

LEMBAR PENGESAHAN

LAPORAN AKHIR KULIAH KERJA NYATA (KKN)

PERIODE 1 JULI – 31 JULI 2022

**DESA/KELURAHAN KUTAMUKTI KECAMATAN KUTAWALUYA KABUPATEN
KARAWANG**

Disahkan Pada:

Hari : Senin
Tanggal : 8 Agustus 2022

Karawang, 8 Agustus 2022

Mengetahui,
Ketua LPPM

Afif Hakim, S.T., MT.
DIDN. 0412098701

Menyetujui,
Dosen Pembimbing Lapangan



Muhamad Abas, S.H., MH.
DIDN. 0422048002

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Tiara Brescia Putri
NIM : 19416261201465
Desa/Kelurahan : Kutamukti
Kecamatan : Kutawaluya

Sebagai mahasiswa peserta KKN 2022 menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

1. Telah melaksanakan kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa/Kelurahan Kutamukti Kecamatan Kutawaluya Kabupaten Karawang dengan penuh tanggung jawab.
2. Tidak memiliki tanggungan janji, barang, atau bentuk apapun dengan masyarakat Desa/kelurahan Kutamukti Kecamatan Kutawaluya Kabupaten Karawang.
3. Tidak meminjam, menyimpan, serta membawa benda berkas apapun milik masyarakat Desa/kelurahan Kutamukti Kecamatan Kutawaluya Kabupaten Karawang tanpa seizin pemiliknya.
4. Laporan akhir individu dibuat dengan berlandaskan data dan informasi yang didapatkan dan tidak melakukan tindakan plagiarisme.
5. Tidak akan menyebarluaskan dan menyalahgunakan akun prodeskel kepada siapapun dan untuk kepentingan apapun

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya.

Karawang, 30 Juli 2022

Mengetahui,
Dosen Pembimbing Lapangan



Muhamad Abas, S.H., MH.
DIDN. 0422048002

Yang menyatakan,
Peserta KKN 2022



Tiara Brescia Putri
NIM. 19416261201465

IMPLEMENTASI DIGITAL MARKETING PADA PRODUK UMKM DESA KUTAMUKTI KECAMATAN KUTAWALUYA

Tiara Brescia Putri¹

mn19.tiaraputri@mhs.ubpkarawang.ac.id¹

Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Buana Perjuangan Karawang
Jalan Ranggon Waluyo Sirnabaya, Puseurjaya, Kec Telukjambe Timur, Kabupaten Karawang
Jawa Barat 41361

ABSTRAK

Permasalahan yang ada di UMKM Desa Kutamukti adalah, mereka masih melakukan transaksi penjualan offline, yang dimana konsumen bisa saja malas untuk pergi keluar rumah, jangkauan pasarnya yang terbatas karena konsumen biasanya hanya berasal dari area toko saja, serta waktu penjualan yang terbatas. Metode yang digunakan adalah metode penelitian Deskriptif dan *Library Research*. Metode penelitian Deskriptif adalah metode yang dilakukan untuk mengetahui gambaran, keadaan, suatu hal dengan cara mendeskripsikannya sedetail mungkin berdasarkan fakta yang ada. Metode penelitian *Library research* adalah jenis penelitian yang dapat dilihat berdasarkan tempat pengambilan datanya. Salah satu jenis penelitian berdasarkan teknik pengumpulan data. Solusi untuk UMKM Desa Kutamukti adalah melakukan penjualan secara offline dan online yang dimana jangkauan konsumennya yang luas, dan waktu penjualan yang tidak terbatas, dengan cara membuat akun *marketplace* Shopee, Tokopedia, dan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan juga Web pemasaran, agar penjualan lebih meningkat dan produk UMKM Desa Kutamukti lebih dikenal oleh masyarakat luas di daerah Karawang dan luar Karawang. Dalam menjalankan pemasarannya UMKM Desa Kutamukti, menggunakan metode program digital marketing pada UMKM tersebut. Digital marketing dapat diartikan sebagai kegiatan pemasaran atau promosi suatu merek atau brand produk atau jasa yang dilakukan melalui media digital. Tujuan pemasaran ini adalah menjangkau sebanyak-banyaknya pelanggan dengan cara yang efisien, relevan, dan efisien. Adapun saran sebagai masukan bagi UMKM Desa Kutamukti adalah dengan teknologi yang semakin berkembang, semakin berkembang pula menciptakan banyak peluang untuk mengembangkan bisnis. Kondisi seperti ini mendorong para pebisnis untuk memunculkan ide atau strategi luar biasa dalam mempromosikan bisnis mereka. Maka dari itu diharapkan UMKM Desa Kutamukti lebih menguasai bidang pemasaran khususnya dibidang digital marketing.

