

DOI: <https://doi.org/10.35961/jppmkepri.v3i1.627>

## **Peningkatan Produktivitas Ekonomi Melalui Promosi Media Sosial di Desa Sungai Tabuk, Kabupaten Sukamara, Kalimantan Tengah**

**Marsiah<sup>1\*</sup>, Abdul Azis<sup>2</sup>, Nor Maulida<sup>3</sup>, Norhikmah<sup>4</sup>, Desi Herlina<sup>5</sup>, Muhammad Ricky Aprianto<sup>6</sup>, Muhammad Ansyari<sup>7</sup>, Nor Sakinah<sup>8</sup>, Nur Aulia Syafitri<sup>9</sup>, Pengki Pahyuda<sup>10</sup>, Siti Maulidiah<sup>11</sup>, Umu Karimatul Husna<sup>12</sup>**

1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12 Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya, Kalimantan Tengah, 73211, Indonesia

\* [marsiah@iain-palangkaraya.ac.id](mailto:marsiah@iain-palangkaraya.ac.id)

### **Abstrak**

Pesatnya pertumbuhan ekonomi di Indonesia menimbulkan berbagai kesenjangan dalam masyarakat, salah satunya produktivitas sumber daya manusia. Hal ini juga yang dirasakan oleh masyarakat di Desa Sungai Tabuk Kecamatan Pantai Lunci Kabupaten Sukamara Provinsi Kalimantan Tengah, dengan meningkatnya pertumbuhan dan pembangunan menyebabkan meningkatnya kebutuhan masyarakat. Potensi masyarakat di Desa Sungai Tersebut di dominasi sebagai nelayan maka hasil laut menjadi salah satu sumber mata pencarian yang diharapkan oleh masyarakat. Pengabdian ini bertujuan meningkatkan produktivitas ekonomi masyarakat di Desa Sungai Tabuk melalui pemanfaatan media sosial sebagai media promosi. Penulisan ini menggunakan metode pendekatan *Asset Based Community Development* (ABCD). Hasil pengabdian menunjukkan bahwa produktivitas ekonomi di Desa Sungai Tabuk meningkat dengan terbukanya lapangan kerja bagi masyarakat di desa tersebut dan didukung oleh pemasaran melalui media sosial sehingga kehidupan masyarakat menjadi lebih makmur.

*Kata kunci:* Promosi, produktivitas, sosial media

### **Abstract**

*The rapid economic growth in Indonesia has created various gaps in society, one of which is the productivity of human resources. This is also felt by the people in Sungai Tabuk Village, Pantai Lunci District, Sukamara Regency, Central Kalimantan Province, with increased growth and development causing increased community needs. The potential of the community in the river is dominated by fishermen, so marine products are one of the livelihood sources expected by the community. This service aims to increase the economic productivity of the people in Sungai Tabuk Village through the use of social media as a promotional medium. This study uses the Asset Based Community Development (ABCD) approach. The results of the service show that economic productivity in Sungai Tabuk Village has increased with the opening of employment opportunities for the people in the village and supported by marketing through social media so that people's lives become more prosperous.*

*Keywords:* Promotion, productivity, social media

## Pendahuluan

Pada saat ini, teknologi mengalami kemajuan yang sangat pesat dalam segala aspek kehidupan baik dalam aspek pendidikan, sosial maupun ekonomi. Teknologi membawa pengaruh besar dalam kehidupan saat ini, sehingga masyarakat tidak dapat dipungkiri bahwa teknologi menjadi salah satu kebutuhan yang tidak dapat terpisahkan dalam kehidupan. Selain itu, media yang paling banyak digunakan oleh masyarakat adalah media sosial. Secara umum, media diartikan sebagai suatu sarana atau alat yang digunakan untuk mempermudah seseorang dalam menyampaikan informasi kepada orang lain. Media sosial memiliki peranan yang sangat penting dalam kehidupan bahkan ada beberapa yang menganggap media sosial sebagai kebutuhan utama karena dengan adanya media sosial masyarakat dapat dengan mudah mengakses informasi dimanapun dan kapanpun. Dengan adanya media sosial ini telah membuat manusia lebih efektif dan efisien dalam berkomunikasi maupun memperoleh informasi yang diinginkan. Media sosial dapat digunakan sebagai media sosialisasi dan interaksi, sehingga media sosial dapat digunakan untuk menarik perhatian orang lain untuk mengunjungi tautan yang berisi informasi mengenai produk, iklan dan layanan lainnya sehingga media sosial dapat digunakan sebagai media pemasaran atau promosi yang efektif dan efisien. Apa yang diungkapkan oleh Ekasari bahwa perkembangan dan pertumbuhan dalam dunia bisnis akan memberikan kesejahteraan yang semakin meningkat bagi kehidupan masyarakat. (Rifa'i, 2017, 67-73)

