UNIVERSITAS
GADJAH MADA
**Penerapan Pemasaran Online pada Produk Olahan Salak Unit Kelompok Wanita Tani (KWT) Purwobinangun
menggunakan Aplikasi Media Sosial Instagram**
DIAN RIZKI TRI WAHYU, Anjar Ruspita Sari, S.T.P., M.Sc.
Universitas Gadjah Mada, 2021 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

PENERAPAN PEMASARAN *ONLINE* PADA PRODUK OLAHAN SALAK UNIT KEGIATAN WANITA TANI (KWT) PURWOBINANGUN MENGGUNAKAN APLIKASI MEDIA SOSIAL *INSTAGRAM*

Oleh:
Dian Rizki Tri Wahyu Nanda[1], Anjar Ruspita Sari[2]
[1]Mahasiswa Program Studi Diploma III Agroindustri Sekolah Vokasi UGM,
[2]Dosen Program Studi Diploma III Agroindustri Sekolah Vokasi UGM,

ABSTRAK

Kelompok Wanita Tani (KWT) Purwobinangun menjadi salah satu paguyuban yang menengahi semua kegiatan wanita tani yang ada di Purwobinangun, Kecamatan Pakem, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Usaha KWT Purwobinangun memasarkan produk olahan salak tidak berjalan efektif pada masa pandemi *covid-19* yang sedang terjadi saat ini. Adanya kesulitan memasarkan produk mengakibatkan terjadinya penurunan pendapatan, sehingga anggota paguyuban perlu mengubah upaya pemasaran supaya produk tetap dapat dipasarkan ke konsumen dengan mudah. Studi kasus bertujuan untuk menilai penerapan pemasaran *online* pada produk olahan salak KWT Purwobinangun menggunakan media sosial aplikasi *instagram.* Penerapan media sosial aplikasi *Instagram* dimulai dengan pengumpulan informasi dari KWT Purwobinangun, pengamatan untuk memperoleh informasi dan data KWT, penyebaran kuesioner pada anggota KWT Purwobinangun, pembuatan akun *e-mail* KWT Purwobinangun, pembuatan akun *Instagram* @pasar_springmerapi untuk KWT Purwobinangun, serta kegiatan pemasaran *online* produk KWT Purwobinangun menggunakan aplikasi *instagram.* Berdasarkan hasil penelitian, akun *instagram* @pasar_springmerapi sebagai media sosial pemasaran *online* memerlukan waktu 4 bulan untuk menerapkan akun *instagram* dan dapat dikenal masyarakat. Hasil wawancara dengan produsen produk olahan salak KWT Purwobinangun, menyatakan bahwa pemasaran online menggunakan aplikasi *instagram* @pasar_springmerapi memudahkan konsumen untuk mengetahui berbagai macam jenis produk dan deskripsi produk yang ditawarkan sehingga efektif untuk *branding* produk kepada konsumen. Namun, kegiatan pemesanan produk dinilai kurang efisien karena harus menghubungi setiap produsen jka konsumen ingin memesan beragam produk olahan salak. Sehingga, guna meningkatkan aktivitas akun *instagram* diperlukan *update* informasi guna memberikan informasi terbaru kepada konsumen.

Kata kunci: *instagram*, pemasaran *online*, produk olahan salak.

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
**Penerapan Pemasaran Online pada Produk Olahan Salak Unit Kelompok Wanita Tani (KWT) Purwobinangun
menggunakan Aplikasi Media Sosial Instagram**
DIAN RIZKI TRI WAHYU, Anjar Ruspita Sari, S.T.P., M.Sc.
Universitas Gadjah Mada, 2021 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

THE APPLICATION OF ONLINE MARKETING ON SNAKE FRUIT PRODUCTS OF WOMEN FARMERS UNIT PURWOBINANGUN USING THE INSTAGRAM SOCIAL MEDIA APPLICATION

By:
Dian Rizki Tri Wahyu Nanda[1], Anjar Ruspita Sari[2]
[1]*Students of Vocational Development Diploma III Agroindustry Study Program, Voccational College, UGM*
[2]*Lecturer of Vocational Development Diploma III Agroindustry Study Program, Voccational College, UGM*

ABSTRACT

The Purwobinangun Farmer Women's Group (KWT) is one of the associations that mediates all the activities of women farmers in Purwobinangun, Pakem District, Sleman Regency, Yogyakarta Special Region. KWT Purwobinangun's efforts to market processed snake fruit products did not work effectively during the current Covid-19 pandemic. The difficulty in marketing the product has resulted in a decrease in income, so that members of the association need to change their marketing efforts so the product can still be marketed to consumers easily. The case study aims to measure the implementation of online marketing for snake fruit KWT Purwobinangun processed products using the Instagram social media application. The application of the Instagram social media application begins with gathering information from KWT Purwobinangun, observations to obtain information and data on KWT, distribute questionnaires addressed to KWT Purwobinangun, create an e-mail accounts for KWT Purwobinangun, create Instagram accounts @pasar_springmerapi for KWT Purwobinangun, as well as online marketing activities for Purwobinangun KWT products using the Instagram application. Based on the research, the Instagram account @pasar_springmerapi as an online marketing social media takes 4 months to implement an Instagram account and can be recognized by the public. The results of interviews with the KWT Purwobinangun snake fruit processed product manufacturer, stated that online marketing using the @pasar_springmerapi application makes it easier for consumers to find out the various types of products and product descriptions offered so that it is effective for product branding to consumers. However, product ordering activities are considered inefficient because they have to contact each producer if consumers want to order various processed snake fruit products. So, in order to increase Instagram account activity, information updates are needed to provide the latest information to consumers.

Keywords: Instagram, online marketing, processed snake fruit.