



## Improving Community Values through Digital Marketing Knowledge for UMKM "Sari Markisa Manis" RT 01/RW 08, Mampang Village, Pancoran Mas District, Depok City

Sri Nawangsari<sup>1</sup>, Dyah Mieta Setyawati<sup>2\*</sup>, Ditiya Himawati<sup>3</sup>, Ade Rachmawati Nurfitri<sup>4</sup>, Wardoyo<sup>5</sup>

Universitas Gunadarma, Jakarta

**Corresponding Author:** Dyah Mieta Setyawati [mietasetyawati@gmail.com](mailto:mietasetyawati@gmail.com)

### ARTICLE INFO

*Keywords* : Community Knowledge Enhancing, Digital Marketing, TIK Devices

*Received* : 15 February

*Revised* : 16 March

*Accepted*: 19 April

©2023 Nawangsari, Setyawati, Himawati, Nurfitri, Wardoyo: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



### ABSTRACT

Business man need increased knowledge and skills in marketing functions that can expand the market for passion fruit juice drink products from harvested "Marquisa Manis Mampang" UMKM actors in Mampang Village, Pancoran Mas District, Depok City. The method used in this activity is to use assistance, counseling and training to business actors "Marquisa Manis Mampang". Improving community values through digital marketing knowledge in marketing management functions is very important in expanding product marketing and maximizing the use of available business actor resources with the assistance of information and communication technology. This Community Service Activity (Abdimas) has inspired the birth of the process of implementing marketing management function activities by Partners, through social media in the form of Instagram and Whatsapp and the use of websites, namely YouTube with the help of using TIK devices, namely mobile phones for business actors "Markisa Manis Mampang" . The scope of product marketing as a result of Abdimas' activities has made the market for "Marquisa Manis Mampang" beverage products have expanded outside the city of Depok, such as Semarang, Medan and Batam. This market expansion has led to an increase in Partners' production capacity and has an impact on increasing the income of the families of business actors.

## Peningkatan Tata Nilai Masyarakat melalui Pengetahuan Pemasaran Digital untuk UMKM “Sari Markisa Manis” RT 01/RW 08, Kelurahan Mampang, Kecamatan Pancoran Mas, Kota Depok

Sri Nawangsari<sup>1</sup>, Dyah Mieta Setyawati<sup>2\*</sup>, Ditiya Himawati<sup>3</sup>, Ade Rachmawati Nurfitri<sup>3</sup>, Wardoyo<sup>4</sup>

Universitas Gunadarma, Jakarta

**Corresponding Author:** Dyah Mieta Setyawati [mietasetyawati@gmail.com](mailto:mietasetyawati@gmail.com)

---

### ARTICLE INFO

*Kata Kunci:* Peningkatan Pengetahuan Masyarakat, Pemasaran Digital, Perangkat TIK

*Received :* 15 Februari

*Revised :* 16 Maret

*Accepted:* 19 April

©2023 Nawangsari, Setyawati, Himawati, Nurfitri, Wardoyo: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



### ABSTRAK

Pelaku usaha membutuhkan peningkatan pengetahuan dan keterampilan pada fungsi-fungsi pemasaran yang dapat memperluas pasar produk minuman sari buah markisa hasil panen dari pelaku UMKM “Markisa Manis Mampang” di Kelurahan Mampang, Kecamatan Pancoran Mas, Kota Depok. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah menggunakan pendampingan, penyuluhan dan pelatihan kepada pelaku usaha “Markisa Manis Mampang”. Peningkatan tata nilai masyarakat melalui pengetahuan pemasaran digital pada fungsi-fungsi manajemen pemasaran adalah sangat penting dalam memperluas pemasaran produk dan memaksimalkan penggunaan sumber daya pelaku usaha yang tersedia dengan berbantuan teknologi informasi dan komunikasi. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (Abdimas) ini telah menginspirasi lahirnya proses penerapan kegiatan fungsi-fungsi manajemen pemasaran oleh Mitra, melalui media sosial dalam bentuk Instagram dan Whatsapp serta penggunaan situs web yaitu YouTube dengan bantuan penggunaan perangkat TIK yaitu handphone pelaku usaha “Markisa Manis Mampang”. Cakupan pemasaran produk hasil kegiatan Abdimas ini telah menjadikan pasar produk minuman “Markisa Manis Mampang” telah meluas hingga ke luar Kota Depok seperti Semarang, Medan dan Batam. Perluasan pasar tersebut telah mengarah kepada peningkatan kapasitas produksi Mitra dan berdampak pada peningkatan penghasilan keluarga pelaku usaha.