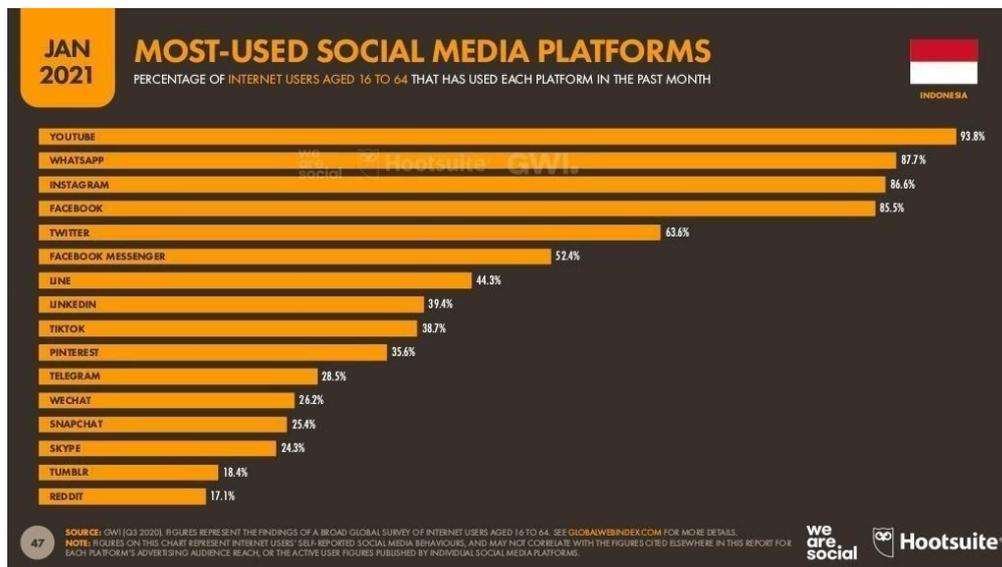
Kata kunci: UMKM, Pemasaran, Digital Marketing

PENDAHULUAN

Kutamukti adalah salah satu desa di Kecamatan Kutawaluya, Kabupaten Karawang, Jawa Barat, Indonesia Kutamukti memiliki 4286 jumlah penduduk yang terdiri dari 2389 penduduk berjenis kelamin laki-laki dan 2.437 penduduk berjenis kelamin perempuan. Pada tahun 1966 Desa Kutagandok dibawah pimpinan Kepala Desa ALI MANSUR, yang kemudian dimekarkan dengan Desa Kutamukti. Pada Tahun 1972 yang saat itu di Pjs kan kepada Kades HARIS KARDI pada tahun 1974, Desa Kutamukti dimekarkan dengan Desa Kutajaya. Untuk kepemimpinannya Desa Kutamukti dipimpin oleh Pjs Haris Kardi. Pada tahun 1976 hasil pemilihan Kutamukti dipimpin oleh Kepala Desa HARIS KARDI sampai masa jabatan 1992. Pada tahun 1992 Kutamukti melakukan Pemilihan Kepala Desa yang dimenangkan oleh H.MUCHLAS dan pada saat yang bersamaan dimekarkan dengan Desa Kutaraja, namun sebelum habis masa jabatannya pada tahun 1999 Desa Kutamukti di Pjskan kembali yaitu oleh H.MASDJOYO sampai september 2001, dan pada tahun yang sama Desa Kutamukti melaksanakan Pilkades dengan Kepala Desa terpilih yaitu : HAERUDIN dengan masa jabatannya sampai 14 Juli 2008 menjelang Pilkades berikutnya dipimpin oleh Pjs Kades MAS'UT sampai 10 september 2008, dan pada tanggal 30 Agustus Desa Kutamukti melaksanakan kembali Pilkades definitif yang dimenangkan kembali oleh Kades HAERUDIN yang menjabat sampai tahun 2014. Pada tanggal 19 September 2014 Kepala Desa Kutamukti dipimpin oleh Pj.Kades SUNANDI (Sekdes PNS) dan pada tanggal 22 Pebruari 2015 dilaksanakan Pilkades definitif dan terpilih Kembali Kepala Desa HAERUDIN dan 20 Maret 2015 secara resmi jabatan Kepala Desa Kutamukti dipimpin oleh Kades HAERUDIN untuk periode 2015 sampai 2021. Pada tanggal 20 Maret 2021 Kepala Desa Kutamukti dipimpin oleh Pj.Kades DEDI SUGANDI,SKM (Kasi Pem Kec) dan pada tanggal 21 Maret 2021 dilaksanakan Pilkades definitif dan terpilih Kepala Desa AAN MARYANI dan 21 April 2021 secara resmi jabatan Kepala Desa Kutamukti dipimpin oleh Kades AAN MARYANI untuk periode 2021 sampai 2027.

