

LAPORAN AKHIR KEGIATAN KULIAH KERJA NYATA



SOSIALISASI PEMANFAATAN DIGITAL MARKETING SEBAGAI SOLUSI MENINGKATKAN PENJUALAN UMKM DI KELURAHAN KARANG JATI RT 07

Dilaksanakan oleh :

Wildan Salmanal Faris, 10191087, Sistem Informasi
Sherina Rury Anggreini, 10191080, Sistem Informasi
Arzety Kharisma Salsabi, 02191004, Matematika
Ading Intan Aulia S, 10191003, Sistem Informasi
Yasmin Raniah Sausan, 10191090, Sistem Informasi
Ahmad Iqbal Fadhillah, 11191004, Informatika
I Gusti Bagus Fajar Prasetya, 11191027, Informatika
Indra Lukman Hakim, 11191030, Informatika

Dosen Pembimbing :

Sri Rahayu Natasia, S.Kom., M.Si., M.Sc., Sistem Informasi

**INSTITUT TEKNOLOGI KALIMANTAN
BALIKPAPAN
2022**

HALAMAN PENGESAHAN

LAPORAN AKHIR KEGIATAN KULIAH KERJA NYATA

1. Judul Kegiatan : Sosialisasi Pemanfaatan Digital Marketing Sebagai Solusi Meningkatkan Penjualan UMKM Di Kelurahan Karang Jati RT. 07
2. Ketua Pelaksana Kegiatan
 - a. Nama Lengkap : Wildan Salmanal Faris
 - b. NIM : 10191087
 - c. Program Studi : Sistem Informasi
 - d. Alamat Rumah : Jl. Prapatan RT.29 NO.46, Kel.Prapatan
 - e. No. Telepon / HP : 085821550364
 - f. Email : 10191087@student.itk.ac.id
3. Jumlah anggota : 8 (delapan) orang
4. Dosen Pembimbing
 - a. Nama Lengkap dan Gelar : Sri Rahayu Natasia, S.Komp., M.Si., M.Sc
 - b. NIDN : 9900009094
 - c. Alamat Rumah : Jl. Soekarno Hatta No. KM 15, Karang Joang.
 - d. No. Telepon / HP : 081363123365
 - e. Email : natasia.ayu@lecturer.itk.ac.id
5. Perkiraan Biaya Kegiatan
 - a. Dana Pribadi : Rp 6.025.000
 - b. Sumber Lain (ITK) : Rp 6.025.000
 - Jumlah : Rp 6.025.000

Balikpapan, 10 Juni 2022

Menyetujui,

Ketua Pelaksana Kegiatan

Dosen Pembimbing

Sri Rahayu Natasia, S.Komp., M.Si., M.Sc.

Wildan Salmanal Faris

NIDN 0008019002

NIM 10191087

DAFTAR ISI

| | |
|---|----|
| DAFTAR ISI..... | 3 |
| DAFTAR TABEL..... | 4 |
| DAFTAR GAMBAR | 5 |
| RINGKASAN | 6 |
| BAB I HASIL KULIAH KERJA NYATA | 7 |
| 1.1 Pembukaan KKN di Karang Jati RT 07 | 7 |
| 1.2 Sosialisasi dan Pelatihan Mengenai Sosial Media | 9 |
| 1.3 Sosialisasi Mengenai Shopee | 11 |
| 1.4 Sosialisasi Mengenai Marketplan | 12 |
| 1.5 Pelatihan Shopee dan Canva | 13 |
| 1.6 Kegiatan Produksi | 14 |
| 1.7 Kegiatan Penutupan | 15 |
| BAB II STATUS LUARAN | 18 |
| 2.1 Luaran Wajib | 18 |
| 2.2 Luaran Tambahan | 19 |
| BAB III KENDALA PELAKSANAAN KULIAH KERJA NYATA | 22 |
| BAB IV PERAN MITRA | 23 |
| BAB V PENUTUP | 24 |
| 5.1 Kesimpulan | 24 |
| 5.2 Saran | 24 |
| DAFTAR PUSTAKA | 25 |
| LAMPIRAN..... | 26 |
| LEMBAR ASISTENSI KEGIATAN | 29 |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 1. 1 Kuesioner Pre-Test | 8 |
| Tabel 1. 2 Rekap Data Hasil Kuesioner Pre-Test | 9 |
| Tabel 1. 3 Kuesioner Post-Test..... | 15 |
| Tabel 1. 4 Rekap Data Hasil Kuesioner Post-Test | 16 |
| Tabel 2. 1 Luaran Wajib | 18 |
| Tabel 2. 2Target Capaian Kegiatan | 20 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 1. 1 Sosialisasi Mengenai Sosial Media 1 | 9 |
| Gambar 1. 2 Sosialisasi Mengenai Shopee 2..... | 11 |
| Gambar 1. 3 Sosialisasi Mengenai Marketplan | 12 |
| Gambar 1. 4 Pelatihan Shopee dan Canva 4..... | 13 |
| Gambar 1. 5 Kegiatan Produksi..... | 14 |
| Gambar 1. 6 Grafik Evaluasi Kegiatan..... | 17 |

