

**PENERAPAN DIGITAL MARKETING SEBAGAI MEDIA PENJUALAN
KERIPIK BAYAM HIDROPONIK DI DESA MUNDUSARI KECAMATAN
PUSAKANAGARA**

*Application of Digital Marketing as a Medium for Selling Hydroponic Spinach Chips In
Mundusari Village, Pusakanagara District*

Ade Suparman¹, Deny Ernawan², Silvi Aulia³, Noviyanti Hasanah⁴

^{1,3,4}Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Subang, Subang

²Fakultas Teknik Universitas Subang, Subang

Email : suparmanade09@gmail.com, denyernawan@unsub.ac.id, silviaulia101096@gmail.com,
noviyanti123@gmail.com

Article History:

Received: 20 Oktober 2022

Revised: 28 November 2022

Accepted: 31 Desember 2022

Keywords: Digital Marketing,
Hidroponik, Sales Media.

Abstract: Digital marketing is very helpful for business people in interacting with consumers directly to producers, to meet the company's operational needs, the ease obtained from digital marketing is expected to develop the business industry located in Mundusari Village of Subang Limited land in the midst of dense population becomes a obstacle to develop hydroponic cultivation. The lack of understanding of the people of Mundusari Village regarding the opportunities of the business industry and hydroponic cultivation is the main problem that must be resolved immediately. The lack of ability to market will also have an impact on business prospects so that it is necessary to conduct research to conduct training on the application of marketing as a medium for selling spinach chips with Hydroponic Techniques in Mundusari Village, Subang Regency. In community service in Mundusari Village, Subang Subdistrict, there are 4 methods used including observation methods, interview methods and training methods. The results obtained from training on the implementasion of digital marketing as a medium for selling spinach chips using hydroponic techniques in Mundusari Village of Subang Regency from PKK, Mothers earn additional income thanks to hydroponic cultivation and reach broad segmentation to exit the island by utilizing digital marketing.

Abstrak:

Digital marketing sangat membantu para pelaku bisnis dalam berinteraksi langsung dengan konsumen hingga produsen, untuk memenuhi kebutuhan operasional perusahaan, kemudahan yang didapat dari digital marketing diharapkan dapat mengembangkan industri bisnis yang berlokasi di Desa Mundusari Subang Terbatas lahan ditengah padatnya penduduk menjadi kendala untuk mengembangkan budidaya hidroponik. Kurangnya pemahaman masyarakat Desa Mundusari mengenai peluang bisnis industri dan budidaya hidroponik menjadi masalah utama yang harus segera diselesaikan. Kurangnya kemampuan memasarkan juga akan berdampak pada prospek usaha sehingga perlu dilakukan penelitian untuk melakukan pelatihan penerapan pemasaran sebagai media penjualan keripik bayam dengan Teknik Hidroponik di Desa Mundusari Kabupaten Subang. Dalam pengabdian masyarakat di Desa Mundusari Kecamatan Subang ada 4 metode yang digunakan antara lain metode observasi, metode wawancara dan metode pelatihan. Hasil yang diperoleh dari pelatihan implementasi digital marketing sebagai media penjualan keripik bayam dengan teknik hidroponik di Desa Mundusari Kabupaten Subang dari PKK, Ibu-ibu mendapatkan penghasilan tambahan berkat budidaya hidroponik dan menjangkau segmentasi yang luas hingga keluar pulau dengan memanfaatkan digital marketing.

Kata Kunci: Digital Marketing, Hidroponik, Media Penjualan.

PENDAHULUAN

Seiring terbatas nya lahan di tengah-tengah padatnya penduduk desa dari pekarangan sempit maupun luas menjadi hal penting untuk memulai pertanian (Asriani *et al.*, 2020). Makanan yang segar dan menyehatkan hasil dari pertanian dan perkebunan mengalami kebutuhan untuk kualitas hidup seseorang. Kecanggihan teknologi dalam menyerap informasi menjadi poin penting dalam pengelolaan pertanian dan perkebunan ditengah-tengah lahan yang sempit. Teknologi pertanian dilakukan dengan banyak cara seperti menanam dengan polybag sebagai media tanaman, hidroponik dan aeroponic (Tri Satya, M., Tejaningrum, A., 2017).

