

STRATEGI DIGITAL MARKETING BAGI UMKM DALAM PEMBUATAN PEPAYA CRISPY OLEH KKN UIN SULTHAN THAHA SAIFUDIN JAMBI POSKO 10 DESA PUDING KECAMATAN KUMPEH ILIR KABUPATEN MUARO JAMBI

Rahma Indah Sari¹, Silvi Mardhatillah², Ummi Humairah³, Andree Surya Lesmana⁴
rahma.indahsari07@gmail.com¹, cilvimrdtlh21@gmail.com², ummihumairah817@gmail.com³,
andreesuryalesmana@gmail.com⁴

Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Syaifudin Jambi

ABSTRAK

Pemasaran produk Pepaya Crispy oleh warga Desa Puding, Kecamatan Kumpeh Ilir, Kabupaten Muaro Jambi, menghadapi tantangan dalam menjangkau pasar yang lebih luas. Untuk mengatasi hal ini, mahasiswa KKN Posko 10 UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi menerapkan strategi digital marketing yang mencakup pemanfaatan media sosial, pembuatan akun di marketplace Shopee, serta pengembangan identitas brand yang kuat. Melalui pelatihan dan dukungan praktis, warga desa belajar untuk memasarkan produk mereka secara efektif dan meningkatkan daya saing di pasar. Hasil dari penerapan strategi ini menunjukkan potensi yang signifikan untuk meningkatkan pendapatan dan memperkenalkan Pepaya Crispy sebagai produk unggulan dari Desa Puding.

Kata Kunci: Digital Marketing, Pepaya Crispy, UMKM.

ABSTRACT

The marketing of Pepaya Crispy products by the residents of Puding Village, Kumpeh Ilir District, Muaro Jambi Regency faces challenges in reaching a broader market. To address this issue, the KKN Posko 10 students from UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi implemented digital marketing strategies, including the utilization of social media, the creation of accounts on the Shopee marketplace, and the development of a strong brand identity. Through training and practical support, village residents learned to effectively market their products and enhance their competitiveness in the market. The results of implementing these strategies indicate significant potential for increasing income and introducing Pepaya Crispy as a flagship product from Puding Village.

Keywords: Digital Marketing, Pepaya Crispy, SMEs.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi telah mengubah lingkup dunia pemasaran dalam beberapa tahun terakhir ini. Metode komunikasi pemasaran yang sebelumnya bersifat tradisional dan konvensional, kini telah terintegrasi dalam dunia digital (Ascharisa, 2018). Kegiatan pemasaran yang memanfaatkan kecanggihan teknologi digital seringkali disebut dengan digital marketing. Digital marketing terdiri dari pemasaran interaktif dan terpadu yang memudahkan interaksi antara produsen, perantara pasar dan calon konsumen (Purwana et al, 2017).

Di era sekarang ini, para pelaku UMKM hendaknya bisa memanfaatkan media digital sebagai salah satu upaya pemasaran produknya sehingga konsumen lebih mengenal produk yang dihasilkan oleh UMKM tersebut. UMKM yang memiliki akses online, terlibat di media sosial, dan mengembangkan kemampuan ecommerce-nya, biasanya akan menikmati keuntungan bisnis yang signifikan baik dari segi pendapatan, kesempatan kerja, inovasi, dan daya saing. Akan tetapi, masih banyak UMKM yang belum menerapkan teknologi informasi khususnya menggunakan media digital dan belum mengerti seberapa

besar manfaat dan peranan penggunaan media digital tersebut. (Wardhana, 2018)

Mengapa harus digital marketing? Menurut data Facebook, 74% pengguna internet di Indonesia menggunakan ponsel pintar. Hal ini berimbas kepada tren pemasaran jauh sebelum pandemi, apalagi tren pemasaran sebenarnya sudah beralih dari transaksi konvensional menjadi transaksi digital dengan bertambahnya fitur uang non tunai di marketplace seperti Gopay atau lahirnya aplikasi khusus seperti OVO, Dana, Sakuku dan sejenisnya.

