

**PENERAPAN AKUN PEMASARAN MELALUI PLATFORM INSTAGRAM SEBAGAI
PENJUALAN PRODUK SERBUK JAHE DI DESA DEWISARI Oleh**

Lilis Fitriyani¹, Sutan Faisal²

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Buana Perjuangan Karawang

Email : mn20.lilisfitriyani@mhs.ubpkarawang.ac.id¹,Sutan.faisal@ubpkarawang.ac.id²

Ringkasan

Desa Dewisari tampaknya tidak terdapat usaha mikro menengah UMKM yang signifikan di desa tersebut. Untuk potensi pertanian mungkin menjadi sumber pendapatan utama, sedangkan sektor lain seperti UMKM mungkin kurang berkembang. Maka dari itu Mahasiswa KKN Universitas Buana Perjuangan Karawang melakukan kegiatan program dengan membuat produk berupa minuman herbal dari serbuk jahe, penyuluhan mengenai digital marketing dan pembuatan akun pemasaran instagram untuk mempromosikan produk serbuk jahe. Karena kegiatan program ini termasuk ke dalam SDGs pertumbuhan ekonomi desa secara merata. Tujuan kegiatan program ini untuk menciptakan lingkungan kerja kepada penduduk desa, mengajarkan keterampilan produksi, manajemen usaha, strategi pemasaran dan meningkatkan peluang usaha dan pendapatan warga Desa Dewisari, serta berkontribusi terhadap pencapaian berbagai tujuan pembangunan yang berkelanjutan. Metode yang digunakan yaitu deskriptif dengan observasi dan wawancara. Hasil dari penelitian kegiatan ini adalah masyarakat Desa Dewisari mengetahui bagaimana cara pembuatan serbuk jahe mendapatkan edukasi untuk membuat akun pemasaran sendiri untuk produknya dan menambah pengetahuan mengenai apa itu digital marketing serta manfaatnya bagi pelaku UMKM. Kegiatan ini dapat meningkatkan pekerjaan dan menemukan peluang usaha bagi masyarakat Desa Dewisari.

Kata Kunci : Digital marketing, Intenet, UMKM

Pendahuluan

Universitas Buana Perjuangan Karawang sebagai perguruan tinggi yang memiliki tugas dan fungsi melaksanakan Tri Dharma Perguruan Tinggi, yakni pendidikan dan pengajaran, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat. Bentuk pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan mahasiswa berupa Kuliah Kerja Nyata (KKN). KKN merupakan sebuah kegiatan pembelajaran lapangan dilakukan oleh mahasiswa, diharapkan dapat memberikan solusi tentang persoalan yang ada

didalam masyarakat, mengembangkan potensi-potensi dan mengetahui kelebihan maupun kekurangan masyarakat setempat. Kegiatan ini juga diharapkan dapat meningkatkan kreativitas mahasiswa, memberikan pembelajaran untuk mahasiswa dalam berinteraksi dengan masyarakat. Rengasdengklok adalah salah satu kecamatan yang berada di karawang tepatnya di desa Dewisari mempunyai 3 dusun yaitu dusun pacing, teluk bunder dan dusun bengle. Desa Dewisari ini adalah salah satu desa yang diadakannya KKN Kuliah kerja Nyata oleh mahasiswa universitas buana perjuangan karawang dengan Tema Gotong royong membangun desa berkarya dan berdaya menuju terciptanya SDGs Desa.

Tujuan dari program Sustainable Development Goals (SDGs) yang dilakukan yaitu dengan membuat produk berupa minuman herbal dari serbuk jahe dan penyuluhan mengenai pembuatan akun pemasaran instagram guna mempromosikan produk minuman herbal dari serbuk jahe. Program ini termasuk ke dalam sdgs pertumbuhan ekonomi desa secara merata karena dengan membuat produk minuman herbal dari serbuk jahe dapat menciptakan lingkungan kerja kepada penduduk desa, mengajarkan keterampilan produksi, manajemen usaha, strategi pemasaran dan meningkatkan peluang usaha dan pendapatan warga desa, serta berkontribusi terhadap pencapaian berbagai tujuan pembangunan yang berkelanjutan.

Desa Dewisari berada di kabupaten karawang tepatnya di kecamatan rengasdengklok yang memiliki 3 dusun yaitu dusun pacing, teluk bunder dan bengle. Desa dewisari memiliki perekonomian yang didominasi oleh sektor pertanian. Mayoritas penduduknya bekerja sebagai petani sebagai sumber utama pendapatan. Meskipun demikian, keterbatasan akses terhadap teknologi modern dan pasar yang terbatas telah mempengaruhi produktivitas. Penghasilan penduduk desa dewisari cenderung bervariasi selain pertanian, beberapa penduduk desa dewisari juga menjalankan usaha mikro kecil seperti warung sebagai sumber tambahan pendapatan. Namun tampaknya tidak terdapat usaha mikro menengah UMKM yang signifikan di desa tersebut. Potensi

pertanian mungkin menjadi sumber pendapatan utama, sedangkan sector lain seperti UMKM mungkin kurang berkembang.

