

LEMBAR PENGESAHAN

**LAPORAN AKHIR KULIAH KERJA NYATA (KKN) PERIODE
01– 31 JULI 2022
DESA KUTAMUKTI
DESA/KELURAHAN KUTAMUKTI KECAMATAN KUTAWALUYA
KABUPATEN KARAWANG**

Disahkan pada:

Hari : Selasa

Tanggal : 09 Agustus 2022

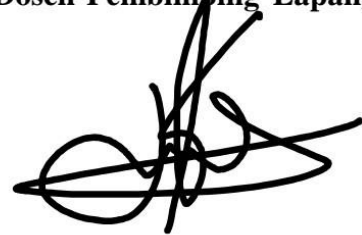
Karawang 09 Agustus 2022

Mengetahui

Menyetujui

Ketua LPPM

Dosen Pembimbing Lapangan



Afif Hakim, S.T., M.T.

Muhammad Abas, S.H., M.H.

NIDN.0412098701

NIDN.0422048002

LEMBARPENYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Deni Indra Wahyudi
NIM : 18416255201039
Desa/Kelurahan : Kutamukti
Kecamatan : Kutawaluya

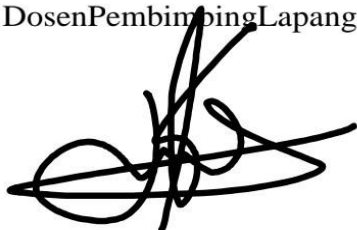
Sebagai mahasiswa peserta KKN 2022 menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

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, 29 Juli 2022

Mengetahui,
Dosen Pembimbing Lapangan



Muhammad Abas, S.H., M.H.

NIDN.04220488002

Yang Menyatakan,
Peserta KKN 2022

Deni Indra Wahyudin

NIM.18416255201039

PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DALAM STRATEGI PEMASARAN UMKM TANAMAN HIAS DI DESA KUTAMUKTI

DENI INDRA WAHYUDIN

Teknik Informatika, Universitas Buana Perjuangan Karawang

Emai: if18.deniwahyudin@mhs.ubpkarawang.ac.id

Abstrak

Kegiatan kuliah kerja nyata dilakukan secara *Hybrid(Online - Offline)* di desa Kutamukti oleh Mahasiswa Universitas Buana Perjuangan Karawang, bertujuan untuk membantu masyarakat desa Kutamukti untuk memajukan UMKM dengan cara memanfaatkan media sosial untuk strategi pemasaran UMKM. UMKM yang akan dikembangkan yaitu Tanaman Hias, dengan cara melakukan pemasaran dan penawaran pada media sosial dengan membuatnya *website*, toko *online* dan juga melakukan promosi pada media sosial *instragram*. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini ialah metode observasi, yang bersifat deskriptif, dan pengumpulan data dilakukan dengan wawancara secara *online* kepada pihak UMKM di desa Kutamukti. Adapun harapan dari kegiatan sosialisasi ini adalah menjadi tambahan pembelajaran, pengetahuan serta keterampilan masyarakat agar dapat mengembangkan UMKM dan meningkatkan penghasilan lebih dari penjualan produk UMKM nya yang dapat mensejahterakan masyarakat desa Kutamukti.

Kata kunci: Kutamukti, UMKM, Media Sosial

Abstract

Real work lecture activities are carried out *Hybrid(Online – Offline)* in Kutamukti village by Buana Perjuangan University Karawang students, aiming to help the Kutamukti village community to advance UMKM by utilizing social media for UMKM marketing strategies. The UMKM that will be developed is Decorative Plants, by doing marketing and offerings on social media by making websites, online stores and also promoting on social media *instragram*. The method used in this activity is the observation method, which is descriptive, and data collection is carried out by online interviews with UMKM in Kutamukti village. The hope of this socialization activity is to become additional learning, knowledge and skills of the community so that they can develop UMKM and increase income from selling their UMKM products which can improve the welfare of the Kutamukti village community.

