

Kupah Marketing Program Bina Desa di Sungai Kupah***Kupah Marketing Village Development Program on the Kupah River*****Marbela Vaderofa Putri*, Nina Ayuni, Yodi, Resa, Iwan Ramadhan, Afandi**

Universitas Tanjungpura

*Email: f1091211034@student.untan.ac.id

(Diterima 01-01-2024; Disetujui 17-02-2024)

ABSTRAK

Program ini dilaksanakan sebagai upaya untuk mempromosikan UMKM di Desa Sungai Kupah. Pengumpulan informasi tentang UMKM yang terdapat di Desa Sungai Kupah melalui observasi dan wawancara terhadap pengelola UMKM tersebut. Setelah terkumpulnya informasi yang diperlukan maka dibuatlah pamflet dan video promosi UMKM melalui media sosial @bindes_fkipuntan2023 dan media sosial masing-masing mahasiswa MBKM Bina Desa. Dengan menggunakan metode promosi melalui media sosial. Hasil dari program ini adalah telah dipromosikannya Wisata Telok Bediri Desa Sungai Kupah, Produk UMKM Stik Udang Mentari, Produk UMKM Sabun Organik Brembang, Produk UMKM Anyaman, Cagar Budaya Masjid At-Tamini Desa Sungai Kupah.

Kata kunci: Kupah Marketing, Promosi, MBKM Bina Desa, Media Sosial

ABSTRACT

This program was implemented as an effort to promote MSMEs in Sungai Kupah Village. Collecting information about MSMEs in Sungai Kupah Village through observations and interviews with MSME managers. After collecting the necessary information, pamphlets and promotional videos for MSMEs were made via social media @bindes_fkipuntan2023 and social media for each MBKM Bina Desa student. By using promotional methods via social media. The results of this program are the promotion of Telok Bediri Tourism in Sungai Kupah Village, Mentari Shrimp Stick MSME Products, Brembang Organic Soap MSME Products, Woven MSME Products, At-Tamini Mosque Cultural Heritage in Sungai Kupah Village.

Keywords: Kupah Marketing, Promotion, MBKM Village Development, SocialMedia

PENDAHULUAN

Implementasi pendidikan harus selalu berkembang sesuai dengan perkembangan zamannya karena pendidikan merupakan bekal yang harus dimiliki oleh manusia dalam menjalani kehidupan yang semakin maju dan berkembang. Pendidikan merupakan salah satu faktor yang menentukan SDM dan kemajuan sebuah bangsa (Imran et al. 2023). Pendidikan memainkan peran yang sangat penting sebagai bekal dalam menjalani kehidupan. Implementasi pendidikan harus disesuaikan dengan kebutuhan (Ramadhan, I., & Warneri 2023).

Menteri Pendidikan dan Kebudayaan (Mendikbud) Republik Indonesia, Nadiem Anwar mencetuskan program “Merdeka Belajar” yang bertujuan untuk merespon kebutuhan pendidikan terhadap era revolusi 4.0. Era evolusi industri 4.0 memiliki kebutuhan yakni mencapai penguasaan terhadap materi literasi terpadu dan numersi. Salah satu aspek pada bidang tersebut yang mengalami perubahan dan sangat berdampak dalam kehidupan manusia ialah pada bidang pendidikan (Hardiansyah et al. 2021).

Pendidikan memberikan akses kepada individu untuk memperoleh pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini mencakup pengetahuan tentang ilmu pengetahuan, matematika, bahasa, seni, dan berbagai keterampilan praktis. Membangun pasar masyarakat desa di era evolusi Industri 4.0 memerlukan pendekatan yang terintegrasi, menggunakan teknologi informasi dan komunikasi untuk meningkatkan efisiensi, daya saing, dan kesejahteraan masyarakat. Pendidikan memiliki peranan yang sangat penting bagi kemajuan suatu bangsa, karena itu pendidikan harus diperbaiki dari segi kualitas dan kuantitasnya (Nawai, Imran, and Suriyanisa 2023).