UMKM memiliki potensi besar dalam memberikan dampak positif terhadap desa. Melalui usaha mikro, kecil, dan menengah, masyarakat dapat memiliki peluang untuk mandiri secara ekonomi.

UMKM dapat menciptakan lapangan kerja bagi penduduk setempat, meningkatkan pendapatan rumah tangga, dan memperkuat perekonomian desa secara keseluruhan. Selain itu, UMKM juga dapat membantu melestarikan budaya dan tradisi lokal serta menghidupkan kegiatan ekonomi di desa tersebut. Dengan dukungan yang tepat, UMKM dapat menjadi salah satu faktor kunci dalam pengembangan dan kemajuan. UMKM merujuk pada kegiatan usaha yang dibentuk oleh warga negara, baik berupa usaha pribadi ataupun badan usaha (Wilantara, 2016). Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) ialah bagian yang cukup besar dalam perekonomian negara, karena sangat berperan untuk meningkatkan perekonomian masyarakat. Keberadaan UMKM sangat penting dalam pertumbuhan ekonomi negara serta dapat bermanfaat dan mendistribusikan pendapatan masyarakat.

Pada era industri kreatif, digital marketing dapat digunakan sebagai alternatif strategi pemasaran produk supaya pelaku usaha dapat memantau dan memenuhi kebutuhan bisnis bagi calon konsumen, sedangkan calon konsumen dapat digunakan sebagai alat untuk mendapatkan informasi tentang ruang lingkup digital marketing yang terkait dengan produk yang mereka cari. Sebanyak 3.79 juta pelaku UMKM, atau hanya 8%, memahami konsep digital marketing. Digital marketing adalah pemasaran yang dilakukan dengan internet, media sosial, dan perangkat digital lainnya. Instagram merupakan salah satu sosial media yang penggunaannya paling banyak diseluruh dunia (Nurpratama & Anwar 2020). Selain karena cakupannya luas, instagram juga memiliki banyak fitur yang mampu menyokong usaha online (Sarah, 2021).

Alasan pelaku usaha menggunakan digital marketing mereka dapat menemukan pelanggan baru di seluruh dunia melalui situs web mereka; biaya penggunaan internet yang lebih rendah untuk menjangkau pelanggan yang tepat dengan biaya yang lebih rendah daripada strategi pemasaran tradisional; pengukuran strategi pemasaran digital dengan menggunakan situs web dan alat matriks jaringan untuk menentukan strategi pemasaran yang efektif yang memberikan informasi terperinci dan pro Menurut Vincent Didiek Wiet Aryanto

pada tahun 2020, Pasaran digital adalah usaha untuk menunjukkan satu atau lebih merek kepada konsumen dengan cara yang relevan melalui penggunaan media sosial.

Berdasarkan analisis permasalahan di atas yang terjadi maka program yang saya ambil kegiatan

memanfaatkan media sosial berupa instagram sebagai alat promosi produk serbuk jahe instan dewisari, kegiatan ini dilakukan pada masyarakat Desa Dewisari. Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan pelatihan mengenai digital marketing melalui platform instagram, memberikan pendampingan pada kelompok informasi masyarakat khususnya pelaku UMKM dalam memanfaatkan digital.

Metode

1. Pada kegiatan ini menggunakan metode observasi pengumpulan data dengan cara mengamati atau meninjau secara cermat dan langsung dilokasi penelitian untuk mengetahui kondisi yang terjadi atau membuktikan kebenaran dari sebuah desain penelitian yang telah dilakukan. Pada metode pengamatan ini, penulis terjun langsung untuk mengamati secara langsung pelaksanaan kegiatan KKN di Desa Dewisari. Data yang diperlukan dalam metode pengamatan ini adalah mengamati secara langsung dilokasi untuk meninjau terlaksananya pelaksanaan kegiatan KKN di Desa Dewisari.
2. Metode pengumpulan data yang mengadakan wawancara atau tanya jawab (lisan) untuk memperoleh data. Dalam Penelitian ini menggunakan interview bebas terpimpin, artinya penginterview memberikan kebebasan kepada orang yang di interview untuk memberi tanggapan atau jawaban sendiri dan pewawancara hanya membuat pokok-pokok masalah yang akan diteliti, serta untuk memahami dan mengetahui kendala apa saja yang ada pada UMKM tersebut.
3. Kegiatan ini dilakukan di Desa dewisari, kecamatan Rengsdengklok, kabupaten karawang,jawa barat tepatnya di ruang aula kantor kecamatan desa dewisari pada tgl 14 Juli 2023. Sasaran subjek yang saya lakukan untuk kegiatan ini pada masyarakat desa dewisari. Adapun kegiatan yang dilakukan yaitu dengan teknik pelatihan dan sosialisasi mengenai sebagai berikut:
 1. Pelatihan pembuatan minuman herbal yang di buat dari serbuk jahe untuk inovasi usaha dan meningkatkan peluang usaha UMKM masyarakat desa dewisari.
 2. Penyuluhan mengenai digital marketing
 3. Membuat akun pemasaran instagram sebagai alat promosi produk serbuk jahe
 4. Memonitoring cara menggunakan akun pemasaran melalui instagram kepada masyarakat desa dewisari.