Keywords: Kutamukti, UMKM, Social Media

Pendahuluan

Kuliah Kerja Nyata (KKN) adalah suatu kegiatan yang memadukan pelaksanaan tri dharma perguruan tinggi (pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat) dengan cara memberikan pengalaman kepada mahasiswa untuk belajar dan bekerja dalam kegiatan pembangunan masyarakat sebagai wadah penerapan dan pengembangan ilmu. Pada tahun ini tema yang diangkat dalam pelaksanaan KKN adalah “Inovasi Dan Digitalisasi UMKM Menuju Masyarakat Mandiri”. Selama Pandemi Covid-19 ini banyak yang berdampak dari berbagai sektor salah satunya sektor UMKM. Pada kondisi seperti ini, mahasiswa KKN Universitas Buana

Perjuangan Karawang. Pelaksanaan KKN berlangsung selama satu bulan dan tempat di daerah-daerah desa yang tersebar di kota Karawang. Kuliah Kerja Nyata (KKN) secara *Hybrid(Online – Offline)* kembali diadakan oleh Universitas Buana Perjuangan Karawang mengingat pandemic Covid-19 yang belum juga usai. Hal ini berarti dalam melaksanakan kegiatan KKN mahasiswa melaksanakan tugas yang sudah ditentukan secara *Hybrid(Online – Offline)*.

Desa Kutamukti merupakan salahsatu Desa yang terletak di Kecamatan Kutawaluya, Kabupaten Karawang. Secara garis besar Kode Desa Kutamukti 3215072005, Desa ini memiliki luas 238.279 Ha, Kordinat Bujur 107.340843, Kordinat Lintang - 6.138881, Ketinggian diatas permukaan laut 200 Meter, Jumlah penduduk di Desa Kutamukti yaitu 4.826 jiwa yang terdiri dari 2.389 jiwa penduduk berjenis kelamin laki-laki, serta 2.437 jiwa penduduk berjenis perempuan dengan total KK (Kartu Keluarga) sebanyak 1.714 KK. Adapun batas-batas wilayah Desa Tanjung Kutamukti :

Tabel 1. Batas Wilayah Desa Kutamukti

Batas	Desa/Kelurahan
Batas Utara	Desa Pedes
Batas Selatan	Desa Rawamerta
Batas Timur	Desa Cilebar
Batas Barat	Desa Rengasdengklok

Munculnya wabah Covid-19 ini menyebabkan perekonomian Indonesia perlahan-lahan mulai melemah. Keringanan diberikan oleh pemerintah dengan syarat, kepada perusahaan, pabrik, toko, dan usaha kecil untuk tetap berjalan. Akan tetapi kurangnya produksi, sampai hampir tidak ada pembeli, membuat perusahaan atau pedagang terpaksa harus menutup usahanya. Dampak dari Covid-19 sama halnya dirasakan juga oleh desa Kutamukti, terutama di sektor pemasaran UMKM. Pada kondisi seperti ini maka mahasiswa KKN berusaha untuk membantu pihak desa dalam melakukan edukasi strategi pemasaran agar UMKM tersebut memiliki jangkauan pemasaran yang luas.

Pada jaman teknologi seperti sekarang ini, media sosial memiliki peranan penting dan dapat membantu UMKM dalam memperluas dan meningkatkan jangkauan pemasaran produk. UMKM harus dapat berinovasi menggunakan pemanfaatan teknologi digital dalam promosi atau pemasaran produknya di masa pandemic Covid-19. (Bakhri & Futiah, 2020)

Adanya media sosial yang mempunyai akses luas, mudah dan cepat hal ini dimanfaatkan oleh para pengusaha kecil UMKM untuk lebih berani mempromosikan produk- produknya sebagai media pemasaran yang efektif dan efisien. Keberadaan UMKM Tamanan Hias (Hilma Floris) di desa Kutamukti diharapkan mampu memperluas lapangan kerja,

mempercepat proses pemerataan ekonomi, peningkatan pendapatan masyarakat desa Kutamukti, dan mendorong mewujudkan stabilitas nasional. Pemanfaatan media sosial diharapkan mampu menambah jangkauan pemasaran usaha UMKM. Dengan adanya program Kuliah kerja Nyata pengembangan pemasaran UMKM di Desa Kutamukti melalui media sosial dapat memberikan pemahaman kepada masyarakat pentingnya media sosial dalam mengembangkan bisnis sekaligus beradaptasi dan berinovasi dengan keadaan pandemi terkini.

Media sosial adalah media yang terdiri atas tiga bagian, yaitu : Infrastruktur informasi dan alat yang digunakan untuk memproduksi dan mendistribusikan isi media, Isi media dapat berupa pesan-pesan pribadi, berita, gagasan, dan produk-produk budaya yang berbentuk digital, Kemudian yang memproduksi dan mengkonsumsi isi media dalam bentuk digital adalah individu, organisasi, dan industri.(P.N. Howard & M.R Parks, 2012).

Metode

Program ini dilaksanakan pada tanggal 1 Juli 2022 sampai dengan 31 Juli 2022. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah metode kualitatif pendekatan deskriptif. Pengumpulan data menggunakan observasi. Metode observasi adalah metode pengumpulan data dengan cara observasi dan analisis secara langsung di lokasi penelitian. Tujuan dari metode penelitian adalah untuk mengetahui situasi dan kondisi saat ini untuk membuktikan keaslian penelitian yang dilakukan. Metode pengumpulan data yaitu dengan melakukan wawancara langsung dengan pemilik UMKM. Lokasi penelitian dilakukan di tempat UMKM Tamanan Hias C di Desa Kutamukti

1. Metode Pembuatan *Website* dan Toko *Online*



2. Mensosialisasikan kepada pelaku UMKM di desa Kutamukti tentang pemanfaatan media sosial dalam strategi pengembangan UMKM.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Adapaun hasil dari kegiatan ini yaitu membahas mengenai permasalahan yang berkaitan dengan digital marketing. Pemasaran digital adalah operasi pemasaran atau

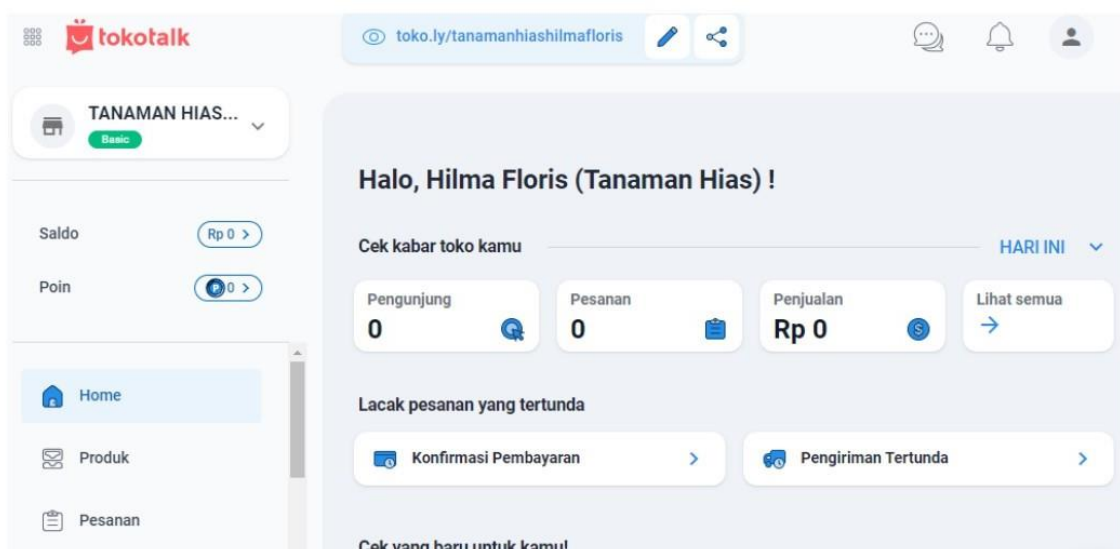
periklanan dari suatu merek atau produk menggunakan media digital atau Internet. Tujuan pemasaran digital adalah untuk menjangkau pelanggan dan konsumen masa depan dengan cepat. Pandemi covid-19 telah memberikan guncangan luar biasa di sektor ekonomi, termasuk UMKM di desa Kutamukti. Adanya kebijakan pembatasan sosial berskala besar (PSBB) telah membatasi pergerakan masyarakat, yang juga menyebabkan siklus ekonomi masyarakat menjadi stagnan. Orang akan menahan diri untuk tidak membelanjakan uang mereka karena mereka lebih banyak di rumah. Hal ini tentunya berdampak besar pada sektor UMKM yang sangat bergantung pada omset yang mereka peroleh sehari-hari. Oleh karena itu, adanya media sosial dan *e-commerce* sebagai bagian dari digital marketing akan sangat membantu para pelaku UMKM untuk tetap bertahan di masa pandemi saat ini.

Dengan permasalahan yang ada Kemudian dibuatkan akun media sosial *Instagram*. Diharapkan dapat meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya teknologi informasi. Kemudian dilanjutkan dengan pembuatan Toko *Online* dan *website* untuk memasarkan produk usaha mereka tersebut, agar produk usaha dapat tersebar luas.

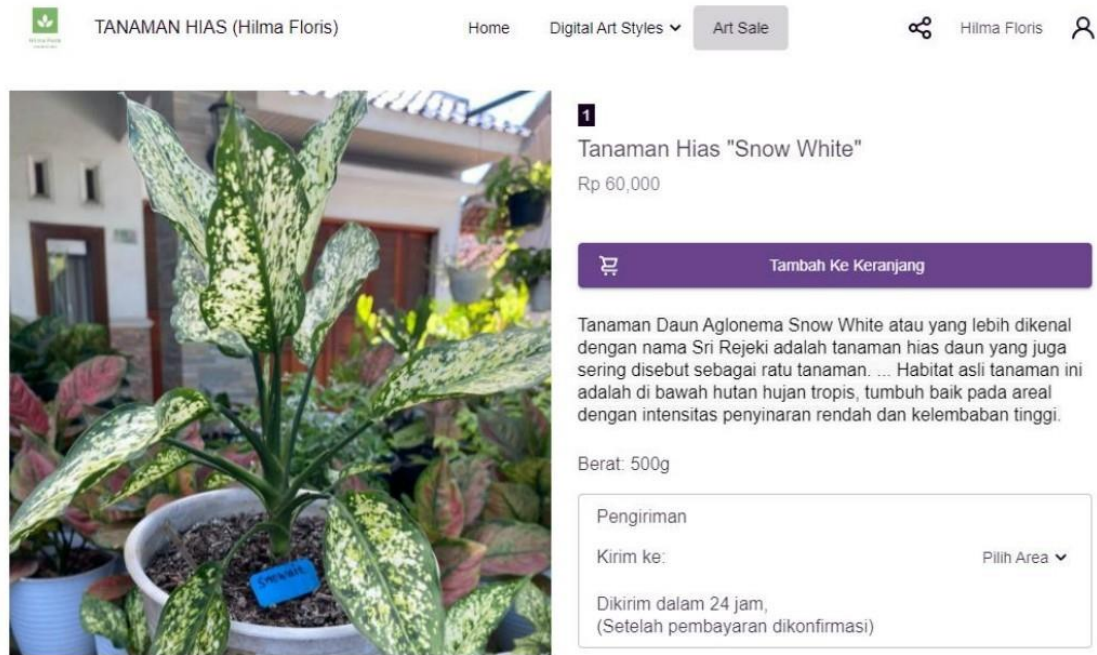
Berikut merupakan hasil dari pembuatan *website*, toko *online*, dan juga promosi *instagram* yang dibuat untuk mengembangkan UMKM di desa Kutamukti :

1. Website

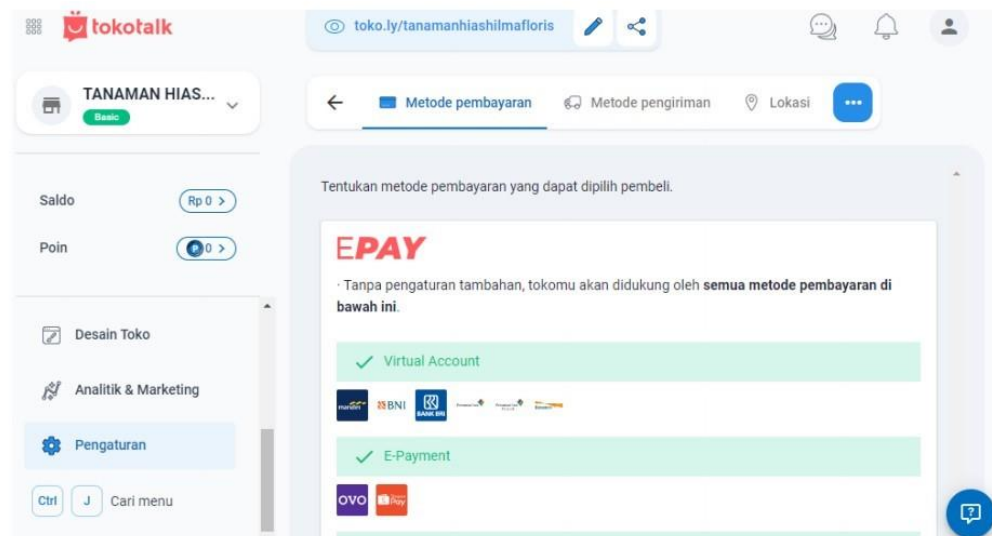
Website membantu pemilik UMKM untuk memperluas jangkauan dengan menjual produk secara global. Karena dapat menjangkau konsumen dan meningkatkan penjualan



Gambar 1. Tampilan Website



Gambar 2. Spesifikasi produk

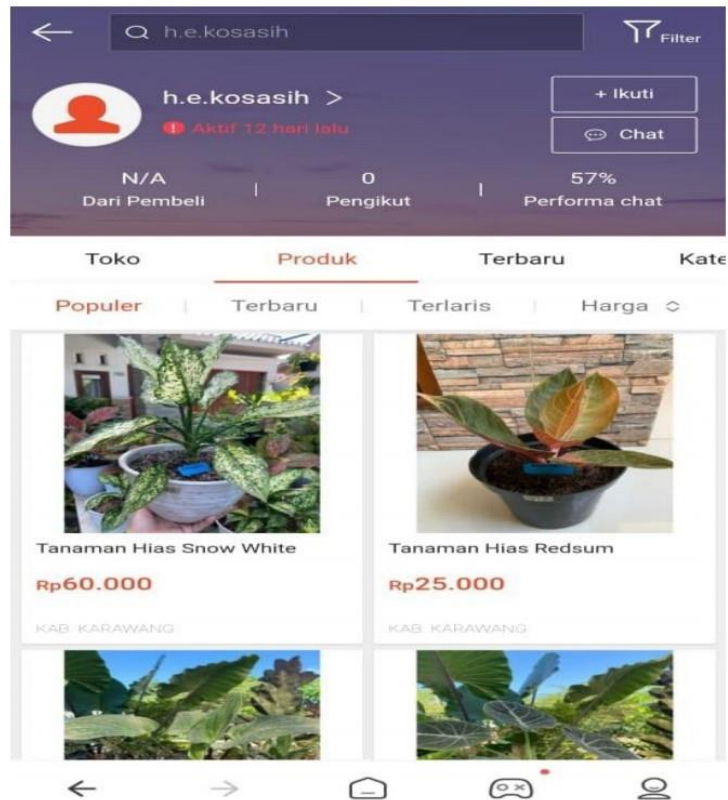


Gambar 3. Tipe Pembayaran

Gambar 3. Tampilan Website

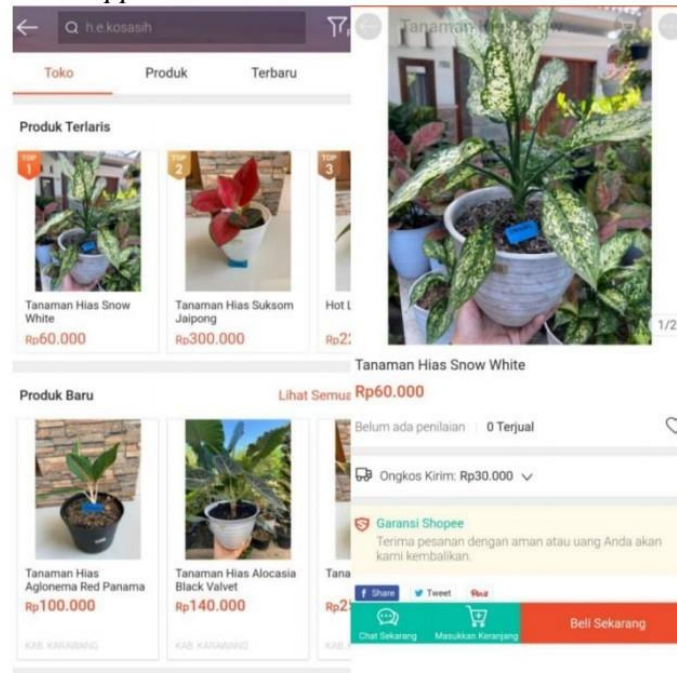
2. Toko Online

1) Aplikasi Shoppe



Gambar 4. Toko Online

2) Aplikasi *Shopee*



Gambar 5. Toko Online

3. Promosi *Instagram*

Layanan ini dapat membantu masyarakat untuk memasarkan produknya melalui *Instagram*. Banyak pengguna *Instagram* yang tertarik melakukan pembelian setelah melihat *Instagram*. Tentunya hal ini dapat membantu meningkatkan perkembangan sebuah bisnis *online*.



Gambar 6. Promosi Instagram

Kesimpulan dan Rekomendasi

1. Kesimpulan

Kesimpulan yang didapat dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat tentang pengembangan UMKM melalui media online dan *website* di Desa Kutamukti. Karena terdapat kendala keterbatasan promosi produk yang dihasilkan. Perkembangan teknologi digital memungkinkan para pelaku UMKM untuk memasarkan produknya secara *online*. Hasil dari kegiatan ini yakni memberikan pengenalan serta pemahaman mengenai pemanfaatan digital.

2. Saran

Saran yang diberikan untuk pelaku UMKM Tamanan Hias (Hilma Floris) agar dapat memanfaatkan teknologi informasi pada era ini untuk mengetahui seberapa jauh keunggulan produknya dibanding produk sejenis yang sudah ada, mengingat daya saing di era globalisasi semakin bervariasi dan semakin kompetitif.

Agar produk bisa mendapatkan peluang *ekspor* dan peluang bisnis lainnya edukasi kepada pemilik dan karyawan UMKM di Desa Kutamukti tentang penggunaan media sosial di era pandemi Covid-19 ini sangat membantu. Karena pihak UMKM jadi lebih paham dan tahu bagaimana cara mempromosikan atau memperluas pengaruh pasar di era pandemi Covid-19.

