
Pemanfaatan Media Sosial sebagai Alat Promosi dalam Bisnis Depot Air Minum Isi Ulang “IRMANUR”

Muhammad Nur Iqram Masdar¹, Miftahurrahman Hafid²

¹Bisnis Digital, Institut Teknologi dan Bisnis Muhammadiyah Polewali Mandar

¹iqram.bdg21@itbmpolman.ac.id*, ²Miftahurrahman@itbmpolman.ac.id

Abstrak

Program KKN profesi merupakan upaya untuk memberikan kesempatan kepada mahasiswa yang sedang bekerja agar dapat tetap mengikuti KKN dan memperoleh pengalaman lapangan yang bermanfaat untuk pengembangan karir mereka di masa depan. Depot Air Minum Isi Ulang (DAMIU) merupakan perusahaan yang memproduksi air minum dalam bentuk curah dan tanpa kemasan untuk kebutuhan lokal. Air minum isi ulang menjadi salah satu alternatif masyarakat dalam memenuhi kebutuhan air minum sehari-hari. Kehadiran fasilitas penyimpanan air minum isi ulang terus meningkat seiring dengan kebutuhan masyarakat akan air minum berkualitas layak konsumsi. Media sosial menyediakan platform yang sempurna untuk ini. Misalnya, “IRMANUR” dapat menggunakan Whatsapp Business, Instagram dan Facebook untuk memposting konten berkualitas tinggi yang menunjukkan keunggulan produk mereka, seperti proses penyaringan air yang aman dan harga yang kompetitif.

Kata kunci: DAMIU Irmanur, Pemanfaatan, Media Sosial

Korespondensi Email : iqram.bdg21@itbmpolman.ac.id

DiterimaRedaksi : 12-09-2025 | **Selesai Revisi** : 29-09-2025 | **Diterbitkan Online** : 30-09-2025

1. Pendahuluan

Sebagai lembaga pendidikan tinggi, ITB Muhammadiyah Polewali Mandar memiliki tujuan utama untuk memberikan pendidikan yang berkualitas kepada mahasiswa-mahasiswinya. Dengan visi dan misi terkait, ITB Muhammadiyah Polewali Mandar berkomitmen untuk memberikan pembelajaran dan pengajaran yang terbaik guna menciptakan lulusan yang unggul. Melalui kurikulum yang berbasis kompetensi dan didukung oleh tenaga pengajar yang berpengalaman, ITB Muhammadiyah Polewali Mandar berupaya menciptakan mahasiswa yang siap terjun ke dunia kerja dengan keterampilan dan pengetahuan yang mumpuni.

Selain memberikan pendidikan yang berkualitas, ITB Muhammadiyah Polewali Mandar juga secara aktif berupaya mengembangkan kemampuan dan potensi mahasiswa dalam berbagai aspek kehidupan. Melalui berbagai kegiatan di luar ruang kelas seperti kegiatan ekstrakurikuler, seminar, workshop, dan magang, mahasiswa ITB Muhammadiyah Polewali Mandar didorong untuk mengembangkan soft skills dan hard skills yang sesuai dengan tuntutan dunia kerja modern.

Dengan demikian, ITB Muhammadiyah Polewali Mandar tidak hanya berfokus pada aspek akademik semata, tetapi juga pada pengembangan karakter dan kepribadian mahasiswa. Dengan pendekatan holistik, ITB Muhammadiyah Polewali Mandar bertekad menciptakan lulusan yang tidak hanya cerdas secara intelektual, tetapi juga memiliki etika kerja yang tinggi dan kemampuan interpersonal yang baik. Sebagai lembaga pendidikan tinggi yang berorientasi pada kualitas dan keunggulan, ITB Muhammadiyah Polewali Mandar berkomitmen untuk terus mendukung pengembangan mahasiswa agar mampu bersaing dan berkontribusi dalam dunia kerja global yang semakin kompetitif.

