

UPAYA MENINGKATKAN PERSONAL BRANDING DAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI DIGITAL MARKETING BAGI PARA PELAKU UMKM DI DESA CINTALANGGENG KECAMATAN TEGALWARU, KARAWANG

Megi Januar , Afif Hakim
Teknik Industri, Fakultas Teknik
ti19.megijanuar@mhs.ubpkarawang.ac.id
afif.hakim@ubpkarawang.ac.id

Abstrak

Kuliah Kerja Nyata Universitas Buana Perjuangan karawang Tahun 2022 ini dilaksanakan secara hybrid (online-offline). Melakukan program kegiatan Meningkatkan Penjualan Melalui Strategi Pemasaran Digital pada UMKM yang terdampak Covid-19 dengan tujuan meningkatkan Brand Awareness pada UMKM tersebut. Dengan cara mempromosikan UMKM melalui Media Sosial. Metode kegiatan menggunakan beberapa tahapan: Perizinan pelaksanaan program kepada mitra: persiapan dan penyusunan strategi yang akan digunakan, pelaksanaan program kegiatan, dan pembuatan laporan. Strategi pemasaran yang digunakan adalah Membantu dalam pembuatan brand pada produknya, membuat inovasi pada kemasan produknya, membuat pamflet dan memberikan edukasi cara melakukan promosi dengan menggunakan media sosial instagram, sebab Media sosial disebut sebagai cara terbaik untuk bisa lebih dekat dengan konsumen. karena saat ini hampir seluruh masyarakat memiliki akun media sosial dan saat pandemi masyarakat lebih sering berbelanja di media sosial.

Kata kunci: Pemasaran Digital, UMKM

Abstract

This 2022 Buana Perjuangan University Real Work Lecture is carried out in a hybrid (online-offline) manner. Carry out an activity program to Increase Sales Through Digital Marketing Strategies for MSMEs affected by Covid-19 with the aim of increasing Brand Awareness in these MSMEs. By promoting MSMEs through Social Media. The activity method uses several stages: Licensing program implementation to partners: preparation and preparation of strategies to be used, implementation of activity programs, and report generation. The marketing strategy used is assisting in branding on its products, making innovations in product packaging, making pamphlets and providing education on how to do promotions using Instagram social media, because social media is called the best way to get closer to consumers. because currently almost all people have social media accounts and during a pandemic people shop more often on social media.

Keywords: Digital Marketing, MSME

Pendahuluan

Program Kuliah Kerja Nyata (KKN) merupakan bentuk implementasi kegiatan pengabdian pada masyarakat dalam rangka dapat memberikan manfaat untuk masyarakat sekitar. Terdapat perbedaan pada KKN pada tahun 2022 ini, mengingat pandemi Covid-19 yang menginfeksi hampir seluruh negara di dunia ini termasuk Indonesia ditambah lagi kebijakan pemerintah yang melaksanakan PPKM maka, Universitas Buana Perjuangan Karawang (UBP) yang memberlakukan KKN secara hybrid (online-offline). Pada program kegiatan meningkatkan penjualan melalui strategi pemasaran digital bertujuan untuk meningkatkan Brand Awareness pada UMKM dan menarik konsumen untuk melakukan pembelian. maka harus menerapkan strategi pemasaran yang tepat sesuai dengan kondisi pasar yang dihadapi dan perlu adanya cara untuk memajukan penjualan melalui promosi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, mendeskripsikan, dan meng-analisis pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) melalui inovasi produk yang dipasarkan secara digital marketing pada pelaku usaha gabin, donat dan bolu dll. Permasalahan yang ada di UMKM Desa Cintalanggeng Kecamatan Tegalwaru Kelurahan Kabupaten Karawang meliputi: (1) Usaha milik masyarakat masih banyak yang belum mempunyai brand pada produknya UMKM, (2) Perlunya pendampingan terhadap para pelaku UMKM dalam membuat inovasi usaha, (3) Pelaku UMKM belum memanfaatkan pemasaran melalui media sosial.

Dengan rumusan masalah diatas, kami merangkum tujuan penelitian, sebagai berikut :

(1) Membantu dalam pembuatan brand pada produknya, (2) Dengan membuat inovasi pada kemasan produknya, (3) Dengan membuat pamflet dan memberikan edukasi cara promosi lewat media sosial. Selanjutnya, manfaat Pengabdian ini adalah : (1) Bagi usaha umkm, yakni untuk memberikan masukan yang dapat dipertimbangkan oleh pemilik umkm dalam mempromosikan produk tersebut, (2) Bagi perspektif akademik adalah mendapatkan keterampilan untuk menjadikan wawasan tambahan dalam perkuliahan, melalui KKN inilah akademik mendapatkan bentuk pengalaman nyata serta berbagai permasalahan yang dihadapi dalam dunia UMKM. (3) Bagi Penulis yakni sebagai jendela wawasan baru dan pengalaman turun ke lapangan mengetahui langsung kendala yang terjadi di desa dan sebagai bahan untuk pengujian teori- teori pada mata kuliah yang telah dipelajari.

Metode

Jenis Penelitian, Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, Study Kasus dengan Metode Deskriptif. Tempat dan Waktu Pengabdian. Kegiatan ini dilaksanakan mengikuti lamanya masa KKN, yaitu satu bulan yang dimulai dari 1 Juli sampai dengan 31 Juli 2022. Kegiatan yang meliputi observasi, persiapan, pengumpulan data, menganalisis data, dan penyusunan laporan. Waktu dan kegiatan ini bersifat fleksibel. Tempat pada penelitian ini yaitu terletak di Desa Cintalanggeng Kecamatan Tegalwaru Kelurahan Kabupaten Karawang. Jenis Pengumpulan Data, Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Data Subyek. Untuk Sumber Data yang digunakan adalah Data primer dan Data Sekunder

1. Data Primer Sumber Data Primer diperoleh melalui wawancara dengan para informan. Informan adalah orang yang dimintai keterangan tentang suatu fakta atau pendapat melalui Tanya jawab/ wawancara. Dalam penelitian ini Data Primer yang digunakan adalah survey dan wawancara langsung dengan para informan selama di lapangan.
2. Data Sekunder Data Sekunder didapat dari objek mengenai sejarah, profil, peraturan dan kebijakan, serta dokumentasi kegiatan- kegiatan yang berkaitan dengan tempat usaha mikro di Desa Cintalanggeng Kecamatan Tegalwaru Kelurahan Kabupaten Karawang.

Teknik Pengumpulan Data Studi Lapangan, Penelitian lapangan merupakan teknik pengumpulan data dan informasi dengan cara mengadakan peninjauan dan penelitian langsung di lapangan.

1. Observasi

Observasi dilakukan agar mendapatkan informasi di lapangan yang berkaitan dengan pelaku usaha mikro dalam memproduksi produk dagangan, peneliti menggunakan teknik observasi secara langsung. Dalam hal ini peneliti terjun ke lapangan mencari berbagai informasi yang dibutuhkan, sehingga penelitian ini bersifat riil atau fakta dan sesuai dengan apa yang terjadi di lapangan.

2. Wawancara

Wawancara digunakan sebagai media dalam mengumpulkan data agar dapat menggali atau memperoleh informasi untuk memenuhi kebutuhan penelitian, antara lain mengenai bagaimana sumber daya manusia yang dilakukan oleh pengelola produk dagangan, peneliti langsung mencari informan yang menurutnya berkaitan dengan apa yang

dibutuhkan dalam produksi produk dagangan, wawancara dilakukan dengan cara terstruktur dan terukur.

3. Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan dengan cara memotret keadaan dan proses yang sedang produksi produk dagangan sebagai bukti nyata bahwa peneliti benar-benar meneliti tempat tersebut. Dokumentasi dapat digunakan sebagai bahan acuan dan data awal dalam melakukan wawancara dengan melakukan penelusuran tentang kegiatan yang terjadi dalam data yang ada melalui observasi dan wawancara, sekaligus dapat dijadikan sebagai bahan pendamping dari informasi yang telah diperoleh sebelumnya melalui observasi dan wawancara.

Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Permasalahan yang ada di desa cinta langgeng adalah kurangnya pemahaman serta pengetahuan mengenai fungsi akan pentingnya personal branding dan digital marketing bagi para pelaku UMKM terhadap produk yang di pasarkan. Maka penulis sebagai mahasiswa KKN di Desa Cintalanggeng Kecamatan Tegalwaru Kelurahan Kabupaten Karawang, memberikan edukasi mengenai fungsi akan pentingnya personal branding dan digital marketing bagi para pelaku UMKM agar masyarakat sekitar yang mempunyai UMKM dapat menerapkannya.