Informasi tentang perkembangan sistem hidroponik di Indonesia masih sangat minim, hal ini disebabkan oleh kurangnya penyuluhan tentang kelebihan sistem hidroponik pada lahan sempit. Hidroponik membutuhkan produk yang mutakhir, investasi yang tinggi serta keahlian yang khusus. Faktor tersebut yang menghambat peluang pertanian secara hidroponik (Roidah, 2014).

Sistem hidroponik wick atau sumbu merupakan suatu sistem pengairan dengan menggunakan prinsip kapilaritas. Sistem sumbu dalam teknik hidroponik dikenal sebagai sistem pasif karena tidak ada bagian yang bergerak, kecuali air yang mengalir melalui saluran kapiler dari sumbu yang digunakan. Teknik ini merupakan teknik yang mudah diterapkan dan tidak membutuhkan biaya yang banyak dalam pengadaan alatnya.

Perkebunan hidroponik dapat dipraktikkan dengan hal yang kecil seperti menanam pekarangan rumah ataupun secara besar untuk dikomersial memanfaatkan pekarangan yang sempit (Yuliantika, I dan Kusuma, 2017).

Penjualan keripik bayam yang merupakan kegiatan ekonomi pada sektor pertanian, diharapkan dapat menjadi kegiatan ekonomi dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi pada daerah tersebut manfaat (Aprianto, 2022). Penerapan digital marketing sebagai media penjualan keripik bayam diharapkan menjadi pemerataan pembangunan, pertumbuhan ekonomi maupun stabilitas nasional.

Berbagai kesempatan dalam manfaat dari Penerapan digital marketing sebagai media penjualan keripik bayam diharapkan masyarakat dapat termotivasi untuk menjalankan kegiatan penerapan digital marketing sebagai media penjualan keripik bayam di Desa Mundusari. Desa Mundusari merupakan daerah yang sangat potensial dengan jumlah penduduk 6.496 jiwa. Kurangnya pemahaman masyarakat Desa Mundusari mengenai peluang bisnis dan budidaya hidroponik menjadi permasalahan utama yang harus segera diselesaikan. Minimnya kemampuan dalam memasarkan juga akan berdampak terhadap prospek bisnis dalam menghadapi persaingan. Berdasarkan uraian di atas, maka perlu dilakukan pengabdian kepada masyarakat untuk mengetahui apakah terjadi peningkatan produksi dan pendapatan yang diperoleh sesudah penerapan digital marketing sebagai media penjualan keripik bayam dengan teknik hidroponik di Desa Mundusari Kecamatan Pusakanagara Kabupaten Subang.

Hasil dari pengamatan penulis permasalahan di Desa Mundusari dilihat dari aspek pemanfaatan dan pengetahuan dalam penggunaan digital marketing untuk penjualan dan pemasaran produknya, masyarakat belum memahami cara penjualan bisa dilakukan menggunakan media sosial seperti halnya Instagram. Maka dari itu penulis membuat pelatihan penerapan digital marketing sebagai media penjualan keripik bayam hasil panen dengan Teknik Media hidroponik di Desa Mundusari Kecamatan Pusakanagara. Untuk membantu pertumbuhan ekonomi masyarakat yang tertarik di tanaman hidroponik.