Mahasiswa yang sedang bekerja memang sering menghadapi kesulitan dalam mengikuti kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN). Keterbatasan waktu menjadi salah satu faktor utama yang menghambat mereka untuk sepenuhnya terlibat dalam program ini. Selain itu, kesibukan dalam pekerjaan membuat mereka sulit untuk mendapatkan waktu yang cukup untuk mempersiapkan diri dan melakukan tugas-tugas yang diperlukan selama KKN. Hal ini dapat berdampak pada kualitas partisipasi mereka dalam program tersebut.

Meskipun mengalami kesulitan, ada beberapa langkah yang dapat diambil untuk membantu mahasiswa yang bekerja agar dapat mengikuti kegiatan KKN dengan lebih baik. Pertama, mereka dapat mencari dukungan dari pihak universitas atau institusi tempat mereka bekerja untuk mencari solusi yang memungkinkan mereka untuk mengatur jadwal kerja dan kegiatan KKN dengan lebih baik. Selain itu, mereka juga dapat mencari bantuan dari teman-teman sejawat atau dosen pembimbing untuk memberikan saran dan dukungan dalam mengatasi keterbatasan waktu dan kesibukan dalam pekerjaan. Dengan adanya kerjasama dan dukungan dari berbagai pihak, diharapkan mahasiswa yang bekerja dapat tetap mengikuti kegiatan KKN dengan maksimal meskipun menghadapi tantangan tersebut..

Program KKN profesi merupakan upaya untuk memberikan kesempatan kepada mahasiswa yang sedang bekerja agar dapat tetap mengikuti KKN dan memperoleh pengalaman lapangan yang bermanfaat untuk pengembangan karir mereka di masa depan. Dengan adanya program ini, diharapkan para mahasiswa yang bekerja dapat lebih mudah dalam melakukan konversi mata kuliah KKN sesuai dengan jadwal dan kebutuhan mereka. Dengan demikian, program KKN profesi ini membantu menciptakan keseimbangan antara pendidikan dan dunia kerja bagi mahasiswa yang sedang bekerja di ITB Muhammadiyah Polewali Mandar.

Air minum isi ulang merupakan salah satu bisnis menjanjikan yang terus berkembang secara signifikan dari sisi penjualan, terutama untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan air minum yang higienis, sehat, dan segar. Operasi isi ulang air minum meningkat secara mendadak di berbagai daerah termasuk wilayah Kecamatan Wonomulyo, dimana masyarakat justru membutuhkan air minum isi ulang dibandingkan harus repot merebus air di rumah. Hal ini tidak hanya menjadi faktor peningkatan penjualan pada bisnis air minum isi ulang, tetapi juga menyebabkan persaingan antar perusahaan semakin ketat.

Selain itu, harga air minum isi ulang seringkali berfluktuasi karena pengujian terukur tidak dilakukan pada hari yang sama. Oleh karena itu, proses pengolahan air pengisian ulang memerlukan banyak bagian, Peralatan, penyimpanan dan proses pengolahan air. Setiap pebisnis pastinya ingin mencari keuntungan yang besar dan berulang dari setiap bisnis yang dijalankannya. Oleh karena itu, analisis pasar dan keuangan dilakukan untuk mengetahui pertumbuhan dan perkembangan perusahaan. (Putra & Kurniawanto, 2024)

Aktivitas pusat penyediaan air minum Depot air minum isi ulang (DAMIU) meningkat sangat pesat, terbukti dengan keberadaannya di mana-mana. Air minum isi ulang ini banyak diminati masyarakat karena harganya yang relatif murah dan mudah didapat. Dari segi harga, air isi ulang lebih murah dibandingkan air kemasan. Meski harga air minum isi ulang lebih murah, namun tidak semua DAMIU menjamin kualitasnya. Menurut Keputusan Menteri Kesehatan Nomor 43 Tahun 2014, air minum adalah air yang telah atau belum melalui proses pengolahan, memenuhi syarat kesehatan dan dapat langsung diminum.