RINGKASAN

Kuliah Kerja Nyata (KKN) merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan oleh mahasiswa perguruan tinggi dalam bentuk pengabdian masyarakat yang mana mengimplementasikan Tri Dharma Perguruan Tinggi untuk menyelesaikan permasalahan yang ada dalam masyarakat. Dalam melaksanakan KKN ini dilakukan pada Kelurahan Karang Jati RT. 07 yang terletak di Kecamatan Balikpapan Tengah, Kota Balikpapan. Mahasiswa melakukan KKN dengan sasaran pengembang UMKM yang ada pada kelurahan Karang Jati RT. 07. Permasalahan yang ditemukan pada wilayah ini adalah metode promosi yang digunakan masih **secara konvensional** sehingga dilakukannya KKN dengan tujuan untuk memberikan edukasi kepada masyarakat mengenai pemanfaatan media sosial khususnya instagram, penggunaan marketplace shopee, dan strategi pemasaran guna untuk menjangkau penjualan yang lebih luas dan meningkatkan hasil penjualan yang masih belum maksimal. Metode pelaksanaan yang digunakan untuk mengatasi permasalahan tersebut adalah dengan memberikan sosialisasi mengenai media sosial, marketplace, strategi pemasaran serta melakukan pelatihan untuk menambah kemampuan warga agar dapat menarik minat pelanggan. Dalam KKN ini juga terdapat pre-test dan post-test dimana kegiatan ini dilakukan untuk mengukur pengetahuan warga mengenai strategi penjualan yang baik, marketplace dan manfaat media sosial. Dengan solusi dari permasalahan tersebut, **diharapkan akan menjadi solusi yang tepat untuk menyelesaikan permasalahan yang dialami oleh warga RT. 07 Kelurahan Karang Jati Kecamatan Balikpapan Tengah, Kota Balikpapan dan** dapat menjadi jembatan warga untuk menambah pengetahuan di bidang strategi pemasaran di era digital.

Kata kunci : KKN, marketplace, media sosial, sosialisasi, pelatihan, UMKM

BAB I

HASIL KULIAH KERJA NYATA

Pada bagian ini akan berisikan mengenai penjelasan *output* kegiatan dengan menampilkan hasil kerja nyata yang sudah dilakukan. Hasil tersebut dijabarkan dalam kalimat pendukung dan tabel berisikan data yang diperoleh.

1.1 Pembukaan KKN di Karang Jati RT 07

Kegiatan dilakukan pertama kali pada tanggal 17 Maret 2022 yang diawali dengan pembukaan kegiatan oleh Wildan Salmanal sebagai Ketua Tim KKN dan dilanjutkan oleh Ketua RT. 07. Kegiatan lain yang dilakukan oleh tim KKN untuk mendukung kegiatan utama seperti dilakukannya rapat tim sebagai persiapan disetiap kegiatan yang akan dilakukan. Kegiatan penyebaran undangan kepada masyarakat serta pemasangan *banner* juga dilakukan untuk membantu mengumpulkan masyarakat untuk hadir dan sebagai identitas KKN Karang Jati. Setelah itu kegiatan dilanjutkan dengan diskusi rencana kegiatan yang dilakukan oleh tim KKN kepada warga, dan juga diisi dengan pengenalan setiap anggota serta pengenalan kampus ITK kepada warga. Kegiatan berjalan dari jam 14.00 WITA- 16.00 WITA. Pada kegiatan diskusi awal rencana kegiatan mendapatkan beberapa hasil diskusi, yaitu mengenai produk dan nama produk yang akan dijual. Untuk nama dari produk tim KKN, tim KKN serta warga sepakat untuk menggunakan kembali nama produk dari kegiatan KKN sebelumnya, yaitu “Tetangga Kilang”. Selain itu, tim KKN juga menentukan produk-produk yang akan dijual. Terdapat 3 produk yang nantinya akan dijual. Produk pertama yaitu cimi-cimi ubi ungu, produk kedua yaitu keripik tempe, dan produk ketiga yaitu sambal goreng tempe. Warga yang mengikuti kegiatan KKN ini ada 10 orang yang terdiri dari 8 ibu-ibu, 1 orang remaja, dan 1 orang bapak-bapak. Kegiatan terakhir pada pertemuan ini yaitu warga telah mengikuti *pre-test* pada saat kegiatan KKN berlangsung. Dalam *pre-test* terdapat 9 warga yang hadir pada saat pengerjaan soal kuisisioner diakrenakan 1 warga yang lain tidak bisa mengikuti sampai sesi terakhir sehingga yang mengisi *pre-test* hanya 9 warga. Soal yang dibahas pada *pre-test* adalah mengenai sosialisasi yang akan dipaparkan seperti manfaat penggunaan media sosial, pengetahuan seputar marketplace dan strategi marketing dalam memasarkan produk. Berikut rekap data hasil kuesioner dari 9 warga.

Tabel 1. 1 Kuesioner Pre-Test

| No. | Soal | Poin |
|-----|--|------|
| 1. | <p>Berikut ini adalah media yang dapat digunakan untuk pemasaran digital</p> <ol style="list-style-type: none"> Instagram Koran Baliho Brosur | 12 |
| 2. | <p>Berikut ini adalah salah satu tempat berjualan secara digital atau online</p> <ol style="list-style-type: none"> Pasar Inpres Kebun Sayur Toko Kelontong Asongan Shopee | 12 |
| 3. | <p>Apa yang dimaksud dengan UMKM?</p> <ol style="list-style-type: none"> Usaha Mikro Kecil dan Menengah Usaha Maksimal Kelas Menengah Usaha Minimal Kelas Menengah Usaha Milik Keluarga Menengah | 12 |
| 4. | <p>Pak budi ingin berjualan secara online, apakah Pak Budi membutuhkan logo agar orang lain dapat mengenali produk Pak Budi?</p> <ol style="list-style-type: none"> Perlu, Agar orang mudah mengenali produk buatan Pak Budi Tidak, karena produk Pak Budi tidak terlalu banyak | 12 |
| 5. | <p>Dibawah ini manakah yang termasuk keuntungan memasarkan produk secara digital?</p> <ol style="list-style-type: none"> Produk lebih mudah dikenal banyak orang , dan biayanya lebih kecil Biayanya mahal Prosesnya memakan waktu lama Produk susah dikenalin banyak orang | 12 |
| 6. | <p>Manfaat dari menggunakan media sosial sebagai perantara pemasaran dan branding produk adalah</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Memudahkan dalam jalur komunikasi dengan pelanggan ○ Membantu dalam mencari dan memantau kompetitor ○ Memudahkan dalam mendapat perhatian publik | 20 |

| | | |
|----|---|----|
| | <ul style="list-style-type: none"> o Membantu menemukan konsumen dan memperluas target pasar | |
| 7. | <p>Dalam membranding produk misalnya produk makanan perlu dilakukannya</p> <ul style="list-style-type: none"> o Pemilihan nama yang tepat dan unik o Membuat gambar/foto produk yang menarik o Kemasan yang menjaga kualitas dan menarik o Dapat melakukan kerja sama dengan mitra lain | 20 |