Digital marketing adalah kegiatan promosi dan pencarian pasar melalui media digital secara online dengan memanfaatkan berbagai sarana misalnya jejaring sosial. Dunia maya kini tak lagi hanya mampu menghubungkan orang dengan perangkat, namun juga orang dengan orang lain di seluruh penjuru dunia (Mustika, 2019). Digital marketing biasanya terdiri atas pemasaran interaktif dan terpadu untuk memudahkan interaksi antara produsen, perantara pasar dan calon konsumen.

UMKM menjadi wadah yang baik bagi penciptaan lapangan pekerjaan yang produktif. UMKM merupakan usaha yang bersifat padat karya, tidak membutuhkan persyaratan tertentu seperti tingkat pendidikan, keahlian (keterampilan) pekerja, dan penggunaan modal usaha relatif sedikit serta teknologi yang digunakan cenderung sederhana. (Ananda & Susilowati, 2019).

Perkembangan teknologi digital telah memberikan dampak yang signifikan terhadap berbagai sektor, termasuk sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Digitalisasi telah membuka peluang baru bagi pelaku UMKM untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing produk mereka, termasuk di daerah-daerah pedesaan. Salah satu bentuk inovasi yang muncul dari potensi ini adalah pembuatan Pepaya Crispy oleh peserta Kuliah Kerja Nyata (KKN) UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi Posko 10 di Desa Puding, Kecamatan Kumpeh Ilir, Kabupaten Muaro Jambi.

Pepaya Crispy sebagai produk lokal memiliki potensi besar untuk dikembangkan dan dipasarkan secara lebih luas. Namun, dalam menghadapi tantangan persaingan dan keterbatasan akses pasar, diperlukan strategi digital marketing yang efektif untuk memperkenalkan produk tersebut kepada masyarakat. Oleh karena itu, penerapan strategi digital marketing menjadi langkah krusial bagi pelaku UMKM di Desa Puding, yang diharapkan dapat meningkatkan penjualan dan kesejahteraan masyarakat setempat.

Melalui program KKN, mahasiswa UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi berperan aktif dalam membantu pelaku UMKM dalam merancang dan menerapkan strategi digital marketing yang tepat. Beberapa platform digital seperti media sosial, marketplace, dan website dipandang sebagai media yang efektif dalam mempromosikan produk Pepaya Crispy. Strategi ini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan penjualan, tetapi juga memperkenalkan produk lokal kepada pasar yang lebih luas, baik di tingkat regional maupun nasional.

Penelitian ini akan membahas secara mendalam bagaimana strategi digital marketing diterapkan dalam proses pemasaran Pepaya Crispy, serta dampak positif yang dihasilkan bagi pelaku UMKM di Desa Puding, Kecamatan Kumpeh Ilir.

Identifikasi Masalah

Dalam upaya mengembangkan produk Pepaya Crispy yang dihasilkan oleh pelaku UMKM di Desa Puding, Kecamatan Kumpeh Ilir, Kabupaten Muaro Jambi, terdapat beberapa masalah yang diidentifikasi terkait dengan pemasaran produk secara efektif. Masalah-masalah ini meliputi:

1. Kurangnya Pengetahuan Tentang Pemasaran Digital

Pelaku UMKM di Desa Puding pada umumnya belum memiliki pengetahuan yang

memadai mengenai strategi pemasaran digital. Mereka lebih mengandalkan metode pemasaran tradisional yang terbatas pada area lokal. Akibatnya, produk Pepaya Crispy belum dikenal secara luas, terutama di luar wilayah desa.

2. Keterbatasan Akses Teknologi

Beberapa pelaku UMKM di desa tersebut masih memiliki keterbatasan dalam hal akses teknologi, baik dari segi infrastruktur maupun pemanfaatan platform digital. Tidak semua pelaku usaha memiliki akses ke perangkat teknologi yang memadai atau koneksi internet yang stabil, yang dapat menghambat proses pemasaran digital.

