



Optimalisasi Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Promosi Usaha Ayam Petelur BUMLe Doke Mariu, di Lembang Bulian Massa'bu Kecamatan Sangalla'

Optimizing the Use of Social Media as a Promotional Tool for the BUMLe Doke Mariu Laying Hen Business in Lembang Bulian Massa'bu, Sangalla' District

Helba Rundupadang^{1*}, Adriana Madya Marampa², Isa Linadan³, Victoria Tandibura⁴

¹⁻⁴ Fakultas Ekonomi/Manajemen, Universitas Kristen Indonesia Toraja, Indonesia

Email: helba.rundupadang@gmail.com^{1*}, marampaadriana09@gmail.com², shintikeputri@gmail.com³, agnesss1401@gmail.com⁴

*Penulis Korespondensi: helba.rundupadang@gmail.com¹

Riwayat Artikel:

Naskah Masuk: 25 Juli 2026;
Revisi: 01 September 2026;
Diterima: 27 September 2026;
Terbit: 30 September 2026

Keywords: BUMLe Doke Mariu;
Digital Promotion; KKN-T; Laying
Hens; Social Media.

Abstract: Lembang Bulian Massa'bu in Sangalla' District, Tana Toraja Regency, has rural economic potential through a laying hen farming business unit managed by the Lembang Owned Enterprise (BUMLe) Doke Mariu. However, this business still faces obstacles in the downstream marketing chain, especially the limited reach of promotions that have not utilized digital media optimally. This community service activity aims to optimize the use of social media as a means of digital promotion to expand the marketing reach and increase sales of BUMLe Doke Mariu fresh egg products. The method of implementing the program was designed in a structured manner and agreed directly with Mrs. Lembang and BUMLe managers, including four main stages: (1) agreement and analysis of partner needs, (2) training and creation of promotional content directly at the business location (product photos and videos), (3) assistance in content publication and evaluation of digital interactions, and (4) submission of program sustainability guidelines in the form of social media management modules. The results of the activity showed that the optimization of social media such as Instagram, Facebook Page, and WhatsApp Business succeeded in increasing product visibility, expanding market access, and encouraging an increase in digital fresh egg orders. This activity is in line with the achievement of SDG 8 (Decent Work and Economic Growth) and SDG 9 (Industry, Innovation, and Infrastructure) through strengthening the capacity of digital-based MSMEs in rural areas.

Abstrak

Lembang Bulian Massa'bu di Kecamatan Sangalla', Kabupaten Tana Toraja, memiliki potensi ekonomi perdesaan melalui unit usaha peternakan ayam petelur yang dikelola oleh Badan Usaha Milik Lembang (BUMLe) Doke Mariu. Namun, usaha ini masih menghadapi kendala di rantai hilir pemasaran, khususnya keterbatasan jangkauan promosi yang belum memanfaatkan media digital secara optimal. Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk mengoptimalkan pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi digital guna memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan penjualan produk telur segar BUMLe Doke Mariu. Metode pelaksanaan program dirancang secara terstruktur dan disepakati langsung Bersama Ibu Lembang serta pengelola BUMLe, meliputi empat tahap utama: (1) kesepakatan dan analisis kebutuhan mitra, (2) pelatihan dan pembuatan konten promosi secara langsung di lokasi usaha (foto dan video produk), (3) pendampingan publikasi konten serta evaluasi interaksi digital, dan (4) penyerahan panduan keberlanjutan program berupa modul pengelolaan media sosial. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa optimalisasi media sosial seperti Instagram, Facebook Page, dan WhatsApp Business berhasil meningkatkan visibilitas produk, memperluas akses pasar, serta mendorong peningkatan pemesanan telur segar secara digital. Kegiatan ini sejalan dengan pencapaian SDG 8 (Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi) serta SDG 9 (Industri, Inovasi, dan Infrastruktur) melalui penguatan kapasitas UMKM berbasis digital di perdesaan.

Kata kunci: Ayam Petelur; BUMLe Doke Mariu; KKN-T; Media Sosial; Promosi Digital.