Desa Kutamukti mempunyai beberapa mata pencaharian seperti, berdagang atau berwiraswasta, kebanyakan usaha mikro kecil dan menengah. Hal ini dapat dilihat dengan banyaknya jumlah toko, kios, pedagang asongan, dan kaki lima. Berdasarkan hasil pengamatan, usaha yang berada di Desa Kutamukti ini dimiliki oleh perorangan. Dunia digital diprediksi akan menjadi poin krusial bagi seluruh aktivitas manusia, termasuk aktivitas bisnis. Beberapa indikator yang bisa digunakan saat ini antara lain naiknya pengeluaran iklan digital, pertumbuhan kepemilikan *smartphone* yang menyediakan kemudahan akses internet, perbaikan infrastruktur telekomunikasi dalam rangka peningkatan kualitas akses data, serta diluncurkannya layanan 4G. Berdasarkan data GlobalWebIndex (GWI) per Kuartal III-2020, 78,2 persen pengguna internet usia 16-64 tahun memakai aplikasi belanja daring melalui ponsel atau tabletnya untuk bertransaksi *e-commerce*. Yang masih jadul dengan bertransaksi di *e-commerce* dari laman hanya sekitar 22 persen. Dengan asumsi tingkat kunjungan laman iPrice per Juni masih sama hingga Agustus, maka Shopee mencetak kunjungan rata-rata 961,51 juta kunjungan, dari laman (126,99 juta) dan aplikasi (834,52 juta). Pesatnya perkembangan teknologi, dunia digital dan internet tentu juga berimbas pada dunia pemasaran. Tren *pemasaran* di dunia beralih dari yang semula konvensional (*offline*) menjadi *digital marketing (online)*. Strategi *digital marketing* ini lebih prospektif karena memungkinkan para calon pelanggan potensial untuk memperoleh segala macam informasi mengenai produk dan bertransaksi melalui internet. Shopee menjadi platform belanja daring teratas di Indonesia pada paruh pertama 2021, sejak Januari hingga pertengahan tahun. Hal itu dilihat dari jumlah total unduhan aplikasi dan total pengguna aktif bulanan berdasarkan hasil riset perusahaan periset pasar aplikasi mobile App Annie. Riset iPrice melaporkan pada kuartal kedua tahun ini, Shopee termasuk dalam platform daring terdepan dari segi jumlah pengunjung. Shopee memiliki 126,99 juta pengunjung laman per bulan. Shopee ada di posisi kedua setelah Tokopedia yang rata-rata dikunjungi 147,79 juta pengunjung laman per bulan. Pengguna internet di Indonesia pada awal 2022 ini dilaporkan mencapai 210 juta jiwa. Dari jumlah ini, mayoritas pengguna mengakses internet lewat ponsel untuk membuka media sosial. Hal tersebut terungkap dalam laporan terbaru bertajuk "Profil Internet Indonesia 2022" yang dirilis oleh Asosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesia (APJII) baru-baru ini. Dalam laporan tersebut, APJII mengumpulkan data melalui survei dan wawancara kepada 7.568 responden (berusia 13-55 ke atas) sejak 11 Januari 2022 hingga 24 Februari 2022. Berdasarkan laporan APJII, total jumlah penduduk Indonesia saat ini

diestimasikan mencapai 272,68 juta jiwa pada tahun 2021. Ini artinya, angka penetrasi internet di Indonesia pada periode 2021 hingga kuartal I-2022 ini mencapai 77,02 persen.



Gambar 1. Penggunaan Media Sosial Paling Banyak di Indonesia

Sumber: <https://www.longdistancecreator.com/media-sosial-paling-banyak-digunakan-di-indonesia/>

Dalam pelaksanaan KKN (Kuliah Kerja Nyata) penulis memilih judul “Implementasi digital Marketing pada produk UMKM Desa Kutamukti, Kec. Kutawaluya”. Alasan penulis memilih judul tersebut karena penulis ingin melihat peluang usaha, dan mengembangkan usaha. Oleh karena itu penulis melakukan promosi/penjualan online bertujuan meningkatkan penjualan produk-produk UMKM yang berada Desa Kutamukti.