3. Kurangnya Pemanfaatan Media Sosial dan Platform Digital

Meskipun penggunaan media sosial dan platform digital telah berkembang pesat di berbagai wilayah, pemanfaatannya oleh pelaku UMKM di Desa Puding masih tergolong rendah. Mereka belum mengoptimalkan media sosial seperti Instagram, Facebook, atau marketplace online untuk mempromosikan dan menjual produk mereka.

4. Minimnya Pengetahuan tentang Branding

Pelaku UMKM di Desa Puding umumnya belum memahami pentingnya branding dalam membangun identitas produk. Hal ini menyebabkan Pepaya Crispy tidak memiliki daya tarik atau keunikan yang membedakannya dari produk serupa yang ada di pasaran, sehingga sulit untuk menarik perhatian konsumen.

METODE PENELITIAN

Untuk mencapai tujuan dalam membantu UMKM di Desa Puding memasarkan produk Pepaya Crispy melalui strategi digital marketing, penelitian ini menggunakan metode yang terstruktur dan bertahap. Berikut adalah metode yang digunakan:

1. Pendekatan Partisipatif

Metode ini melibatkan pelaku UMKM secara langsung dalam setiap tahap perancangan dan penerapan strategi digital marketing. Mahasiswa KKN UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi Posko 10 bekerja sama dengan para pelaku usaha untuk mengidentifikasi kebutuhan, peluang, dan tantangan yang dihadapi dalam pemasaran produk Pepaya Crispy. Pendekatan ini penting untuk memastikan bahwa solusi yang dihasilkan sesuai dengan konteks lokal dan kebutuhan pelaku UMKM.

2. Observasi dan Wawancara

Observasi dilakukan untuk memahami kondisi aktual UMKM di Desa Puding, termasuk metode pemasaran yang telah dilakukan, akses terhadap teknologi, serta penggunaan media sosial dan platform digital. Wawancara mendalam dengan pelaku UMKM dilakukan untuk mendapatkan informasi lebih detail mengenai kesulitan, peluang, dan ekspektasi mereka terhadap pemasaran digital.

3. Pelatihan Digital Marketing

Mahasiswa KKN memberikan pelatihan langsung kepada pelaku UMKM terkait pemanfaatan media sosial (Instagram, Facebook), marketplace (Tokopedia, Shopee), dan teknik pemasaran digital lainnya seperti SEO (Search Engine Optimization) dan konten marketing. Pelatihan ini dilakukan secara praktis dan sederhana agar dapat diterapkan oleh pelaku UMKM yang memiliki keterbatasan pengetahuan teknologi.

4. Pendampingan Pembuatan Konten Promosi

Tim KKN memberikan pendampingan dalam pembuatan konten promosi yang menarik, mulai dari pengambilan foto produk, pembuatan video, hingga penulisan deskripsi produk yang menarik dan relevan. Pendampingan ini bertujuan untuk membangun branding yang kuat dan meningkatkan daya tarik produk Pepaya Crispy di platform digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Penjelasan Terkait Manfaat Pepaya di Desa Puding

Pepaya merupakan salah satu komoditas pertanian yang cukup melimpah di Desa Puding, Kecamatan Kumpeh Ilir, Kabupaten Muaro Jambi. Selain memiliki potensi ekonomis sebagai bahan baku utama dalam pembuatan Pepaya Crispy, pepaya juga memiliki berbagai manfaat kesehatan yang penting bagi masyarakat setempat. Tim KKN UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi berupaya untuk tidak hanya mempromosikan pengolahan pepaya menjadi produk bernilai jual tinggi, tetapi juga meningkatkan pemahaman warga desa mengenai manfaat buah pepaya bagi kesehatan dan ekonomi.



Gambar 1. Dokumentasi Workshop Pembuatan Pepaya Crispy di Desa Puding

Berikut ini adalah beberapa manfaat utama pepaya yang disosialisasikan kepada warga Desa Puding:

a. Manfaat Pepaya untuk Kesehatan

Buah pepaya dikenal luas karena kandungan nutrisinya yang tinggi, menjadikannya salah satu buah yang sangat bermanfaat bagi kesehatan. Beberapa manfaat kesehatan yang penting dari pepaya antara lain:

1) Kaya Akan Vitamin dan Antioksidan

Pepaya mengandung vitamin C yang tinggi, yang membantu meningkatkan sistem kekebalan tubuh dan melindungi tubuh dari infeksi. Selain itu, pepaya juga mengandung vitamin A dan E yang berfungsi sebagai antioksidan, membantu melindungi sel-sel tubuh dari kerusakan akibat radikal bebas.