Tabel 1. 2 Rekap Data Hasil Kuesioner Pre-Test

| Peserta | Butir Pertanyaan | | | | | | | Nilai |
|-----------|------------------|------|-----|------|------|-----|-----|-------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | |
| A | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 | 5 | 5 | 70 |
| B | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 | 10 | 5 | 75 |
| C | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 | 5 | 10 | 75 |
| D | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 | 5 | 5 | 70 |
| E | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 | 5 | 5 | 70 |
| F | 0 | 12 | 12 | 12 | 12 | 10 | 5 | 63 |
| G | 12 | 12 | 0 | 12 | 12 | 5 | 5 | 58 |
| H | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 | 5 | 5 | 70 |
| I | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 | 5 | 10 | 75 |
| J | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Rata-Rata | 9.6 | 10.8 | 9.6 | 10.8 | 10.8 | 5.5 | 5.5 | 62.6 |

1.2 Sosialisasi dan Pelatihan Mengenai Sosial Media



Gambar 1. 1 Sosialisasi Mengenai Sosial Media 1

Gambar 1.1 menjelaskan kegiatan selanjutnya yaitu sosialisasi pemaparan materi tentang sosial media yang dilaksanakan pada tanggal 18 Maret 2022. Kegiatan sosialisasi ini di hadiri warga dengan jumlah yang sudah di daftar pada pertemuan sebelumnya yaitu 10 orang terdiri dari 8 ibu-ibu , 1 orang remaja , dan 1 orang bapak-bapak. Pemaparan materi dibawakan oleh 2 anggota tim KKN yakni Ading Intan Aulia dan I Gusti Bagus. Sosialisasi tentang media sosial ini bertujuan untuk dapat menjelaskan kepada warga bahwa media sosial tidak hanya digunakan sebatas hiburan semata, namun juga dapat digunakan sebagai media pemasaran berupa promosi produk, dan dengan konten yang menarik juga dapat menarik perhatian konsumen untuk dapat membeli produk. Warga sendiri sudah cukup mengerti penggunaan media sosial dan mengetahui pentingnya promosi melalui social media, namun belum ada yang mencobanya dikarenakan belum cukup mengerti tentang konten yang menarik untuk target pasar dan belum mengerti cara pembuatan konten tersebut. Maka dari itu warga tampak antusias dalam mempelajari penggunaan sosial media untuk media promosi dan untuk melakukan pelatihan pembuatan konten nantinya. Sosial media yang digunakan adalah instagram, whatsapp dan facebook. Sosial media yang familiar didengar warga namun belum optimal dalam pemanfaatan ketiga sosial media tersebut. Warga diajarkan cara membuat akun Facebook serta akun page Facebook. Setelah akun terbuat, peserta dijelaskan mengenai simbol-simbol yang ada di halaman beranda Facebook, kemudian peserta diberikan arahan mengenai cara-cara mengunggah foto dan mengedit profil. Setelah itu peserta diajarkan langkah-langkah cara membuat pages pada Facebook. Setelah selesai dengan Facebook, penjelasan dilanjutkan ke pembuatan akun Instagram. Langkah-langkah yang dilakukan hampir sama dengan pembuatan akun Facebook. Ading Intan Aulia dan I Gusti Bagus menjelaskan cara mengunggah dan mengedit foto, serta hal-hal lainnya. Beberapa tips diberikan untuk membuat postingan menjadi menarik, seperti penggunaan foto beresolusi tinggi agar gambar jelas ketika diunggah, penggunaan tanda pagar (hashtag) yang relevan dan jelas, keterangan (*caption*) yang menarik, dan pemilihan jam yang tepat untuk mengunggah berita atau foto, pengaturan jeda waktu “postingan”. Sesi terakhir kegiatan adalah tanya jawab tentang hal-hal yang masih belum dipahami oleh para warga.

1.3 Sosialisasi Mengenai Shopee



Gambar 1. 2 Sosialisasi Mengenai Shopee

Pada Gambar 1.2 menjelaskan kegiatan pada hari berikutnya, tepatnya pada tanggal 19 Maret 2022, tim KKN melakukan kegiatan sosialisasi pemaparan materi tentang penggunaan shopee kepada warga. Warga sendiri sudah cukup mengenal penjualan secara *online* melalui *platform e-commerce*, namun belum ada yang pernah mencoba sistem penjualan ini dikarenakan belum mengerti cara pembuatan lapak toko di aplikasi Shopee. 10 Warga dibekali materi tentang Shopee. Tim KKN Sherina Rury dan Yasmin Raniah menyampaikan terkait berjualan di Shopee seperti langkah awal membuat akun, cara optimalisasi toko, tips-dan-trick melakukan promosi, cara pengiriman, dan terakhir tentang sistem hukuman yang harus diperhatikan ketika berjualan di Shopee. Sosialisasi ini diadakan untuk memberikan wawasan kepada masyarakat terkait penjualan produk di Shopee. Sosialisasi pemaparan materi tentang penggunaan shopee ini bertujuan untuk dapat mengedukasi warga terhadap aplikasi digital shopee dapat digunakan sebagai media *digital marketing* dan juga dapat mengedukasi warga bahwa produk tidak hanya dapat dijual secara langsung, namun juga dapat dijual secara daring atau melalui perangkat digital.