Dalam memaksimalkan penguasaan tersebut perlu dibuat sebuah terobosan di bidang pendidikan, salah satunya Program Merdeka Belajar-Kampus Merdeka (MBKM). Program MBKM diharapkan mampu meningkatkan kompetensi lulusan, baik *softskill* maupun *hardskill*, agar lebih siap dan relevan dengan kebutuhan zaman, menyiapkan lulusan sebagai pemimpin masa depan yang unggul, bermoral, dan beretika (Suwandi and Hadi 2023). Program MBKM, merupakan program yang digagas oleh Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI. Melibatkan civitas akademika dalam program MBKM untuk membangun desa dapat menciptakan sinergi antara pengetahuan akademis dan kebutuhan nyata masyarakat desa. Hal ini dapat menjadi langkah yang signifikan dalam mencapai pembangunan berkelanjutan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat

Memahami potensi masyarakat dan alam desa serta memanfaatkannya dalam program Membina Kesejahteraan Masyarakat Berbasis Kemandirian Desa (MBKM BINA DESA) merupakan langkah yang sangat positif. Dengan pendekatan ini, pembangunan pasar masyarakat desa di era Industri 4.0 dapat menciptakan lingkungan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan, sambil memastikan bahwa masyarakat desa tetap terhubung dengan teknologi dan mendapatkan manfaatnya. Program MBKM yaitu Kupah *Marketing*, merupakan pasar online yang membantu mempromosikan UMKM di Desa Sungai Kupah agar dikenal oleh masyarakat luar. Dengan bantuan aplikasi edit seperti Canva menghasilkan poster promosi yang dapat menarik pelanggan untuk membeli. UMKM di Desa Sungai Kupah sendiri meliputi madu kelulut, sabun organik, anyaman tangan, stik udang dll. Melalui kreativitas mahasiswa FKIP UNTAN membawa UMKM masyarakat Desa Sungai Kupah menuju UMKM maju. Program MBKM BINA DESA dapat menjadi motor penggerak untuk meningkatkan pemasaran masyarakat desa, memanfaatkan potensi lokal, dan menciptakan lingkungan yang mendukung pembangunan ekonomi yang berkelanjutan di tingkat desa. Membina desa melalui program Membina Kesejahteraan Masyarakat Berbasis Kemandirian Desa (MBKM) yang melibatkan civitas akademika

(akademisi, mahasiswa, dan tenaga kependidikan) dapat menjadi langkah yang sangat bermanfaat.

BAHAN DAN METODE

Dalam program Kupah Marketing ini digunakan metode promosi dengan memanfaatkan media online. Promosi dalam hal ini merupakan strategi untuk melakukan komunikasi pemasaran untuk memperkenalkan produk asli dari Desa Sungai Kupah. Komunikasi pemasaran mengabungkan beberapa teknik seperti *editing* video dan foto untuk menarik masyarakat luar untuk melihat produk-produk lokal Desa Sungai Kupah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Desa Sungai Kupah merupakan salah satu desa di Kecamatan sungai Kakap. Kabupaten Kubu Raya, Provinsi Kalimantan Barat. Memiliki sumber daya alam yang melimpah dan potensi desa wisata yang cukup besar. UMKM dan wisata Desa Sungai Kupah terkelola dengan baik namun masih belum terlalu dikenal oleh masyarakat luar. Sehingga, dalam kegiatan MBKM Mandiri Bina Desa, kami berusaha untuk melakukan promosi yang tertuang dalam program kupah marketing. Kupah *marketing* merupakan satu dari 5 program yang dilaksanakan oleh mahasiswa MBKM Bina Desa Sungai Kupah. Bentuk kegiatannya berupa promosi UMKM dan wisata yang terdapat di Desa Sungai Kupah. Promosi dilakukan sebagai bentuk pengenalan UMKM dan wisata yang memiliki potensi besar apabila banyak dikenal oleh masyarakat. Dengan memanfaatkan teknologi yang tersedia promosi dilakukan secara *online*. Promosi yang dilakukan secara *online* dianggap lebih efektif terutama promosi yang dilakukan melalui media sosial, seperti *instagram*, *facebook*, *whatsapp* dan lain sebagainya (Lukito 2020).

Digital marketing merupakan upaya pemasaran dengan memanfaatkan kemajuan teknologi dunia dengan menggunakan internet, sehingga *trend marketing* sudah mulai beralih dari konvensional menjadi digitalisasi (Urva, Pratiwi, and Syarief 2022). *Marketing* masyarakat desa atau pemasaran di wilayah pedesaan sangat penting karena memiliki dampak signifikan pada berbagai aspek kehidupan di desa. Manusia akan bergabung dengan manusia lain membentuk kelompok-kelompok dalam rangka pemenuhan kebutuhan dan tujuan hidup (Jumiliani, J., Fatmawati, F., & Ramadhan 2019).

Penggunaan aplikasi-aplikasi editing juga menjadi sangat membantu proses promosi, dengan efek-efek visual menarik yang ditampilkan dapat menarik minat konsumen. Penggunaan aplikasi *editing* foto yang menghasilkan foto yang menarik

tentunya diharapkan menarik minat dalam proses promosi (Jannah et al. 2021). Selain promosi dengan penggunaan foto dalam bentuk pamflet, promosi juga dilakukan dengan *editing* video, sebagai perpaduan antara visual dan audiovisual. Hal ini untuk menarik minat masyarakat untuk mengetahui suatu produk.

Program ini dilaksanakan sebagai upaya untuk mempromosikan UMKM di Desa Sungai Kupah. Dilakukan dengan mengumpulkan informasi tentang UMKM yang terdapat di Desa Sungai Kupah kemudian dilakukan observasi dan wawancara terhadap pengelola UMKM tersebut. Setelah terkumpulnya informasi yang diperlukan maka dibuatlah pamflet dan video promosi UMKM melalui media sosial @bindes_fkipuntan2023 dan media sosial masing-masing mahasiswa MBKM Bina Desa. Hasil dari Kupah *Marketing* ini adalah terpromosikan produk UMKM dan wisata di desa Sungai Kupah diantaranya sebagai berikut:

1. Wisata Teluk Bediri (Mangrove) Kampung Nelayan Desa Sungai Kupah

Ekowisata Teluk Bediri adalah program pemerintah yang dicanangkan pemerintah untuk masyarakat pesisir. Wisata ini masih terbilang baru karena mulai dibuka pada tahun 2018 dan masih dalam tahap pembangunan. Memanfaatkan keindahan alam desa untuk pengembangan ekowisata dan agrowisata. Hal ini dapat menarik wisatawan dan membantu mempromosikan produk-produk lokal. Bangun citra desa sebagai merek yang kuat. Promosikan nilai-nilai unik dan kekhasan desa sebagai bagian dari strategi pemasaran. Pengembangan daya tarik wisata dapat meningkatkan pendapatan untuk pengelolaan wisata (Ramadhan et al. 2022).

Ekowisata Mangrove Telok Berdiri di Desa Sungai memiliki perkembangan yang cenderung lambat dan terbilang belum cukup maksimal, meskipun terdapat potensi yang cukup menarik dan minat pengunjung yang cukup banyak. Mangrove desa sungai kupah. Kawasan mangrove Sungai Kupah yang berada di Kecamatan Sungai Kakap yang dikelola oleh Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) dan masyarakat setempat. Untuk pengembangan objek wisatanya mereka membangun beberapa fasilitas seperti jalan/gertak, ayunan, tempat bersantai dll. Wisata tersebut dilengkapi fasilitas *tracking* mangrove, spot foto, kantin, toilet, tempat parkir. Selama pandemi, jumlah wisatawan turun hampir 70%. Faktor lain yang menyebabkan rendahnya pengunjung adalah kurangnya informasi mengenai profil lokasi kawasan ekowisata mangrove berbasis digital. Promosi dilakukan dalam bentuk pamflet dan video yang diposting di media sosila Bina Desa dan media sosial mahasiswa yang mengikuti Bina Desa.



Gambar 1. Ekowisata Desa Sungai Kupah

2. Produk UMKM Stik Udang Mentari

Berdasarkan hasil pertemuan kami dengan pengelola produk *Stick Udang Mentari*, kami mempromosikan stik udang dengan berbagai varian rasa, dengan dua varian unggulan, yaitu original dan pedas (Spicy). Awalnya, produksi dilakukan secara manual dengan menggunakan alat-alat sederhana hingga tahun 2022. Pada tahun 2023, Kelompok Mentari menerima bantuan alat produksi dari mahasiswa Teknik Universitas Tanjungpura dan Dinas Koperasi Kubu Raya. Kemasan menarik produk ini merupakan hasil karya mahasiswa S2 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Untan. Hingga saat ini, produksi masih dikelola dengan baik oleh Kelompok Mentari. Dengan harga yang terjangkau dan kemasan yang menarik, produk ini dianggap sangat berharga.



Gambar 2. Stik Udang

3. Produk UMKM Sabun Organik Buah Brembang

Sabun organik yang diproduksi dari Desa Sungai Kupah yang 70% bahannya mengandung bahan alami, terdiri atas bahan-bahan utama yaitu buah brembang dan minyak atsiri atau *essential oil*. Sabun ini juga termasuk kedalam yang ramah bagi lingkungan. UMKM ini bekerjasama dengan PT Pertamina. Promosi dilakukan dalam bentuk video dan pamflet yang di *upload* di media sosial.



Gambar 3. Sabun Organik

4. Produk UMKM Anyaman

Anyaman ini memiliki daya tarik tersendiri, tidak hanya dari segi kualitas anyamannya, tetapi juga karena ketersediaan beragam warna rotan. Proses pembuatan dimulai dengan pemilihan rotan berkualitas. Setelah itu, rotan dikeringkan secara alami sampai warnanya sedikit memudar, dan pada tahap ini, rotan siap untuk dijadikan anyaman. Dengan proses ini, kami menghasilkan produk anyaman yang menarik dengan berbagai pilihan warna.



Gambar 4. Anyaman Tangan

5. Produk UMKM Madu Kelulut

Mempromosikan madu kelulut imam yang berada di desa sungai kupah Madu Kelulut dihasilkan dari budidaya lebah madu *Trigona*. Dengan rasa asam dan manis bergantung dari vegetasi yang dimakan oleh lebah, menjadikan madu kelulut memiliki citarasa yang khas. Menurut imam permintaan warga terhadap madu kelulut yang diproduksi para petani di sejumlah desa pesisir di Kabupaten Kubu Raya, diantaranya desa sungai Kupah meningkat signifikan sejak pandemi Covid-19. Madu kini menjadi mata pencarian utama. Penjualan madu kelulut tidak hanya di Kalbar, tetapi juga ada pesanan dari sejumlah wilayah di Jawa Barat dan Surabaya, Jawa Timur. Di tengah pandemi, orang perlu meningkatkan daya tahan tubuh. Madu kelulut ada kandungan *propolis*, *bee pollen*, dan sugar saripati tumbuhan mangrove, mempunyai detoksin tinggi untuk kekebalan tubuh dan mempunyai berbagai manfaat.



Gambar 5. Madu Kelulut

6. Cagar Budaya Masjid At-Tamini Desa Sungai Kupah

Masjid At-Tamini merupakan salah satu cagar budaya yang terdapat di Desa Sungai Kupah. Menjadi salah satu warisan budaya benda yang sampai saat ini masih terjaga. Melihat hal tersebut kami mahasiswa MBKM Bina Desa Sungai Kupah tertarik untuk mempromosikan agar cagar budaya terus tetap terjaga keberadaannya. Masjid ini merupakan masjid tertua di Kabupaten Kubu Raya dengan usia 116 tahun, telah didirikan sejak tahun 1900 an. Pendiri masjid tersebut merupakan pemuka agama di Desa Sungai Kupah yaitu H Tamin Bin Abdussamad. Unikny masjid ini terbuat dari kayu belian (kayu ulin) dan kayu belam hal itulah yang menyebabkan bangunan tersebut dapat bertahan hingga saat ini.



Gambar 6. Cagar Budaya Masjid At-Tamini

KESIMPULAN DAN SARAN

Kupah *marketing* merupakan satu dari 5 program yang dilaksanakan oleh mahasiswa MBKM Bina Desa Sungai Kupah. Bentuk kegiatannya berupa promosi UMKM dan wisata yang terdapat di Desa Sungai Kupah. Promosi dilakukan sebagai bentuk pengenalan UMKM dan wisata yang memiliki potensi besar apabila banyak dikenal oleh masyarakat. Hasil dari program ini adalah telah dipromosikannya Wisata Telok Bediri Desa Sungai Kupah, Produk UMKM Stik Udang Mentari, Produk UMKM Sabun Organik Brebang, Produk UMKM Anyaman, Cagar Budaya Masjid At-Tamini Desa Sungai Kupah. Dengan meningkatkan pemasaran masyarakat desa, dapat terjadi pengembangan yang berkelanjutan, menciptakan lingkungan yang lebih baik, dan meningkatkan kualitas hidup bagi penduduk desa.

DAFTAR PUSTAKA

- Hardiansyah, Muhammad Agus et al. 2021. “Analisis Perubahan Sistem Pelaksanaan Pembelajaran Daring Ke Luring Pada Masa Pandemi Covid-19 Di SMP.” *Jurnal Basicedu* 5(6): 5840–52. <https://www.jbasic.org/index.php/basicedu/article/view/1784> (May 23, 2023).
- Imran, Imran et al. 2023. “Workshop Implementasi Kurikulum Merdeka Di Sma Negeri 1 Jagoi Babang (Sekolah Perbatasan Indonesia-Malaysia).” *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 4(2): 4747–51.
- Jannah, Raodatul et al. 2021. “Promosi Dan Pemasaran Dalam Pengembangan Taman Wisata Edukasi Jabal Rahmah Desa Jango Kecamatan Janapria.” *Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA* 4(1).
- Jumiliani, J., Fatmawati, F., & Ramadhan, I. 2019. “Analisis Solidaritas Sosial Mekanik Pada Etnis Madura Dan Melayu Di Kelurahan Siantan Tengah Kecamatan Pontianak Utara.” *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Khatulistiwa*, 10(3).
- Lukito, Wibi Anindra. 2020. “Pengaruh Promosi Dengan Media Sosial Terhadap

- Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Ortuseight Pada Masyarakat Tanjung Morawa.” *ARBITRASE: Journal of Economics and Accounting* 1(2): 90–95.
- Nawai, Kristiana, Iwan Ramadhan Imran, and D Suriyanisa. 2023. “Peran Orang Tua Dalam Keberlangsungan Pendidikan Anak (Studi Pada Masyarakat Perbatasan Malaysia Di Desa Merakai Panjang Kabupaten Kapuas Hulu).” *Jurnal Pendidikan: Riset Dan Konseptual* 7(2): 216–24.
- Ramadhan, I., & Warneri, W. 2023. “Migrasi Kurikulum: Kurikulum 2013 Menuju Kurikulum Merdeka Pada SMA Swasta Kapuas Pontianak.” *EDUKATIF: JURNAL ILMU PENDIDIKAN* 5(2): 741–50.
- Ramadhan, Iwan et al. 2022. “Strategi Pengembangan Objek Pariwisata Hutan Albasia.” *Ideas: Jurnal Pendidikan, Sosial, Dan Budaya* 8(3): 993–99.
- Suwandi, Suwandi, and Riswan Hadi. 2023. “Pelaksanaan Manajemen Kampus Merdeka Di Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.” *Jurnal Pendidikan Tambusai* 7(1): 152–59.
- Urva, Gellysa, Merina Pratiwi, and Amiroel Oemara Syarief. 2022. “Optimalisasi Media Sosial Sebagai Penunjang Digital Marketing.” *ABDINE: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 2(1): 56–61.