Menurut (Widiastuti, Nur Aeni and Zainudin, Achmad and Filza, Dhabitha Laviana and Prayoga, Ahmad Putra and Muzakki, 2022), media sosial merupakan media pilihan yang digemari dan memiliki kendali yang cukup tinggi untuk mempengaruhi masyarakat. Media sosial dapat memberikan peluang bisnis untuk mengembangkan pemasaran yang berbeda dari metode tradisional menjadi media yang menginspirasi konsumen. Selain itu, media sosial dapat memudahkan komunikasi pemasaran, sehingga dapat membangun hubungan dengan konsumen secara aktif. Instagram merupakan salah satu media dalam penggunaan digital marketing. Instagram adalah sebuah aplikasi yang digunakan untuk membagi-bagikan foto dan video (Rahmawati, 2016). Instagram adalah merupakan media sosial yang sedang tren untuk saat ini, salah satu media sosial yang mempunyai banyak pengguna untuk dunia termasuk Indonesia dengan pengguna aktif Instagram mencapai 56 juta pengguna aktif pada tahun 2019 (BISNIS.COM, 2019) hal ini menjadikan Indonesia menempati peringkat ke-4 pengguna instagram terbanyak di dunia. Menurut survey pengguna instagram, menunjukkan sebanyak hampir 90% orang yang berkomunikasi dengan bisnis menggunakan Instagram, dengan 76% membeli melalui di instagram, yang tidak membeli juga tetap mencari di instagram, serta pengguna instagram pun belajar bisnis melalui instagram. Diperlukan upaya untuk mencapai hasil dari digital marketing. Marketing harus memiliki strategi bisnis dalam pemasaran digital (Yasmin, A., Tasneem, S., & Fatema, 2015).

Seiring dengan perkembangan Teknologi Informasi dan internet juga berpengaruh besar terhadap perkembangan di bidang promosi produk. Oleh karena itu pengabdian ini menjadi solusi untuk meningkatkan daya saing penjualan produk melalui pelatihan *digital marketing* dengan menggunakan instagram. Adapun sebagai tujuan dari pengabdian ini adalah untuk dapat meningkatkan pengetahuan kepada mitra terhadap pentingnya media dalam melakukan promosi.

Salah satu pemanfaatan *digital marketing* pada kegiatan ini adalah penggunaan media sosial sebagai media promosi pada instagram. Instagram menjadi unggulan selain *facebook* dan *marketplace* hal ini dikarenakan penggunaannya yang *user friendly*, lebih murah dibandingkan membuat *website* sebagai media promosi untuk toko *online*, memiliki fitur instagram *story* dan

feed instagram sebagai fitur unggulan yang dapat memudahkan konsumen dalam melihat produk di toko *online*, dan yang paling penting adalah sering dilihat pertama kali oleh *follower* instagram dikarenakan setiap kali penjual unggah di instagram *story* para *follower* toko tersebut sehingga mendapatkan pemberitahuan unggahannya.

METODE

Metode Observasi

Menurut (Hasanah, 2017), metode observasi merupakan teknik pengumpulan data, dimana peneliti melakukan pengamatan secara langsung ke objek penelitian untuk melihat dari dekat kegiatan yang dilakukan. Metode observasi sering kali diartikan sebagai pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada subyek penelitian. Teknik observasi sebagai pengamatan dan pencatatan secara sistematis hendaknya dilakukan pada subyek yang secara aktif mereaksi terhadap obyek.

Metode Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data untuk mendapat keterangan lisan melalui tanya jawab dan berhadapan langsung dengan informan yang dapat memberi keterangan. (Haqiqi, 2019) Wawancara ini dilakukan dalam proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil menatap muka antara si penanya atau pewawancara dengan si penjawab atau responden, hal ini biasanya digunakan untuk mencari keterangan dalam memperoleh dan memastikan fakta, dalam memperkuat kepercayaan, perasaan dan mengenali standar kegiatan.

Metode Pelatihan

Untuk mempelajari pengetahuan, keterampilan, perilaku serta kemampuan, pelatihan merupakan salah satu proses sistematis yang digunakan dalam mengetahui tujuan pribadi dan organisasi. (Muchlisin. Riadi, 2020) Pelatihan juga dapat diartikan sebagai kegiatan yang dimaksudkan untuk memperbaiki dan mengembangkan sikap, tingkah laku keterampilan, dan pengetahuan dari karyawannya sesuai dengan keinginan perusahaan.