METODE

Metode yang digunakan adalah metode penelitian Deskriptif dan *LibraryResearch*.

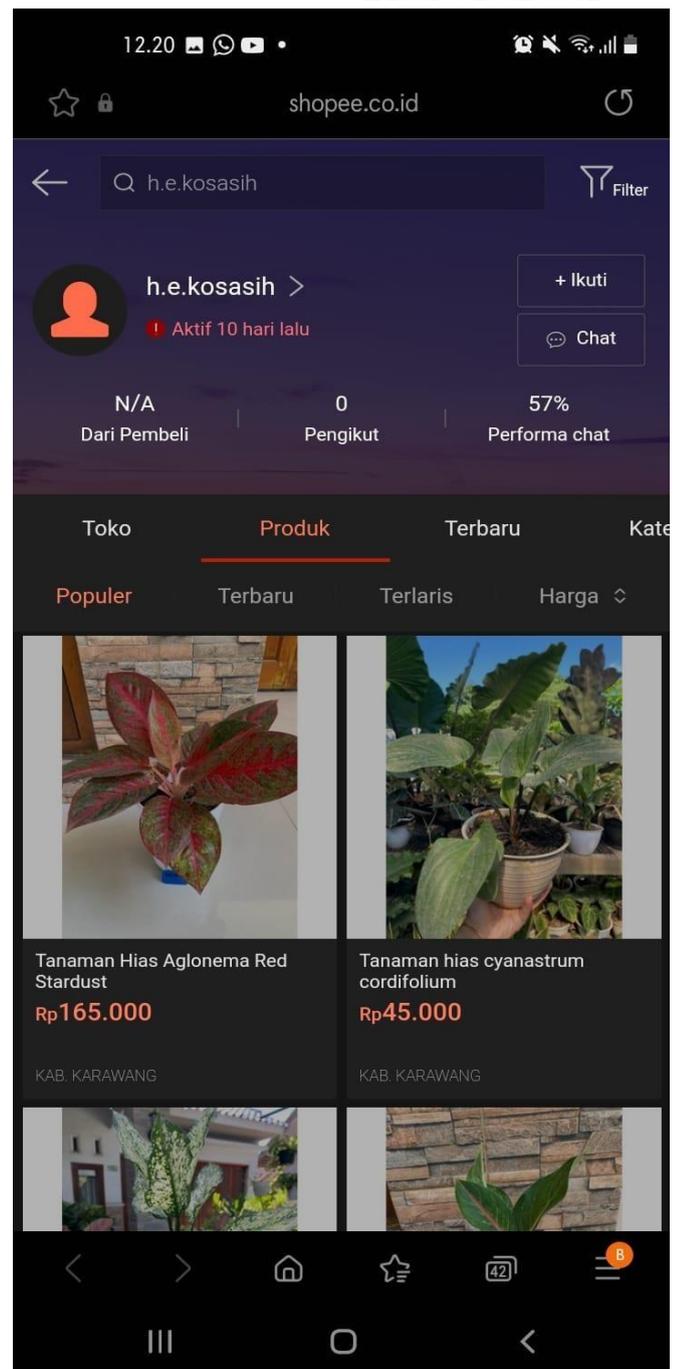
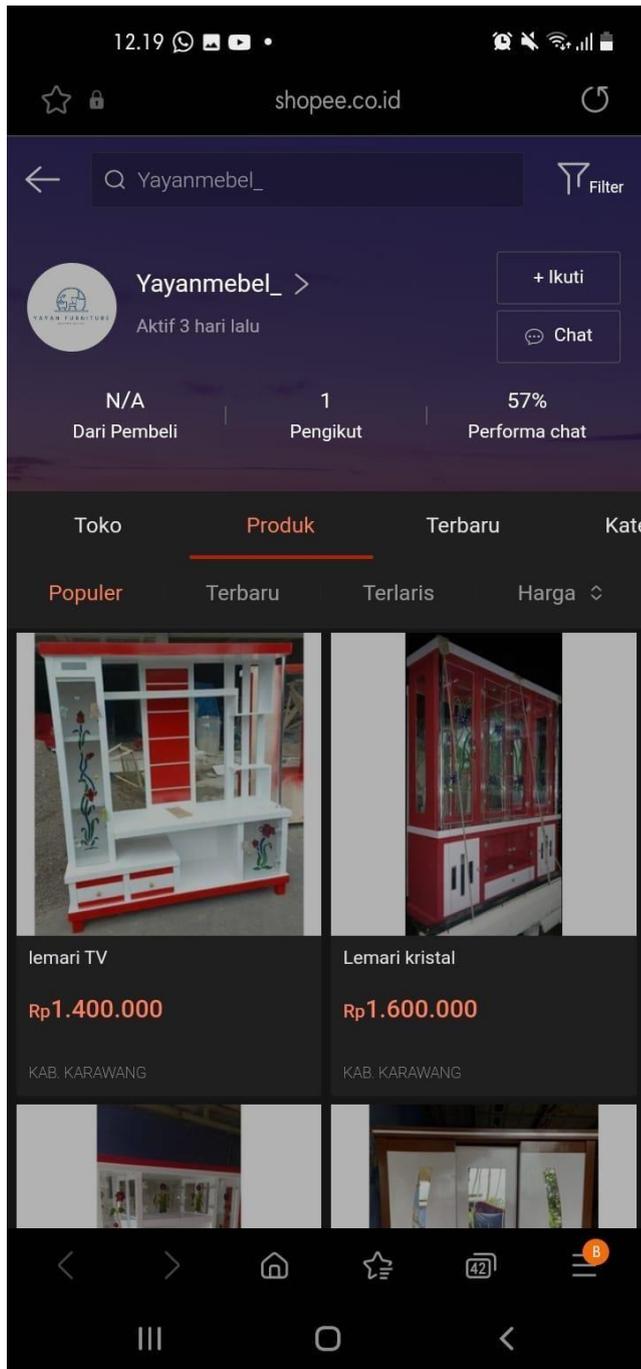
Metode penelitian Deskriptif adalah metode yang dilakukan untuk mengetahui gambaran, keadaan, suatu hal dengan cara mendeskripsikannya sedetail mungkin berdasarkan fakta yang ada. Metode penelitian *Library research* adalah jenis penelitian yang dapat dilihat berdasarkan tempat pengambilan datanya. Salah satu jenis penelitian berdasarkan teknik pengumpulan data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