Cara mempromosikan produknya sangat sederhana, mulai dari membuat postingan produk atau membuat testimoni produk. Selanjutnya, *upload* atau unggah gambar produk ke *Facebook* atau *Instagram*. Agar UMKM di desa Kutamukti lebih berkembang, saran yang perlu dikomunikasikan adalah selain mempromosikan produk melalui *Facebook* dan *Instagram* juga dapat dipromosikan melalui media sosial lainnya seperti *WhatsApp*, *Youtube* dan *E-commerce*. Menjadikan UMKM desa Kutamukti lebih berkembang dan memiliki jangkauan pasar yang sangat luas.

Daftar Pustaka

- Astutik, S., & Zulaikha, Z. (2020). Menambah penghasilan keluarga dengan memanfaatkan media sosial di kalangan ibu-ibu rumah tangga *Journal Community Development and Society*. 2(1)
- Bakhri, S., & Futiah, V. (2020). *Pendampingan dan Pengembangan Manajemen Pemasaran Produk UMKM Melalui Teknologi Digital Di Masa Pandemi Covid-19*. *Jurnal Loyalitas Sosial: Journal of Community Service in Humanities and Social Sciences*, 2(2), 59-70.
- Christantyawati, N., Sufa, S. A., Susilo, D., & Putranto, T. D. (2018). METAMORFOSIS MEDIA KOMUNIKASI PEMASARAN PRODUK HASIL USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH. *Jurnal Terapan Abdimas*.
- Indrasari, M., Hapsari, I. N., & Sukei, S. (2019). Customer loyalty: effects of sales information system, marcomm, and brand ambassadors. *Jurnal Studi Komunikasi*, 3(2), 182–198.
- Mahardika, R., & Farida, F. (2019). Pengungkapan diri pada instagram instastory. *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies)*.
- Bambang Arianto. (2020). Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19.
- Khabib Alia Akhmad. (2015). Pemanfaatan Media Sosial bagi Pengembangan Pemasaran UMKM (Studi Deskriptif Kualitatif pada Distro di Kota Surakarta).
- Niken Savitri Primasari, Muhammad Ghofinin. (2021). Sosialisasi Kesiapan Masyarakat Menuju Transaksi Digital di Era New Normal Life.