

PENERAPAN DIGITAL MARKETING DALAM PEMASARAN PRODUK REMPEYEK DI DESA BATTEMBAT

Prita Agustina¹, Anton², Aditia Kuswanto³, Muhammad Agus Sofyan⁴

(Institut Agama Islam Cirebon)

Korespondensi: Anton.rajmaholtra@gmail.com

ABSTRACT

In this digital era, many MSME business actors use a digital marketing system. This is done in order to expand the marketing of micro businesses. For MSME business actors who do not use a digital marketing system, it will be difficult to expand their product marketing. The purpose of implementing digital marketing is to help solve problems in marketing peanut brittle food products in Battembat Village. The method in this research uses observation and interview techniques. The intended target is a food product MSME business actor called rempeyek. The results of this study apply the use of digital marketing in the form of social media Facebook and Whatsapp.

ABSTRAK

Di era yang serba digital seperti saat ini, banyak pelaku usaha UMKM yang menggunakan system digital marketing. Hal demikian dilakukan agar semakin luasnya pemasaran usaha micro. Bagi pelaku usaha UMKM yang tidak menggunakan sistem digital marketing maka akan kesulitan dalam memperluas pemasaran produk mereka. Tujuan dari penerapan digital marketing ini adalah untuk membantu memecahkan masalah dalam pemasaran produk makanan rempeyek yang ada di Desa Battembat. Metode dalam penelitian ini menggunakan teknik pengamatan (observasi) dan wawancara. Sasaran yang dituju yaitu pelaku usaha UMKM produk makanan yang bernama rempeyek. Hasil dari penelitian ini diterapkannya penggunaan digital marketing yang berupa media sosial Facebook dan Whatsapp.

Keyword: Digital Marketing; Pelaku Usaha UMKM; Rempeyek

1. PENDAHULUAN

Desa Battembat adalah salah satu desa yang berada di wilayah Kecamatan Tengah Tani, Kabupaten Cirebon, Provinsi Jawa Barat. Dari berbagai desa yang ada di Kecamatan Tengah Tani, Desa Battembat menjadi lokasi Kuliah Kerja Mahasiswa (KKM) Institut Agama Islam (IAI) Cirebon untuk Kelompok IV.

Desa Battembat memiliki jumlah penduduk sebanyak 5142 jiwa yang terdiri dari 2635 laki-laki dan 2507 perempuan dengan jumlah kepala 1621 Kepala Keluarga. Dari segi wilayah, Desa Battembat mempunyai 4 Rukun Warga (RW) dan 26 Rukun Tetangga (RT).

Secara letak geografis, Desa Battembat memiliki luas wilayah 109,1780 Ha, terdiri dari lahan Sawah 78,5830 Ha (80%) dan lahan darat atau pekarangan 30,5950 Ha (20%). Adapun batas-batas wilayah Desa Battembat yaitu sebelah utara berbatasan dengan Desa Kalibaru, Kec. Tengah Tani, sebelah timur berbatasan dengan Desa Dawuan, Kec. Tengah Tani,

sebelah selatan berbatasan dengan Desa Gesik, Kec. Tengah Tani, dan sebelah barat berbatasan dengan Desa Panembahan, Kec. Plered.

Penduduk Desa Battembat mayoritas bermatapencaharian sebagai pedagang atau berwirausaha. Oleh sebab itu, Desa Battembat di Juluki sebagai Kampung Wirausaha. Salah satu jenis usaha yang ada di Desa Battembat yaitu memproduksi makanan yang bernama rempeyek. Dan sudah berdiri sejak tahun 1985 hingga sekarang.

Namun, berdasarkan hasil survey yang telah dilakukan, menyimpulkan bahwa terdapat sebuah permasalahan dalam pemasaran produk rempeyek yang ada di Desa Battembat, yaitu Pemasaran produk rempeyek belum menggunakan sistem digital marketing. Karena di era yang serba digital ini, banyak pelaku usaha yang sudah menggunakan digital marketing.

Digital marketing merupakan salah satu media pemasaran saat ini yang paling diminati oleh masyarakat (pradiani, 2018). Digital marketing memiliki kepentingan utama dalam strategi pemasaran perusahaan mana pun terlepas dari sektorsektor, ukuran, atau negara asalnya. (Patruti-Baltes, 2016).

Melalui kegiatan Kuliah Kerja Mahasiswa (KKM) ini bertujuan agar dapat membantu memecahkan permasalahan dalam pemasaran produk rempeyek yang ada di Desa Battembat. Dengan adanya penyelenggaraan kegiatan KKM mengenai penerapan digital marketing dalam pemasaran produk rempeyek ini, diharapkan dapat membantu pemilik usaha rempeyek untuk memasarkan produknya lebih luas lagi sesuai dengan program kerja yang telah kami buat.