Perusahaan Depot Air Minum Isi Ulang (DAMIU) merupakan salah satu perusahaan yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan air minum dengan menyediakan air bersih siap minum yang melalui proses sterilisasi dengan menggunakan peralatan yang menggunakan sinar ultraviolet salah satunya. Depot Air Minum Isi Ulang (DAMIU) merupakan perusahaan yang memproduksi air minum dalam bentuk curah dan tanpa kemasan untuk kebutuhan lokal. Air minum isi ulang menjadi salah satu alternatif masyarakat dalam memenuhi kebutuhan air minum sehari-hari. Kehadiran fasilitas penyimpanan air minum isi ulang terus meningkat seiring dengan kebutuhan masyarakat akan air minum berkualitas layak konsumsi.

Pelayanan pelanggan kepada DAMIU IRMANUR, kualitas air dengan menyediakan air bersih siap minum yang telah melalui proses sterilisasi dengan peralatan menggunakan media ultraviolet, pelayanan yang ramah, serta menawarkan layanan pengambilan dan pengantaran ke rumah pelanggan.

Namun bagi DAMIU IRMANUR, hal itu belum cukup. Jika Anda ingin mengembangkan bisnis, Anda dapat menggunakan media sosial sebagai alat dalam strategi periklanan Anda untuk meningkatkan penjualan. Soalnya Pak H. Masdar pemilik DAMIU IRMANUR kurang paham cara menggunakan media sosial. Media sosial merupakan salah satu alat yang dapat digunakan sebagai sarana pemasaran produk secara online. Salah satu jejaring sosial terpopuler adalah Facebook, Instagram, dan WhatsApp Business, di mana Anda dapat dengan mudah mengakses berbagai fiturnya. Berdasarkan latar belakang pembahasan, permasalahan yang ada adalah membuat akun media sosial DAMIU IRMANUR tentang cara mempromosikan di akun media sosial diharapkan bisa meningkatkan penjualan. (Kusdiana dkk., 2023)

Depot air minum isi ulang **IRMANUR** berdiri pada tahun 2019 di Kecamatan Wonomulyo, Jl, Poros Kediri, Desa Sidorejo, dan awal berdirinya memiliki dua jenis air gallon, yaitu air minum terapi dan air minum biasa depot air minum ini didirikan oleh bapak H Masdar dan mulai berkembang pada tahun 2020-2022 usaha ini depot air ini pada awalnya belum memiliki karyawan, owner yang langsung terjun bersama keluarga dan pada tahun 2023 sampai saat ini telah memiliki 2 karyawan.

1.1 Pemanfaatan Media Sosial untuk Promosi Bisnis

Media sosial adalah kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu dan komunitas untuk berkumpul, berbagi informasi, berkomunikasi, dan terkadang berkolaborasi atau "bermain" satu sama lain.

Media sosial menawarkan kesempatan untuk meningkatkan interaksi konsumen, termasuk menerbitkan konten komunikasi yang lebih personal. Ini mendukung pencitraan merek pribadi di mana peran audiens berfungsi sebagai sarana komunikasi dan diskusi serta memastikan popularitas. (Muljanto Silajadja dkk., 2023)

1.2 Strategi Pemasaran Digital

Strategi pemasaran digital terdiri dari serangkaian rencana dan tindakan untuk mempromosikan produk dan layanan Anda melalui berbagai platform digital. Gunakan platform media sosial seperti Facebook, Instagram, dan Whatsapp Business untuk berinteraksi dengan calon pelanggan, membangun komunitas Anda, dan mempromosikan produk dan layanan Anda. (Sugiyanti dkk., t.t.)