Adapun Evaluasi untuk mengetahui keberhasilan dari kegiatan ini dilakukan sebagai berikut;

1. Kegiatan sosialisasi di evaluasi berdasarkan partisipasi masyarakat desa dewisari dalam hal Tanya jawab.
2. Peserta masyarakat desa dewisari memberikan saran atau rekomendasi kepada mahasiswa KKN terhadap kegiatan yang dilakukan.
3. Dengan mengumpulkan pendapat peserta tentang isi penyajian materi, dan penyampaian pelatihan yang di berikan kepada para peserta masyarakat desa dewisari.

Hasil penelitian dan pembahasan

Berdasarkan kondisi permasalahan yang di temukan melalui wawancara dan observasi kepada salah satu masyarakat Desa Dewisari. Hasil penelitian bahwa desa tersebut masih kurang dalam usaha kecil dan menengah dan belum mengetahui tentang manfaat digital marketing dalam memasarkan produknya. Dalam konteks ini UMKM dapat memainkan peran penting dalam mengembangkan ekonomi desa dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat begitu juga dengan digital marketing memungkinkan desa untuk mempromosikan produk kepada target pasar yang lebih luas, baik di tingkat local maupun regional. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis manfaat digital marketing dalam meningkatkan penjualan UMKM di Desa Dewisari, Kecamatan Rengasdengklok, Kabupaten Karawang. Digital marketing adalah serangkaian strategi dan aktivitas pemasaran yang dilakukan secara online atau melalui platform digital. Tujuan digital marketing adalah meningkatkan kesadaran, keterlibatan, dan konversi konsumen melalui penggunaan berbagai saluran dan metode digital. Strategi pemasaran adalah cara terbaik untuk merencanakan bisnis. Pemasaran memiliki banyak strategi, termasuk antipersaingan, produk, penetapan harga, lokasi, dan periklanan. Segmentasi melalui online, termasuk di platform instagram adalah pendekatan yang efektif untuk memastikan pesan dan promosi yang tepat.

Mahasiswa KKN Universitas Buana Perjuangan Karawang di Desa Dewisari menciptakan produk serbuk jahe. Produk ini adalah dari bahan utama jahe yang di haluskan menjadi bubuk dan ditambahkan dengan gula sebagai pemanis produk ini sangat memiliki banyak manfaat bagi kesehatan tubuh. Untuk cara penyajiannya cukup campurkan serbuk jahe dengan air panas sesuai intruksi pada kemasan, untuk menikmati minuman serbuk jahe ini bisa di tambahkan madu atau perasan lemon sesuai selera. Tujuan membuat produk serbuk jahe adalah untuk memberikan

inovasi usaha pada masyarakat Desa Dewisari dan tambahan pendapatan ekonommi melalui produk serbuk jahe yang lebih kreatif dan modern.

Pelaksanaan kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 14 Juli 2023 di ruang aula kantor kecamatan Desa Dewisari dan penyebaran informasi kegiatan ini melalui whatshapp kepada pihak aparatur desa untuk memberitahu kepada masyarakat yang ada di Desa Dewisari untuk turut berpartisipasi dalam kegiatan pelatihan pembuatan serbuk jahe dan penyuluhan mengenai promosi melalui digital. Mahasiswa KKN Universitas Buana Perjuangan mempersiapkan alat dan bahan untuk kegiatan pelatihan pembuatan serbuk jahe yaitu: Bahan utama adalah jahe dan gula pasir adapun peralatan yang digunakan adalah mesin penghalus seperti blender, penyaring, timbangan, wajan, kompor dan pengaduk. Dan untu persiapan kegiatan penyuluhan mengenai promosi melalui digital dengan menyiapkan materi yang akan di jelaskan kepada masyarakat Desa Dewisari dan menyiapkan laptop serta infokus.



Gambar 1; Akun pemasaran digital melalui platform instagram produk serbuk jahe

Pada Kegiatan pembuatan akun pemasaran ini diawali dengan melakukan kegiatan survey atau observasi secara langsung kepada UKM seperti warung kecil dan sebagian masyarakat serta melakukan sosialisasi mengenai digital marketing kepada masyarakat Desa Dewisari. Pembuatan akun pemasaran melalui platform instagram yaitu untuk meningkatkan penjualan melalui strategi pemasaran digital pada produk serbuk jahe yang nantinya produk serbuk jahe dan akun pemasaran ini akan di adopsi dan dilanjutkan oleh salah satu masyarakat Desa Dewisari atau di berikan kepada pihak desa untuk dikembangkan sehingga dapat membantu perekonomian di Desa tersebut. Adapun langkah-langkah pembuatan akun pemasaran instagram sebagai berikut:

1. Unduh aplikasi Instagram dari App Store (iPhone) atau Google Play Store (Android).
2. Setelah aplikasi terinstal, ketuk instagram untuk membukanya.
3. Ketuk Daftar dengan Email atau Nomor Telepon (Android) atau Buat Akun Baru (iPhone), lalu masukkan alamat email atau nomor telepon (yang akan memerlukan kode konfirmasi), lalu ketuk Berikutnya. Anda juga bisa mengetuk Login dengan Facebook untuk mendaftar menggunakan akun Facebook.
4. Jika Anda mendaftar dengan alamat email atau nomor telepon, buat nama pengguna dan kata sandi, lengkapi info profil Anda, lalu ketuk Berikutnya. Jika Anda mendaftar menggunakan Facebook, Anda akan diminta untuk login ke akun Facebook apabila Anda telah logout.

Dengan menggunakan akun pemasaran melalui platform instagram dapat meningkatkan penjualan produk serbuk jahe karena instagram memiliki jangkauan yang sangat luas dengan memposting foto atau video produk serbuk jahe yang menarik akan mempengaruhi konsumen untuk membeli dan meningkatkan tingkat penjualan. Dari hasil Tanya jawab kepada salah satu peserta masyarakat Desa Dewisari yang mengikuti kegiatan ini terdapat masalah di Desa Dewisari yaitu masih banyak masyarakat Desa Dewisari yang belum tau cara untuk mempromosikan produk melalui sosial media seperti media platform atau marketplace. Maka dari itu solusinya menyediakan pelatihan atau sosialisasi mengenai digital marketing dapat membantu memperluas pemahaman masyarakat Desa Dewisari.

Kesimpulan dan rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian ini maka dapat Tarik kesimpulan bahwa masih banyak masyarakat

Desa Dewisari yang belum paham atau mengetahui manfaat digital marketing untuk usaha. Digital marketing sangat bermanfaat untuk para pelaku usaha karena dapat meningkatkan visibilitas bisnis secara online dan membantu bisnis UKM/UMKM semakin berkembang dalam era digital saat ini. UMKM adalah usaha yang dijalankan oleh individu atau kelompok kecil dengan jumlah karyawan yang sangat terbatas bahkan bisa hanya satu orang. UMKM memiliki peran penting dalam perekonomian Desa karena mereka memberikan kontribusi yang signifikan dan mampu menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat sekitar. Dalam rangka memenuhi kebutuhan hidup dan menghasilkan pendapatan perekonomian, masyarakat Desa Dewisari harus mempunyai pengetahuan untuk mengidentifikasi peluang pasar dan kemampuan kretaitas serta inovasi yang dapat membuka peluang usaha bagi masyarakat.

Adapun rekomendasi yang diharapkan pihak Desa dan masyarakat Desa Dewisari untuk tidak berhenti berinovasi dan memberikan edukasi atau pelatihan terhadap manfaat memasarkan produk melalui digital marketing seperti sosial media atau marketplace agar masyarakat Desa Dewisari mampu mengembangkan usaha nya sendiri yang lebih modern dan menambah wawasan baru terhadap cara berbisnis di era digital.

DAFTAR PUSTAKA

- (Karisma and Saputro 2023; Robby Aditya and R Yuniardi Rusdianto 2023; Sofyan 2017) Karisma, Jihan, and Suyono Saputro. 2023. "Penerapan Era Digital Marketing Pada UMKM Zahira Olshop Batam." ARSY : Aplikasi Riset Kepada Masyarakat 3(2):277–83.
- Robby Aditya, and R Yuniardi Rusdianto. 2023. "Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM." Jurnal Pelayanan Dan Pengabdian Masyarakat Indonesia 2(2):96–102. doi: 10.55606/jppmi.v2i2.386.
- Sofyan, S. 2017. "Peran Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Dalam Perekonomian." Bilancia 11(3):1.