2. METODE PELAKSANAAN

Penerapan Digital Marketing Produk Rempeyek di Desa Battembat demi semakin luasnya pemasaran terhitung sejak tanggal 23 Mei - 23 Juni 2022 dilaksanakan di wilayah Kecamatan Tengah Tani, tepatnya di Desa Battembat, Kabupaten Cirebon, Provinsi Jawa Barat. Dalam mewujudkan program kerja yang telah dibuat, maka dilakukan cara, sebagai berikut:

1. Pengumpulan data

Dalam menyusun artikel program Kuliah Kerja Mahasiswa ini dilakukan pengumpulan data dengan berbagai teknik pengumpulan data yang ada, antara lain:

a. Pengamatan (Observasi)

Teknik pengumpulan data berupa pengamatan atau observasi dilakukan dengan cara mengamati dan menelaah secara langsung keadaan lokasi Kuliah Kerja Mahasiswa (KKM), sehingga dapat menentukan program yang akan dilaksanakan dan menyiapkan segala kebutuhan teknis terkait program tersebut.

b. Wawancara

Selain melakukan pengamatan langsung, pelaksanaan Kuliah Kerja Mahasiswa (KKM) juga melakukan wawancara sebagai salah satu teknik pengumpulan data dengan melakukan tanya jawab secara langsung dengan pemilik usaha rempeyek di Desa Battembat.

3. HASIL PEMBAHASAN

Langkah-langkah digital marketing:

1. Menentukan Target Pasar

Dalam digital marketing hal pertama yang perlu kita lakukan yaitu menentukan target pasar atau siapa orang yang akan membeli produk kita. Dengan begitu, kita akan mengetahui target sasaran dalam memasarkan sebuah produk yang akan dijual.

2. Menentukan Pilihan produk

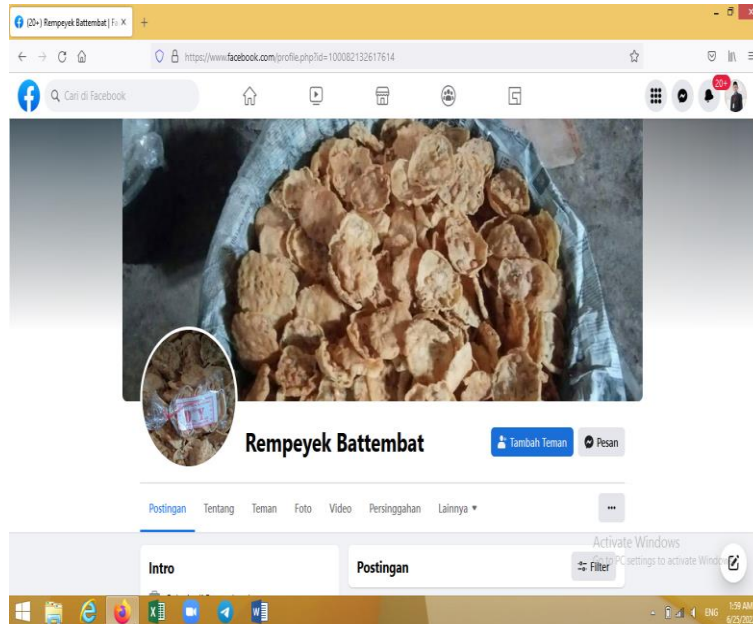
Hal kedua yang perlu dilakukan dalam digital marketing yaitu memilih produk yang akan kita jual. Kita bebas memilih produk yang akan dijual, baik itu Produk Skincare, Makanan, Kesehatan, dan lain - lain. Produk yang kita jual bisa berupa makanan atau cemilan. Misalnya, rempeyek.



Gambar 1. Produk Rempeyek

3. Membuat Media Sosial

Setelah menemukan target pasar dan pilihan produk yang akan kita jual. Langkah selanjutnya, yaitu membangun media sosial untuk mempromosikan produk yang akan dijual. Kita bisa memilih media sosial yang biasa digunakan kebanyakan orang, seperti Instagram, Facebook, Tiktok, WA. Pilih media sosial yang menurut kita paling tepat dan sesuai dengan target yang telah ditentukan. Misalnya, kita memilih mempromosikan produk rempeyek lewat Facebook dan Whatsapp.



Gambar 2. Channel Facebook Rempeyek Battembat

4. KESIMPULAN

Dari kegiatan Kuliah Kerja Mahasiswa di Desa Battembat, telah ditemukan sebuah permasalahan dalam pemasaran produk rempeyek yang belum menggunakan system digital marketing. Solusi yang kami berikan yaitu sebuah penerapan digital marketing dalam pemasaran produk rempeyek yang ada di Desa Battembat. Dengan cara nenbuatkan media sosial facebook yang diberi nama Rempeyek Battembat. Nantinya, facebook tersebut akan diberikan kepada pelaku usaha UMKM Rempeyek Duryati. Dengan harapan, ke depan akun facebook Rempeyek Battembat ini tetap dilanjutkan dari generasi ke generasi. Sehingga menjadi sesuatu yang bermanfaat dan tidak hilang dalam waktu yang singkat.

Ucapan Terima Kasih

Kami ucapkan terima kasih banyak kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses pembuatan artikel ini. Sehingga artikel ini berhasil kami susun.

DAFTAR PUSTAKA

- Pradiani, (2018). *“Peningkatan Kemampuan Promosi Online Menggunakan Digital Marketing”*. JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri) Vol. 5, No. 5, Oktober 2021, hal. 2781-2788
- Patrutiu - Baltes, (2016). *“Peningkatan Kemampuan Promosi Online Menggunakan Digital Marketing”*. Vol. 5, No. 5, Oktober 2021, hal. 2781-2788
- Putra, i. a., Jayaningsih, A. r., dan Suhardiyani, p. e. (2021). *“Peningkatan Kemampuan Promosi Online Menggunakan Digital Marketing”*. Bali: Jurnal Masyarakat Mandiri.