

APLIKASI MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA DIGITAL MARKETING UNTUK MENINGKATKAN UMKM DESA KERTASARI PANGKALAN

Dicky Suryapranatha

Tati Yulianti

Program Studi Teknik Industri Fakultas Teknologi dan Ilmu Komputer, Universitas Buana
Perjuangan Karawang

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

Dicky.suryaprantha@ubpkarawang.ac.id
Mn18.tatiyulianti@mhs.ubpkarawang.ac.id

Ringkasan

Digital marketing adalah kegiatan promosi dan pencarian pasar melalui media digital secara online dengan memanfaatkan berbagai sarana misalnya dengan meningkatkan UMKM di masa pandemi covid. Desa Kertasari merupakan salah satu desa di Kecamatan pangkalan, Kabupaten Karawang. Dengan Jumlah penduduk 5.296 jiwa. Luas wilayah Desa Kertasari sekitar 8737 Ha. Lahan terluas di Desa Kertasari adalah lahan tanah kering dengan luas 3976 Ha. Desa Ini terdiri dari 16 Rukun Tetangga (RT) yang terkelompoknya menjadi empat RW. Penduduk Desa Kertasari umumnya bekerjasebagai petani dan buruh. UMKM yang ada Di Desa Kertasari yaitu : keripik pisang, tanaman asparagus dan jamur tiram. Metode yang digunakan ini yaitu metode dedektif kualitatif, dengan cara mengmati langsung. Ada tujuh jenis digital campaign yang bisa mulai diterapkan sesegera mungkin untuk pemasaran digital yang lebih efektif, yaitu : *Search Engine Optomization* (SEO), Search Engine Marketing (SEM), Social Media Marketing (SMM), Pay Per Click (PPC), Content Marketing, Email Viral Marketing, Influencer Marketing. Program yang dijalan kan selama berlangsungnya kegiatan KKN mahasiswa Universitas Buana Perjuangan karawang membuat akun media sosial Instagram dan Facebook Untuk memudahkan Sekertariat UMKM di Desa Kertasari Pangkalan dalam hal memasarkan produk. Salah satunya melalui media sosial. Peran tersebut sangat penting dalam dunia usaha pemasaran. Para pemilik UMKM sangat antusias atas dibuatkan nya akun media sosial untuk mempermudah proses pemasaran. Produk UMKM yang awalnya hanya di pasarkan di daerah Kertasari kini bisa di kenal oleh banyak orang di luar desa kertasari

Kata kunci : Digital Marketing, Social Media, UMKM

Pendahuluan

Pesatnya perkembangan teknologi, dunia digital dan internet tentunya membahas pada dunia pemasaran. Tren pemasaran di dunia beralih dari yang semula konvensional (offline) menjadi digital (online). Digital Marketing ini lebih prospektif karena memungkinkan para calon pelanggan potensi untuk memperoleh segala macam informasi mengenai produk dan bertransaksi melalui internet. Digital marketing adalah kegiatan promosi dan pencarian pasar melalui media digital secara online dengan memanfaatkan berbagai sarana misalnya dengan

meningkatkan UMKM di masa pandemi covid. Tahun 2021 ini, kondisi Indonesia masih dilanda wabah Covid-19, bahkan diakhir bulan juni 2021 grafik covid meningkat tajam termasuk di Kabupaten Karawang yang berimbas ke usaha – usaha kecil. Pada awal Juli 2021 Mahasiswa Universitas Buana Perjuangan Karawang melaksanakan KKN ke beberapa desa yang ada di kabupaten Karawang.

Menurut Dr. Ruli Nasrulloh M.Si. dalam buku media sosial (2016 ; 11), bahwa “Media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi, karena itu media sosial dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) *online* yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial.” Penulis menggaris bawahi bahwa media sosial merupakan sistem pemasaran yang paling bagus di saat masa pandemi ini. UMKM adalah jenis usaha perdagangan yang biasanya di kelola oleh perorangan ataupun badan usaha, sesuai dengan kriteria usaha.

Desa Kertasari merupakan salah satu desa di Kecamatan pangkalan, Kabupaten Karawang. Yang masuk kedalam data Desa yang harus Mahasiswa teliti. Posisi Desa Kertasari berada di sebelah barat berbatasan dengan Desa Mulangsari, disebelah Timur berbatasan dengan Desa Cintaasih. Dengan Jumlah penduduk 5.296 jiwa. Luas wilayah Desa Kertasari sekitar 8737 Ha. Lahan terluas di Desa Kertasari adalah lahan tanah kering dengan luas 3976 Ha. Desa Ini terdiri dari 16 Rukun Tetangga (RT) yang terkelompoknya menjadi empat RW. Penduduk Desa Kertasari umumnya bekerja sebagai petani dan buruh. Sebagian warga perprofesi sebagai petani, buruh tani, buruh harian lepas, dan pekerja swasta. Di Desa Kertasari ada beberapa UMKM yang harus di kembangkan oleh mahasiswa KKN.