2) Meningkatkan Kesehatan Pencernaan

Pepaya mengandung enzim papain, yang membantu memecah protein dalam makanan dan mempercepat proses pencernaan. Ini sangat bermanfaat bagi warga yang memiliki masalah pencernaan, seperti sembelit atau gangguan pencernaan lainnya. Dengan rutin mengonsumsi pepaya, kesehatan pencernaan dapat terjaga lebih baik.

3) Baik untuk Kesehatan Kulit

Kandungan vitamin C, vitamin E, dan beta-karoten dalam pepaya sangat baik untuk kesehatan kulit. Pepaya membantu menjaga kelembapan kulit, memperbaiki kulit yang rusak, serta mencegah penuaan dini. Ini penting bagi masyarakat yang ingin menjaga kesehatan kulit secara alami.

4) Membantu Menurunkan Risiko Penyakit Kronis

Pepaya kaya akan serat, antioksidan, dan senyawa antiinflamasi yang bisa membantu menurunkan risiko penyakit kronis seperti penyakit jantung, diabetes, dan kanker. Mengonsumsi pepaya secara teratur dapat membantu menjaga kesehatan jantung dengan menurunkan kadar kolesterol dan tekanan darah.

b. Manfaat Ekonomis Pepaya bagi Masyarakat

Selain manfaat kesehatan, pepaya juga memiliki manfaat ekonomis yang signifikan bagi warga Desa Puding. Beberapa manfaat ekonomis yang disosialisasikan oleh

mahasiswa KKN antara lain:

1) Sumber Pendapatan dari Pertanian Pepaya

Pepaya merupakan tanaman yang relatif mudah dibudidayakan di iklim tropis seperti di Desa Puding. Warga yang menanam pepaya dapat memanfaatkan lahan pertanian mereka untuk memproduksi buah pepaya secara berkelanjutan. Pepaya yang dihasilkan tidak hanya untuk konsumsi sendiri, tetapi juga bisa dijual di pasar lokal, menciptakan sumber pendapatan tambahan bagi keluarga.

2) Pengembangan Produk Olahan Pepaya

Melalui program KKN, warga Desa Puding diajarkan untuk mengolah pepaya menjadi berbagai produk bernilai jual tinggi, seperti Pepaya Crispy, jus pepaya, atau selai pepaya. Produk olahan ini memiliki nilai tambah yang jauh lebih tinggi dibandingkan dengan penjualan buah pepaya segar, sehingga dapat meningkatkan pendapatan ekonomi keluarga dan mengembangkan usaha kecil menengah (UMKM) di desa tersebut.

3) Peluang Pemasaran Digital

Dengan berkembangnya teknologi digital, produk olahan pepaya seperti Pepaya Crispy dapat dipasarkan melalui platform online, seperti media sosial dan marketplace. Ini memberikan peluang besar bagi warga desa untuk menjual produk mereka tidak hanya di pasar lokal, tetapi juga ke wilayah yang lebih luas. Pelatihan digital marketing yang diberikan oleh mahasiswa KKN juga membantu warga memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan penjualan dan pendapatan dari produk pepaya.

2. Proses Pembuatan dan Pengemasan Pepaya Crispy

Proses pembuatan dan pengemasan Pepaya Crispy merupakan tahapan awal yang sangat penting dalam menciptakan produk berkualitas yang siap dipasarkan melalui strategi digital marketing. Untuk dapat bersaing di pasar yang lebih luas, aspek kualitas produk dan tampilan pengemasan harus menjadi perhatian utama.