1.3 Media Sosial sebagai Alat Promosi dalam Bisnis Depot Air Minum Isi Ulang

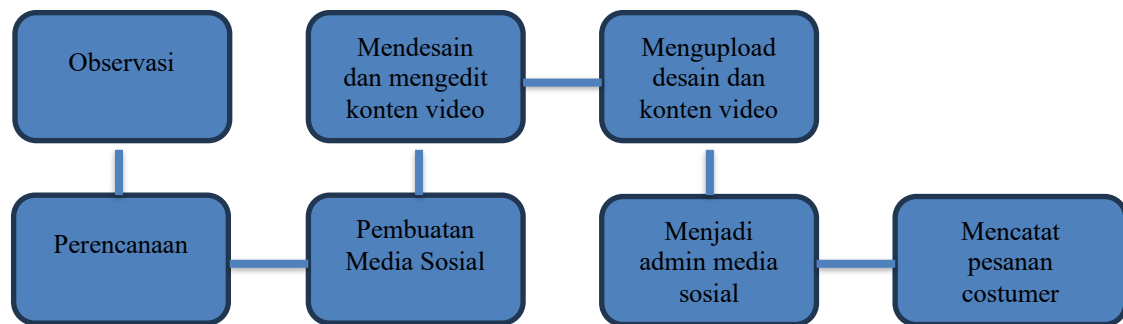
Media sosial menyediakan platform yang sempurna untuk ini. Misalnya, "IRMANUR" dapat menggunakan Whatsapp Business, Instagram dan Facebook untuk memposting konten berkualitas tinggi yang menunjukkan keunggulan produk mereka, seperti proses penyaringan air yang aman dan harga yang kompetitif.

DAMIU merupakan perusahaan yang mengelola air minum dalam jumlah besar dengan harga lebih murah untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Air Minum Isi Ulang merupakan jenis air minum yang telah melalui proses pemurnian dengan penyinaran UV, ozonasi atau keduanya sehingga dapat langsung diminum tanpa direbus terlebih dahulu. Air minum yang disuplai oleh Depot Air Minum Isi Ulang (DAMIU) dinilai praktis, higienis, mudah didapat, dan relatif terjangkau. Selain itu, dengan wadah air minum yang dapat digunakan kembali dan layanan antar jemput, konsumen tidak perlu keluar rumah untuk mendapatkan air minum dari DAMIU. (Makassar & Pinrang, t.t.)

2. Metode Pelaksanaan

2.1. Metode pelaksanaan kegiatan

Kuliah kerja nyata (KKN) profesi tahun 2024 diselenggarakan selama 40 hari, tanggal 01 November sampai tanggal 10 Desember yang berlokasi di salah satu usaha Depot Air Minum IRMANUR di Desa Sidorejo. Berikut ini mengikuti alur pelaksanaan kegiatan seperti pada gambar 1.



Gambar 1. Alur pelaksanaan kegiatan

Berikut penjelasan dari gambar yang ada diatas :

1. Observasi

Pada tahap observasi pelaksanaan program kerja KKN profesi ini, langkah pertama yang dilakukan adalah melakukan observasi terhadap kondisi awal salah satu usaha depot air minum yang belum mempunyai media sosial. Kegiatan observasi ini bertujuan untuk mengetahui kondisi usaha depot air minum IRMANUR, serta potensi-potensi

yang belum di media sosial ini. Selama proses observasi pertama, dilakukan pemeriksaan secara mendalam terhadap berbagai elemen utama pada media sosial, seperti tampilan pembuatan Whastapp bisnis, akun Instagram dan akun Facebook, Evaluasi ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai seberapa efektif media sosial ini dalam memberikan informasi dan pelayanan melalui media sosial secara luas dan mudah untuk diketahui costumer baru.

2. Perencanaan

Proses perencanaan dimulai dengan menetapkan tujuan utama program, yaitu untuk Pembuatan Media Sosial Depot air minum IRMANUR sehingga dapat berfungsi lebih optimal sebagai media informasi dan melalui pelayanan secara online. Beberapa sasaran yang ditetapkan mencakup untuk mendapatkan costumer pelanggan baru, tampilan, pembuatan konten dan desain promosi.

3. Pembuatan Media Sosial

Media sosial sangat penting di zaman saat ini, karena setiap usaha sudah mempunyai yang Namanya media sosial yang digunakan untuk promosi produknya, oleh karena itu pembuatan media sosial di depot air minum IRMANUR sangat perlu dibuatkan, karena belum mempunyai akun media sosial, Media sosial yang akan dibuatkan yaitu Whatsapp bisnis, Instagram dan Facebook. Tujuan membuat media sosial agar adanya informasi yang didapatkan warga setempat sehingga mendapatkan costumer baru.