1. PENDAHULUAN

Lembang Bulian Massa'bu yang terletak di Kecamatan Sangalla', Kabupaten Tana Toraja, memiliki potensi ekonomi perdesaan yang terus berkembang. Salah satu penggerak utama perekonomian desa ini adalah Badan Usaha Milik Lembang (BUMLe) Doke Mariu yang mengelola unit usaha peternakan ayam petelur. Produksi telur segar dari usaha ini memiliki kualitas yang baik serta ketersediaan harian yang relatif stabil untuk memenuhi kebutuhan pangan masyarakat setempat.

Meskipun memiliki potensi produksi yang menjanjikan, BUMLe Doke Mariu masih menghadapi kendala signifikan pada rantai pemasaran dan distribusi produk. Sebagian besar pemasaran telur masih mengandalkan metode konvensional, seperti penjualan langsung di lokasi peternakan/kantor BUMLe serta penyebaran informasi dari mulut ke mulut. Keterbatasan ini menyebabkan jangkauan pasar BUMLe Doke Mariu belum optimal di luar wilayah Lembang Bulian Massa'bu. Sejumlah kajian menunjukkan bahwa keterbatasan jangkauan pasar di perdesaan erat kaitannya dengan minimnya pemanfaatan sarana promosi digital modern (Amir, 2023). Temuan serupa juga disampaikan oleh Hasibuan dkk. (2025) yang menegaskan bahwa pendampingan pemasaran digital dan tata kelola unit usaha di tingkat desa berpotensi besar memperluas akses pasar serta meningkatkan pendapatan usaha perdesaan.

Kondisi Eksisting Mitra Sasaran (Hulu–Hilir)

Di rantai hulu, BUMLe Doke Mariu telah memiliki infrastruktur pemeliharaan dan tata kelola produksi ayam petelur yang teratur. Kendati demikian, di rantai hilir (pemasaran dan komersialisasi), pengelola belum memanfaatkan teknologi informasi dan pemasaran digital (digital marketing) secara efektif. Sebagian besar pengelola memiliki keterbatasan pengetahuan teknis dalam merancang materi promosi, mengoperasikan fitur bisnis media sosial, dan menyusun strategi konten yang menarik minat konsumen di luar wilayah Lembang

Bulian Massa'bu. Minimnya media promosi digital menyebabkan produk telur BUMLe Doke Mariu kurang dikenal oleh pelaku usaha kuliner, pedagang eceran, maupun konsumen skala rumah tangga di tingkat kecamatan hingga kabupaten. Tanpa adanya strategi promosi yang adaptif, potensi keuntungan BUMLe sulit ditingkatkan, yang pada akhirnya membatasi kontribusi BUMLe terhadap Pendapatan Asli Lembang (PAL).

Permasalahan dan Solusi yang Ditawarkan

Berdasarkan hasil pengamatan awal dan diskusi bersama pengelola BUMLe Doke Mariu serta Pemerintah Lembang Bulian Massa'bu, terdapat tiga permasalahan prioritas yang menjadi fokus penanganan: Belum tersedianya saluran promosi digital resmi untuk

mengenalkan produk telur ayam petelur secara luas. Keterbatasan kapasitas pengelola BUMLe dalam pembuatan materi promosi visual (foto/video produk) dan pengelolaan akun media sosial bisnis.

Belum adanya strategi pemasaran digital yang terstruktur dan berkelanjutan pasca-program pendampingan. Sebagai jawaban atas permasalahan tersebut, tim pelaksana menawarkan solusi berupa penyelenggaraan Program Optimalisasi Pemanfaatan Media Sosial Pemasaran BUMLe, yaitu mendampingi pembuatan akun bisnis resmi, melatih keterampilan fotografi dan pembuatan konten produk, serta menyusun panduan tata Kelola promosi digital mandiri.

Tujuan Kegiatan dan Keterkaitannya

Berdasarkan permasalahan mendasar tersebut, kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk:

Membangun dan mengaktifkan kanal promosi digital resmi bagi usaha ayam petelur BUMLe Doke Mariu.

Meningkatkan keterampilan teknis pengelola BUMLe dalam merancang konten promosi dan mengelola media sosial bisnis secara efisien.

Memperluas jangkauan pemasaran telur ayam BUMLe ke skala regional Sangalla' dan sekitarnya. Pelaksanaan kegiatan ini sangat relevan dan sejalan dengan pencapaian Sustainable Development Goals (SDGs), khususnya SDG 8 (Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi) serta SDG 9 (Industri, Inovasi, dan Infrastruktur). Selain itu, kegiatan ini secara langsung mendukung Indikator Kinerja Utama (IKU) Perguruan Tinggi, khususnya keterlibatan mahasiswa dan dosen dalam menyelesaikan permasalahan nyata di Masyarakat (IKU Pengabdian Masyarakat), serta selaras dengan agenda Asta Cita pemerintah dalam memperkuat pembangunan ekonomi dari tingkat kelurahan/lembang.

Dampak dan Manfaat Sosial Ekonomi

Penyelesaian permasalahan pemasaran ini memberikan dampak sosial-ekonomi jangka panjang bagi BUMLe Doke Mariu dan masyarakat Lembang Bulian Massa'bu. Terbukanya akses pasar digital meningkatkan volume penjualan telur, membangun kepercayaan konsumen, serta memperkuat stabilitas keuangan BUMLe.

Nickow, Oreopoulos, dan Quan (2024) menekankan pentingnya pendampingan terstruktur dalam meningkatkan kapasitas tata kelola, yang menjadi landasan bahwa pendekatan berbasis pendampingan langsung memiliki dampak nyata.

2. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan di Lembang Bulian Massa'bu, Kecamatan Sangalla', Kabupaten Tana Toraja, dengan sasaran utama pengelola Badan Usaha Milik Lembang (BUMLe) Doke Mariu yang mengelola unit usaha peternakan ayam petelur. Pelaksanaan kegiatan dirancang secara sistematis agar setiap tahap dapat menjadi landasan bagi tahap berikutnya, sehingga capaian akhir program dalam memperluas jangkauan promosi digital dapat terukur dan berkelanjutan. Metode pelaksanaan program optimalisasi pemanfaatan media sosial ini diuraikan berdasarkan mitra kegiatan, waktu pelaksanaan, metode kegiatan, serta tahapan pelaksanaan kegiatan.

Mitra Kegiatan

Mitra kegiatan dalam program ini adalah pengelola BUMLe Doke Mariu, Pemerintah Lembang Bulian Massa'bu, serta masyarakat setempat di Kecamatan Sangalla', Kabupaten Tana Toraja.

Waktu Pelaksanaan Kegiatan

Program ini dilaksanakan selama periode pelaksanaan Kuliah Kerja Nyata Tematik (KKN-T) mahasiswa di Kecamatan Sangalla'. Kegiatan pendampingan dilakukan secara rutin di posko KKN-T dan kantor BUMLe Doke Mariu.

Metode Kegiatan

Metode kegiatan dalam program ini meliputi beberapa pendekatan yang disesuaikan dengan kebutuhan dan karakteristik anak usia sekolah dasar di Kecamatan Sangalla'. Pendekatan yang digunakan adalah:

- 1) Pendekatan Pelatihan Interaktif: Penyampaian materi mengenai strategi media sosial, fotografi produk sederhana, dan pembuatan desain grafis menggunakan smartphone.
- 2) Pendekatan Pendampingan Praktis (Hands-on): Pendampingan langsung dalam pembuatan akun bisnis (Instagram, Facebook, WhatsApp Business) dan pengerjaan konten visual.
- 3) Pendekatan Partisipatif: Pelibatan aktif pengelola BUMLe dan tokoh masyarakat sejak awal hingga akhir kegiatan.

Tahapan Pelaksanaan Kegiatan

Tahapan pelaksanaan kegiatan dibagi menjadi empat fase: persiapan dan koordinasi, pembuatan sarana promosi digital & pelatihan, pendampingan publikasi konten serta evaluasi, dan penyerahan panduan keberlanjutan program.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Tahap Sosialisasi

Pelaksanaan tahap awal tidak diawali dengan sosialisasi secara terbuka kepada masyarakat umum, melainkan difokuskan pada koordinasi langsung dan diskusi terarah yang telah disepakati bersama Kepala Lembang (Ibu Lembang) Bulian Massa'bu serta pengelola BUMLe Doke Mariu. Dukungan penuh dari Ibu Lembang menjadi modal utama dalam menetapkan langkah strategis pengembangan unit usaha peternakan ayam petelur. Melalui kesepakatan ini, diperoleh gambaran jelas mengenai potensi produksi telur segar BUMLe Doke Mariu serta tantangan utama yang dihadapi di rantai hilir (pemasaran).

