cukup tinggi diperlukan penambahan alat produksi guna mendukung kualitas dan kuantitas usaha beliau. Survey ini dilakukan dengan cara mencari vendor yang menjual alat produksi yang akan diberikan yaitu *Mixer* kapasitas 5-7 kg , *Mesin Oven* 3 tray, *deep fryer* Getra GF-101G, *scrapper*. Untuk penambahan rasa diperlukan *dipping glaze greentea*, *cococrunch*, *keju*, *tiramisu*, serta aneka macam *topping* (sesuai permintaan mitra). Alat pendukung seperti vendor kemasan makanan dengan jenis *ecopack* yang include dengan sablon (untuk 1 *dozen*), *paper bread bag* untuk per buah.
- 4. Distribusi Alat produksi dan varian rasa.** Setelah dilakukan survey dan

mendapatkan harga terbaik dari beberapa vendor, tim pengabdian masyarakat mendistribusikan alat dan varian rasa sesuai dengan keinginan mitra.

5. **Desain *Packaging* dan Logo.** Setelah mendapatkan vendor terbaik untuk kemasan produk Farida Bakery, kemudian menyusun desain kemasan serta logo identitas mitra sebagai brand *identity*. Kegiatan ini memerlukan diskusi berkala dengan mitra agar mendapatkan desain kemasan dan logo yang sesuai dengan keinginan sehingga bisa mengoptimalkan usaha Farida Bakery. Adapun hal yang perlu didiskusikan adalah terkait isian logo, warna, identitas apa saja yang dicantumkan, serta model kemasan maupun logo.
6. **Distribusi/Pemberian *Packaging* baru dan Logo** Salah satu kegiatan yang menunjang manajemen produksi adalah kualitas produk. Selain dari produk olahan roti yang telah dihasilkan, kualitas produk terlihat dari kemasan yang menarik sehingga mampu menarik keputusan orang untuk membeli. Kemasan atau *packaging* adalah suatu wadah yang menempati suatu barang agar aman, menarik, mempunyai daya pikat dari seorang yang ingin membeli suatu produk. Dapat juga menjadi media komunikasi antara produsen dengan calon konsumen, sehingga didalam desain kemasan tercantum informasi-informasi yang harus diketahui oleh calon konsumen, agar calon konsumen merasa tidak asing dengan produk yang di kemas. Semakin lengkap informasi yang tertera dikemasan persepsi dari calon pembeli semakin tau dan meyakinkan terhadap produk yang di jual yang akan dibelinya.
7. **Transformasi Pemasaran.** Proses pemasaran yang selama ini dijalankan Ibu Farida adalah hanya mulut ke mulut dan juga distribusi melalui driver ke distributor snack. Kegiatan ini akan mencoba membangun media sosial *instagram* yang nantinya mencantumkan foto dan identitas beserta harga dari Farida Bakery. Sehingga terjadi proses transformasi dari yang semula konvensional kini bertambah dan beralih ke digital. Pada tahap ini, juga diperlukan diskusi berkala dengan mitra mengenai desain *feed Instagram*.

Selain metode pelaksanaan diatas, diperlukan juga evaluasi pelaksanaan program. Evaluasi Pelaksanaan program dilakukan pada saat akhir kegiatan dengan cara wawancara secara terstruktur tim kegiatan pengabdian dengan membuat sebuah grafik



ketercapaian pelaksanaan kegiatan sesuai dengan capaian luaran kegiatan. Pada output sosialisasi, akan dibuatkan kuisisioner tingkat pemahaman dari mitra. Kegiatan pengabdian ini juga diharapkan akan terus berlanjut baik secara individual mitra ataupun dari tim pelaksana pengabdian masyarakat.

## **Pembahasan**

Lokasi usaha Ibu Farida (Farida Bakery) terletak di Barat Kota Denpasar yakni Jalan Gunung Bromo XI C No. 4 Denpasar. Pasca pandemi covid19 banyak industri rumah tangga mengalami gulung tikar karena tidak ada strategi kebertahanan dalam menghadapi kondisi tersebut. Salah satu upaya yang bisa dilakukan dalam bertahan hidup adalah dengan meningkatkan *brand awareness* terhadap bisnis dan usaha yang dijalankan [Antari, 2019]. Kebertahanan pengelolaan UMKM, pengusaha dituntut untuk terus aktif dan kreatif agar tidak tertinggal oleh para pesaing [Adrian & Wibowo, 2022]. Melihat perkembangan zaman saat ini yang serba modern, seorang wirausaha dituntut untuk update dan mengerti yang diinginkan oleh konsumen [Suryani, 2008]. Untuk menunjang kebertahanan bisnis dalam usaha Farida Bakery, telah diberikan solusi atas permasalahan yang dirasakan oleh ibu Farida Aziz.

### **a) Kunjungan Mitra**

Kunjungan mitra dilakukan pada bulan februari 2023 di jalan Gunung Bromo XI C No. 4 Denpasar. Tujuan dari kunjungan ini adalah memastikan alat produksi yang akan di beli untuk menunjang ketersediaan produksi usaha Farida Bakery. Berikut adalah dokumentasi kunjungan mitra Farida Bakery.



Gambar 6. Kunjungan Mitra

Gambar 6 menunjukkan saat berkomunikasi dengan mitra mengenai alat yang biasa digunakan, beliau juga menyampaikan bahwa untuk alat penunjang donat selama ini menggunakan penggorengan wajan. Setelah berdiskusi, beliau menyampaikan yang paling dibutuhkan sekali adalah mixer. Hal ini karena mixer yang dimiliki masih belum kompatibel untuk semua adonan. Ketika beliau membuat donat, beliau harus mengerjakan secara manual menggunakan tangan. Saat itu juga disampaikan, apabila memungkinkan alat produksi deep fryer tidak perlu diberikan namun diganti dengan kualitas mixer yang bisa untuk semua adonan. Berdasarkan kesepakatan bersama, akhirnya tim setuju untuk mensupport alat produksi yang sesuai dengan keinginan mitra.

### **b) Survey Alat Produksi**

Pada kegiatan selanjutnya yaitu dilakukan survey alat produksi untuk menemukan alat pendukung yang tepat untuk usaha ibu Farida. Tim Pelaksana melakukan survey ke beberapa lokasi yakni di Toko Energy, Dapur Prima, Dapur Mama, UD. Fenny serta Toko Alat Dapur yang ada di Jalan Gajahmada Denpasar. Setelah dilakukan survey alat, telah disepakati mixer yang awalnya akan diberikan dengan merk Turbo Philips diubah ke merk Idealife super speed dengan kapasitas 5kg dan bahan metal. Pisau mixer juga bisa mendukung untuk semua pembuatan bakery seperti donat, brownies, roti kering, pastel risoles dan lain sebagainya. Selain mixer, tim pelaksana melakukan survey untuk mesin oven dimana ada beberapa merk yakni Roda Mas, Hock, Premium Alumunium Roda Mas dengan memiliki kualitas dan kapasitas yang berbeda-beda. Mesin oven yang akhirnya diambil oleh tim pelaksana yaitu premium alumunium roda mas sesuai dengan arahan dari mitra dengan kapasitas 3 tangkring. Selain itu diberikan scrapper untuk memotong adonan dan varian rasa sebagai penunjang diversifikasi rasa.

### **c) Distribusi Alat Produksi**

Kegiatan selanjutnya adalah mendistribusikan alat produksi, berikut adalah dokumentasi kegiatan yang dilaksanakan pada bulan maret 2023 :



Gambar 7. Penyerahan Alat Produksi

Pada gambar diatas menunjukkan telah didistribusikan alat produksi dan dokumentasi penggunaan alat mixer. Selain itu, diberikan juga draft desain logo untuk kemasan mitra. Desain logo ini berguna untuk menjaring pelanggan melalui informasi kemasan dimana informasi tersebut berisi alamat pemesanan, nomor telepon, media sosial. Berikut adalah desain kemasan dan packaging yang nantinya akan diberikan oleh mitra.