1.4 Sosialisasi Mengenai Marketplan



Gambar 1. 3 Sosialisasi Mengenai Marketplan

Pada hari berikutnya, yaitu pada tanggal 20 Maret 2022 terlihat pada Gambar 1.3 dilakukan kegiatan sosialisasi pemaparan materi tentang *market plan* atau strategi pemasaran kepada warga. Penyampaian materi dibawa oleh 2 anggota dari tim KKN yakni Indra Lukman dan Wildan Salmanal. Sosialisasi pemaparan materi tentang *market plan* ini bertujuan untuk dapat mengedukasi warga untuk dapat menyusun persiapan dalam melakukan pemasaran atau penjualan produk yang nantinya akan dibuat. Menyusun rencana pemasaran merupakan proses penciptaan dan penyampaian barang dan jasa yang diinginkan kepada pelanggan dan meliputi kegiatan yang berkaitan dengan memenangkan dan mempertahankan pelanggan agar setia. Salah satu dari langkah pertama dalam menyusun rencana pemasaran adalah mengidentifikasi pasar sasaran. Pasar sasaran atau target market yang dimaksud adalah kelompok pelanggan tertentu yang terhadapnya perusahaan mengarahkan barang dan jasanya. Semakin banyak perusahaan mempelajari pasar lokalnya, pelanggannya, serta kebiasaan, semakin tepat perusahaan tersebut memfokuskan usaha pemasarannya pada kelompok calon pelanggan yang telah ada yang kemungkinan besar akan membeli produk dan jasanya. Unsur utama dalam strategi pemasaran adalah 4P yaitu product, place, price, dan promotion. Keempat faktor ini saling memperkuat dan jika terkoordinasi dengan baik akan meningkatkan daya tarik penjualan suatu produk dan jasa.

1.5 Pelatihan Shopee dan Canva



Gambar 1. 4 Pelatihan Shopee dan Canva

Kegiatan pada hari berikutnya, tepatnya pada tanggal 25 Maret 2022 bisa dilihat pada Gambar 1.4, tim KKN melakukan kegiatan pelatihan penggunaan aplikasi Shopee dan pelatihan desain sederhana menggunakan Canva kepada warga. Untuk pertemuan ini pelatihan yang pertama dilakukan yaitu pelatihan canva yang dibawa oleh Indra Lukman. Canva dipilih dikarenakan Canva adalah platform desain grafis berbasis online yang mudah digunakan untuk pemula sekalipun dan tersedia untuk desktop maupun mobile. Sehingga pengguna bisa berkreasi membuat visual konten dimanapun dan kapanpun asal memiliki jaringan internet. Aplikasi ini sebenarnya memiliki dua versi yaitu berbayar dan gratis. Namun canva sudah dapat digunakan dengan berbagai fitur yang cukup lengkap tanpa harus membelinya. Namun, dalam melakukan pelatihan pembuatan desain menggunakan Canva terdapat kendala dari warga, yaitu warga hanya memiliki *smartphone* sebagai media pembuatan desain dan jumlahnya terbatas, namun hal tersebut sudah cukup memenuhi kebutuhan untuk pembuatan desain menggunakan Canva dan tidak perlu memerlukan banyak perangkat untuk membuat desain. Pada pertemuan ini tim KKN menjelaskan pengenalan apa itu aplikasi canva, bagaimana sejarah aplikasi canva, apa saja fitur dan kelebihanannya, setelah itu dilanjutkan dengan mempraktekkan bagaimana memanfaatkan fitur pada aplikasi canva dengan membuat desain grafis secara kreatif untuk mengiklankan suatu produk yang akan dipromosikan ke dalam media sosial agar dapat menarik minat pangsa pasar secara luas. Walaupun yang memiliki *smartphone* hanya 2 warga dari 10 itu tidak mengubah minat warga untuk mempelajari canva ini karena bisa dilihat dari antusias dalam mempelajari sehingga. Kegiatan berjalan dengan lancar sesuai

dengan harapan. Setelah pelatihan canva dilanjutkan dengan pelatihan penggunaan shopee yang dipimpin oleh tim KKN yakni Sherina Rury dan Yasmin Raniah. Dalam pelatihan Shopee dilakukan dengan tiga tahapan yaitu instalasi aplikasi, pembuatan akun shopee, dan melakukan upload produk pada aplikasi Shopee.

1.6 Kegiatan Produksi



Gambar 1. 5 Kegiatan Produksi

Pada tanggal 26 Maret 2022 terlihat pada Gambar 1.5 tim KKN serta warga melakukan produksi. Produk pertama ada keripik tempe, Produk kedua ada cimi-cimi, Produk ketiga ada Sambal Goreng Tempe. Produksi dilakukan dari pagi hingga sore hari. Kegiatan diawali dengan penyiapan bahan-bahan keperluan seperti tempe , bumbu dapur , ubi dan bahan lainnya yang dibutuhkan. Dari Tim KKN membagi jobdesk sesuai dengan tugas masing-masing. Untuk Ading Intan dan Arzety membantu 4 warga mengupas bahan-bahan yang diperlukan dan pembuatan keripik tempe. Kemudian Sherina Rury dan Yasmin Raniah membantu 3 warga untuk mengolah sambal goreng tempe Untuk Wildan dan Indra membantu dalam pembuatan cimi-cimi Untuk 2 anggota lainnya yaitu Iqbal dan I Gusti melakukan dokumentasi . Setelah semua produk selesai dibuat maka dilakukan penentuan berapa jumlah produk yang akan dipasarkan. Setelah melakukan produksi, tim KKN serta warga juga melakukan pengemasan produk yang selanjutnya akan dipasarkan. Sebelum itu tim KKN yang membeli kemasan dan yang mendesain logo dari produk ini dan mencetak stiker untuk

ditempelkan di kemasan produk ini dari tim KKN. Setelah proses pengemasan selesai tim KKN Bersama warga melakukan diskusi mengenai dimana produk ini akan dijual. Dan sesuai dengan sosialisasi maka produk dijual secara online di aplikasi yang sudah dipaparkan yakni di Shopee, Official Akun Instagram Tentang Kilang serta di Whatsapp.

