

**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PENJUALAN SUSU  
MAVIES UMKM DESA PANGULAH UTARA**

Dimas Aries Sadewo<sup>1</sup>, Anggy Giri Prawiyogi<sup>2</sup>

Teknik Informatika, Fakultas Teknologi dan Ilmu Komputer Universitas Buana Perjuangan  
Karawang<sup>1</sup>,

Dosen Program Studi Pendidikan Guru Sekolah Dasar, Universitas Buana Perjuangan  
Karawang<sup>2</sup>,

If18.dimassadewo@mhs.ubpkarawang.ac.id<sup>1</sup>, anggy.prawiyogi@ubpkarawang.ac.id<sup>2</sup>

**RINGKASAN**

Kuliah Kerja Nyata (KKN) yang dilakukan secara hybrid oleh mahasiswa Universitas Buana Perjuangan Karawang, bertujuan untuk membantu warga di Desa Pangulah Utara, khususnya memajukan UMKM susu kedelai mabies di daerah tersebut, dengan perkembangan teknologi yang pesat menjadi tantangan UMKM saat ini, dikarenakan susu mabies hanya mengandalkan informasi yang diteruskan ke orang lain. minimnya informasi tentang media sosial menjadikan perkembangan UMKM di Desa terhambat. Maka ditemukan solusi yaitu dengan cara melakukan pemasaran bersifat digital marketing. dengan memanfaatkan teknologi media sosial yaitu Facebook dan Whatsapp. Karena kehidupan masyarakat saat ini tidak terlepas dari pemanfaatan koneksi internet sebagai sarana informasi dan komunikasi. Dengan menggunakan metode observasi bersifat deskriptif yaitu dengan pengumpulan data dan melakukan wawancara terhadap Ibu Hikmah selaku pemilik usaha susu kedelai mabies di Desa Pangulah Utara. Adapun harapan dari kegiatan Kuliah Kerja Nyata ini adalah agar memberikan informasi serta pembelajaran mengenai penggunaan sosial media dan meningkatkan penjualan UMKM di desa tersebut.

Kata kunci: Pemanfaatan Media Sosial, UMKM Susu Mabies, Desa Pangulah Utara

**PENDAHULUAN**

Pada dasarnya bahwa kelembagaan tinggi mengembangkan tugas dari 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 adalah sebuah kegiatan pembelajaran lapangan berupa terjun langsung ke suatu daerah mengatasi beberapa masalah yang dihadapi desa tersebut, diharapkan dapat menumkan solusi yang dihadapi masyarakat setempat, mengembangkan potensi yang terdapat di desa tersebut. Kegiatan KKN diharapkan meningkatkan kreativitas mahasiswa dan memberikan pembelajaran bersosialisasi dengan warga sekitar.

Kuliah Kerja Nyata (KKN) merupakan salah satu mata kuliah wajib Universitas Buana Perjuangan Karawang. Kegiatan KKN dilaksanakan pada 1 Juli hingga 30 Juli 2021. Terdapat

1.553 mahasiswa yang mengikuti kegiatan KKN yang tersebar di 90 Desa dikota Karawang. Salah satunya adalah Desa Pangulah Utara.

### **Desa Pangulah Utara merupakan desa yang terdapat di kecamatan Kotabaru,**

<u>Batas Desa</u>	<u>Desa/Kelurahan</u>	<u>Kecamatan</u>
Sebelah Utara	Pangulah Baru	Kotabaru
Sebelah Timur	Balonggandu	Jatisari
Sebelah Selatan	Pangulah Selatan	Kotabaru
Sebelah Barat	Wancimekar	Kotabaru

Desa Pangulah Utara memiliki beragam jenis UMKM yang tersebar, salah satunya usaha rumahan milik Ibu Hikmah, dimana beliau memproduksi susu kedelai dengan berbagai macam rasa diantaranya rasa stroberi, coklat, dan original. Usaha susu kedelai telah dikenal oleh masyarakat sekitar Desa Pangulah Utara. Usaha Ibu Hikmah saat ini memasarkannya hanya dengan promosi jualan keliling dan hanya memberikan informasi kepada pelanggan yang diteruskan ke orang lain sehingga usaha mavies belum terlalu dikenal masyarakat luas. Dengan pendapatan usaha ini sekitar 50 hingga 100 ribu perhari.

Pemasaran susu mavies yang telah dijalankan oleh Ibu Hikmah telah ditingkatkan melalui sosial media seperti Facebook, dan Whatsapp. Merupakan salah satu solusi dari kegiatan

Kuliah Kerja Nyata (KKN) agar usaha susu kedelai mavies milik Ibu Hikma lebih dikenal oleh masyarakat luas seperti desa tetangga. Dengan adanya kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) Ibu Hikmah mengharapkan dapat meningkatkan penjualan susu kedelai dan dapat dikenal oleh masyarakat luas. Sebelum memulai pembuatan akun sosial Facebook

dan Whatsapp terlebih dahulu membuat akun email guna sinkronisasi dengan smartphone, laptop maupun PC. Menurut Kaplan dan Henlein menyatakan bahwa media sosial merupakan kumpulan aplikasi dengan berbasis internet yang penggunaannya menggunakan ide dan web 2.0 serta adanya kemungkinan pembuatan dan pertukarnya antara user-generated content.(Priambada, 2015).

Menurut Zainal Abidin menyatakan bahwa media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, , forum dan dunia virtual. Blog, dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia.(Abidin Achmad et al., 2020)

## **METODE**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode observasi bersifat deskriptif. Metode observasi adalah metode pengumpulan data dengan cara observasi secara langsung dilokasi penelitian tersebut. Tujuan dari metode ini adalah untuk mengetahui situasi dan kondisi penelitian untuk membuktikan keaslian dair penelitian tersebut. Metode pengumpulan data dengan cara wawancara dengan pemilik UMKM susu mavies di Desa Pangulah Utara.

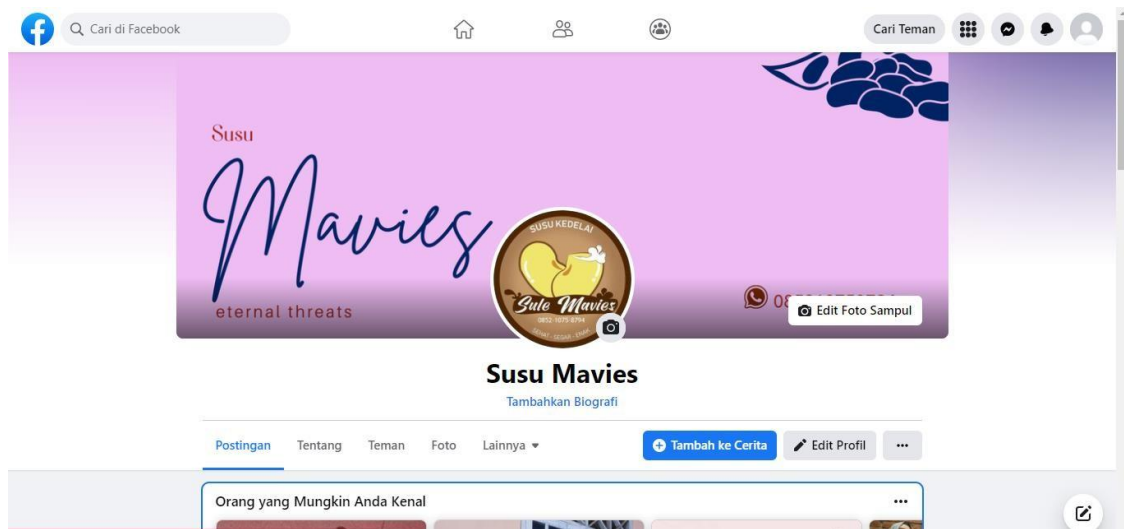
## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Promosi digital atau biasa disebut dengan Digital Marketing adalah suatu kegiatan dengan melakukan pemasaran produk atau barang melalui alat elektronik tidak hanya melalui televisi namun juga bisa dengan internet seperti Facebook dan Whatsapp (Hanief & Jepriana, 2019). Tujuan melakukan digital marketing adalah untuk menjangkau masyarakat yang lebih luas.

Pada tahapan identifikasi dilakukan wawancara dengan pemilik usaha untuk mengetahui permasalahan yang dihadapi pemilik UMKM yang berkaitan dengan digital marketing. Dengan permasalahan yang ada maka dibuat media sosial untuk digital marketing.maka dibuatkan akun media sosial seperti Facebook dan Whatsapp. Diharapkan dapat menyadarkan masyarakat betapa penting teknologi dan informasi pada masa kini.