UMKM pada umumnya adalah usaha yang produktif yang dijalankan oleh individu atau suatu badan usaha dan memenuhi sebagai usaha kecil, mikro, menengah.

Metode Penelitian

Pelaksanaan penelitian ini berlangsung selama satu bulan yaitu dilaksanakan pada 1 juli sampai 31 Juli 2021 bertempat di Desa Kertasari Pangkalan. Target atau sasaran pada penelitian ini yaitu UMKM pada desa Kertasari pangkalan. Untuk memperoleh data yang dibutuhkan dalam penelitian ini, maka di tempuh beberapa langkah dalam memperoleh data dengan cara pengamatan langsung, wawancara dan dokumentasi.

Metode yang digunakan ini yaitu metode dedektif kualitatif, dengan cara mengmati langsung. Peran digital marketing untuk meningkatkan pendapatan UMKM di Desa Kertasari

Pangkalan, mulai dari pelayanan, promosi, harga jual dan lain sebagainya. Sebuah UMKM dapat berjalan dengan baik apabila menggunakan peran digital Marketing dengan baik dan benar.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Digital Marketing

Menurut Dr. Ruli Nasrulloh M.Si. dalam buku media sosial (2016 ; 11), bahwa “Media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi, karena itu media sosial dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) *online* yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial.” Penulis menggaris bawahi bahwa media sosial merupakan sistem pemasaran yang paling bagus di saat pandemi ini.

Bentuk Digital Marketing

Berikut tujuh jenis digital campaign yang bisa mulai diterapkan sesegera mungkin untuk pemasaran digital yang lebih efektif

1. *Search Engine Optimization* (SEO) adalah cara pertama yang diterapkan kebanyakan orang untuk mengoptimalkan mesin pencari
2. *Search Engine Marketing* (SEM) adalah jenis digital marketing lainnya yang memungkinkan produk tampil di halaman pertama mesin pencari.
3. *Social Media Marketing* (SMM) menjadi bagian penting dalam kehidupan manusia modern saat ini. Hampir semua orang, dari berbagai profesi, usia, gender, dan lapisan masyarakat manapun, memiliki sosial media. Apalagi bagi pelaku usaha UMKM, harus bisa memanfaatkan promosi melalui sosial media agar dikenal banyak orang.
4. *Pay Per Click* (PPC) adalah salah satu teknik digital marketing yang memanfaatkan internet dan website sebagai perangnya.
5. *Content Marketing* dan *Viral Marketing* adalah praktik pemasaran yang dilakukan dengan membuat konten bermakna dan berkualitas untuk penggunaannya.
6. *Email Marketing* adalah proses pengiriman pesan dalam bentuk tulisan maupun gambar kepada semua pelanggan yang telah mendaftarkan email di website atau platform tertentu milik pribadi.
7. *Influencer Marketing*, influencer di sosial media memiliki pengaruh yang besar bagi para pengikutnya.

Program Digital Marketing Pada UMKM Desa Kertasari Pangkalan

Berdasarkan tahapan-tahapan kegiatan yang sudah dilakukan selama satu bulan di Desa Kertasari, kami berusaha memberikan inovasi-inovasi yang dibutuhkan UMKM dan memperluas segmen pasar, sehingga penjualan produk mengalami peningkatan dan produk-produk yang ditawarkan lebih banyak dikenal di Luar Desa Kertasari.