1.7 Kegiatan Penutupan

Kegiatan selanjutnya pada tanggal 1 April 2022 dimana kegiatan ini merupakan hari terakhir tim KKN berkunjung ke RT. 07 Kelurahan Karang Jati. Kegiatan ini dimulai dengan memberikan postes kepada warga kemudian melakukan evaluasi kegiatan yang sudah dilalui warga dan tim KKN dengan memberikan kesan dan pesan. Kegiatan ini juga melakukan evaluasi hasil penjualan yang telah dibantu oleh tim KKN dan rencana selanjutnya setelah kegiatan KKN berakhir. Pada *post-test* dilaksanakan pada hari terakhir kegiatan yang dimana kegiatan ini diikuti oleh 10 warga. Berikut Hasil dari kuesioner yang diikuti 10 warga.

Tabel 1. 3 Kuesioner Post-Test

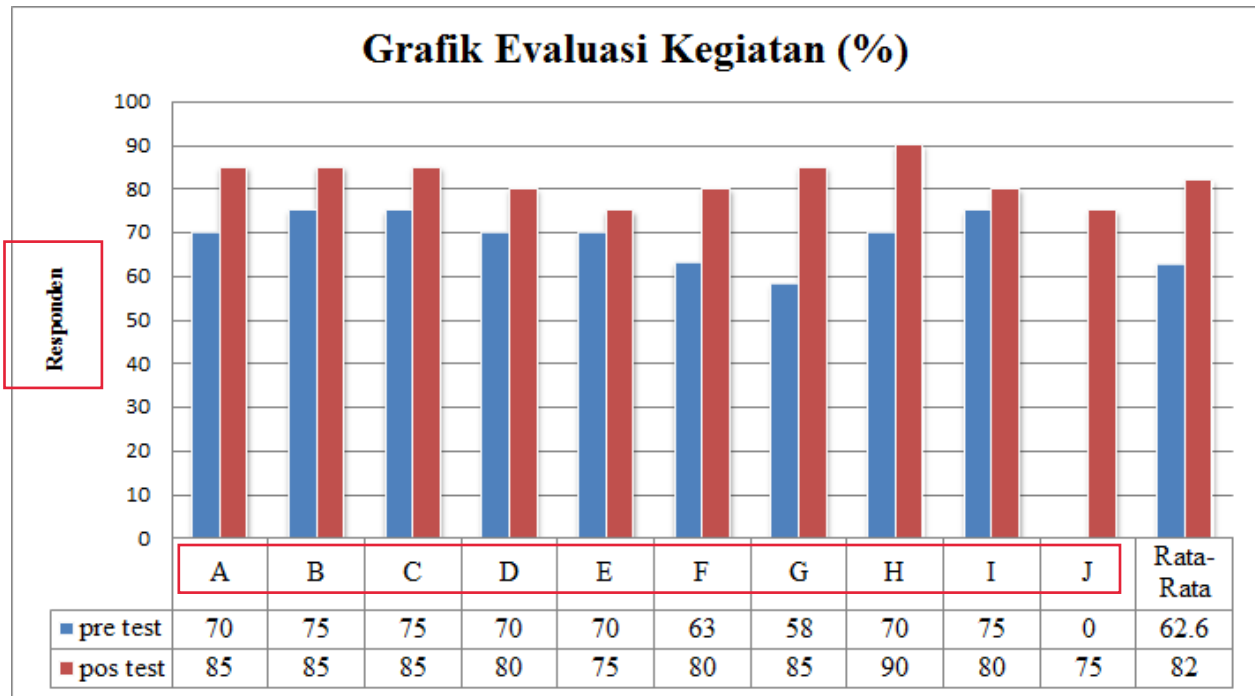
| No. | Soal | Poin |
|-----|--|------|
| 1. | Berikut ini adalah media yang dapat digunakan untuk pemasaran digital e. Instagram f. Koran g. Baliho h. Brosur | 12 |
| 2. | Berikut ini adalah salah satu tempat berjualan secara digital atau online e. Pasar Inpres Kebun Sayur f. Toko Kelontong g. Asongan h. Shopee | 12 |
| 3. | Apa yang dimaksud dengan UMKM? e. Usaha Mikro Kecil dan Menengah f. Usaha Maksimal Kelas Menengah g. Usaha Minimal Kelas Menengah h. Usaha Milik Keluarga Menengah | 12 |
| 4. | Pak budi ingin berjualan secara online, apakah Pak Budi membutuhkan | 12 |

| | | |
|----|---|----|
| | <p>logo agar orang lain dapat mengenali produk Pak Budi?</p> <p>c. Perlu, Agar orang mudah mengenali produk buatan Pak Budi</p> <p>d. Tidak, karena produk Pak Budi tidak terlalu banyak</p> | |
| 5. | <p>Dibawah ini manakah yang termasuk keuntungan memasarkan produk secara digital?</p> <p>e. Produk lebih mudah dikenal banyak orang , dan biayanya lebih kecil</p> <p>f. Biayanya mahal</p> <p>g. Prosesnya memakan waktu lama</p> <p>h. Produk susah dikenalin banyak orang</p> | 12 |
| 6. | <p>Manfaat dari menggunakan media sosial sebagai perantara pemasaran dan branding produk adalah</p> <ul style="list-style-type: none"> o Memudahkan dalam jalur komunikasi dengan pelanggan o Membantu dalam mencari dan memantau kompetitor o Memudahkan dalam mendapat perhatian publik o Membantu menemukan konsumen dan memperluas target pasar | 20 |
| 7. | <p>Dalam membranding produk misalnya produk makanan perlu dilakukannya</p> <ul style="list-style-type: none"> o Pemilihan nama yang tepat dan unik o Membuat gambar/foto produk yang menarik o Kemasan yang menjaga kualitas dan menarik o Dapat melakukan kerja sama dengan mitra lain | 20 |

Tabel 1. 4 Rekap Data Hasil Kuesioner Post-Test

| Peserta | Butir Pertanyaan | | | | | | | Nilai |
|-----------|------------------|----|----|----|----|----|----|-------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | |
| A | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 | 10 | 15 | 85 |
| B | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 | 15 | 10 | 85 |
| C | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 | 10 | 15 | 85 |
| D | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 | 15 | 5 | 80 |
| E | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 | 5 | 10 | 75 |
| F | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 | 10 | 10 | 80 |
| G | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 | 10 | 15 | 85 |
| H | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 | 15 | 15 | 90 |
| I | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 | 10 | 10 | 80 |
| J | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 | 10 | 5 | 75 |
| Rata-Rata | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 | 11 | 11 | 82 |

Berdasarkan data yang didapatkan dari responden di atas, secara grafik ditunjukkan Gambar 1 berikut.



