

SOSIALISASI DIGITAL MARKETING UNTUK PEMASARAN OPAK KETAN DAN TERASI DESA PAJATEN

Tohirin Al Mudzakir¹, Adi Rizky Pratama², Ayu Ratna juwita³
Universitas Buana Perjuangan Karawang
Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer,
Universitas Buana Perjuangan Karawang
tohirin@ubpkarawang.ac.id¹, adi.rizky@ubpkarawang.ac.id²,
ayurj@ubpkarawang.ac.id³

Abstrak

Salah satu pelaksanaan bagian dari Tri Dharma adalah dengan melaksanakan Pengabdian kepada masyarakat, memberikan edukasi mengenai “Sosialisasi Digital Marketing Untuk Pemasaran OpaK Ketan dan Terasi Desa Pejaten”. Metode yang dilakukan pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat adalah dengan edukasi melalui pengenalan digital marketing dan media-media yang bisa digunakan untuk mempromosikan produk UMKM secara luas. Hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat adalah masyarakat paham serta dapat menerapkannya.

Kata kunci : UMKM, Digital Marketing

Abstract

One of the implementations of the Tri Dharma is to carry out community service, providing education about "Digital Marketing Socialization for Marketing of Opak Sticky Rice and Terasi Desa Pejaten". The method used in community service activities is education through the introduction of media that can be used to promote UMKM products widely. The result of community service activities is that the community understands and can apply it.

Keywords : *UMKM, Digital Marketing, Covid 19*

PENDAHULUAN

Pada Tahun 2019-2021 Wabah penyakit *Coronavirus disease 2019* (Covid-19) masih saja belum selesai, memasuki kuartal pertama tahun 2020 hingga hari Senin 26 juli 2021, sebanyak lebih dari 3 juta kasus telah dikonfirmasi oleh pemerintah. Melihat pandemi ini, tentu saja pemerintah pusat maupun daerah tidak tinggal diam. Yakni dengan mengeluarkan kebijakan seperti pemberlakuan PPKM yang diterapkan di sejumlah wilayah di Jawa Bali.

Kebijakan tersebut juga dilaksanakan di Desa Pajaten, Kec. Cibuaya, Kab. Karawang, Prov. Jawa Barat , 41356. Dengan kode desa 3215112001 dan memiliki Luas Wilayah : 487.5 Hektar Koordinat Bujur : 107.3464 Koordinat Lintang : -60.4485. memiliki jumlah penduduk sekitar 6.238 yang terdiri dari 3.092 laki laki & 3.146 perempuan , dan memiliki 2.328 kk. Memiliki puskesmas dan UPTD yang masih beroperasi, dan beberapa sekolah dari SD hingga SMA.

Pandemi Covid-19 secara tidak langsung telah mengubah gaya bisnis Indonesia. Pergeseran ini merupakan pergeseran dari bisnis *offline* ke bisnis digital yang juga dikenal dengan fenomena *digital startup*. Media sosial dan pasar dapat menjadi konsep yang memudahkan anggota UMKM untuk menjangkau jangkauan pemasaran yang lebih luas (Purnomo, 2019).

Menurut Obliger dalam Munir (2012:2) mendefinisikan bahwa “Multimedia adalah penyatuan dua atau lebih media komunikasi seperti teks, grafik, animasi, audio, dan video dengan ciri interaktivitas komputer untuk menghasilkan presentasi yang menarik”. Selain itu, dengan memanfaatkan Multimedia, dapat terjalin komunikasi dan kerjasama yang baik dengan seluruh masyarakat, terutama dalam membangun masyarakat yang lebih maju. Oleh karena itu, diperlukan model bisnis startup UMKM yang beradaptasi dengan kemajuan teknologi. Model bisnis ini lahir.

Desa Pejaten memiliki beberapa jenis mata pencaharian diantaranya pengusaha opak dan pengusaha terasi yang selama ini pemasarannya hanya disekitar desa. pada masa pandemi sekarang ini para pengusaha mengalami kesulitan dalam pemasaran produknya sehingga banyak yang mengalami penurunan penjualan.

Tujuan pengabdian kepada masyarakat ini adalah salah satu bagian dari Tri Dharma Perguruan Tinggi, dan memberikan edukasi mengenai pemasaran produk secara luas.

METODE

1. Metode

Metode yang dilakukan pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat yaitu edukasi yang dilakukan melalui pentingnya kemasan produk dan pengenalan berbagai media *e-commers* yang bisa digunakan untuk pemasaran produk.