Secara khusus menurut (Hasibuan, 2016) seorang pelatih, pengajar atau pemateri harus memenuhi beberapa persyaratan atau kualifikasi antara lain adalah sebagai berikut:

1. *Teaching Skills*. Seorang pelatih harus mempunyai kecakapan untuk Mendidik atau, mengajarkan, membimbing, memberikan petunjuk, dan mentransfer pengetahuannya kepada peserta pengembangan.
2. *Communication Skills*. Seorang pelatih harus mempunyai kecakapan berkomunikasi, baik lisan maupun tulisan secara efektif.
3. *Personality Authority*. Seorang pelatih harus memiliki kewibawaan terhadap peserta pengembangan.
4. *Social Skills*. Seorang pelatih harus mempunyai kemahiran dalam bidang sosial agar terjalin kepercayaan dan kesetiaan dari para peserta pengembangan.
5. *Technical Competent*. Seorang pelatih harus berkemampuan teknis, kecakapan teoretis, dan tangkas dalam mengambil suatu keputusan.
6. Stabilitas Emosi. Seorang pelatih tidak boleh berprasangka jelek terhadap anak didiknya, tidak boleh cepat marah, mempunyai sifat kebapakan, keterbukaan, tidak pendendam serta memberikan nilai yang objektif

Metode Penyuluhan

Metode penyuluhan adalah cara yang sistematis untuk mencapai suatu tujuan yang telah direncanakan melalui diskusi, rapat dan pertemuan praktek. Setiap orang belajar melalui banyak cara yang berbeda-beda sesuai dengan kemampuan menangkap pesan yang diterima, ada yang cukup mendengar saja, atau melihat dan juga ada yang harus mempraktekkan dan kemudian mendistribusikannya.

Penyuluhan bertujuan untuk mengubah kehidupan masyarakat menjadi lebih baik dari keadaan yang ada. Perubahan kehidupan masyarakat tersebut mencakup setiap bidang, di segala segi dan dalam semua lapangan. Menurut Kartasapoetra (1987) dalam (Muchlisin Riadi, 2020), terdapat dua tujuan penyuluhan, yaitu tujuan jangka pendek dan tujuan jangka panjang, antara lain:

1. Tujuan Jangka Pendek; Perubahan tingkat pengetahuan, Perubahan tingkat kecakapan atau kemampuan, Perubahan sikap dan Perubahan motif tindakan.
2. Tujuan Jangka Panjang; *Better farming*, mau dan mampu mengubah cara-cara usaha dengan cara-cara yang lebih baik, *Better business*, berusaha yang lebih menguntungkan dan *Better living*, menghemat dan tidak berfoya-foya setelah tujuan utama telah tercapai.

Penyuluhan berperan sebagai salah satu metode penambahan dan peningkatan Motivasi seseorang sebagai tahap awal terjadinya perubahan perilaku. Proses perubahan perilaku akan menyangkut aspek motivasi, keterampilan dan sikap mental, sehingga mereka tahu, mau dan mampu melaksanakan perubahan-perubahan dalam kehidupannya demi tercapainya perbaikan kesejahteraan keluarga yang ingin dicapai.

Kegiatan penyuluhan tidak dapat lepas dari media karena melalui media pesan disampaikan dengan mudah untuk dipahami. Media dapat menghindari kesalahan persepsi, memperjelas informasi, dan mempermudah pengertian.

Alat bantu penyuluhan adalah alat-alat yang digunakan oleh pendidik dalam menyampaikan bahan pendidikan/pengajaran, berfungsi untuk membantu dan memperagakan sesuatu didalam proses pendidikan/pengajaran.

Menurut Lucia (2005) dalam (Muchlisin Riadi, 2020) media dan alat bantu yang biasa digunakan dalam penyuluhan adalah sebagai berikut:

1. Leaflet

Leaflet adalah bentuk penyampaian informasi kesehatan melalui lembar yang dilipat. Keuntungan menggunakan media ini antara lain; sasaran dapat menyesuaikan dan belajar mandiri serta praktis karena mengurangi kebutuhan mencatat, sasaran dapat melihat isinya disaat santai dan sangat ekonomis. Kelemahan dari leaflet adalah tidak cocok untuk sasaran individu, tidak tahan lama dan mudah hilang dan akan menjadi percuma jika sasaran tidak diikuti secara aktif, serta perlu proses penggandaan yang baik.