Gambar 1. UMKM Jamur Tiram



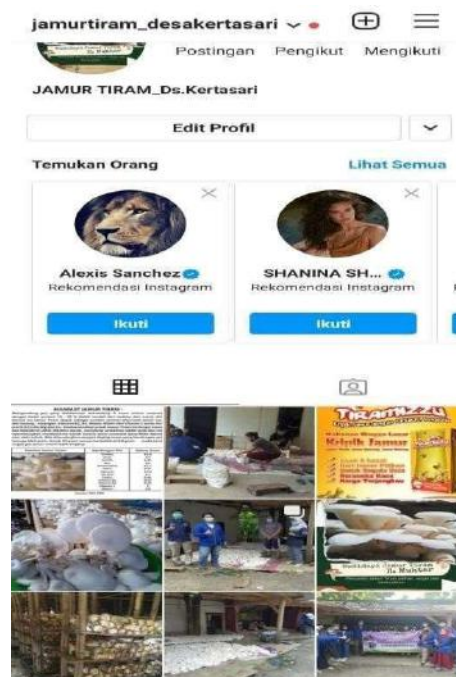
Gambar 2. UMKM Asparagus



Gambar 3. UMKM Keripik Pisang

Selama ini Sekertariat UMKM di Desa Kertasari hanya menjual produknya di Galerinya saja, kecuali Tanaman Asparagus Digital Marketingnya sudah bagus. Kurangnya pengembangan produk-produk yang diperdagangkan mengakibatkan sepi pembeli. Dari hasil pengamatan kami, konsumen yang datang untuk membeli kebanyakan masyarakat yang masih satu lingkup lokasinya dengan Sekertariat UMKM Desa Kertasari dan ada beberapa pengunjung membeli produk UMKM yang melewati jalan desa tersebut.

Program yang dijalankan selama berlangsungnya kegiatan KKN mahasiswa Universitas Buana Perjuangan Karawang membuat akun media sosial Instagram dan Facebook Untuk memudahkan Sekertariat UMKM di Desa Kertasari Pangkalan dalam hal memasarkan produk.



Gambar 4. Digital Marketing melalui Instagram

Dampak Positif Dari Adanya Pembuatan Digital Marketing

Adapun dampak positif dibuatkannya Digital Marketing dalam hal promosi penjualan yaitu orang-orang dari luar Desa Kertasari bisa mengenal UMKM yang ada di desa dan para pelaku UMKM juga sangat berterimakasih telah dibuatkannya sosial media instagram.

Faktor Penghambat dan Faktor Pendukung

Hambatan atau kendala kegiatan Digital Marketing yaitu dari segi usia dan waktu. Usia ibu-ibu yang tidak tau mengenai media sosial akhirnya di berikan arahan. waktu pelaksanaan KKN selama satu bulan dirasa kurang maksimal karena belum tahu peningkatan dari hasil pembuatan akun instagram.

Kesimpulan dan Rekomendasi Hasil Penelitian

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa ada tujuh peran digital marketing. Salah satunya melalui media sosial. Peran tersebut sangat penting dalam dunia usaha pemasaran. Para pemilik UMKM sangat antusias atas dibuatkan nya akun media sosial untuk mempermudah proses pemasaran. Produk UMKM yang awalnya hanya di pasarkan di daerah Kertasari kini bisa di kenal oleh banyak orang di luar desa kertasari

Rekomendasi Mengenai UMKM yang ada di Desa Kertasari

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan sebagai peneliti adapun beberapa saran yang kiranya dapat menjadi gambaran terkait dengan penelitian yaitu :

1. Para pelaku yang bertugas di masing-masing UMKM harus terus menjalankan tugasnya masing-masing salah satunya sering-sering mengupload produk dengan caption menarik agar konsumen merasa tertarik dengan produk yang di jual.
2. Menambah akun media sosial dan mencoba menyimpan produk ke supermarket atau-tempat-tempat wisata

Daftar Pustaka

- Novita Sari, H. 2020. Analisis Potensi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Keripik Pisang dalam Persepektif Ekonomi Islam. Skripsi. Program Pasca Sarjana Ekonomi Syariah. Universitas Islam Negri Raden Intan : Lampung
- Zulfarina. 2019. Budidaya Jamur Tiram dan Olahannya untuk Kemandirian Masyarakat Desa. Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat. Vol.5 No.3.Hal.358-370
- Fauzi,R.U.A, D. C. A. Kadi, R. C. Utomo, L. Dewi, dan S.R. Muhtar, (2020) Branding dan Product Inovation Pada Usaha Mikro Kecil Menengah Krupuk Bawang Desa Mrahu, Kartoharjo Magetan Vol. 1, No. 1
- <https://redcom.co.id/knowledges/7-jenis-digital-campaign-untuk-pemasaran-digital>
- https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=id&user=89-7X4kAAAAJ&CITATION_for_view=89-7X4kAAAAJ:Wp0glr-vW9MC
- <https://www.onediginews.com/perangkat-desa-kertasari-pangkalan-apresiasi-kegiatan-kkn-2021-ubp-karawang/>
- <https://www.onediginews.com/sinergi-bangkitkan-ekonomi-kerakyatan-di-msa-new-normal-kkn-mahasiswa-ubp-karawang-bina-umkm-di-desa-kertasari-pangkalan/>