---

**PENDAHULUAN**

UMKM “Markisa Manis Mampang” adalah bagian dari masyarakat RT 01/RW 08 yang berlokasi di Kelurahan Mampang, Pancoran Mas, Kota Depok. Sejak akhir tahun 2019 bersama kegiatan pengabdian Universitas Gunadarma telah melakukan budidaya tanaman markisa. Kini, tanaman markisa tersebut tumbuh subur dan telah merambat di seluruh area para-para bagian depan yang telah dibuat dalam pelaksanaan kegiatan abdimas sebelumnya seperti tertera pada Tabel 1.

Tabel 1. Potensi dan Peluang Usaha Mitra UMKM  
“Markisa Manis Mampang”, Pancoran Mas, Depok

NO	Potensi dan Peluang	Kondisi Saat Ini
1.	Varietas Tanaman Markisa	Markisa kuning ( <i>Passiflora edulis</i> var <i>flavircarfa</i> ) markisa ungu ( <i>Passiflora edulis</i> )
2	Lahan pertanian	Memanfaatkan lahan didalam hunian perumahan yang tidak terawatt sejak tahun 2010. Menciptakan ruang terbuka hijau.
3	Luas lahan pertanian (p x l x t)	5 meter x 5 meter x 3.5 meter
4	Terdapat satu para-para, tiang rambat	Rangka besi galvanis dengan modifikasi botol ecobricks sebagai 4 tiang utama.
5	Usia produktif tanaman Markisa	2 tahun (2022 - 2024)
6	Hasil panen	30 - 40 buah per bulan
7	Bekerjasama dengan jasa antar kiriman paket	Paxel
8	Jumlah kader	6 orang, domisili bertempat tinggal RT01/RW08.
9	Penggunaan perangkat TIK	Penggunaan smartphone
10	Penggunaan media sosial	Penggunaan media sosial Instagram dan Whatsapp
11	Penggunaan situs web	Penggunaan saluran YouTube

Sumber: Kader Wirausaha Markisa Manis Mampang Pancoran Mas Depok, 2022.

Tanaman Markisa tumbuh dengan subur di lingkungan RT 01. Tanaman ini berbuah sepanjang tahun. Sari buah markisa memiliki kandungan vitamin C yang cukup tinggi dan mudah untuk diolah sebagai produk minuman, sehingga produk yang dihasilkan yaitu sari buah markisa mempunyai potensi dapat menjadi produk unggulan untuk meningkatkan perekonomian warga setempat. (*Hasiholan, B. 2018*).

Permasalahan pada Mitra ini adalah adanya kebutuhan edukasi terkait penerapan fungsi-fungsi manajemen pemasaran seperti pendistribusian serta melakukan kegiatan promosi produk minuman sari buah “Markisa Manis Manis” dengan menggunakan sumber daya yang dimiliki. Mitra belum memahami sepenuhnya bahwa proses pada kegiatan pemasaran saat ini dapat

didukung dengan cara pemasaran digital, agar proses pendistribusian serta kegiatan promosi produk, dengan bahan baku sari buah markisa hasil budidaya Mitra dari wilayah Mampang, Pancoran Mas, Depok, dapat lebih tepat sasaran dan meluas hingga ke luar Kota Depok.

Berdasarkan permasalahan yang terjadi di mitra tersebut dengan mengamati kondisi lapangan, maka tujuan dari kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (Abdimas) ini sebagai berikut:

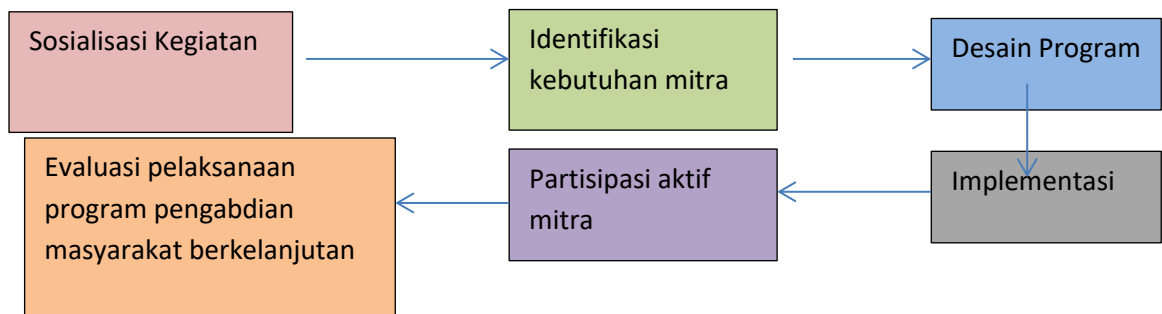
1. Melakukan pendampingan, monitoring dan penjelasan terkait kegiatan pemasaran pada produk sari buah markisa.
2. Melakukan pendampingan, monitoring dan penjelasan terkait penggunaan perangkat TIK dalam hal ini adalah smartphone, penggunaan media sosial, yaitu Instagram serta penggunaan situs web, yaitu saluran YouTube, untuk mendukung kegiatan pemasaran secara digital guna mendukung proses pendistribusian dan promosi produk sari buah markisa, serta dapat menjangkau wilayah pemasaran yang lebih luas. (Krisdiawan,2022).

Pemberian solusi didapatkan melalui hasil analisis dan diskusi dengan ketua kader wirausaha, antara lain edukasi yang mencakup:

- a. Perencanaan dan koordinasi kegiatan serta penggunaan sumber daya yang berupa perangkat TIK, media sosial dan situs web untuk mendukung kegiatan pemasaran secara digital. (Lestari, Hana. 2021).
- b. engelolaan hasil produksi secara higienis serta pengemasan sehingga menjadi produk sari buah “Markisa Manis Mampang” dengan kualitas baik.
- c. Pelaksanaan kegiatan pemasaran baik secara konvensional maupun secara digital, agar kegiatan pemasaran untuk produk Markisa Manis dapat lebih maksimal serta penyampaian informasi produk lebih efektif. Pemberian solusi ditujukan untuk meningkatkan pengetahuan Mitra dalam penerapan fungsi-fungsi manajemen pemasaran yaitu proses pendistribusian dan promosi produk sari buah markisa manis, baik secara konvensional maupun digital, sehingga produk minuman Markisa Manis Mampang” dapat semakin dikenal menjadi minuman khas daerah Mampang, Pancoran Mas, Kota Depok dengan kualitas baik.

## PELAKSANAAN DAN METODE

Rangkaian tahapan pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (Abdimas) ditunjukkan pada Gambar 1.



Gambar 1. Metode Pelaksanaan Kegiatan

Berdasarkan Gambar 1, tahapan pertama pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (Abdimas) ini adalah melakukan sosialisasi kegiatan dan membuat analisis situasi untuk menemukan prioritas permasalahan mitra. Tahapan kedua, yaitu identifikasi kebutuhan mitra untuk menemukan desain solusi dan program kegiatan yang tepat sasaran. Temuan program pada kegiatan ini adalah penerapan fungsi-fungsi manajemen pemasaran pada produk sari buah markisa milik kader wirausaha “Markisa Manis Mampang” menjadi minuman khas yang mempunyai nilai tambah. Pelaksanaan program kegiatan ini ditujukan untuk membantu meningkatkan kesadaran dan mengembangkan kemampuan serta keahlian masyarakat RT 01 dalam mencapai tujuan yang diharapkan. Program kegiatan dengan menggunakan metode edukasi, diskusi kelompok, *brainstorming*, bimbingan dan penyuluhan sebagai media perubahan.