1. Edukasi Dan Sosialisasi

Edukasi mengenai personal branding dan digital marketing dilakukan melalui beberapa kegiatan, yaitu dengan kegiatan sosialisasi terkait personal branding dan digital marketing kepada pelaku UMKM. Penulis berupaya dalam memberikan materi sosialisasi terkait pentingnya pengetahuan ini dapat dipahami oleh masyarakat atau para pelaku UMKM di Desa Cinta Langgeng. Agar para pelaku UMKM bisa melakukan inovasi terhadap produk yang di jual dan menerapkan pemasaran dengan menggunakan digitalisasi, penulis membantu membuatkan Brand dan akun media sosial kepada pelaku UMKM. Setelah di lakukan edukasi ini diharapkan para pelaku UMKM dapat meningkatkan kualitas produk dan pemasarannya. Berikut adalah kegiatan Sosialisasi Pentingnya Personal Branding Dan Digital Marketing untuk meningkatkan penjualan pada produk pelaku UMKM :



Gambar 1. Sosialisasi Kepada Para Pelaku UMKM

Sumber: Data Penulis (2022)



Gambar 2. Wawancara Untuk Membantu Menginovasikan produk UMKM

Sumber: Data Penulis (2022)



Gambar 3. Inovasi Brand dan Banner

Sumber: Data Penulis (2022)

Kesimpulan dan Rekomendasi

Program kuliah kerja nyata (KKN) Universitas Buana Perjuangan Karawang yang berlangsung pada 1 Juli sampai 31 Juli, yang bertempat di Desa Cintalanngeng Kecamatan Tegalwaru Kelurahan Kabupaten Karawang. Kegiatan Kuliah kerja nyata (KKN) merupakan realisasi salah satu dari Tri Dharma perguruan tinggi untuk melakukan pengabdian terhadap masyarakat. Program Kuliah tersebut bertujuan untuk memberikan manfaat bagi masyarakat, melalui program kuliah kerja nyata (KKN) mahasiswa mengaplikasikan ilmu yang telah dipelajari di dalam ruangan kelas untuk kemudian di terapkan melalui praktek langsung di lapangan.

Berdasarkan dari uraian pelaksanaan kegiatan program kuliah kerja nyata (KKN) Universitas Buana Perjuangan Karawang yang dilaksanakan di Desa Cintalanngeng Kecamatan Tegalwaru Kelurahan Kabupaten Karawang. Maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Kuliah Kerja Nyata (KKN) merupakan bagian mata kuliah yang turun langsung kelapangan untuk mengabdikan kepada masyarakat.
2. Sebelum terjun kepada masyarakat, mahasiswa berdiskusi dengan perangkat desa terlebih dahulu untuk mendapatkan gambaran kepada mahasiswa tentang potensi dan sumber daya yang berada di Desa Cintalanngeng Kecamatan Tegalwaru Kelurahan Kabupaten Karawang.
3. Program Kuliah Kerja Nyata (KKN) yang telah terencana dapat berjalan dengan baik, walaupun ada penyesuaian waktu dengan kondisi yang sedang mengalami pandemi Covid-19.
4. Program kuliah kerja nyata (KKN) dapat meningkatkan ilmu pengetahuan serta menggambarkan masyarakat dalam bidang spiritual.
5. Membentuk mahasiswa menjadi lebih tanggung jawab dalam menyikapi permasalahan dan dapat memahami bagaimana hidup bermasyarakat. Selain itu dapat membentuk kepribadian yang mandiri dan bertanggung jawab terhadap tugas yang ada dan membentuk jiwa kepemimpinan.
6. Mahasiswa mendapatkan pengalaman dan ilmu bermasyarakat yang tidak didapatkan di akademik dan dapat menyerap ilmu bermasyarakat yang dimiliki mahasiswa dalam meningkatkan wawasan untuk diterapkan di kemudian hari.

Berbagai program kerja dalam kegiatan KKN ini semoga dapat memberikan manfaat bagi UMKM di Desa Citalanngeng Kecamatan Tegalwaru Kelurahan Kabupaten Karawang dan untuk membantu perekonomian dimasyarakat Desa Citalanngeng Kecamatan Tegalwaru Kelurahan Kabupaten Karawang. Sehingga dapat memajukan para pelaku UMKM . Setelah berakhirnya kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) ini semoga selama satu bulan sebelumnya dapat membantu UMKM di Desa Citalanngeng Kecamatan Tegalwaru Kelurahan Kabupaten Karawang. Pihak UMKM hendaknya mengerti bahwa kegiatan KKN ini sangat berpengaruh terhadap kepentingan usahanya, sehingga pihak usaha dapat mendukung secara penuh program kerja yang dilaksanakan mahasiswa selama KKN.

Daftar Pustaka

JOGIYANTO HARTONO, M., et al. (ed.). (2018) *Metoda Pengumpulan dan Teknik Analisis Data*. Penerbit Andi,

Noviyanto. (2018) *Macam-macam Strategi Pemasaran Online*.

OKTAVIANI, Femi; RUSTANDI, Diki. (2018) Implementasi digital marketing dalam membangun brand awareness.

SETYAWATI, Harini Abrilia. (2021) Bagaimana Membangun Personal Branding?. *JCSE: Journal of Community Service and Empowerment*, 2.1: 86-90.