Hasil pemetaan kebutuhan menunjukkan bahwa BUMLe Doke Mariu belum memiliki media promosi digital yang terintegrasi, sehingga jangkauan penjualan masih terbatas pada konsumen lokal sekitar Lembang Bulian Massa'bu. Keterbatasan sarana promosi visual dan belum optimalnya pemanfaatan platform media sosial menjadi penyebab utama belum terjangkaunya pasar yang lebih luas di tingkat Kecamatan Sangalla' hingga Kabupaten Tana Toraja. Berdasarkan hasil analisis tersebut, tim KKN-T dan pengelola BUMLe menyepakati fokus intervensi program kerja pada pembuatan identitas visual usaha (branding) dan optimalisasi media sosial sebagai saluran pemasaran resmi.

Hasil Tahap Pelatihan dan Pendampingan Pembuatan Konten

Tahap selanjutnya adalah pelaksanaan pelatihan dan pendampingan praktis (*hands-on mentoring*) yang difokuskan pada pembuatan materi promosi digital secara langsung di lapangan. Berdasarkan kesepakatan awal dengan Kepala Lembang (Ibu Lembang), kegiatan ini dirancang secara interaktif melalui praktik pengambilan foto dan pembuatan video promosi singkat secara langsung di area peternakan ayam petelur BUMLe Doke Mariu. Pendekatan ini bertujuan untuk menghasilkan konten visual yang otentik dan menarik, yang secara langsung menampilkan proses perawatan, kebersihan kandang, serta kualitas telur segar harian.

Dalam proses ini, pengelola BUMLe dibekali keterampilan praktis mulai dari teknik pengambilan video (*videography*) menggunakan *smartphone*, penyusunan alur video (*storyline*), hingga penyusunan pesan promosi (*copywriting*) yang komunikatif. Selain itu, tim KKN-T bersama pengelola mendampingi pembentukan dan penataan akun media sosial bisnis resmi BUMLe Doke Mariu, mencakup Instagram, Facebook Page, dan WhatsApp Business. Kesiapan dan partisipasi aktif pengelola BUMLe dalam mempraktikkan langsung pembuatan konten video serta foto produk ini menjadi faktor kunci keberhasilan program, sebagaimana ditegaskan oleh Nickow, Oreopoulos, dan Quan (2024) bahwa kesiapan teknis dan kualitas

pendampingan yang terstruktur menentukan besarnya dampak intervensi terhadap peningkatan kapasitas mitra.

Hasil Tahap Pendampingan dan Evaluasi

Melalui pendampingan publikasi konten secara konsisten di media sosial, produk telur segar BUMLe Doke Mariu mulai dikenal secara lebih luas oleh masyarakat di Kecamatan Sangalla' dan sekitarnya. Konten visual yang menampilkan keunggulan produk seperti jaminan kualitas telur segar harian, ketersediaan stok yang stabil, serta kemudahan pemesanan via WhatsApp Business mendapat respon positif dari calon konsumen, baik dari kalangan rumah tangga maupun pelaku usaha kuliner lokal.

Evaluasi berkala menunjukkan adanya peningkatan interaksi digital (*engagement*) dan permintaan produk telur yang masuk melalui kanal WhatsApp Business dibandingkan sebelum dilakukannya optimalisasi media sosial. Temuan ini memperkuat hasil kajian Kusumawati dan Donosuko (2023) yang menyimpulkan bahwa pendampingan yang aplikatif dan komunikatif mampu meningkatkan efektivitas penyampaian informasi produk. Pemanfaatan platform digital yang interaktif juga terbukti mampu memperluas jangkauan pasar unit usaha desa, sebagaimana dilaporkan dalam kajian Muryono dkk. (2023). Konsistensi pengunggahan konten dan kemudahan akses informasi kontak menjadi faktor penting yang mendorong peningkatan penjualan secara bertahap (Marbun, 2024).