Gambar 8. Hasil Produksi setelah Kegiatan Pengabdian Masyarakat

#### **d) Distribusi Packaging dan Logo**

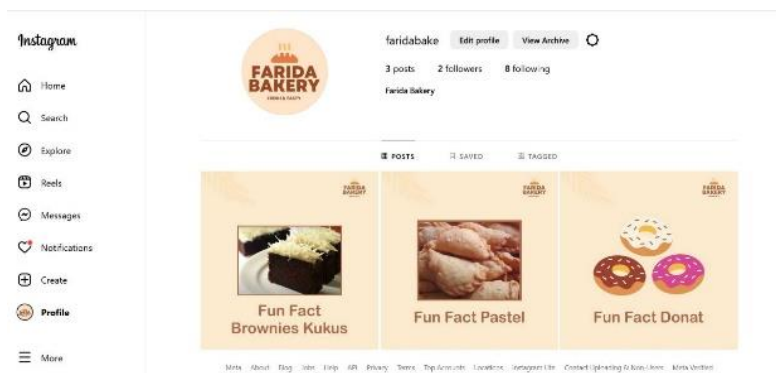
Kegiatan periode kedua yang dilakukan oleh tim pengabdian masyarakat ke mitra adalah pemberian packaging dan logo kemasan. Pada tahap ini mitra diberikan kemasan dengan jenis *ecopack* sehingga sudah tidak menggunakan plastic lagi ketika ada pemesanan bakery. Berikut adalah logo dan kemasan yang telah diberikan kepada mitra. Pembuatan logo yang akan dicantumkan pada kemasan, sempat mengalami revisi. Pada logo yang sebelumnya terdapat garis tebal pada sisi kanan kiri atas bawah, yang kemudian berubah menjadi tanpa garis tebal. Perubahan ini sesuai dengan keinginan mitra agar bisa diletakkan tanpa mengikuti garis pinggir tersebut.



Gambar 9. Logo dan Kemasan Terbaru untuk Mitra

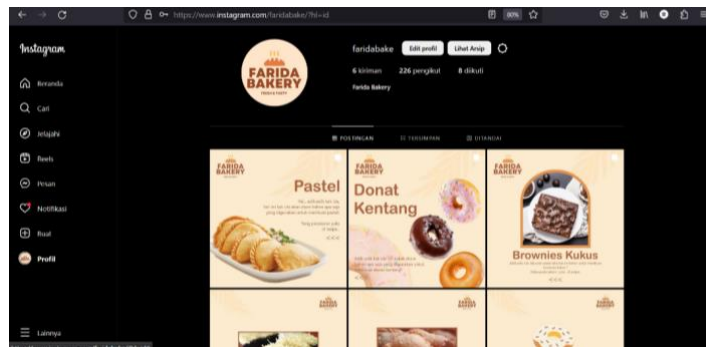
### e) Pembuatan media sosial Instagram (Tranformasi Pemasaran)

Tahapan selanjutnya adalah pembuatan media sosial Instagram yang telah ditawarkan kepada mitra pada saat kunjungan. Media sosial Instagram ini digunakan untuk mempermudah mitra dalam memasarkan selain secara konvensional. Sehingga apabila pelanggan ingin melihat produk-produk lain dari farida bakery bisa melalui instagram beserta foto-foto produk yang dihasilkan oleh Farida Bakery. Untuk kesiapan dalam menggunakan Instagram ini akan dikelola penuh oleh putra beliau. Berikut adalah Instagram yang telah dibuat sebagai bentuk strategi pemasaran.

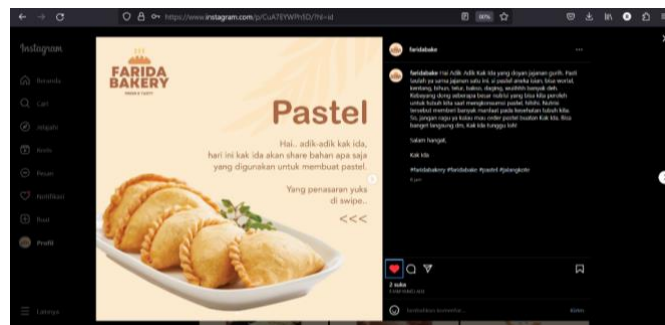


Gambar 11. Faridabake Instagram

Faridabake Instagram ini dibuat pada awal mei 2023, dalam hal ini mahasiswa turut berpartisipasi dalam pembuatan Instagram dan konten feed Instagram. Pada awal Instagram ini disusun, masih memiliki 2 follower. Dengan bantuan dipasarkan di rekanan, pelanggan akhirnya follower kini meningkat menjadi 216 follower pada bulan Juni. Berikut adalah progress follower dan pembuatan konten feed Instagram milik Faridabakery.