Gambar 1. 6 Grafik Evaluasi Kegiatan

Grafik di atas menunjukkan bahwa terjadi peningkatan pemahaman warga setelah dilakukannya kegiatan sosialisasi dan pelatihan digital marketing. Dari 10 warga yang telah mengerjakan *post-test* didapatkan peningkatan pengetahuan warga sebesar 19.4% setelah melakukan *pre-test* dengan persentase rerata 62.6% dan *post-test* dengan persentase rerata 82%. Sehingga dapat dikatakan bahwa kegiatan ini berhasil dengan adanya peningkatan pengetahuan warga.

BAB II

STATUS LUARAN


Pada bagian ini akan berisikan mengenai status tercapainya luaran wajib yang dijanjikan serta luaran tambahan yang ada. Uraian status luaran akan didukung dengan bukti kemajuan yang disajikan dalam lampiran.

2.1 Luaran Wajib

Luaran wajib dari kegiatan Kuliah Kerja Nyata adalah luaran yang disarankan oleh LPPM agar kegiatan dapat dipublikasikan dan dikenal ke masyarakat luas. Berikut adalah luaran wajib dan keterangan tercapainya.

Tabel 2. 1 Luaran Wajib

| No. | Luaran | Keterangan | Bukti |
|-----|---|------------|---|
| 1 | Penerbitan artikel di <i>website</i> LPPM. | Tercapai | Tautan artikel pada website LPPM : Dokumentasi : |
| 2 | Pembuatan dan publikasi video <i>after movie</i> KKN. | Tercapai | Tautan after movie pada youtube : Dokumentasi :  |

| | | | |
|---|---|---------------------|---|
| 3 | Penyusunan melalui media massa / prosiding / jurnal | Tercapai | Tautan draft jurnal pada google docs : Dokumentasi :  |
| 4 | Poster Digital | Tercapai | Dokumentasi : |

2.2 Luaran Tambahan

Luaran tambahan dari kegiatan Kuliah Kerja Nyata kami yaitu ingin mengedukasi, mengembangkan, dan mengupayakan inovasi dari potensi yang ada di Karang Jati RT 07 tersebut. Luaran nyata dapat dibuktikan dengan kegiatan sosialisasi dan praktik langsung tentang produk olahan dan pemasaran digital. Luaran yang dimaksud yaitu sebagai berikut :

1. Meningkatkan wawasan masyarakat Karang Jati RT 07 dengan memberikan materi pelatihan tentang bagaimana cara memanfaatkan social media untuk berjualan di era modern ini, strategi pemasaran yang seperti apa yang harus dikembangkan, dan bagaimana cara *membranding* produk sehingga produk laris dipasarkan yaitu dengan cara membuat tampilan kemasan yang menarik , luasnya jangkauan pemasaran dan lain sebagainya.
2. Terbentuknya media sosial seperti Instagram, shopee, facebook sebagai media informasi bagi masyarakat dalam penjualan produk olahan jambu kristal.
3. Terbentuknya produk olahan yang dapat meningkatkan perekonomian.

Dari luaran tersebut ditentukan target yang ingin dicapai. Kegiatan dilaksanakan kedalam beberapa kegiatan yang memiliki target capaian yang harus dipenuhi. Berikut target capaian dari tiap kegiatan yang telah dirancang dijabarkan pada tabel berikut.

Tabel 2. 2Target Capaian Kegiatan

| No. | Nama Kegiatan | Target Capaian | Keterangan |
|-----|-----------------------------------|---|------------|
| 1 | Sosialisasi mengenai social media | <ol style="list-style-type: none"> 1. Tercapainya pemahaman dan wawasan dari petani tentang social media sebesar 62,6%. 2. Terbentuknya akun instagram produk jualan warga Karang Jati RT 07 3. Terbentuknya akun facebook untuk produk jualan warga Karang Jati RT 07 | Tercapai |
| 2 | Sosialisasi mengenai shopee | <ol style="list-style-type: none"> 1. Tercapainya pemahaman dan wawasan dari petani tentang shopee sebesar 62,6%. | Tercapai |
| 3 | Sosialisasi mengenai market plan | <ol style="list-style-type: none"> 1. Tercapainya pemahaman dan wawasan dari petani tentang market plan sebesar 62,6%. | Tercapai |
| 4 | Pelatihan shopee dan canva | <ol style="list-style-type: none"> 2. Terbentuknya akun shopee untuk produk jualan warga Karang Jati RT 07 3. Pembuatan design sederhana menggunakan canva yang dilakukan oleh 2 warga yang memiliki smartphone | Tercapai |
| 5 | Produksi | <ol style="list-style-type: none"> 1. Terbentuknya produk olahan berupa sambal goreng tempe sebanyak 20 bungkus , keripik tempe sebanyak 25 bungkus dan cimi-cimi sebanyak 57 bungkus | Tercapai |

| | | | |
|---|-----------|--|----------|
| 6 | Penjualan | Terjualnya 3 produk tersebut baik ke media sosial, masyarakat sekitar, atau pelanggan lainnya. | Tercapai |
|---|-----------|--|----------|

Bukti untuk luaran tambahan dapat dilihat pada **Lampiran 4. Dokumentasi Kegiatan** dan **Lampiran 5. Lembar Post-Test Kegiatan**.

BAB III

KENDALA PELAKSANAAN KULIAH KERJA NYATA

Adapun yang menjadi kendala selama proses kegiatan KKN berlangsung yaitu sebagai berikut.