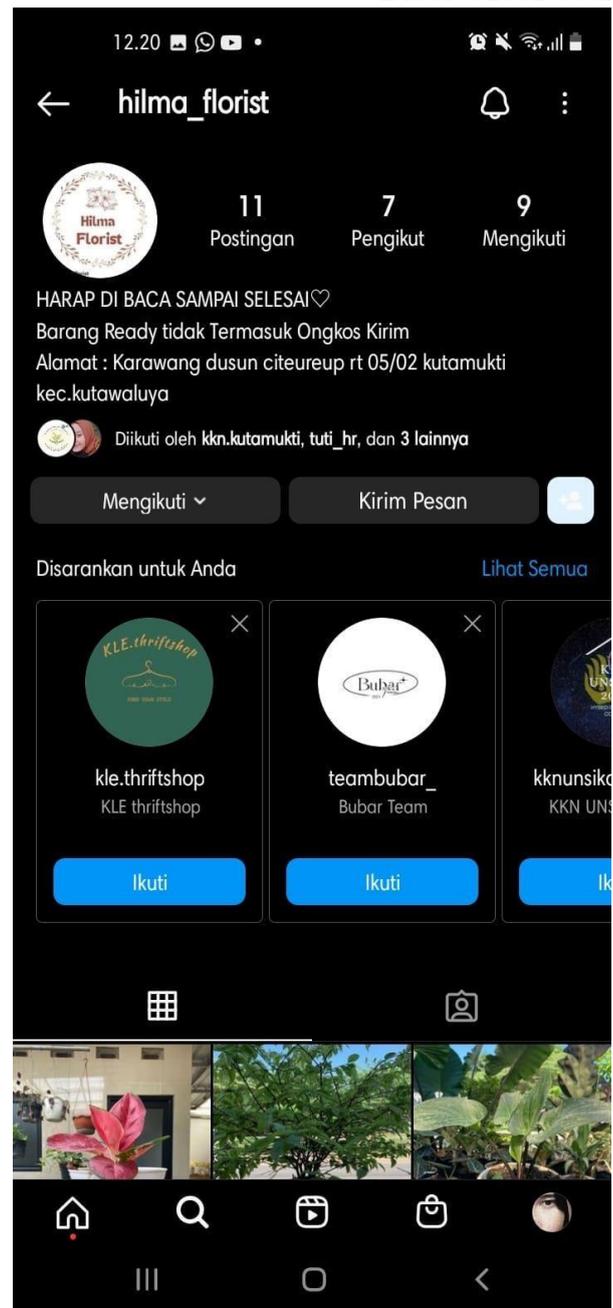
Permasalahan yang ada di UMKM Desa Kutamukti adalah, mereka masih melakukan transaksi penjualan offline, yang dimana konsumen bisa saja malas untuk pergi keluar rumah, jangkauan pasarnya yang terbatas karena konsumen biasanya hanya berasal dari area toko saja, serta waktu penjualan yang terbatas.