Gambar 2. Praktek Pembuatan Pepaya Crispy

Di bawah ini merupakan rincian proses yang dilakukan oleh pelaku UMKM di Desa Puding, Kecamatan Kumpeh Ilir, bersama mahasiswa KKN UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi Posko 10.

a. Pemilihan Bahan Baku

Salah satu aspek krusial dalam pembuatan Pepaya Crispy adalah pemilihan pepaya yang berkualitas tinggi. Tim KKN bersama pelaku UMKM berfokus pada beberapa kriteria penting dalam pemilihan pepaya, seperti:

- 1) **Kematangan yang Tepat:** Pepaya yang digunakan tidak boleh terlalu matang ataupun mentah. Pepaya yang sudah matang memiliki kadar gula yang pas dan tekstur yang lebih baik setelah diolah menjadi crispy.
- 2) **Ukuran dan Tekstur Buah:** Pepaya dengan ukuran yang seragam dan tekstur yang halus dipilih untuk memudahkan proses pengirisan dan mendapatkan hasil akhir yang konsisten.
- 3) **Kualitas Tanpa Cacat:** Pepaya yang digunakan harus bebas dari cacat seperti busuk, bintik-bintik hitam, atau kerusakan lain yang bisa memengaruhi rasa dan penampilan produk akhir.

Dengan memperhatikan kualitas bahan baku, diharapkan Pepaya Crispy yang dihasilkan akan memiliki cita rasa yang unggul serta tekstur yang renyah, sehingga bisa menarik minat konsumen di pasar yang lebih luas.

b. Pengolahan Pepaya Menjadi Crispy

Tahap pengolahan dilakukan dengan cermat untuk menjaga cita rasa alami dan tekstur renyah dari Pepaya Crispy. Langkah-langkah praktis yang diterapkan selama proses produksi meliputi:

- 1) **Pengirisan Pepaya:** Pepaya dipotong tipis-tipis menggunakan alat khusus agar ketebalan irisan seragam. Ketebalan yang tepat sangat penting untuk memastikan setiap irisan pepaya dapat matang dengan sempurna dan menjadi renyah.
- 2) **Penggorengan dengan Suhu Terkontrol:** Irisan pepaya digoreng dengan suhu yang terkontrol agar tidak terlalu gosong namun tetap menghasilkan tekstur yang crispy. Proses ini dilakukan dengan menggunakan minyak berkualitas dan dilakukan dalam batch kecil untuk menjaga kualitas.
- 3) **Penirisan Minyak:** Setelah digoreng, pepaya ditiriskan dari minyak untuk mengurangi kadar lemak dan mendapatkan hasil yang lebih sehat serta enak dimakan.
- 4) **Pemberian Bumbu:** Pepaya Crispy kemudian diberi bumbu dengan varian rasa yang beragam, seperti original, pedas, manis, atau asin. Pemberian bumbu dilakukan secara merata untuk memastikan setiap potongan mendapatkan cita rasa yang konsisten.

5. c. Standarisasi Kualitas Produk

Selama proses pembuatan, standarisasi kualitas dilakukan untuk memastikan bahwa setiap batch Pepaya Crispy yang diproduksi memiliki rasa dan tekstur yang sama. Standarisasi ini mencakup:

- 1) Pengaturan suhu penggorengan yang stabil.
- 2) Pemantauan waktu penggorengan yang tepat.
- 3) Penggunaan alat ukur standar dalam pemotongan pepaya dan pemberian bumbu.

d. Pengemasan yang Menarik dan Higienis

Pengemasan memainkan peran penting dalam memengaruhi persepsi konsumen terhadap produk. Selain melindungi produk dari kerusakan dan mempertahankan kerenyahan, pengemasan juga berfungsi sebagai alat branding. Tim KKN dan pelaku UMKM bersama-sama merancang kemasan yang higienis, menarik, dan sesuai dengan pasar digital. Berikut beberapa langkah yang dilakukan dalam proses pengemasan:

- 1) **Desain Kemasan yang Menarik:** Kemasan Pepaya Crispy dirancang dengan desain yang eye-catching, memanfaatkan warna-warna cerah seperti hijau dan kuning yang mewakili warna alami pepaya. Label produk dilengkapi dengan logo yang unik, nama produk, deskripsi singkat, serta informasi gizi dan tanggal kedaluwarsa. Desain ini dirancang agar terlihat profesional dan menarik di etalase online serta foto promosi di media sosial.
- 2) **Penggunaan Bahan Kemasan yang Berkualitas:** Untuk menjaga kerenyahan produk,

digunakan plastik atau pouch berbahan aluminium foil yang kedap udara. Kemasan ini memastikan bahwa Pepaya Crispy tetap segar dan renyah hingga sampai ke tangan konsumen.

- 3) Pengemasan Manual dengan Standar Kebersihan: Proses pengemasan dilakukan secara manual dengan menjaga standar kebersihan yang ketat. Setiap produk di-seal dengan baik untuk mencegah kontaminasi dan menjaga kualitas selama proses distribusi dan penyimpanan.



Gambar 3. Produk Pepaya Crispy

3. Penerapan Digital Marketing dan Pembuatan Akun Shopee untuk Pemasaran Pepaya Crispy oleh KKN Posko 10 Desa Puding, Kecamatan Kumpeh Ilir, Kabupaten Muaro Jambi

Dalam rangka meningkatkan nilai ekonomi dan pemasaran produk Pepaya Crispy yang diproduksi oleh warga Desa Puding, Kecamatan Kumpeh Ilir, Kabupaten Muaro Jambi, mahasiswa KKN Posko 10 UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi melakukan penerapan strategi digital marketing sebagai salah satu solusi pemasaran yang lebih efektif. Dengan memanfaatkan teknologi dan platform digital, mahasiswa KKN membantu pelaku UMKM di desa tersebut untuk memperluas jangkauan pasar, tidak hanya di wilayah lokal, tetapi juga di seluruh Indonesia.

- a. Penerapan Digital Marketing untuk Pemasaran Pepaya Crispy

Mahasiswa KKN Posko 10 memanfaatkan beberapa strategi digital marketing untuk memperkenalkan dan memasarkan Pepaya Crispy ke pasar yang lebih luas. Strategi ini difokuskan pada pemanfaatan platform digital yang mudah diakses oleh pelaku usaha lokal, dengan biaya rendah namun efektif dalam jangkauan pemasaran. Berikut adalah beberapa langkah utama yang diterapkan:

- 1) Optimalisasi Media Sosial

Media sosial merupakan salah satu alat digital marketing yang paling mudah diakses dan populer di kalangan masyarakat. Untuk meningkatkan penjualan Pepaya Crispy, mahasiswa KKN mengarahkan warga Desa Puding untuk menggunakan beberapa platform media sosial, seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp.

Langkah-langkahnya meliputi:

- Pembuatan akun bisnis di Instagram: Akun ini digunakan untuk memajang produk Pepaya Crispy dengan foto dan video berkualitas, serta membagikan cerita tentang proses produksi dan manfaat kesehatan dari pepaya. Nama akun dibuat sesuai dengan identitas produk, seperti “@PepayaCrispyPuding.”
- Mengunggah konten promosi secara konsisten: Mahasiswa KKN membantu mengelola akun media sosial dengan rutin mengunggah konten, baik berupa foto produk, testimoni pelanggan, ataupun video singkat proses pembuatan Pepaya Crispy.
- Memanfaatkan Facebook Marketplace: Facebook memiliki fitur marketplace yang memungkinkan penjual lokal untuk menjual produk mereka secara gratis. Fitur ini mempermudah warga untuk menargetkan pembeli lokal yang tertarik dengan produk

makanan olahan.

2) Pemasaran Melalui Marketplace Shopee

Shopee dipilih sebagai platform utama untuk menjual Pepaya Crispy secara online karena popularitasnya yang besar di Indonesia dan kemudahan penggunaannya bagi pelaku usaha kecil. Dengan bantuan mahasiswa KKN, warga diajarkan cara membuat akun Shopee dan mengunggah produk mereka ke marketplace.

Menggunakan Shopee memungkinkan produk Pepaya Crispy untuk dijual ke seluruh Indonesia tanpa batasan wilayah. Shopee juga menyediakan berbagai fitur seperti promo dan diskon yang dapat meningkatkan daya tarik produk, serta kemudahan dalam pengelolaan pesanan dan pembayaran.

3) Membangun Brand dan Identitas Produk

Selain promosi melalui media sosial dan marketplace, penting bagi pelaku usaha di Desa Puding untuk membangun identitas brand yang kuat. Mahasiswa KKN membantu warga dalam menciptakan logo, desain kemasan, dan tagline yang menarik untuk produk Pepaya Crispy. Identitas visual ini membuat produk lebih profesional dan mudah dikenali oleh konsumen. Misalnya, logo yang menggambarkan pepaya dengan warna yang cerah dan segar, serta tagline seperti “Renyah dan Sehat, Camilan Asli dari Desa Puding.”

b. Cara Pembuatan Akun Shopee untuk Pemasaran Pepaya Crispy

Langkah penting dalam penerapan digital marketing adalah pembuatan akun Shopee untuk memasarkan produk Pepaya Crispy. Berikut adalah langkah-langkah yang diajarkan oleh mahasiswa KKN Posko 10 dalam membuat akun Shopee dan memaksimalkan penggunaannya untuk penjualan produk.

- Langkah 1: Mengunduh Aplikasi Shopee
 - Buka Play Store (Android) atau App Store (iOS) di ponsel.
 - Cari aplikasi Shopee, unduh dan instal aplikasi tersebut.
- Langkah 2: Mendaftar Akun Shopee
 - Setelah aplikasi terinstal, buka aplikasi Shopee.
 - Klik "Daftar" di halaman utama aplikasi.
 - Pilih metode pendaftaran (nomor telepon, email, akun Google, atau Facebook).
 - Masukkan nomor telepon atau email yang valid, kemudian lakukan verifikasi melalui kode OTP yang dikirimkan.
- Langkah 3: Membuat Toko di Shopee
 - Setelah akun Shopee berhasil dibuat, langkah berikutnya adalah membuat toko online untuk produk Pepaya Crispy:
 - Klik "Mulai Berjualan" di bagian bawah aplikasi Shopee.
 - Isi informasi toko seperti Nama Toko (misalnya “PepayaCrispyPudingJambi”), deskripsi toko (berisi informasi tentang produk, keunggulan, dan asal-usulnya), serta logo toko yang dapat berupa gambar produk atau logo brand.
 - Klik "Simpan" untuk menyelesaikan pengaturan toko.
- Langkah 4: Mengunggah Produk Pepaya Crispy
 - Setelah toko dibuat, langkah berikutnya adalah mengunggah produk Pepaya Crispy:
 - Klik "Tambah Produk" di halaman toko.
 - Isi nama produk, misalnya “Pepaya Crispy Original 100g”.
 - Buat deskripsi produk yang menjelaskan keunggulan produk, seperti “Camilan sehat, renyah, terbuat dari pepaya segar pilihan. Produk lokal Desa Puding, Jambi.”
 - Unggah foto produk dengan kualitas yang baik. Foto yang menarik akan membuat calon pembeli lebih tertarik untuk membeli.
 - Tentukan harga dan jumlah stok produk.

- Pilih kategori produk, misalnya "Makanan Ringan" atau "Camilan Sehat."
- Klik "Simpan" untuk mengunggah produk.
- Langkah 5: Promosi dan Optimalisasi Toko

Setelah produk diunggah, ada beberapa langkah yang dapat dilakukan untuk mempromosikan produk:

- Gunakan fitur "Promosi Saya" di Shopee untuk membuat diskon atau penawaran khusus bagi calon pembeli.
- Berikan pelayanan yang baik dan pastikan produk dikirim tepat waktu agar pelanggan memberikan ulasan positif.
- Manfaatkan fitur Shopee Live untuk mempromosikan produk secara langsung melalui live streaming, di mana warga Desa Puding dapat menjelaskan keunggulan Pepaya Crispy dan berinteraksi dengan calon pembeli secara real-time.
- Langkah 6: Mengelola Pesanan dan Pengiriman

Setelah produk mulai terjual, warga perlu mengelola pesanan dengan baik:

- Cek notifikasi pesanan masuk secara rutin.
- Siapkan produk dan kemas dengan baik untuk menjaga kualitas selama pengiriman.
- Gunakan jasa pengiriman yang tersedia di Shopee seperti JNE, J&T, atau Shopee Express untuk memudahkan proses pengiriman.