Hasil Tahap Keberlanjutan Program

Pada tahap keberlanjutan, program ini berhasil menggalang partisipasi aktif orang tua dalam pengelolaan posko bimbingan belajar. Keberhasilan ini turut didukung oleh dukungan penuh dari pemerintah kecamatan dan tokoh masyarakat sejak tahap sosialisasi, serta antusiasme anak-anak terhadap metode belajar yang menyenangkan, sehingga partisipasi masyarakat menjadi modal sosial penting bagi keberlangsungan posko setelah masa pelaksanaan KKN-T berakhir. Meskipun demikian, tahap ini juga menghadapi sejumlah tantangan, seperti keterbatasan waktu pelaksanaan KKN-T yang relatif singkat, kondisi geografis sebagian wilayah yang memengaruhi tingkat kehadiran anak, serta keterbatasan sarana dan media belajar yang tersedia di posko.

Keterlibatan aktif orang tua dalam pengelolaan posko merupakan bagian dari strategi keberlanjutan agar kegiatan bimbingan belajar tetap berjalan meskipun masa pelaksanaan KKN-T telah berakhir. Sebagaimana ditegaskan oleh Tuku, BK, dan Hamna (2025) dalam kajian mereka mengenai optimalisasi kemampuan membaca, menulis, dan berhitung melalui program bimbingan belajar di desa, keterlibatan masyarakat lokal secara aktif merupakan kunci utama keberlanjutan program pengabdian masyarakat berbasis pendidikan di wilayah

perdesaan. Secara umum, hasil pelaksanaan keempat tahapan ini menegaskan bahwa pendekatan tematik yang interaktif dan terstruktur efektif digunakan untuk mengatasi persoalan kemampuan dasar membaca, menulis, dan berhitung pada anak di wilayah perdesaan seperti Kecamatan Sangalla', sekaligus memberikan dampak sosial-ekonomi jangka panjang melalui peningkatan kualitas sumber daya manusia setempat. Program ini juga menjadi model intervensi pendidikan berbasis komunitas yang dapat direplikasi di wilayah-wilayah lain dengan karakteristik permasalahan yang serupa.

4. KESIMPULAN

Program Optimalisasi Pemanfaatan Media Sosial yang dilaksanakan di BUMLe Doke Mariu, Lembang Bulian Massa'bu, Kecamatan Sangalla' terbukti menjadi solusi efektif dalam memperluas jangkauan promosi usaha ayam petelur desa. Keberlanjutan program selanjutnya sangat bergantung pada konsistensi pengelola BUMLe dalam mempublikasikan konten produk secara berkala

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Pemerintah Kecamatan Sangalla', Pemerintah Lembang Bulian Massa'bu, pengelola BUMLe Doke Mariu, serta masyarakat setempat atas kerja sama dan dukungannya selama pelaksanaan KKN-T. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Universitas Kristen Indonesia Toraja dan Dosen Pembimbing Lapangan atas bimbingan dan arahnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Amir, A. (2023). Upaya peningkatan kemampuan literasi numerasi siswa sekolah dasar di pedesaan. *Jurnal Indonesia Mengabdi*, 5(2), 55-62.
- Hasibuan, U. M., Deliti, D., Adira, M. L., & Asbi, A. (2025). Peningkatan literasi dan numerasi melalui
- Kusumawati, E., & Donosuko, D. P. (2023). Pendampingan literasi dan numerasi melalui bimbingan dankonseling untuk meningkatkan pembelajaran di SD N Ketelan Surakarta. *Proficio*, 4(2), 13-19.
- Marbun, E. (2024). Meningkatkan literasi numerasi melalui bimbingan belajar pada siswa SD Inpres 36
- Muryono, S., Heriyani, E., Widiastuti, H. T., Ningrum, A. P., & Aulia, T. (2023). Peningkatan literasi dan numerisasi siswa sekolah dasar Desa Cihanjuang Rahayu melalui bimbingan belajar. *J-MAS: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(3), 855-860.

program bimbingan belajar dan pojok baca di Desa Sihopuk Baru. Jurnal Prodikmas Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat, 10(1), 35-43.

Rumahtiga Kota Ambon. Pattimura Mengabdi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 2(2), 195-199.