Padahal Dunia digital merupakan aset terbesar bagi para pebisnis. Ini dikarenakan dengan adanya dunia digital, pemasaran bisnis tidak akan lagi terhalang oleh jarak dan waktu. Dimanapun dan kapanpun, jika terdapat dunia digital maka disitu pula bisa berlangsung sebuah pemasaran produk bahkan tidak sedikit yang sampai terjadi transaksi jual beli. Meski inovasi ini terlihat sangat menggiurkan untuk mengembangkan bisnis, tetap saja para pelaku bisnis akan banyak menghadapi masalah dalam pelaksanaannya. Seperti kurangnya pemasaran pada digital marketing.

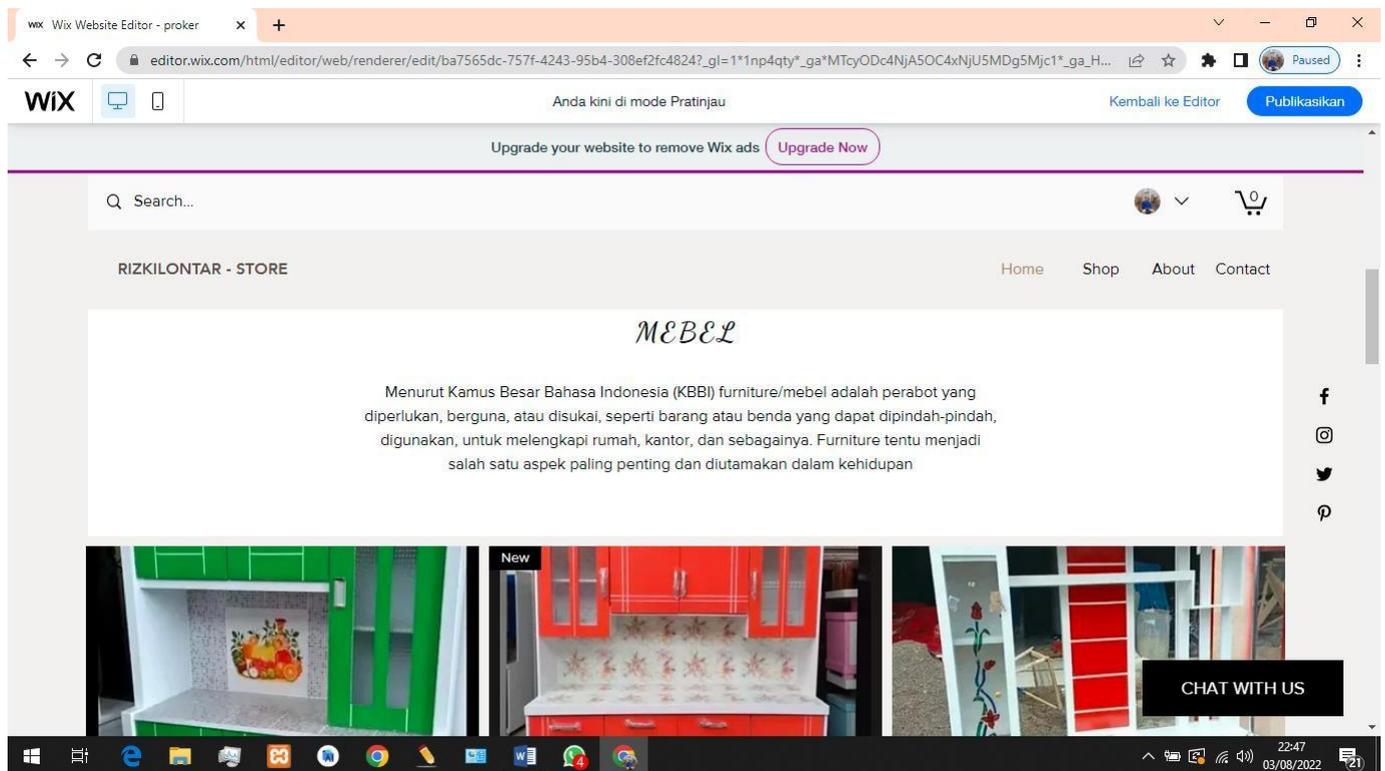
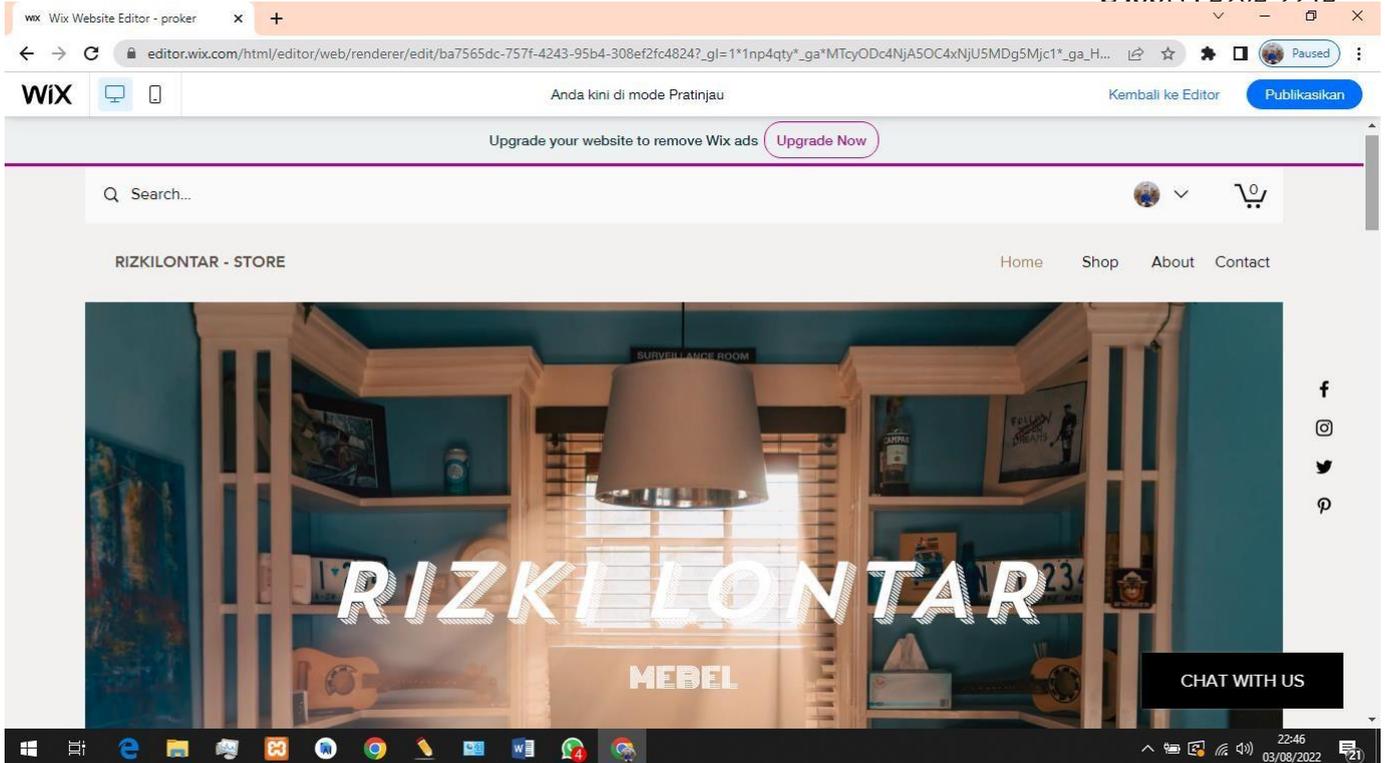
Solusi untuk UMKM Desa Kutamukti adalah melakukan penjualan secara offline dan online yang dimana jangkauan konsumennya yang luas, dan waktu penjualan yang tidak terbatas, dengan cara membuat akun *marketplace* Shopee, Tokopedia, dan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan juga Web pemasaran, agar penjualan lebih meningkat dan produk UMKM Desa Kutamukti lebih dikenal oleh masyarakat luas di daerah Karawang dan luar Karawang.