Promosi berasal dari bahasa Inggris, *promote* yang berarti meningkatkan atau mengembangkan. Promosi adalah upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa pada dengan tujuan menarik calon konsumen untuk membeli atau mengkonsumsinya. Dengan adanya promosi produsen atau distributor mengharapkan kenaikannya angka penjualan. Dalam mengelola suatu sistem komunikasi pemasaran memerlukan suatu rancangan strategi dan program-program penjualan yang efektif dan efisien. Promosi penjualan merupakan unsur kunci dalam kampanye perusahaan dan promosi yang paling baik adalah promosi yang dilakukan oleh pelanggan yang puas. Dengan demikian, promosi perlu ditangani secara cermat karena masalahnya bukan hanya menyangkut pada bagaimana berkomunikasi dengan pelanggan akan tetapi juga menyangkut seberapa besar biaya yang dikeluarkan untuk biaya ini yang tentunya harus disesuaikan pada kondisi dan kemampuan perusahaan (Augustinah & Widayati, 2019: 7-8).

Desa Sungai Tabuk merupakan desa yang terletak di tepi pantai yang mana pekerjaan mayoritas warganya adalah nelayan. Dengan hal tersebut maka Desa Sungai Tabuk mempunyai hasil laut melimpah yang mana hasil laut ini biasanya di jual langsung ataupun di olah sebagai produk olahan makanan yang memiliki harga lebih tinggi yang mana penjualan produk masih belum di jual melalui media sosial hal ini menyebabkan penjualan produk masih jenis media sosial yang dikenal oleh masyarakat sangat beragam. Meskipun memiliki potensi yang beragam, kegiatan perekonomian di Desa Sungai Tabuk dapat dikatakan kurang lancar karena banyak masyarakat yang memilih untuk bekerja ke luar daerah. Hal ini disebabkan karena kurangnya lapangan pekerjaan di desa tersebut sehingga banyak masyarakat yang merantau untuk mencari pekerjaan di daerah lain. Berdasarkan hasil observasi awal, mata pencarian utama masyarakat adalah sebagai nelayan. Namun, pekerjaan nelayan tidak dapat berjalan lancar karena pekerjaan ini sangat bergantung pada kondisi alam (musiman). Oleh sebab itu, sedikitnya jumlah Sumber Daya Manusia (SDM) yang berada di Desa Sungai Tabuk menyebabkan produktivitas ekonomi kurang berjalan dengan lancar. Hal ini tentu sangat berpengaruh dalam menunjang pengembangan dan pendapatan ekonomi pada desa tersebut. Potensi desa jika dikembangkan dengan maksimal mampu meningkatkan pendapatan masyarakat sekitar yang nantinya dapat meningkatkan perekonomian masyarakat (Wahyuningsih & Pradana, 2021, 323-334)

Pertumbuhan penduduk yang sangat tinggi akan menimbulkan berbagai masalah dan hambatan bagi upaya-upaya pembangunan yang dilakukan di negara berkembang. Hal ini dikarenakan pertumbuhan penduduk yang cukup tinggi sehingga, menyebabkan tingginya jumlah tenaga kerja yang dibutuhkan, sedangkan kemampuan negara berkembang dalam menciptakan kesempatan kerja baru sangat terbatas (Indriani, 2016: 68). Pemberdayaan dan Kesejahteraan Keluarga (PKK) merupakan salah satu gerakan untuk membantu dan mendukung program-program pemerintah dengan mendata beberapa aspek yang diperlukan

seperti data warga, ibu hamil, bayi dan balita, kelahiran, kematian, sampai kegiatan masyarakat. PKK merekrut anggota sampai lapisan bawah dengan cara mengajak ibu rumah tangga yang ingin bergabung dan menjadi pengurus organisasi PKK. Hal ini dikarenakan keluarga merupakan unit terkecil masyarakat yang akan berpengaruh besar terhadap kinerja pembangunan dalam mendukung program-program pemerintah. Dari sisi programnya, PKK pada awalnya diarahkan untuk mendorong kemajuan wanita agar dapat memainkan peran gandanya secara baik, yaitu sebagai pengelola keluarga, pencari nafkah dan pelaku pembangunan. Akan tetapi sesuai dengan perkembangannya, program pemberdayaan wanita kemudian diarahkan untuk mewujudkan kemitrasejajaran antara pria dan wanita dalam kehidupan berkeluarga, bermasyarakat, berbangsa dan bernegara. Dengan demikian sarannya ditujukan untuk mengembangkan dan mengangkat berbagai potensi yang ada pada diri wanita yang memungkinkan dirinya dapat memanfaatkan hak dan kesempatan yang sama terhadap sumber pembangunan (Mulyati & Suhaety, 2021: 289).