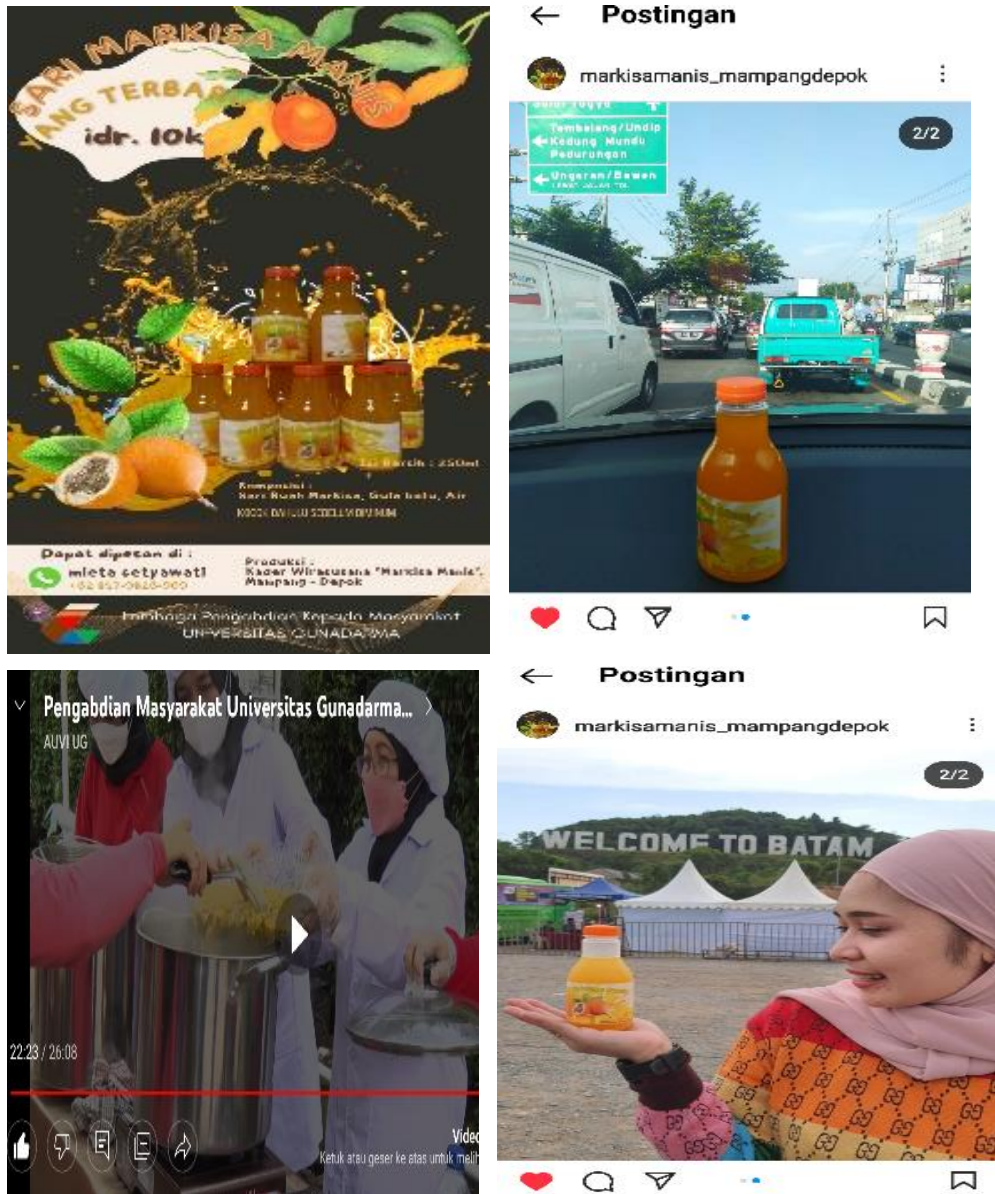
Tahapan ke empat dalam kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (Abdimas) ini adalah implementasi kegiatan. Bahan utama pelaksanaan kegiatan ini adalah keterlibatan masyarakat dan dosen pendamping kegiatan. Tahapan ke empat merupakan rangkaian tahapan akhir pada metode pelaksanaan kegiatan ini. Pelaksanaan kegiatan ini membutuhkan partisipasi aktif mitra. Evaluasi pelaksanaan program bertujuan untuk menilai pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (Abdimas) untuk menentukan keberlanjutan program.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil luaran yang telah dicapai dalam kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (Abdimas) ini, antara lain telah dilaksanakan kegiatan Pendampingan, Penyuluhan dan Pelatihan Bagi Peningkatan tata nilai masyarakat melalui pengetahuan pemasaran digital untuk pelaku usaha UMKM “Markisa Manis Mampang” melalui penerapan fungsi manajemen pemasaran pada produk sari buah markisa RT 01/RW 08, Kelurahan Mampang, Kecamatan Pancoran Mas, Kota Depok. Saat ini masih terus dilakukan evaluasi terhadap penerapan pemasaran digital atas fungsi-fungsi manajemen pemasaran yang dimiliki Mitra secara tepat yaitu Mitra dapat memaksimalkan penggunaan perangkat TIK, media sosial serta situs web untuk mendukung kegiatan promosi produk sari buah markisa manis. Dengan demikian, maka diharapkan dengan adanya pendampingan dan penyuluhan secara intensif, maka kelompok masyarakat ini dapat mengelola wirausaha sari buah Markisa Manis di RT 01/RW 08, Kelurahan Mampang, Kecamatan Pancoran Mas, Kota Depok dengan baik dan dapat menciptakan pemberdayaan masyarakat yang mandiri.