2. Flift Chart (lembar balik)

Flift Chart adalah media penyampaian pesan atau informasi kesehatan dalam bentuk buku dimana setiap lembar berisi gambar peragaan dan lembar baliknya berisikan kalimat sebagai pesan kesehatan yang berkaitan dengan gambar. Keunggulan dari penyuluhan dengan menggunakan media ini antara lain mudah dibawa, dapat dilipat maupun digulung, murah dan efisien, dan tidak perlu peralatan yang rumit. Kelemahannya yaitu terlalu kecil untuk sasaran yang berjumlah relatif besar serta mudah sobek dan tercabik.

3. Film dan Video

Keunggulan media ini antara lain dapat memberikan realita yang memungkinkan sulit direkam kembali oleh mata dan pikiran sasaran, dapat memicu diskusi mengenai sikap dan perilaku, dan

dapat merefleksikan kepada diri mereka tentang keadaan yang benar-benar terjadi. Kelemahan media ini antara lain, memerlukan sambungan listrik, peralatannya berisiko untuk rusak, dan perlu adanya kesesuaian antara kaset dengan alat pemutar, membutuhkan ahli profesional agar gambar mempunyai makna dalam sisi artistik maupun materi, serta membutuhkan banyak biaya karena menggunakan alat-alat yang canggih.

4. Slide

Keunggulan media ini antara lain dapat memberikan realita walaupun terbatas, cocok untuk sasaran yang jumlahnya relatif besar dan pembuatannya relatif murah, serta peralatannya cukup ringkas dan mudah digunakan. Kelemahan media ini antara lain memerlukan sambungan listrik, peralatannya berisiko mudah rusak, serta memerlukan sumber daya manusia yang terampil dan memerlukan ruangan sedikit lebih gelap.

5. Transparan OHP

Keunggulan media ini antara lain dapat dipakai untuk mencatat poin-poin penting saat diskusi sedang berjalan, murah dan efisien karena alatnya mudah didapat dan digunakan untuk sasaran yang relatif kecil maupun besar, peralatannya mudah digunakan dan dipelihara. Kelemahan media ini antara lain memerlukan aliran listrik, sukar memperkenalkan gerakan dalam bentuk visual, lensa OHP dapat menghalangi pandangan kelompok sasaran apabila pengaturan tempat duduk komunikasi yang tidak baik.

6. Papan Tulis

Keunggulan media ini antara lain murah dan efisien, baik untuk menjelaskan sesuatu, mudah dibersihkan dan digunakan kembali. Kelemahan media ini antara lain terlalu kecil untuk sasaran dalam jumlah relatif besar, tidak efektif karena penyuluh harus membelakangi kelompok sasaran saat sedang menulis sesuatu, terkesan kotor apabila tidak dibersihkan dengan baik.

HASIL dan DISKUSI

E-Marketing atau digital marketing diartikan sebagai penggunaan teknologi digital untuk mencapai tujuan pemasaran serta upaya pengembangan atau penyesuaian konsep pemasaran itu sendiri, dapat berkomunikasi dalam cakupan global, dan mengubah cara perusahaan melakukan bisnis dengan pelanggan. (Ikhsana, P. D., Prianto, G. F., & Anggraini, 2019).

Dari pendapat tersebut bisa disimpulkan bahwasanya Digital marketing merupakan salah satu diantaranya digunakan untuk cara pemasaran dengan penerapan penggunaan teknologi secara digital. Adapun yang menjadi salah satu bentuk marketing digital dengan menggunakan media elektronik atau internet adalah (e-marketing) internet marketing. E-Marketing ini merupakan proses pemasaran yang dalam pengelolaannya menggunakan teknologi komunikasi berbasis elektronik, khususnya adalah internet. Digital marketing memiliki peranan yang sangat strategis dalam menarik dan mengarahkan konsumen untuk melakukan perpaduan antara komunikasi elektronik dan komunikasi tradisional.