4. Mendesain dan mengedit konten video

Desain dan video konten sangat berpengaruh dari pembuatan akun media sosial yang bertujuan untuk promosi dan dapat menjadi salah satu tertariknya costumer baru dengan desain dan konten video yang menarik. Setelah jadinya media sosial dibuatkan terlebih dahulu desain logo dan desain label terbaru untuk di jadikan profil dan sampul dari media sosial yang sudah dibuat agar terlihat lebih menarik dan pastinya dibuatkan pula video konten yang bertujuan promosi.

5. Mengupload Desain dan Konten Video

Media sosial yang baru sangat penting dalam mengupload foto dan video secara konsisten karena akan membuat orang yang melihatnya tertarik dengan upload secara konsisten, dan setelah mengedit desain dan konten video pastinya akan diperhatikan terlebih dahulu lalu menguploadnya di media sosial story Whatsapp bisnis, Instagram dan Facebook

6. Menjadi Admin Media Sosial

Owner depot air minum IRMANUR menyerahkan dan mempercayai kepada pelaku KKN profesi untuk menjadi admin di semua media sosial yang telah dibuat dan di isi desain dan konten video secara konsisten, dengan menjadi admin harus memperhatikan costumer yang memesan di media sosial.

7. Mencatat pesanan costumer

Para costumer pelanggan depot air minum terkadang memesan melalui lewat telpon biasa dan mendatangi depot air secara langsung, dan hanya beberapa yang memesan lewat whastapp pribadi oleh pemilik usaha, dan setelah pembuatan media sosial dan menjadi admin whatsapp bisnis sudah ada beberapa yang memesan secara online atau melalui whatsapp bisnis dan saat ada yang memesan selalu melakukan pencatatan di papan tulis agar karyawan pengantar galon mengetahui siapa yang diantarkan, dan agar mengetahui dalam sehari berapa pemasukan yang masuk.

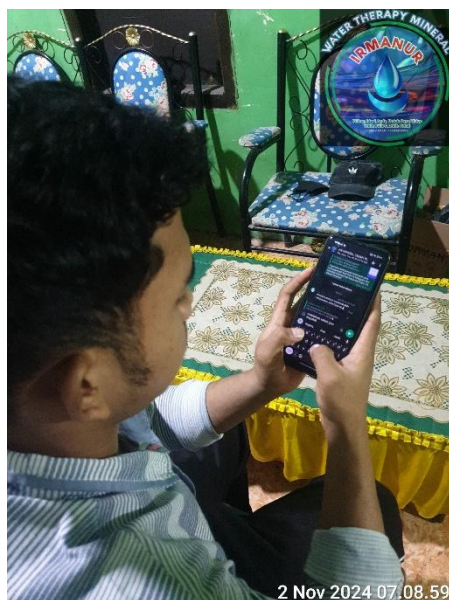
TAGGAL	KEGIATAN
31 Oktober 2024	Melakukan Pembuatan Media Sosial
02 November 2024	Menjadi admin media sosial menerima pesanan dan mencatat pesanan costumer air galon
07-08 November 2024	Melakukan pembuatan dan pengeditan konten video promosi
05 Desember 2024	Melakukan konsisten mengupload dan mencatat setiap pesanan dari costumer.