Potensi yang ada di Desa Sungai Tabuk sangatlah beragam salah satu diantaranya adalah ebi yang di olah menjadi terasi dan udang rebon. Selain itu, masyarakat membuat sebuah inovasi baru yang di gagas oleh Tim Penggerak-Pemberdayaan dan Kesejahteraan Keluarga (TP-PKK) dengan memanfaatkan hasil potensi laut berupa udang yang kemudian di olah menjadi cemilan stik udang. Bukan hanya itu, masyarakat kembali membuat sebuah inovasi baru dari limbah organik menjadi produk olahan makanan yaitu kerupuk kulit pisang. Produksi produk olahan makanan yang dibuat oleh TP-PKK ini diberi nama jajanan taboek. Namun, produksi olahan makanan ini mengalami kendala dalam strategi pemasaran karena kurangnya promosi produk baik melalui media sosial ataupun secara lansung. Oleh karena itu, hal ini menjadi daya tarik penulis untuk membantu meningkatkan pemasaran produk yang diolah oleh TP-PKK melalui promosi dengan memanfaatkan media sosial. Salah satu media yang digunakan dalam melakukan promosi yaitu melalui instagram. Instagram merupakan aplikasi untuk berbagi foto dan vidio serta bertukar pesan melalui fitur *direct message* yang ada di Instagram. Instagram merupakan salah satu cara yang digunakan oleh penulis dalam melakukan promosi, cara ini dilakukan dengan harapan dapat menyediakan lapangan pekerjaan dan meningkatkan pembangunan masyarakat di desa tersebut. Tujuan pengabdian adalah untuk mengetahui potensi desa Sungai Tabuk dalam peningkatan produktivitas ekonomi masyarakat melalui pemanfaatan media sosial sebagai promosi.

### Metode

Pengabdian dilakukan di Desa Sungai Tabuk Kecamatan pantai Lunci Kabupaten Sukamara Provinsi Kalimantan Tengah yang merupakan salah satu desa yang ramai dikunjungi oleh masyarakat Kalimantan Tengah khususnya dan masyarakat luar Kalimantan Tengah pada umumnya. Metode yang digunakan dalam pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat Desa Sungai Tabuk melalui kuliah kerja nyata (KKN) adalah metode pendekatan *Asset Based Community Development* (ABCD). Metode ABCD pertama kali dikembangkan oleh John L. McKnight dan John P. Kretzmann dari Northwestern University, Amerika Serikat. Secara umum, metode ABCD adalah suatu pendekatan yang menekankan pada penyusunan strategi untuk pembangunan masyarakat berkelanjutan dengan berbasis aset. Metode ABCD ini berperan dalam memobilisasi masyarakat dalam pembangunan desa serta mengidentifikasi cara untuk menciptakan maupun memanfaatkan aset lokal agar lebih berdayaguna (N & Zulfiani, 2021: 5).

Strategi peningkatan kesejahteraan masyarakat dilakukan dengan pendampingan promosi yang dilakukan bersama masyarakat Desa Sungai Tabuk untuk terwujudnya pendampingan promosi melalui media sosial instagram dengan beberapa tahap. Tahap pertama adalah *discovery* (menemukan), dalam tahap ini kegiatan dilakukan dengan mencari informasi dari warga Desa Sungai Tabuk, kemudian diperoleh informasi bahwa permasalahan utama yang dihadapi adalah kurangnya lapangan pekerjaan sehingga banyak masyarakat yang memilih untuk bekerja di luar daerah, dimana hal ini berdampak pada kegiatan perekonomian di Desa Sungai Tabuk. Selain itu, potensi yang dimiliki Desa Sungai Tabuk, salah satunya yaitu hasil tangkapan udang yang cukup melimpah, tetapi biasanya masyarakat langsung menjual udang hasil tangkapan secara langsung tanpa diolah. Tetapi, setelah kami melakukan wawancara dengan Ibu-Ibu TP-PKK Desa Sungai Tabuk, kami

memperoleh informasi bahwa mereka melakukan inovasi dengan mengolah jajanan yang terbuat dari udang dan kulit pisang. Inovasi kedua jajanan tersebut sangat menarik, khususnya kerupuk kulit pisang karena biasanya kulit pisang langsung dibuang setelah diambil isinya. Namun, permasalahan yang dihadapi adalah masalah pemasaran produk jajanan yang sudah diproduksi oleh Ibu-ibu TP-PKK Desa Sungai Tabuk.

Tahap kedua sesudah *discovery* adalah *dream* (mimpi) dimana setelah potensi ditemukan di Desa Sungai tabuk kemudian dibayangkan bagaimana potensi tersebut bisa dikelola oleh masyarakat yang ada di desa tersebut yang dapat menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat desa. Pada tahap inilah potensi alam yang ditemukan akan dipikirkan bagaimana bagaimana memfungsikan potensi laut seperti ikan atau udan serta potensi yang ada di darat seperti pisang bisa diolah dengan baik sehingga muncul ide untuk memproduksi jajanan kemasan seperti udang dapat dikelola menjadi produk makanan ringan yang menghasilkan produk lebih banyak lagi. Begitu juga dengan buah pisang yang tidak hanya isi pisang dibuat kripik seperti pada umumnya namun kulitnya pun dapat diolah menjadi makanan ringan yang tidak kalah enakannya dengan isi pisang yang biasa dibuat menjadi kripik dan bagaimana cara pemasarannya..

Tahap ketiga adalah *design* (merancang) dimana tahap ini merupakan tahap rancangan produk makanan yang telah ditentukan sebelumnya untuk dibuat makanan ringan supaya produk ini bisa memiliki nilai daya jual yang tinggi dengan dilakukan pemasaran dalam lingkup mikro terlebih dahulu kemudian dipromosikan dalam lingkup luas dimana produk yang diproduksi oleh para ibu-ibu di desa Sungai Tabuk dipromosikan melalui media sosial khususnya instagram yang dianggap mampu untuk menarik peminat pembeli yang dilakukan secara online dengan tujuan memudahkan bagi para konsumen untuk bisa menikmati hasil produk yang diolah oleh masyarakat di desa tersebut.

Adapun tahap keempat adalah *define* (menentukan) produk yang telah dirancang sebelumnya bagaimana bisa direalisasikan yaitu dilakukan pelatihan dan pendampingan bagaimana cara pengemasannya kemudian ibu-ibu dituntun dalam penggunaan media instagram yang mereka memiliki HP android namun tidak dungsikan secara maksimal untuk mendatangkan income yang memadai. Sebagaimana kebiasaan pada umumnya para ibu-ibu lebih cenderung menggunakan HP hanya untuk hiburan dan jarang sekali ditemukan HP yang dimiliki dimanfaatkan untuk memberi penghasilan yang mumpuni. Oleh karena itulah, apakah ibu-ibu perlu didampingi bagaimana caranya supaya HP android yang mereka miliki bisa mendatangkan *income* selain untuk hiburan.

Sedangkan tahap terakhir adalah *density* (memastikan) perkembangan produk untuk bisa dipasarkan secara terus menerus sesuai strategi yang ditentukan sebelumnya. Untuk itu, masyarakat yang dalam hal ini adalah ibu-ibu yang ada di desa Sungai Tabuk bisa menemukan potensi desa yang dapat dikelola dan bagaimana cara memasarkannya dengan cepat yaitu melalui media sosial supaya dapat diketahui oleh masyarakat luas tidak hanya di daerah tersebut namun bisa dinikmati oleh masyarakat secara luas sehingga produk yang dihasilkan mudah pemasarannya dan bisa terkenal yang pada akhirnya dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat di desa tersebut.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi dan wawancara. Observasi digunakan untuk melihat potensi yang dimiliki di desa Sungai Tabuk dan mengamati kegiatan-kegiatan masyarakat khususnya para ibu-ibu yang berstatus hanya sebagai Ibu Rumah Tangga (IRT) untuk dicarikan celah-celah pengabdian untuk dilakukan pendampingan. Wawancara dilakukan untuk mendapatkan informasi secara langsung dari masyarakat tentang pentingnya potensi alam untuk bisa dikelola dengan baik dan menawarkan alternatif pemecahan masalah dalam mengelola *asset* yang dimiliki oleh desa.

### Hasil dan Pembahasan

Media Sosial adalah media *online* (daring) yang dimanfaatkan sebagai sarana pergaulan sosial secara online di internet. Di media sosial, para penggunanya dapat saling berkomunikasi, berinteraksi, berbagi, *networking*, dan berbagai kegiatan lainnya. Adanya media sosial seperti Whatsapp, Facebook, dan Instagram dapat memberikan dampak positif dalam kehidupan, salah satunya adalah dapat menunjang bisnis dan

dijadikan sebagai media untuk mempromosikan produk sehingga lebih dikenal oleh masyarakat luas. Penggunaan sosial media saat ini menjadi salah satu cara untuk melakukan pemasaran produk. Salah satu media sosial yang sangat dikenal dikalangan masyarakat adalah instagram. Saat ini instagram tidak hanya digunakan sebagai sarana kebutuhan hiburan saja, tetapi juga dijadikan sebagai media promosi oleh para pelaku bisnis untuk memasarkan produk yang dihasilkannya (Diningrum et al., 2021: 7–8). Bagi pihak produsen, penjualan yang dilakukan melalui media sosial dapat membantu memperluas daerah pemasaran produk yang akan dijual, sedangkan bagi konsumen akan mempermudah dalam mendapatkan dan membandingkan informasi tentang produk yang akan dibeli (Augustinah & Widayati, 2019: 5). Komunikasi pemasaran merupakan salah satu bauran promosi, di dalam *marketing mix* yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam melakukan pemasaran produk dan jasanya (Suryani, 2014: 123–139).

Saat memperhatikan potensi yang dimiliki masyarakat di desa Sungai tabuk, ditemukan kekayaan alam yang sangat berpotensi untuk dikembangkan karena Desa Sungai Tabuk berada di pesisir pantai sehingga mayoritasarganya bekerja sebagai nelayan yang menghasilkan tangkapan laut yang biasanya langsung dijual kepada konsumen atau diolah kembali menjadi suatu produk hasil laut dengan nilai ekonomis yang lebih tinggi. Adapun implementasi dari pemanfaatan media sosial Instagram dalam pengabdian yang penulis lakukan di Desa Sungai Tabuk adalah memanfaatkan Instagram sebagai media promosi jajanan khas Desa Sungai Tabuk yang diproduksi oleh ibu-ibu TP-PKK Desa Sungai Tabuk yang diberi nama jajanan taboek. Tujuan dilakukannya pemasaran melalui media sosial instagram karena promosi melalui media sosial tidak mengeluarkan biaya yang banyak untuk biaya promosi dan lebih efisien di karenakan di jaman modern seperti ini media sosial hampir sudah menjadi kebutuhan setiap orang. Penggunaan media sosial instgram juga mudah di akses, memiliki cakupan yang luas dan berbasis internasional sehingga di harapkan dapat membantu meningkatkan produktivitas ekonomi Desa Sungai Tabuk.

Jajanan taboek ini terdiri dari beberapa jenis produk, yaitu: (1) Stik udang, yaitu jajanan yang terbuat dari udang yang dihaluskan kemudian dicampur dengan terigu, telur dan bumbu penyedap kemudian dibentuk menggunakan cetakan panjang kemudian digoreng. (2) Kerupuk kulit pisang, yaitu kerupuk yang terbuat dari kulit pisang yang dihaluskan kemudian dicampur dengan tepung terigu, bawang putih, telur dan bumbu penyedap kemudian dikukus selama 2 jam, setelah itu iris tipis dan dijemur dibawah sinar matahari sampai kering. (3) Cincalu, yaitu makanan yang terbuat dari ebi yang dicampur dengan nasi dan didiamkan selama 3 hari, dimana cincalu ini harus dimasak terlebih dahulu sebelum disantap. (4) Terasi, yaitu salah satu penyedap makanan yang terbuat dari ebi yang ditumbuk sampai halus kemudian dijemur sampai ebi yang sudah ditumbuk tidak mengandung air. Produksi jajanan taboek dilakukan dirumah salah satu warga yaitu bertempat dirumah Ibu Puji Astuti selaku sekretaris TP-PKK Desa Sungai Tabuk dan dibantu oleh masyarakat sekitar. Namun, sangat disayangkan bahwa produk-produk olahan tersebut hanya di kenal oleh masyarakat setempat dan belum menyebar dikalangan luas.



Gambar 1. Produk Terasi Khas Desa Sungai Tabuk



Gambar 2. Jajanan Taboek Kerupuk Kulit Pisang



Gambar 2. Jajanan Taboek Stick Udang

Adapun tahapan-tahapan yang dilakukan oleh mahasiswa KKN Kelompok 40 Desa Sungai Tabuk untuk melakukan promosi produk olahan ibu-ibu TP-PKK Desa Sungai Tabuk yang meliputi cincalu, terasi, jajanan stick udang dan kerupuk kulit pisang ini adalah yang pertama menemukan permasalahan dengan melakukan identifikasi kebutuhan masyarakat. Pada proses identifikasi ini dilakukan dengan mewawancarai secara langsung ibu-ibu TP-PKK Desa Sungai Tabuk mengenai permasalahan apa saja yang dihadapi dalam proses penjualan jajanan yang diproduksi. Dalam kegiatan wawancara tersebut, penulis memperoleh informasi bahwa permasalahan utama yang dihadapi adalah mengenai pemasaran produk. Sebelum mahasiswa KKN Kelompok 40 datang ke Sungai Tabuk, ibu-ibu TP-PKK Desa Sungai Tabuk hanya menjual jajanan tersebut dengan menitipkan di toko sembako yang ada di Desa Sungai Tabuk. Terkadang jajanan yang dititipkan tidak habis terjual, sehingga membuat semangat ibu-ibu TP-PKK menurun bahkan sempat berhenti untuk memproduksi olahan makanan tersebut. Selain itu, permasalahan lain yang dihadapi adalah mengenai kemasan dan logo produk, khususnya produk cincalu dan terasi yang masih belum mempunyai logo dan kemasan yang menarik. Produk olahan Ibu PKK ini pun hanya berdasarkan jumlah pesanan dan juga kendala dalam sumber daya manusia, baik pengelola pemasaran maupun pekerja untuk membuat produk merupakan alasan sehingga para pelaku usaha jajanan taboek kurang berfokus pada pemanfaatan teknologi sebagai media promosi jajanan taboek.

Setelah menemukan permasalahan, maka tahap kedua adalah penulis mulai membayangkan mengenai apa saja yang harus dilakukan untuk menyelesaikan permasalahan tersebut. Penulis membayangkan bagaimana agar perekonomian di Desa Sungai Tabuk dapat berjalan dengan lancar serta membantu pengembangan usaha yang telah ada agar dapat memberikan lapangan pekerjaan bagi warga Desa Sungai Tabuk. Salah satu produk jajanan taboek yang menarik perhatian penulis adalah kerupuk yang terbuat dari kulit pisang, dimana biasanya kulit pisang langsung dibuang dan menjadi sampah organik, tetapi oleh ibu-ibu TP-PKK Desa Sungai Tabuk diolah menjadi jajanan yang enak dan memiliki harga jual. Penulis mulai membayangkan bahwa kerupuk kulit pisang ini memiliki potensi untuk menjadi makanan yang terkenal dan laku di pasaran, karena kerupuk kulit pisang termasuk makanan yang tidak banyak diproduksi oleh orang lain. Selain kerupuk kulit pisang, ada olahan dari udang yang difermentasi, yaitu cincalu. Penulis berharap, dengan adanya kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Sungai Tabuk dapat memberikan dampak positif, khususnya dalam membantu meningkatkan penjualan jajanan taboek melalui instagram dengan harapan dapat meningkatkan perekonomian desa.



Gambar 4. Promosi di instagram oleh mahasiswa KKN IAIN Palangka Raya

Tahap ketiga yang penulis lakukan adalah penulis mulai merancang upaya-upaya untuk mengatasi permasalahan yang ada sekaligus merancang strategi untuk mewujudkan harapan yang telah penulis sampaikan

sebelumnya. Penulis mulai merancang strategi untuk meningkatkan penjualan dengan membuat logo untuk terasi dan cinalu kemudian melakukan promosi melalui media sosial dengan tujuan agar produk jajanan taboek yang diproduksi oleh ibu-ibu TP-PKK Desa Sungai Tabuk bisa dikenal oleh masyarakat luas. Permasalahan utama yang dihadapi adalah pemasaran yang masih bersifat tradisional, maka dari itu mahasiswa KKN Kelompok 40 membuat lapak penjualan di media sosial, khususnya media sosial Instagram. Pemilihan media sosial instagram sebagai tempat untuk promosi adalah karena lebih mudah dimengerti oleh para ibu-ibu TP-PKK Desa Sungai Tabuk. Setelah mengetahui permasalahan yang dihadapi dalam proses penjualan jajanan stik udang dan kerupuk kulit pisang, mahasiswa KKN kelompok 40 memulai kegiatan promosi melalui instagram @kkndesungaitabuk yang kemudian di posting ulang oleh akun instagram @infopantailunci, dimana akun info pantai lunci merupakan akun instagram yang memuat informasi tentang Kecamatan Pantai Lunci, Sukamara, Kalimantan Tengah.



Gambar 5. Promosi di instagram oleh pemerintah kecamatan Pantai Lunci

Sebagaimana hasil wawancara bersama salah satu ibu-ibu TP-PKK Desa Sungai Tabuk yaitu Ibu Puji Astuti mengungkapkan bahwa strategi pemasaran menggunakan media sosial instagram yang dilakukan oleh mahasiswa KKN IAIN Palangka Raya nyatanya memberikan dampak positif terhadap permintaan produk yang diproduksi oleh ibu-ibu TP-PKK Desa Sungai Tabuk. Selain melalui media sosial, promosi juga dilakukan secara langsung dengan menghadirkan jajanan taboek di setiap acara yang diadakan oleh pemerintah Desa Sungai Tabuk yang berkolaborasi dengan mahasiswa KKN Kelompok 40 IAIN Palangka Raya. Mahasiswa KKN Kelompok 40 Desa Sungai Tabuk juga mempromosikan jajanan taboek kepada turis Jepang yang berkunjung di Desa Sungai Tabuk dalam rangka membantu memperkenalkan pariwisata di Desa Sungai Tabuk.



Gambar 6. Salah satu strategi pemasaran yaitu mempromosikan produk olahan kepada turis Jepang

Tahap selanjutnya yang penulis lakukan adalah menentukan strategi yang tepat agar kegiatan promosi melalui media social instagram dapat efektif. Adapun strategi yang penulis gunakan adalah kami dari KKN Kelompok 40 membuat akun resmi untuk tim penggerak PKK Desa Sungai Tabuk yang kemudian menjadi lapak penjualan sekaligus promosi yang diberi nama dengan Jajanan.Taboek (@jajanan.taboek) dan tidak lepas dari itu kami pun mengajarkan bagaimana cara promosi di media sosial khususnya di media istagram baik itu di *Feed*, *Story*, dan layanan penjualan lainnya. Setelah membuat akun instagram untuk promosi jajanan taboek, kami melakukan pendampingan dan pelatihan kepada sekretaris TP-PKK Desa Sungai Tabuk, yaitu Ibu Puji Astuti untuk menggunakan instagram sebagai media promosi. Kami melatih Ibu Puji Astuti untuk mempromosikan jajanan taboek melalui postingan instagram, *story* instagram dan kami juga mengajarkan mengenai fitur *direct message*.



Gambar 7. Pembuatan akun instagram oleh mahasiswa KKN IAIN Palangka Raya

Setelah semua tahapan sudah dilakukan, maka tahap terakhir yang penulis lakukan adalah memastikan semua strategi yang dirancang terlaksana sesuai dengan harapan. Penulis memastikan ibu-ibu TP-PKK Desa Sungai Tabuk paham untuk menggunakan instagram sebagai media promosi jajanan taboek dan penulis juga memastikan kegiatan promosi jajanan taboek berjalan secara kontinu serta memberikan dampak yang positif terhadap penjualan jajanan taboek.

Dari penjelasan mengenai tahapan-tahapan yang penulis lakukan dalam mendampingi ibu-ibu TP-PKK Desa Sugai Tabuk untuk melakukan promosi di media sosial instagram, maka dapat disimpulkan bahwa

sebagaimana hasil wawancara bersama salah satu ibu-ibu TP-PKK desa Sungai Tabuk yaitu Ibu Puji Astuti mengungkapkan bahwa strategi pemasaran menggunakan media sosial instagram yang dilakukan oleh mahasiswa KKN IAIN Palangka Raya nyatanya memberikan dampak positif terhadap permintaan produk yang diproduksi oleh ibu-ibu TP-PKK Desa Sungai Tabuk. Hal ini sesuai dengan teori ekologi media yang dinyatakan oleh McLuhan dalam Littlejohn, bahwa media dapat mempengaruhi perasaan, pikiran dan tindakan manusia (Fredrik & Dewi, 2018: 88). Penggunaan media sosial pada proses pemasaran Produk Jajanan Taboek olahan Ibu PKK Desa Sungai Tabuk yang dilakukan mahasiswa KKN kelompok 40 berdampak positif pada proses produksi. Namun, kemahiran penggunaan media pemasaran oleh Ibu-ibu TP-PKK masih belum memadai. Oleh karena itu, dalam proses upaya meningkatkan pemasaran diperlukan pengetahuan dan keterampilan bagi pelaku usaha Jajanan Taboek, khususnya mengenai bisnis online dan penggunaan teknologi dalam menjalankan usahanya. Selain meningkatkan pengetahuan dan keterampilan proses pelatihan ini juga digunakan untuk menumbuhkan jiwa kewirausahaan dan memberi inspirasi keberhasilan bisnis online.

### Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan di atas, dapat disimpulkan bahwa Desa Sungai Tabuk memiliki potensi yang beragam, tetapi memiliki permasalahan dalam pengelolaan dan pemanfaatannya karena keterbatasan sumber daya manusia (SDM). Dengan adanya mahasiswa KKN IAIN Palangka Raya yaitu kelompok 40 yang mengabdikan di Desa Sungai Tabuk mulai memberikan pendampingan, khususnya pendampingan dalam kegiatan promosi jajanan di media sosial instagram. Kegiatan promosi yang dilakukan oleh Mahasiswa KKN IAIN Palangka Raya yaitu kelompok 40 memberikan dampak yang positif terhadap permintaan jajanan yang diproduksi oleh ibu-ibu TP-PKK Desa Sungai Tabuk. Menciptakan lapangan pekerjaan yang baru bagi masyarakat sekitar untuk memanfaatkan potensi alam dengan membuat inovasi produk olahan makanan.

### Saran

1. Pemerintah Desa Sungai Tabuk diharapkan dapat memfasilitasi masyarakat agar bisa terus melakukan inovasi-inovasi yang memberikan dampak positif bagi perekonomian Desa Sungai Tabuk.
2. Diharapkan kepada masyarakat Desa Sungai Tabuk untuk terus bekerja sama mengelola potensi yang ada di Desa Sungai Tabuk.
3. Untuk program pengabdian masyarakat lebih lanjut diharapkan tidak hanya mendampingi dalam proses pemasaran produk saja, tetapi juga mendampingi dalam proses menemukan inovasi hingga penjualan produk yang dihasilkan.

### Ucapan Terimakasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak, khususnya Dosen Pembimbing Lapangan, pemerintahan Desa Sungai Tabuk, serta masyarakat Desa Sungai Tabuk yang telah memberi dukungan moral dan dana kepada kami tim Kuliah Kerja Nyata (KKN) IAIN Palangka Raya yaitu kelompok 40 Desa Sungai Tabuk dalam mensukseskan pengabdian di Desa Sungai Tabuk.

### Referensi

- Augustinah, F., & Widayati. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Makanan Ringan Kripik Singkong Di Kabupaten Sampang. *Jurnal Dialektika*, 4(2), 1–20. Diambil dari <https://media.neliti.com/media/publications/292595-pemanfaatan-media-sosial-sebagai-sarana-6c6eab47.pdf>
- Diningrum, D. F., Nuraini, E., Anisa, K., Intan, D., Saputra, S., Syariah, E., ... Bisnis, D. (2021). Pemanfaatan

Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Pada Bisnis Jamur Crispi Fen Claire. *Jurnal Abdimastek (Pengabdian Masyarakat Berbasis Teknologi)*, 2(1), 06–12. Diambil dari <http://jurnal.atmaluhur.ac.id/index.php/abdimastek/article/view/1080>

- Fredik, T. F., & Dewi, S. I. (2018). Analisis Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial. *JISIP: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 7(2), 84–88.
- Indriani, M. (2016). Peran Tenaga Kerja Indonesia dalam Pembangunan Ekonomi Nasional. *Gema Keadilan*, 3(1), 74–85. <https://doi.org/10.14710/GK.2016.3644>
- Mulyati, & Suhaety, Y. (2021). Peranan Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga (PKK) dalam Meningkatkan Pemberdayaan Perempuan di Desa Matua Kecamatan Woja Kabupaten Dompu. *Ainara Journal (Jurnal Penelitian dan PKM Bidang Ilmu Pendidikan)*, 2(3), 288–294. <https://doi.org/10.54371/AINJ.V2I3.94>
- N, M. F., & Zulfiani, D. (2021). *Indikator Pengembangan Desa Wisata (I)*. Jawa Timur: CV Literasi Nusantara Abadi.
- Rifa'i, M. (2017). Efektivitas Promosi Online Dalam Pengambilan Keputusan Oleh Konsumen. *Optima*, 1(2), 67–73
- Samsu. (2017). *Metode Penelitian: (Teori dan Aplikasi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Mixed Methods, serta Research & Development)*. (Rusmini, Ed.) (I). Jambi: Pusaka jambi. Diambil dari [http://repository.uinjambi.ac.id/468/1/06\\_Metode Penelitian %28Teori %26 Aplikasi Penelitian Kualitatif\\_ Kuantitatif\\_ Mixed Methods\\_ serta Research and DEvelopment%29 - Samsu %281%29.pdf](http://repository.uinjambi.ac.id/468/1/06_Metode%20Penelitian%20Teori%20Aplikasi%20Penelitian%20Kualitatif%20Kuantitatif%20Mixed%20Methods%20serta%20Research%20and%20Development%20-%20Samsu%201%29.pdf)
- Suryani, ita. (2014). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Pemasaran Produk dan Potensi Indonesia dalam Upaya Mendukung ASEAN Community 2015. (Studi Social Media Marketing Pada Twitter Kemenparekraf RI dan Facebook Disparbud Provinsi Jawa Barat). *Jurnal komunikasi*, 8(2), 123–138. Diambil dari <https://journal.uui.ac.id/jurnal-komunikasi/article/view/6471>
- Wahyuningsih, R., & Pradana, G. W. (2021). Pemberdayaan Masyarakat Desa Hendrosari Melalui Pengembangan Desa Wisata Lontar Sewu. *Publika*, 323–334