Menurut (Chaffey, 2006) retensi tersebut dapat dicapai dengan meningkatkan pengetahuan tentang konsumen seperti profil, perilaku, nilai, dan tingkat loyalitas, kemudian menyatukan komunikasi yang ditargetkan dan pelayanan online sesuai kebutuhan masing-masing individu. Digital marketing merupakan kegiatan marketing termasuk branding yang menggunakan berbagai media berbasis online / web seperti website, blog, e-mail, adwords, ataupun jejaring sosial.

Pada kegiatan pelatihan budidaya hidroponik dilakukan di Desa Mundusari Kecamatan Pusakanagara Kabupaten Subang adalah dengan cara mengumpulkan sejumlah masyarakat yang terdiri dari pemuda Karang Taruna dan ibu-ibu PKK Desa Mundusari yang dibagi dalam beberapa

kelompok.

Dalam pelaksanaan pelatihan peserta pelatihan diberikan informasi tentang cara-cara usaha hidroponik seperti cara penyemaian benih, penanaman benih yang telah tumbuh, perawatan, pemanenan sayuran, tanaman apa saja yang bisa ditanam, apa keuntungan yang bisa diperoleh dari proses bercocok tanam dengan teknik hidroponik oleh narasumber Kiki M Iqbal, S.Sos. Selain penyuluhan, peserta pelatihan juga dapat melihat secara langsung demonstrasi penanaman tanaman dengan teknik hidroponik. Setelah kegiatan diatas selesai, dilakukan praktik budi daya sayuran dengan sistem hidroponik.

Setelah mengikuti pelatihan pemuda Karang Taruna dan ibu-ibu PKK Desa Mundusari hidroponik yang dilatih telah mampu melakukan teknik budi daya tanaman secara hidroponik khususnya tanaman sayur- sayuran. Semua peserta pelatihan akhirnya biasa paham bagaimana cara melakukan pembibitan, persiapan media tanam, pembuatan rak hidroponik sampai dengan kegiatan pemanenan.

Kegiatan pelatihan ini membentuk jiwa kewirausahaan terutama yang terkait dengan bisnis di bidang tanaman hidroponik. Tanaman muda seperti sayur-sayuran yang dibudidayakan dengan sistem hidroponik akan menghasilkan sayuran dengan kualitas yang baik dan higienis. Tanaman yang dibudidayakan dalam pelatihan ini adalah jenis tanaman bayam yang ditanam dalam media instalasi botol bekas dan galon bekas.

Tabel. 1 Susunan Acara Pelatihan Digital Marketing Sebagai Media Penjualan Keripik Bayam Metode Budidaya Hidroponik.

No.	Hari	Tanggal	Materi	Waktu
1	Minggu	21 Agustus 2022	Pelatihan hidroponik	09.00-10.30
2			Proses pembuatan Kerangka Hidroponik	
3			ISHOMA	12.00-13.00
5			Praktek pengaplikasian Hidroponik	13.30-14.30
5			Hasil dan pemasaran hidroponik	14.30-15.30

Gambar 1. Pelatihan hidroponik dan mengaplikasikan hasil hidroponik
Pelatihan Digital Marketing



Sebagai tahapan kegiatan yang diberikan dimulai dari pemberian materi-materi/sosialisasi tentang literasi digital marketing dan pendampingan dalam pembuatan akun pada marketplace media sosial.

Sosialisasi ini bertujuan untuk memotivasi pemuda Karang Taruna dan ibu-ibu PKK Desa Mundusari agar mengikuti pelatihan dari awal sampai akhir dengan baik sehingga semua

penjelasan dan kebermanfaatan program pelatihan dapat diserap sepenuhnya. Selain itu pula semua peserta diberikan wawasan tentang bagaimana pentingnya dan manfaatnya dari digital marketing. Peserta dimotivasi agar mampu dan mau berusaha untuk beradaptasi dengan digitalisasi dalam memasarkan produknya sehingga dapat melakukan kejangkauan pemasaran yang lebih luas. Para peserta pelatihan sangat antusias mendengarkan sosialisasi dan mengikuti simulasi pemasaran melalui digital marketing dengan baik sampai dengan selesai.