Dengan penerapan digital marketing dan pembuatan akun Shopee, mahasiswa KKN Posko 10 Desa Puding berhasil memberikan solusi praktis bagi warga dalam memasarkan Pepaya Crispy secara lebih luas. Strategi ini memungkinkan produk lokal Desa Puding untuk dikenal tidak hanya di sekitar Jambi tetapi juga di seluruh Indonesia. Penggunaan platform digital seperti media sosial dan marketplace telah terbukti efektif dalam meningkatkan penjualan, dan penerapan strategi ini diharapkan dapat terus berkembang bahkan setelah program KKN selesai

KESIMPULAN

Penerapan strategi digital marketing yang dilakukan oleh mahasiswa KKN Posko 10 di Desa Puding, Kecamatan Kumpeh Ilir, Kabupaten Muaro Jambi, menunjukkan potensi yang besar untuk meningkatkan pemasaran produk Pepaya Crispy. Melalui pemanfaatan media sosial, marketplace Shopee, serta pengembangan identitas brand, warga desa dapat menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan pendapatan dari hasil produksi mereka. Pembuatan akun Shopee dan penggunaan strategi promosi yang tepat, seperti kolaborasi dengan influencer dan pengoptimalan konten di media sosial, memberikan hasil yang signifikan dalam meningkatkan visibilitas dan daya tarik produk.

Dengan pendekatan yang sistematis dan kolaboratif, warga desa tidak hanya belajar tentang teknik pemasaran modern tetapi juga dapat meningkatkan keterampilan digital mereka. Ini merupakan langkah penting dalam meningkatkan daya saing produk lokal di pasar yang semakin kompetitif.

SARAN

1. Pembentukan Kelompok Usaha Bersama:
Warga desa disarankan untuk membentuk kelompok usaha atau koperasi yang fokus pada produksi dan pemasaran Pepaya Crispy. Ini akan memudahkan dalam berbagi sumber daya dan pengetahuan.
2. Pelatihan Pemasaran Digital:
Mengadakan pelatihan tentang penggunaan media sosial dan platform e-commerce seperti Shopee agar warga dapat memasarkan produk secara efektif dan menarik lebih banyak pelanggan.

3. Promosi Melalui Media Sosial:

Aktif menggunakan platform media sosial untuk mempromosikan Pepaya Crispy dengan konten yang menarik, termasuk foto, video, dan cerita tentang produk, sehingga meningkatkan visibilitas di pasar.

DAFTAR PUSTAKA

- Ananda, A. D., & Susilowati, D. (2019). Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Berbasis Industri Kreatif di Kota Malang. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, X(X), 120–142.
- Ascharisa Mettasatya Afrilia. 2018. Digital Marketing Sebagai Strategi Komunikasi. *Jurkom, Riset Komunikasi* 1 (1). Hal 147–157.
- Purwana ESD, Rahmi, Aditya S. 2017. Pemanfaatan Digital marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *JPMM*. 1(1). doi : doi.org/10.21009/JPMM.001.1.01.
- Mustika, M. (2019). Penerapan Teknologi Digital Marketing Untuk Meningkatkan Strategi Pemasaran Snack Tiwul. *JSAI (Journal Scientific and Applied Informatics)*, 2(2), 165–171.
- Wardana, Aditya. 2018. Strategi Digital marketing Dan Implikasinya Pada Keunggulan Bersaing UKM Di Indonesia. *Prosiding Seminar Nasional: Forum Keuangan dan Bisnis IV, Th 2015*. ISBN : 978-602-17225-4-1.