Gambar 2. Shopee UMKM Desa Kutamukti



Gambar 3. Instagram UMKM Desa Kutamukti



Gambar 4. Web PemasaranUMKM Desa Kutamukti

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Kesimpulan

Berdasarkan uraian dan temuan penulis di UMKM Desa Kutamukti, Kec, Kutawaluya, Kab, Karawang, Desa Kutamukti mempunyai beberapa mata pencaharian seperti, berdagang atau berwiraswasta, kebanyakan usaha mikro kecil dan menengah. Hal ini dapat dilihat dengan banyaknya jumlah toko, kios, pedagang asongan, dan kaki lima. Berdasarkan hasil pengamatan, usaha yang berada di Desa Kutamukti ini dimiliki oleh perorangan. Dapat disimpulkan beberapa masalah yang ada di Desa Sukaluyu seperti, mereka masih melakukan transaksi penjualan offline, yang dimana konsumen bisa saja malas untuk pergi keluar rumah, jangkauan pasarnya yang terbatas karena konsumen biasanya hanya berasal dari area toko saja, serta waktu penjualan yang terbatas. Dan untuk solusinya adalah melakukan penjualan secara offline dan online yang dimana jangkauan konsumennya yang luas, dan waktu penjualan yang tidak terbatas, dengan cara membuat *marketplace* Shopee, Tokopedia, dan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan juga Web pemasaran, agar penjualan lebih meningkat dan produk UMKM Desa Kutamukti lebih dikenal oleh masyarakat luas di daerah Karawang dan luar Karawang.

Dalam menjalankan pemasarannya UMKM Desa Kutamukti, menggunakan metode program digital marketing pada UMKM tersebut. Digital marketing dapat diartikan sebagai kegiatan pemasaran atau promosi suatu merek atau brand produk atau jasa yang dilakukan melalui media digital. Tujuan pemasaran ini adalah menjangkau sebanyak-banyaknya pelanggan dengan cara yang efisien, relevan, dan efisien.

Rekomendasi

Adapun saran dari penulis sebagai masukan bagi UMKM Desa Kutamukti adalah dengan teknologi yang semakin berkembang, semakin berkembang pula menciptakan banyak peluang untuk mengembangkan bisnis. Kondisi seperti ini mendorong para pebisnis untuk memunculkan ide atau strategi luar biasa dalam mempromosikan bisnis mereka. Maka dari itu diharapkan UMKM Desa Kutamukti lebih menguasai bidang pemasaran khususnya dibidang digital marketing.

DAFTAR PUSTAKA

Bina, R. (2022). Repository Universitas Bina Sarana Informatika (RUBSI). from Bsi.ac.id website: <https://repository.bsi.ac.id/>

Welcome to Repository Universitas Dharmawangsa Medan - Repository Universitas Dharmawangsa Medan. (2020). from Dharmawangsa.ac.id website: <http://repository.dharmawangsa.ac.id/>

ApaSih Digital Marketing Itu? | BINUS Online Learning. (2021, October 13). from BINUS Online Learning website: <https://onlinelearning.binus.ac.id/2021/10/13/apa-sih-digital-marketing-itu/>

BAB II TINJAUAN PUSTAKA 2.1 Digital Marketing. (n.d.). from <http://repo.darmajaya.ac.id/3517/5/7.%20Bab%20II.pdf>

Artikel PakDosen.CO.ID. (2022, June 18). from Pakdosen.co.id website: <https://pakdosen.co.id/manajemen-pemasaran/>

Google Books. (2017). from Google.co.id website: https://www.google.co.id/books/edition/Pengantar_Manajemen/NBExDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=pengertian+manajemen&printsec=frontcover

THE BOOK OF DIGITAL MARKETING. (2013). from Google Bookswebsite: <https://books.google.co.id/books?id=OQzBDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=digital+marketing&hl=id&sa=X&ved=2ahUKEwiV6K6F7vf4AhVLUGwGHZ-uBlSQ6AF6BAgDEAM#v=onepage&q=digital%20marketing&f=false>

admin. (2022, April 26). Digital marketing tingkatkan kinerja UMKM - Saung Blogger

Kampus. from Saung Blogger Kampus website:

<https://saungbloggerkampus.net/digital-marketing-tingkatkan-kinerja-umkm/>

Fuji Pratiwi. (2021, October 8). Hasil Riset: Shopee Jadi Marketplace Teratas di Indonesia.

from Republika Online website: [https://www.republika.co.id/berita/r0ny7a457/hasil-](https://www.republika.co.id/berita/r0ny7a457/hasil-riset-shopee-jadi-marketplace-teratas-di-indonesia)

[riset-shopee-jadi-marketplace-teratas-di-indonesia](https://www.republika.co.id/berita/r0ny7a457/hasil-riset-shopee-jadi-marketplace-teratas-di-indonesia)