Digital marketing yang diperkenalkan selama pelatihan yaitu media sosial instagram. Pembuatan akun sudah dilakukan tim pelaksana sehingga pada saat pelatihan, peserta pelatihan langsung mempraktikkan pada smartphone masing-masing dengan proses instalasi yang dibantu oleh tim pelaksana.

Deskripsi masing-masing digital marketing yang digunakan peserta pelatihan adalah dengan menggunakan media sosial instagram. Pada tahapan pertama Akun Instagram meminta peserta pelatihan mengisi profil usaha dan foto produk yang akan di pasarkan. Para peserta pelatihan dengan antusias mengisi profil tersebut dengan foto yang sudah dimiliki selama pelatihan pembuatan produk. Mitra pelatihan juga aktif dalam mengisi deskripsi produk dan memberikan ide promo yang bisa calon pembeli dapatkan dengan mengikuti aturan pada Instagram.

Adapun langkah-langkah yang dilakukan dalam pelatihan penggunaan instagram sebagaimana berikut:

1. Buka Google Play Store. Aplikasi ini ditandai oleh ikon segitiga dengan beragam warna dan bisa ditemukan di salah satu home screen (atau laci/halaman aplikasi).
2. Sentuh ikon kaca pembesar.
3. Tikkan "Instagram."
4. Sentuh tombol Go.
5. Sentuh pilihan "Instagram" dari hasil pencarian yang ditampilkan.
6. Pilih Install. Tombol tersebut berada di sisi kanan atas halaman.
7. Pilih Accept jika diminta. Setelah itu, aplikasi Instagram akan mulai diunduh.

Gambar 2. Praktek digital marketing, hasil produk dan pemasaran.



KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada Masyarakat Universitas Subang yang terdiri dari dosen-dosen dan mahasiswa menfokuskan pada pengembangan ekonomi kreatif Desa Mundusari Kecamatan Pusakanagara Kabupaten Subang mendapatkan hasil sebagaimana berikut:

1. Pada awalnya ibu-ibu PKK Desa Mundusari tidak begitu memahami dan mengetahui tentang agribisnis dan budidaya hidroponik, akan tetapi setelah diberikan pelatihan hidroponik dan digital marketing, ibu-ibu PKK Desa Mundusari saat ini bisa lebih memahami tentang peluang usaha di sector ini, seperti pelatihan digital marketing sebagai media penjualan keripik bayam khususnya pada metode hidroponik yang bisa meningkatkan pendapatan walaupun dari lahan yang sangat kecil.
2. Telah dilakukan pelatihan digital marketing dilakukan untuk dapat memperkuat segmentasi dan market penjualan dan pelatihan hidroponik yang di ikuti oleh ibu-ibu PKK Desa Mundusari dengan sangat baik.

Adapun sebagai saran dari kegiatan yang telah dilaksanakan diantaranya sebagai berikut:

1. Bagi Pelaku Usaha diharapkan dapat meningkatkan hasil usaha ibu-ibu PKK Desa Mundusari yang sudah ada dengan melakukan kerjasama dengan instansi terkait dalam permodalan dan pengelolaan SDM sehingga dapat lebih berkembang dan meningkatkan produksinya di masa yang akan datang.
2. Bagi Masyarakat Desa Mundusari diharapkan dapat meningkatkan dan melihat peluang usaha khususnya yang berhubungan dengan pelatihan digital marketing sebagai media penjualan keripik bayam dan industri lainnya yang ada di wilayahnya saat ini, serta dapat memberikan kontribusi yang positif terhadap usaha kecil yang dimulai dari rumahan.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Puji syukur kepada Allah SWT yang senantiasa kami panjatkan karena hanya dengan rahmat dan hidayah-Nya kami dapat menyelesaikan pengabdian ini. Alhamdulillah kami juga banyak mendapatkan dukungan dari berbagai pihak yang telah menyumbangkan tenaga pikiran, waktu, dan lainnya.

Oleh karena itu, pada kesempatan yang baik ini kami mengucapkan terima kasih kepada:

1. Universitas Subang;
2. BPKKN Universitas Subang;
3. Dosen KDPL Mahasiswa Universitas Subang;
4. Dosen DPL Mahasiswa Universitas Subang;
5. Kepala Desa Mundusari Kec. Pusakanagara Kab. Subang;
6. Masyarakat Desa Mundusari Kec. Pusakanagara Kab. Subang.