Gambar 12. Tampilan Halaman Utama Faridabake



Gambar 13. Tampilan Feed IG Faridabake

Gambar diatas merupakan progress kenaikan follower dari awal bulan Mei 2023 hingga 28 Juni 2023. Selain itu, menariknya setelah diberikan arahan untuk membuat feed Instagram terkonsep putra dari pemilik Farida Bakery antusias untuk mengenalkan makanan seperti Pastel, Donat Kentang dan Brownies. Dimana semua produk itu juga yang sering dibuat oleh Farida Bakery. Instagram ini diharapkan dapat menunjang pemasaran usaha milik Ibu Farida Azis.

Beberapa kendala yang dihadapi pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini mencakup kurangnya waktu mitra dalam melaksanakan diversifikasi rasa, manajemen produksi dan transformasi pemasaran. Oleh karena itu kami tim pengabdian melakukan penjadwalan ulang sehingga waktu mnegabdi lebih maksimal, dalam manajemen produksi dan transformasi pemasaran tim pengabdian melaksanakan pelatihan secara berkala sehingga manajemen pemasaran mengalami peningkatan.

## Kesimpulan

Sebuah usaha juga memerlukan perencanaan usaha yang baik sebagai pedoman dalam menjalankan bisnis. Berdasarkan kondisi existing mitra yang telah disampaikan pada

awal kunjungan, telah diberikan solusi sesuai dengan aspek yang telah dipetakan yaitu aspek manajemen produksi, aspek diversifikasi rasa dan aspek pemasaran. Pada aspek manajemen produksi, telah diberikan penambahan ketersediaan alat produksi berupa mixer idealife, mesin oven, scracer. Sedangkan pada aspek diversifikasi rasa, diberikan pemenuhan kelengkapan varian rasa yakni keju, almond dan chocoball sehingga varian rasa yang dijual oleh Ibu Farida akan semakin kompleks mengikuti perkembangan zaman. Sedangkan pada tahap pemasaran, telah diberikan packaging dan draft logo yang berisi informasi mengenai mitra. Sehingga bisa menjadikan strategi jejaring sosial untuk menarik pelanggan. Selain itu telah dibuatkan media sosial Instagram dengan nama Faridabake untuk mempermudah ibu Farida Azis dalam memasarkan produk secara lebih luas, tampilan konten yang terkonsep juga sudah diterapkan pada Instagram tersebut sehingga diharapkan kedepan dapat menjadikan "eyecatching" tersendiri apabila mengakses Faridabake Instagram.

### **Ucapan Terima Kasih**

Terima kasih Tim ucapkan kepada semua yang sudah terlibat membantu dalam pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini.

### **Daftar Pustaka**

- B. P. Statistik, *Bali Dalam Angka Tahun 2020*. Denpasar: Badan Pusat Statistik, 2020.
- Marceline Livia Hedyanata. Wirawan E.D.Radianto, "Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan Luscious Chocolate Potato Snack," *Manaj. dan Startup Bisnis*, vol. 1, no. 1, 2016.
- M. Hasibuan, *Manajemen Sumberdaya Manusia. Edisi Revisi*. Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2000.
- R. Ananda, "Peran Home Industri Dalam Meningkatkan Ekonomi Keluarga(Studi Kasus Home Industry Keripik di Kelurahan Kubu Gabang) Riau," *JPM FISIP*, vol. 3, no. 2, 2016.
- R. W. Ni Nyoman Wulan Antari, "Penguatan Identitas Melalui Branding Kemasan dan Diversifikasi Produk Usaha Comel," *J. Stud. Kasus Inov. Ekon.*, vol. 3, no. 1, 2019.
- S. H. S. Adrian, Kuncoro Wibowo, "Post Pandemi Covid19 Ekonomi Recovery," *Manaj. dan Bisnis*, vol. 3, no. 2, 2022.
- T. Suryani, *Perilaku Konsumen; Implikasi Pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008.