1. Penentuan mitra dan lokasi KKN

Ketika melakukan penentuan mitra dan lokasi saat perancangan kegiatan, terdapat kendala berupa kurangnya minat warga di awal sehingga tim KKN menjelaskan manfaat yang dihasilkan dari KKN ini dan dibantu Pak RT untuk mencari warga yang akan mengikuti kegiatan KKN ini yaitu berjumlah 10 warga yang terdiri dari 8 ibu-ibu, 1 remaja dan 1 bapak-bapak

2. Kegiatan mengalami kemajuan dari jadwal semestinya.

Hal ini disebabkan karena dari warga memiliki kegiatan lain di tanggal yang seharusnya menjadi timeline KKN sehingga terjadi kemajuan dari jadwal kegiatan. Solusi dari permasalahan ini yaitu segera melakukan perencanaan ulang terkait kegiatan dan detail kegiatan.

3. Kegiatan yang kurang dari segi pendanaan.

Hal ini disebabkan karena dana dari LPPM masih belum diturunkan kepada mahasiswa atau dosen pembimbing sehingga persiapan kegiatan yang menggunakan dana dalam jumlah besar menjadi sedikit terkendala. Solusi yang dilakukan yaitu dengan melakukan pengumpulan uang kas sebagai dana bantuan sementara untuk pelaksanaan kegiatan.

4. Pembelian alat dan bahan yang tidak memiliki bukti pembelian.

Hal ini disebabkan karena ketika melakukan pembelian atau pemesanan alat dan bahan dilakukan pada beberapa tempat penjualan yang tidak menyediakan nota berstempel toko atau nota *print*, sehingga menyebabkan beberapa pembelian tidak memiliki bukti pembelian.

5. Device yang kurang

Hanya beberapa warga yang dapat mengikuti pelatihan ini karena yang memiliki smartphone hanya 2 warga dari 10 warga yang mengikuti. Namun, hal tersebut tidak menjadi sebuah kendala yang besar karena dalam pelatihan ini tidak memerlukan banyak perangkat untuk membuat desain *shopee* serta *social media* lainnya. Solusi dari permasalahan ini yaitu meminjamkan sebagian laptop dan smartphone dari anggota tim KKN kepada warga.

BAB IV

PERAN MITRA

Mitra Kuliah Kerja Nyata (KKN) kelompok kami adalah Warga Karang Jati RT 07 dengan perwakilan mitra yaitu Bapak Purwiyanto sebagai Ketua RT. Berdasarkan kegiatan tersebut mitra memiliki beberapa peran yaitu sebagai penghubung antara mahasiswa dengan masyarakat sekitar, sebagai tempat utama berlangsungnya kegiatan KKN, serta menjadi tempat konsultasi bagi mahasiswa dalam pelaksanaan kegiatan KKN agar kegiatan yang dilakukan dapat bermanfaat bagi Warga Karang Jati RT 07 tersebut. Kemudian dari warganya sendiri antusias dalam mengikuti KKN ini dibuktikan dengan pemberian saran produk jualan yang akan dibuat, mengikuti kegiatan sampai sesi terakhir serta mengikuti alur kegiatan dengan baik.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Pelaksanaan program KKN kelompok 6C pada Karang Jati RT 07 dilakukan selama kurang lebih 2 bulan yang dimulai pada bulan maret 2022 hingga pada bulan april 2022. Pada kegiatan ini dapat disimpulkan bahwa :

1. Program Kuliah Kerja Nyata (KKN) dapat terlaksana dengan baik, walaupun terdapat beberapa kendala yang dihadapi mahasiswa tetapi dapat diatas dengan baik. Kegiatan ini dilakukan secara *offline* untuk kegiatan yang berada di Karang Jati RT 07
2. Seluruh target capaian kegiatan yang dirancang dapat dipenuhi dengan melakukan berbagai kegiatan baik kegiatan utama maupun kegiatan pendukung.
3. Dari pelaksanaan KKN ini menghasilkan 3 jenis produk olahan makanan yaitu cimi-cimi ubi ungu, keripik tempe dan sambal goreng tempe .
4. Melanjutkan dari tim KKN sebelumnya tentang nama produk dari olahan yang dibuat yaitu “Tetangga Kilang
5. Masyarakat dapat menerima materi sosialisasi mengenai pembuatan produk olahan dan pemasaran digital dengan baik, serta memperoleh nilai pemahaman yang cukup sempurna.

5.2 Saran

Adapun saran untuk kegiatan kuliah kerja nyata yang dilakukan di Kelurahan Karang Jati RT 7 sebagai berikut.




- Disarankan untuk dapat melanjutkan produk tetangga kilang apabila dilakukannya KKN di tempat tersebut.
- Untuk warga setempat mencoba menerapkan hasil dari sosialisasi dan pelatihan yang telah dilakukan dalam mengembangkan produknya.
- Mempersiapkan individu agar lebih siap ketika melaksanakan program KKN dan program yang akan diadakan lebih dipersiapkan dan diperhitungkan lagi sesuai dengan kebutuhannya.




DAFTAR PUSTAKA

- Nur, T. S. (2020, September 18). Asinan buah jambu kristal | mantul banget rasanya apalagi kalau dingin. Indonesia
- Rahmawati, A. A. (2018, November 13). Asinan Rika: Slurpp! Asam Segar Asinan 'Wara Wiri' Plus Rujak Kacang Mete. Indonesia.
- LPPM. (2019). Buku Pedoman Kuliah Kerja Nyata PPM.Denpasar: Universitas Udayana.
- Rahmawati, A. A. (2018, November 13). detik food. Retrieved from Asinan Rika: Slurpp! Asam Segar Asinan 'Wara Wiri' Plus Rujak Kacang Mete: <https://food.detik.com/onlinefood/d-4300273/asinan-rika-slurpp-asam-segar-asinan-wara-wiri-plus-rujak-kacang-mete>