Semoga amal dan kebaikan yang diberikan kepada kami akan mendapatkan balasan dari Allah SWT. Aamiin.

DAFTAR REFERENSI

- Aprianto, A. (2022) 'PENINGKATAN KEWIRAUSAHAAN KERIPIK BAYAM MENGGUNAKAN MEDIA SOSIAL UNTUK MENINGKATKAN EKONOMI DESA KOTA AGUNG', *Marlborough: Journal of Community Service*, 1(1), pp. 19–24.
- Asriani, A. *et al.* (2020) 'Persepsi Masyarakat Terhadap Agribisnis Sayuran Metode Hidroponik Starterkit Wick Di Kota Kendari', *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 6(1), p. 11. doi: 10.25157/ma.v6i1.2595.
- Chaffey, D. (2006) 'Additional student support at www.pearsoned.co.uk/chaffey'.
- Haqiqi, F. N. (2019) *Pendistribusian Dana Sosial Program Keluarga Harapan (PKH) dalam Prespektif Distribusi Islam (Studi Kasus di Desa Tunglur Kecamatan Badas Kabupaten Kediri)*. IAIN Kediri. Available at: <http://etheses.iainkediri.ac.id/1583/>.
- Hasanah, H. (2017) 'Teknik-teknik observasi (sebuah alternatif metode pengumpulan data kualitatif ilmu-ilmu sosial)', *At-Taqaddum*, 8(1), pp. 21–46.
- Hasibuan, M. (2016) *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Ikhsana, P. D., Prisanto, G. F., & Anggraini, R. (2019) 'Penerapan Strategi E-Marketing Communication Dan Ekuitas Merek Siaranku.Com Terhadap Loyalitas Viewers.', *Inter Komunika: Jurnal Komunikasi*, 4(1), p. 58. Available at: <https://doi.org/10.33376/ik.v4i1.217>.
- Rahmawati, D. (2016) 'Pemilihan dan Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komuniasi Pemasaran Online (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun Instagram @FreezyBrowniezz)', *Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.*, 1.
- Riadi, Muchlisin. (2020) *Pelatihan Kerja (Pengertian, Tujuan, Jenis, Aspek, Syarat dan Prinsip)*. Available at: <https://www.kajianpustaka.com/2020/11/pelatihan-kerja.html>.
- Riadi, Muchlisin (2020) *Penyuluhan (Pengertian, Tujuan, Program, Metode dan Media)*. Available at: <https://www.kajianpustaka.com/2020/01/penyuluhan-pengertian-tujuan-program.html> (Accessed: 25 January 2023).
- Roidah, I. (2014) 'Pemanfaatan Lahan Dengan Menggunakan Sistem Hidroponik.', *Jurnal Universitas Tulungagung BONOROWO*, 1(2), pp. 43-49.
- Tri Satya, M., Tejaningrum, A., & H. (2017) 'Manajemen Usaha Budidaya Hidroponik', *Dharma Bhakti Ekuitas*, 01(02), pp. 2528–2590.
- Widiastuti, Nur Aeni and Zainudin, Achmad and Filza, Dhabitha Laviana and Prayoga, Ahmad Putra and Muzakki, A. (2022) 'Pelatihan Digital Marketing Berbasis Instagram Di CV Kurnia Barokah Jepara', *Abdimas Universal*, 4(1), pp. 28–33.
- Yasmin, A., Tasneem, S., & Fatema, K. (2015) 'Effectiveness of Digital Marketing in the Challenging Age: An Empirical Study. The International Journal of Management Science and Business Administration', 1(5), pp. 69–80.
- Yuliantika, I dan Kusuma, N. (2017) 'No TitleEfektivitas Media Tanam Dan Nutrisi Organik Dengan Sistem Hidroponik Wick Pada Tanaman Sawi Hijau. Prosiding Seminar Nasional SIMBIOSIS II', *Universitas PGRI Madiun*, pp. 228–238.