Terhitung pada tanggal 27 September 2022, dilakukan proses pengurusan perijinan untuk produk industri rumah tangga (PIRT), melakukan pelatihan pengemasan produk siap kirim kepada pemesan, proses desain stiker anti air pada botol produk dan promosi produk “Markisa Manis Mampang”. Tanggal 30 Oktober 2022 dilakukan koordinasi anggota serta koordinasi penjualan produk sari buah Markisa Manis dengan cara pre order (P.O). Tanggal 1 November 2022 koordinasi pembuatan dan penggunaan media sosial Instagram serta situs web yaitu saluran Youtube yang diperuntukkan sebagai sarana kegiatan pemasaran digital produk sari buah markisa. Pada tanggal 11 November 2022 mengikuti acara yang diselenggarakan oleh Dinas Ketahanan Pangan, Pertanian dan

Perikanan, Pemerintah Kota Depok, yaitu “Pasar Tani, Pembagian Produk dan Benih Holtikultura serta Gelar Pangan Murah”. Dengan penggunaan media sosial Instagram dan saluran Youtube, terbukti pemasaran produk sari buah Markisa Manis semakin dikenal dan sudah mencapai wilayah geografis yang lebih luas yaitu wilayah Semarang dan Batam.



Gambar 2. Pemasaran Digital Produk Minuman “Markisa Manis Mampang” Kota Depok

Rencana berikutnya kegiatan Abdimas ini adalah melakukan monitoring secara intensif baik secara *online* ataupun *offline* kepada Mitra yang merupakan pelaku usaha produk minuman sari buah markisa. Kegiatan ini ditujukan untuk dapat mengetahui tingkat kecocokan pemahaman dan penerapan pemasaran digital semakin mendekati tepat atau sebaliknya pada fungsi-fungsi manajemen yang dimiliki mitra yang selaras dengan pelaksanaan kegiatan Abdimas bidang

manajemen pemasaran pada UMKM “Markisa Manis Mampang” RT 01/RW 08, Kelurahan Mampang, Kecamatan Pancoran Mas, Kota Depok.

### **KESIMPULAN DAN REKOMENDASI**

Telah berhasil dilaksanakan peningkatan tata nilai masyarakat melalui pengetahuan pemasaran digital dan penerapan fungsi-fungsi manajemen pemasaran dengan penggunaan perangkat TIK, media sosial dan situs web yang terkait dengan pelaksanaan kegiatan Adbimas pada Mitra, pelaku UMKM produk minuman “Markisa Manis Mampang”. Mitra memiliki pemahaman yang baik dalam menerapkan kegiatan pemasaran seperti pendistribusian dan promosi produk melalui pemasaran digital. Hasil kegiatan Abdimas ini telah menjadikan pasar produk minuman “Markisa Manis Mampang” telah meluas hingga ke luar Kota Depok seperti Semarang dan Batam. Perluasan pasar tersebut telah mengarah kepada peningkatan kapasitas produksi Mitra dan berdampak pada peningkatan penghasilan keluarga pelaku usaha.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Hasiholan, B. 2018. Wujud Makna Prinsip Penyuluhan Terhadap Azas-Azas Penyelenggaraan Penyuluhan Pembangunan Pertanian. *Jurnal Ilmiah Skylandsea*. 2 (1): 37- 42.
- Krisdiawan, Rio Andriyat., Supriyadi, Sugeng., Nugraha, Nunu., Rahmawati, Indah Suci dan Rahma, Diaz Athya. 2022. Pemanfaatan TIK Sebagai Strategi Pemasaran Produk Umkm desa Sembawa Dimasa Pandemi Covid-19. *Aptekmas*. 5(2): pp 160-164.
- Lestari, Hana. 2021. Pentingnya Peran Teknologi informasi dan Komunikasi (TIK) dalam meningkatkan Pemasaran Produk-produk UMKM di suatu Daerah. *Badan Kepegawaian Dan Pengebangan Sdm Daerah*. 20 Des 2021.
- Panduan Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Tahun 2023. Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi.