

# **IMPLEMENTASI DIGITAL MARKETING DALAM PENINGKATAN PENJUALAN PADA UMKM KERIPIK PISANG DAN PEYEK DI DESA KUTAWARGI**

Intan Vandini.

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Buana Perjuangan  
Karawang.

[Mn19.intanvandini@mhs.ubpkarawang.ac.id](mailto:Mn19.intanvandini@mhs.ubpkarawang.ac.id)

## **ABSTRAK**

Kuliah Kerja Nyata adalah salah satu matakuliah yang wajib ditempuh oleh semua mahasiswa yang terlibat dalam civitas Universitas hal ini menunjukkan fungsi Tri Dharma perguruan tinggi yang di terapkan yaitu salah satunya adalah pengabdian kepada masyarakat. Dalam menjalankan pegabdian kepada masyarakat mahasiswa juga memberikan sosialisasi pentingnya digital marketing dalam menjalankan usaha. Penggunaan instagram, whatsapp merupakan alternative yang dapat digunakan untuk peningkatan penjualan, digital marketing ini lebih prospektif karena memungkinkan para konsumen memperoleh segala macam informasi yang mengenai produk tidak hanya pemasaran saja pembayarannya pun sudah bisa menggunakan barcode. Sesuai dengan tema yang telah ditentukan yaitu mencangkup UMKM yang da pada Desa Kutawargi yang mahasiawa temukan ada dua UMKM yang diberikan bimbingan dalam segi kemasan maupun rasa yaitu UMKM kripik pisang dan peyek. Promosi pada story atau pengunggahan foto tentang oprasional UMKM sehingga bisa menarik para konsumen sehingga bisa di kenal banyak orang dan tidak hanya pada wilayah Desa Kutawargi saja melainkan bisadi kenal di seluruh wilayah Kabupaten Karawang.

Kata Kunci : KKN, UMKM, Digital pemasaran, Promosi.

## **ABSTRAC**

*Real Work Lecture is one of the subjects that must be taken by all students involved in the University community, this shows the function of the Tri Dharma of higher education that is applied, one of which is community service. In carrying out community service, students also provide socialization of the importance of digital marketing in running a business. The use of Instagram, WhatsApp is an alternative that can be used to increase sales, digital marketing is more prospective because it allows consumers to obtain all kinds of information regarding products, not only marketing, payments can also use barcodes. In accordance with the predetermined theme, which includes SMEs in Kutawargi Village, the students found that there were two SMEs who were given guidance in terms of packaging and taste, namely banana chips and crackers. Promotion on stories or uploading photos about MSME operations so that they can attract consumers so that they can be known by many people and not only in the Kutawargi*

*Village area but can be known throughout the Karawang Regency area.*

*Keywords: KKN, UMKM, Digital marketing, Promotion.*

## **Pendahuluan**

Universitas Buana Perjuangan Karawang Perguruan tinggi yang memiliki fungsi melaksanakan Tri Dharma Perguruan Tinggi yaitu pengabdian kepada masyarakat. Bentuk pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan mahasiswa berupa Kuliah Kerja Nyata (KKN). KKN merupakan kegiatan pembelajaran lapangan, diharapkan dapat memberikan solusi tentang persoalan yang ada di dalam masyarakat mengembangkan potensi dan mengetahui kekurangan dan kelebihan yang ada pada masyarakat setempat. Kegiatan ini juga bisa meningkatkan kreativitas mahasiswa, memberikan pembelajaran untuk mahasiswa yang berinteraksi langsung dengan masyarakat.

Kuliah Kerja Nyata (KKN) merupakan salah satu mata kuliah wajib tempuh Universitas Buana Perjuangan Karawang saat memasuki semester tujuh pada tahun 2022, dilaksanakan pada tanggal 1 juli 2022 hingga 31 juli 2022 di kota karawang. Pada program KKN tersebut penulis laporan di tempatkan di Desa Kutarawgi, Kecamatan rawamerta, Kabupaten Karawang sebagai wilayah untuk melaksanakan studi lapangan. Pada kesempatan ini penulis laporan mengabdikan diri pada masyarakat untuk berbagi ilmu pengetahuan tentang apa yang telah di peroleh selama pembelajaran kuliah. Penulis laporan mencoba memberikan saran dan solusi terhadap permasalahan yang ada di Desa Kutarawgi, Kecamatan rawamerta, Kabupaten Karawang dalam bidang pemasaran terhadap UMKM yang ada pada desa tersebut. Sebagai mana sesuai dengan tema yang telah di tentukan dari Universitas Buana Perjuangan Karawang yaitu “ **INOVASI DAN DIGITALISASI UMKM MENUJU MASYARAKAT MANDIRI**”.

Sebagai bagian dari civitas akademik, baik secara pribadi maupun kelompok mahasiswa harus menjaga citra Universitas. Oleh karena itu dalam upaya membantu memecahkan permasalahan yang ada perlu mengedepankan etika akademik, nilai dan norma serta etika social di masyarakat. Menjunjung tinggi toleransi yang ada pada lokasi tempat di laksanakan KKN.

Desa Kutawargi terletak di Kecamatan Rawamerta yang tidak jauh dari pusat kota sekitar 20 menit jika di tempuh dengan kendaraan bermotor. Desa Kutawargi berada di sepanjang

pesawahan yang masih sangat luas dan asri sehingga mayoritas penduduk Desa kutawargi adalah petani. Dan dikenal sebagai desa santri karena letak Desa Kutawargi yang dekat dengan banyaknya pesantren di wilayah Kecamatan Rawamerta.

## **METODE**

### 1. Metode inkubasi

Mahasiswa memberikan sebuah metode inkubasi guna untuk mendorong UMKM dalam peningkatan serta pertumbuhan pada penjualan kripik pisang dan peyek.

### 2. Metode ceramah

Memberikan sosialisasi kepada masyarakat Desa Kutawargi, dengan berkembangnya jaman dan teknologi perlu diketahui bahwa digitalisasi berdampak dalam kehidupan mulai dari pemasaran.

### 3. Metode pengembangan kreativitas

Yaitu pada saat mahasiswa bergabung dengan masyarakat Desa Kutawargi melakukan sebuah pembaharuan inovasi untuk UMKM.

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Berikut hasil penelitian serta pembahasan dari kegiatan selama satu bulan melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) atau studi lapangan yaitu terhitung dari tanggal 1 sampai 31 juli 2022 yang bertempat di Desa Kutawargi, Kecamatan Rawamerta Kabupaten Karawang yaitu:

### a. Membuat instagram untuk digital pemasaran

Sesuai dengan program kerja tujuan utama di buatnya instagram agar marketing sudah menuju digitalisasi, sehingga banyak orang jika mencari tahu tentang penjual kripik pisang dan peyek maka muncul usernamenya, dalam penjualan secara online. Kripik pisang ini bisa di kirim melalui ekspedisi ke seluruh wilayah yang ada di Indonesia khususnya Kabupaten Karawang ini, Sehingga bisa dikenal banyak kalangan dan penjualan akan semakin meningkat. Menyertakan foto-foto yang menarik dan proses pembuatannya di video terlihat sangat higienis dan baik untuk di konsumsi siapapun. Dalam sebuah unggahan foto dalam instagram tercantum whatsapp bisnis agar memudahkan para pembeli memesannya.

b. Membuat stiker untuk kemasan

Salah satu program kerja yang telah dilakukan adalah inovasi dalam pembaharuan kemasan serta memberi label pada kemasan dengan cara di tempelkan stiker, yang menjadi ciri khas produ. Sebelum di cetak menjadi stiker inovasi yang muncul untuk memberi nama pada UMKM tersebut adalah salah satu usulan dari mahasiswa yang sampai saat ini di setujui oleh pemilik usaha tersebut.

c. Pembuatan Surat Keterangan Usaha (SKU)

Sebelum dibuatkan nya HAKI penulis memberi cara lain untuk di buatkannya SKU karena proses pembuatan HAKI yang memakan waktu cukup lama dan membutuhkan biaya dan persyaratan, sehingga tidak sesuai dengan waktu Kuliah Kerja Nyata (KKN) yang hanya satu bulan. SKU yang di buat di kantor desa guna memberi keterangan untuk pemilik usaha bahwa usaha tersebut memang ada pada lingkungan Desa Kutawargi.

## **KESIMPULAN DAN REKOMENDASI**

Dari hasil keseluruhan kegiatan kami selama KKN dari 1 – 31 juli di Desa Kutawargi Kecamatan Rawamerta Kabupaten Karawang selama 1 bulan, selain mengabdikan berbagai keilmuan dalam bidang pemasaran kami juga dapat hidup bermasyarakat serta banyak potensi yang ada pada Desa Kutawargi yang berjalan dengan lancar. Upaya pengabdian kepada masyarakat dalam keilmuan tentang digitalisasi pemasaran guna meningkatkan penjualan. Ketika berada langsung di lapangan sangat jauh berbeda pada saat ada di perkuliahan. Pada saat awal di perkenalkannya UMKM kripik pisang dan peyek dengan kondisi kemasan yang seadanya dan tidak adanya label atau stiker pada kemasan, sehingga mahasiswa memberikan rekomendasi pembaharuan pada kedua UMKM tersebut yang kini terlihat lebih menarik dan bisa di pasarkan dengan luas. Dengan adanya pembaharuan tersebut juga menjadi peningkatan penjualan yang tadinya hanya 15 kg dalam sebulan sekarang bisa mencapai 40 kg dalam sebulan dengan melalui pemasaran digital.