LAMPIRAN

Lampiran 1. Catatan Harian Kegiatan (*log book*)

| No | Tanggal | Kegiatan |
|----|----------------|---|
| 1 | 17 / 03 / 2022 | <p>Catatan: Pembukaan acara dengan pengenalan anggota KKN</p> <p>Dokumen Pendukung:</p>  |
| 2 | 18 / 03 / 2022 | <p>Catatan : pemaparan materi sosialisasi media sosial.</p> <p>Dokumen Pendukung:</p>  |
| 2 | 19 / 03 / 2022 | <p>Catatan: Pemaparan materi sosialisasi Shopee.</p> <p>Dokumen Pendukung:</p>  |

| | | |
|---|----------------|---|
| 3 | 20 / 03 / 2022 | <p>Catatan: Pemaparan materi sosialisasi strategi pemasaran.</p> <p>Dokumen Pendukung:</p>  |
| 4 | 25 / 03 / 2022 | <p>Catatan: Pelatihan penggunaan aplikasi canva dan shopee.</p> <p>Dokumen Pendukung:</p>  |
| 5 | 26 / 03 / 2022 | <p>Catatan: Kegiatan monitoring proses produksi oleh warga serta pengemasan produk yang dihadiri dosen pembimbing.</p> <p>Dokumen Pendukung:</p>  |

| | | |
|---|-------------------|---|
| 6 | 01 / 04 / 2022 | <p>Catatan: Evaluasi kegiatan dan hasil penjualan produk kepada warga serta penutupan kegiatan KKN.</p> <p>Dokumen Pendukung:</p>  |
|---|-------------------|---|

Keterangan: hasil yang dicapai pada setiap kegiatan (foto, grafik, tabel, catatan, dokumen, data, dst) dilampirkan.

Lampiran 2. Lembar Asistensi



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
INSTITUT TEKNOLOGI KALIMANTAN

Kampus ITK Karang Joang, Balikpapan 76127

Telp. 0542-8530800, Fax. 0542-8530801

E-mail : humas@itk.ac.id

LEMBAR ASISTENSI KEGIATAN

KELOMPOK : 6

KETUA : 1. Wildan Salmanal Faris (NIM. 10191087)

ANGGOTA : 2. Arzety Kharisma Salsabi (NIM. 02191004)

3. Ading Intan Aulia S. (NIM. 10191003)

4. Sherina Rury Anggreini (NIM. 10191080)

5. Yasmin Raniah Sausan (NIM. 10191090)

6. Ahmad Iqbal Fadhillah (NIM. 11191004)

7. I Gusti Bagus Fajar Prasetya (NIM. 11191027)

8. Indra Lukman Hakim (NIM. 11191030)

DOSEN PEMBIMBING : Sri Rahayu Natasia, S.Komp., M.Si., M.Sc.

JUDUL KEGIATAN : Meningkatkan Penjualan UMKM dengan Pemanfaatan Digital Marketing sebagai Solusi

LOKASI : Kelurahan Karang Jati RT. 07, Balikpapan Tengah

| No. | Tanggal | Catatan Dosen Pembimbing | Paraf Ketua Kelompok | Paraf Dosen Pembimbing |
|-----|---------|--|----------------------|------------------------|
| 1. | 8/03/22 | Asistensi soal pre-test dengan dosen pembimbing dengan feedback bisa ditambahkan | | |

| | | | | |
|----|----------|---|--|--|
| | | eksplorasi terkait pemanfaatan dari teknologi yang pernah digunakan untuk pemasaran dan branding produk | | |
| 2. | 16/03/22 | Pre-test peserta, pemaparan materi sosialisasi media sosial dan marketplace | | |
| 3. | 22/03/22 | Pemaparan materi strategi pemasaran, pelatihan canva dan shopee, proses produksi | | |
| 4. | 01/04/22 | Post-test peserta, evaluasi kegiatan dan hasil penjualan produk | | |
| 5. | 15/04/22 | Menjelaskan lebih rinci dan spesifik isi di tiap kegiatan dan bab, menambahkan lampiran RAB | | |
| 6. | | | | |
| 7. | | | | |

Lampiran 3. Dokumentasi Kegiatan KKN











Lampiran 4. Justifikasi Anggaran Kegiatan

| 1. PEMBELIAN BAHAN HABIS PAKAI | | | | | |
|---------------------------------------|---------------------|------------------|--------------------|--------------------------|----------------------|
| No. | Uraian | Kuantitas | Satuan | Harga Satuan (Rp) | Jumlah (Rp) |
| 1. | Kuota internet | 1 | Buah | Rp 100.000 | Rp 100.000 |
| 2. | Banner | 1 | Buah | Rp 200.000 | Rp 100.000 |
| 3. | Masker | 1 | Kotak | Rp 20.000 | Rp 20.000 |
| 4. | Hand Sanitizer | 2 | Botol | Rp 20.000 | Rp 40.000 |
| 5. | ATK | 1 | Buah | Rp 20.000 | Rp 20.000 |
| 6. | Kemasan | 1 | Pack | Rp 100.000 | Rp 40.000 |
| 7. | Bahan baku produksi | - | Buah | Rp 1.440.000 | Rp 1.440.000 |
| 8. | Bensin | 32 | liter | Rp.10.000 | Rp.320.000 |
| Subtotal (Rp) | | | | | Rp 2.080.000 |
| 2. LAIN-LAIN | | | | | |
| No. | Material | Kuantitas | Satuan | Harga Satuan (Rp) | Jumlah (Rp) |
| 1. | Konsumsi | 140 | Buah | Rp 20.000 | Rp 2.800.000 |
| 2. | Kemasan packaging | 5 | Lusin | Rp 100.000 | Rp 500.000 |
| 3. | Cetak stiker logo | 2 | Lembar ukuran (A3) | Rp 50.000 | Rp 100.000 |
| 4. | Cetak proposal | 2 | Buah | Rp 30.000 | Rp 60.000 |
| Subtotal (Rp) | | | | | Rp 3.460.0000 |
| TOTAL | | | | | Rp 5.540.000 |