2. Peserta

Kegiatan ini diikuti oleh 19 mahasiswa KKN Desa Pejaten, 1 Dosen pembimbing lapangan

sebagai nara sumber (Pembimbing KKN), Petugas kantor (Aparat) Desa Pejaten

3. Penyelesaian masalah

Melakukan promosi tentang produk UMKM dengan mengambil beberapa foto untuk kemudian dibuat brosur dan pamflet dimana pamflet dan brosur tersebut dipromosikan melalui media sosial dan aplikasi penjualan *online* seperti *Shopee*.

HASIL DAN PEMBAHASAN



Gambar 1. Kantor Desa Pejaten

Gambar 1 menunjukkan kegiatan kunjungan ke kantor desa Pejaten yang disambut dengan baik oleh perangkat desa, dalam pelaksanaan tersebut sudah tentu menerapkan protocol kesehatan dan di kantor desa

pejaten pun telah menerapkan protocol kesehatan covid-19.



Gambar 2 . Kunjungan ke Usaha Opak Ketan



Gambar 3. Produk opak ketan

Pada Gambar 2 dan 3 Menunjukkan kegiatan kunjungan ke usaha Opak

Ketan. Opak ketan merupakan salah satu UMKM yang bergerak di bidang kuliner, khususnya kuliner tradisional didirikan pada tahun 90 an dan mendapatkan izin secara resmi dari Dinas kesehatan pada tahun 2003 dan juga mendapat penyuluhan pagan dari Dinas kesehatan Kabupaten Karawang, owner Opak ketan CR sendiri merupakan orang asli Cibuaya. Adanya kesempatan peluang usaha yang masih terbuka di desa Pejaten membuat ibu Acem dan suaminya memberanikan diri membuat sebuah usaha opak samapai sekarang masih terus memproduksi opak ketan dengan varian rasa.



Gambar 4. Poster opak ketan

Pada gambar 4. Menunjukkan peran aktif yang dilakukan mahasiswa KKN dalam rangka mempromosikan produk opak ketan dan nantinya akan disebar luaskan dimedia social atau *marketplace* agar semakin banyak orang yang tahu akan produk UMKM di desa Pejaten.



Gambar 5. Kunjungan ke Usaha Terasi Rebon

Pada gambar menunjukkan kunjungan mahasiswa KKN ke tempat usaha terasi rebon. Terasi rebon merupakan makanan yang masuk dalam kategori bumbu pembentuk rasa dan merupakan makanan khas yang sangat familiar bagi masyarakat Indonesia. Terasi dibuat dengan

menggunakan teknologi yang sangat sederhana. Bahan utama terasi adalah udang rebon. Sebagai bahan baku utama, udang rebon mudah diperoleh dan tersedia dalam jumlah yang berlimpah, dari bahan baku yang berlimpah warga memanfaatkan sebagai peluang usaha yaitu menjadi produsen terasi seperti halnya dengan Bapak Kaman yang mulai melakukan usaha terasi sejak tahun 95-an yang dirasa saat itu bisa membantu perekonomian keluarga sampai sekarang usaha terasi terus berjalan.



Gambar 6. Poster Terasi Udang Rebon

Pada gambar 6. Menunjukkan keikutsertaan mahasiswa KKN dalam hal pemasaran produk usaha terasi rebon dan nantinya akan disebar luaskan di media social atau marketplace agar semakin banyak orang yang tahu akan produk UMKM di desa Pejaten.



Gambar 7 Sosialisasi pengenalan digital marketing



Gambar 8. Sosialisasi pengenalan digital marketing

Pada gambar 7. Dan 8. Menunjukkan kegiatan mahasiswa KKN melakukan sosialisasi tentang digital marketing

secara *online* dan *offline* dengan menerapkan protocol kesehatan. Pada kegiatan ini mahasiswa memperkenalkan beberapa *marketplace* yang bisa digunakan untuk media pemasaran produk-produk UMKM lebih luas lagi.



Gambar 9 Promosi di E-commers (shooper)

Pada gambar 9. Menunjukkan hasil pemanfaatan *marketplace* untuk memasarkan produk UMKM desa pajaten.

KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

Kegiatan Pengabdian kepada masyarakat ini sangat bermanfaat baik bagi mahasiswa ataupun masyarakat desa pajaten.

2. Saran

Diperlukan pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan secara berkesinambungan, khususnya

melakukan evaluasi keberhasilan atau manfaat dari penjualan *online*

DAFTAR PUSTAKA

Purnomo, F. (2019). Program Ladit (Lapak Digital) : Optimalisasi Media Digital sebagai Wadah dalam Pengembangan Umkm di Madura.

Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis, 6(2), 89–95.<https://doi.org/10.21107/jsmb.v6i2.6687>.

Munir. (2012). Multimedia Konsep dan Aplikasi dalam Pendidikan. Bandung: ALFABETA.