Berikut hasil pembuatan akun sosial media Facebook dan Whatsapp yang digunakan oleh susu kedeleai mavies UMKM Desa Pangulah Utara :

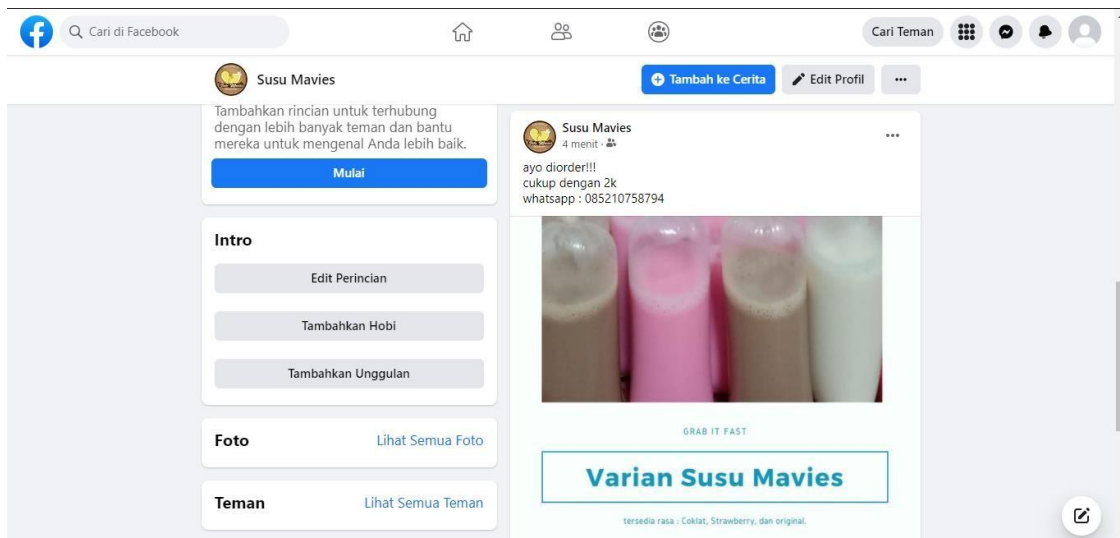
### 1. Akun sosial Facebook



Gambar 1 Akun Facebook

### 2. Promosi Facebook

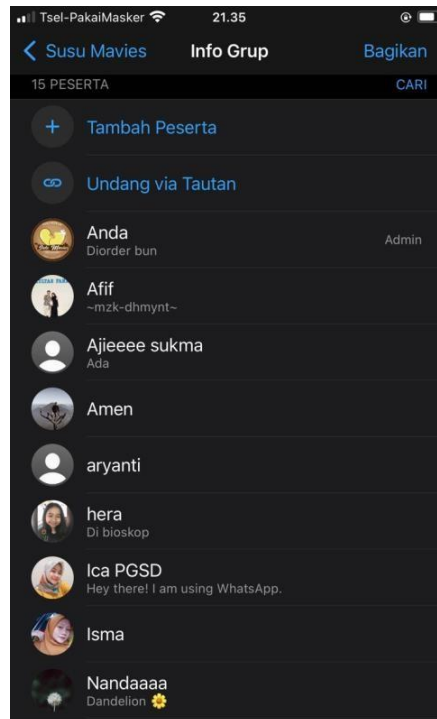
Dengan melakukan promosi di laman facebook banyak konsumen yang tertarik, tentunya hal ini dapat meningkatkan pendapatan usaha.



Gambar 2 Promosi Facebook

### 3. Promosi Whatsapp

Melakukan pemasaran melalui group chat agar lebih mudah memberikan informasi penjualan dan menambahkan konsumen dengan memberikan tautan



Gambar 3 Promosi Whatsapp

## KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Dari pembahasan yang telah dikemukakan di penelitian ini dapat disimpulkan bahwa bagaimana dalam pemanfaatan media sosial pada pemasaran digunakan untuk penjualan usaha susu kedelai mavies, selain sebagai pemanfaatan media sosial juga sebagai penyesuaian perkembangan teknologi penjualan pada masa sekarang (Budiman et al., 2019). Karena perkembangan teknologi dan komunikasi yang sangat pesat saat ini, dimana masyarakat sekarang kesehariannya memanfaatkan koneksi internet dalam mencari sumber informasi, maka dari itu UMKM susu kedelai mavies menggunakan media sosial dalam mempromosikan usahanya agar di ketahui oleh masyarakat luas.

Agar produk mendapatkan perhatian lebih maka dibutuhkan pengetahuan serta paham akan penggunaan sosial media dalam memasarkan produk seperti menyiapkan flayer atau poster lalu mengunggahnya melalui facebook dan whatsapp. Saran agar lebih di perluas dalam memasarkan produk tidak hanya melalu facebook dan whatsapp namun juga melalui video seperti youtube, tiktok maupun ecommerce seperti gojek dan gofood.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abidin Achmad, Z., Zendo Azhari, T., Naufal Esfandiar, W., Nuryaningrum, N., Farah Agustin, Y., & Prawiyogi, A. G. (2023). MENGIDENTIFIKASI TAGIHAN PEMBAYARAN PAJAK BUMI DAN BANGUNAN (PBB) MELALUI ONLINE DI DESA JOMIN BARAT. *ABDIMA JURNAL PENGABDIAN MAHASISWA*, 2(2), 5006-5012.
- Budiman, Arif, E., & Roem, E. R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Perpustakaan Kabupaten Belitung Timur. *Jurnal Ranah Komunikasi*, 3(1), 34-44. <http://ranahkomunikasi.fisip.unand.ac.id/index.php/rk/article/view/15>
- Dhilah Syifana, A., & Cahyaningrum, I. (2020). Pemanfaatan Media Sosial dalam Pemasaran Produk UMKM di Kelurahan Sidokumpul, Kabupaten Gresik. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(1), 17-31. <https://doi.org/10.15642/jik.2020.10.1.17-31>
- Nugraha, E. S., Alpian, Y., & Prawiyogi, A. G. (2024). ANALISIS KEBIJAKAN PENERAPAN PENCEGAHAN ANTI BULLYING DI SEKOLAH DASAR. *Pendas: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 9(2), 4585-4594.
- Prawiyogi, A. G., Purwanugraha, A., Fakhry, G., & Firmansyah, M. (2020). Efektivitas pembelajaran jarak jauh terhadap pembelajaran siswa di SDIT Cendekia Purwakarta. *Jurnal pendidikan dasar*, 11(1), 94-101.
- Prawiyogi, A. G., Sadiyah, T. L., Purwanugraha, A., & Elisa, P. N. (2021). Penggunaan media big book untuk menumbuhkan minat membaca di sekolah dasar. *Jurnal Basicedu*, 5(1), 446-452.
- Prawiyogi, A. G., & Anwar, A. S. (2023). Perkembangan Internet of Things (IoT) pada Sektor Energi: Sistematis Literatur Review. *Jurnal MENTARI: Manajemen, Pendidikan dan Teknologi Informasi*, 1(2), 187-197.
- Prawiyogi, A. G., & Toyibah, R. A. (2020). Strategi peningkatan kompetensi mahasiswa melalui model sertifikasi kompetensi. *ADI Bisnis Digital Interdisiplin Jurnal*, 1(1), 78-86.
- Prawiyogi, A. G., & Suparman, T. (2024). Meningkatkan Kesadaran Anak dalam Menerapkan Pola Hidup Sehat untuk Mencegah Virus Covid-19. *Sivitas: Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 4(2), 63-66.
- Prawiyogi, A. G., Rahman, R., Sastromiharjo, A., Anwar, A. S., & Suparman, T. (2023). The Implementation of Local Wisdom-Themed Poetry Musicalization Model and Its

Influence on Elementary Students' Poetry Writing and Reading Skills. *AL-ISHLAH: Jurnal Pendidikan*, 15(2), 1780-1788.

Putri, S. A. L. E., Prawiyogi, A. G., & Asmara, A. S. (2021). Analisis Model Kooperatif Learning Tipe Student Team Achievement Division terhadap Hasil Belajar Matematika masa Pandemi COVID-19. *Jurnal Basicedu*, 5(1), 456-463.

Santoso, R. E., Prawiyogi, A. G., Rahardja, U., Oganda, F. P., & Khofifah, N. (2022). Penggunaan dan Manfaat Big Data dalam Konten Digital. *ADI Bisnis Digital Interdisiplin Jurnal*, 3(2), 157-160.

Suparman, T., Prawiyogi, A. G., & Susanti, R. E. (2020). Pengaruh Media Gambar Terhadap Hasil Belajar IPA Pada Siswa Sekolah Dasar. *Jurnal Basicedu*, 4(2), 250-256.