Table 1. bebrapa kegiatan yang menjelaskan kegiatan di tempat KKN Profesi

Gambar 2.2



Gambar 2. Melakukan pembuatan Media Sosial



Gambar 3. Menjadi admin melayani costumer dan mencatat pesanan costumer



Gambar 4. Melakukan Pembuatan dan pengeditan konten video



Gambar 5. Mengupload video konten dan mencatat pesanan costumer secara konsisten

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Pemanfaatan Media Sosial oleh Depot Air Minum Isi Ulang Irmanur

Depot air minum Irmanur awalnya tidak memiliki akun media sosial, setelah adanya kegiatan KKN Profesi ini Mahasiswa selaku peserta KKN Profesi ini membuat akun media sosial untuk memanfaatkan promosi melalui media sosial, akun media sosial yang dibuat yaitu : Whatsapp Business, Instagram dan Facebook, alasan membuat pemanfaatan media sosial ini, karena belum ada usaha depot ai minum yang membuat akun media sosial pada usahanya. Dengan adanya media sosial suatu usaha akan banyak yang mengetahui informasi usaha depot air minum ini.

3.2. Proses Pengelolaan Media Sosial

Pelaksanaan program KKN Profesi yang dilakukan di salah satu usaha Depot air minum Irmatur ini difokuskan pada dua aspek utama, yaitu mendesain dan membuat konten video dan konsisten mengurus akun media sosial. Beberapa langkah yang diterapkan antara lain:

- Mendesain dan membuat konten video : Menyediakan informasi yang lebih lengkap melalui desain promosi dan konten video mengenai promosi di DAMIU IRMANUR.
- konsisten mengurus akun media sosial : Dengan melakukan penguploadan secara konsisten sehingga membuat para customer mengetahui DAMIU IRMANUR sangat memperhatikan kualitas air.
- Peningkatan Aksesibilitas : Mengupayakan memperbanyak pengikut dari media sosial DAMIU IRMANUR.

Dengan upaya-upaya ini, diharapkan Media Sosial DAMIU IRMANUR dapat menjadi pusat informasi yang lebih efektif dan dapat diakses dengan mudah oleh seluruh masyarakat.

3.3. Dampak Penggunaan Media Sosial terhadap Bisnis

Hasil analisis menunjukkan adanya peningkatan jumlah pelanggan baru yang pesan lewat Whatsapp Business ke Depot Air Minum Isi Ulang "IRMANUR" setelah mengikuti promosi yang dilakukan melalui media sosial. Keterlibatan pelanggan juga meningkat, dengan banyaknya like, komentar, dan share pada setiap postingan. Selain itu, media sosial juga memudahkan pelanggan untuk menghubungi depot ini dan mendapatkan informasi produk lebih cepat.

4. Simpulan

Dengan adanya kegiatan KKN Profesi yang di adakan Kampus Institut Teknologi dan Bisnis Muhammadiyah Polewali Mandar sangat bermanfaat bagi mahasiswa karena dapat menambah pengalaman dan sangat membantu pemilik DAMIU IRMANUR ini yang di mana sama sekali belum mempunyai Media sosial dan dapat disimpulkan bahwa.

Depot Air Minum Isi Ulang (DAMIU) "IRMANUR" Pemanfaatan media sosial sebagai alat periklanan dalam bisnis terbukti membawa banyak manfaat. Media sosial memungkinkan bisnis ini menjangkau khalayak yang lebih luas dengan lebih hemat biaya dibandingkan metode pemasaran tradisional. Penggunaan platform seperti Instagram dan Facebook memungkinkan 'IRMANUR' berinteraksi langsung dengan pelanggan, membangun kepercayaan dan meningkatkan kesadaran merek. Dan melalui Whatsapp business melayani customer yang melakukan pesanan di depot air minum ini.

Dengan strategi pemasaran yang tepat seperti membuat konten yang menarik, dan merespon pelanggan dengan cepat, media sosial akan membantu "IRMANUR" memperkuat posisinya di pasar lokal. Selain itu, feedback positif dari pelanggan melalui media sosial juga dapat meningkatkan reputasi usaha ini. Secara keseluruhan, penggunaan media sosial sebagai alat periklanan dapat meningkatkan kesadaran Depot Air Minum Isi Ulang "IRMANUR", menarik pelanggan baru, meningkatkan penjualan, dan membangun hubungan pelanggan jangka panjang.

5. Ucapan Terimakasih

Kami mengucapkan rasa syukur yang mendalam kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala karunia dan rahmat-Nya, yang memungkinkan kami untuk menyelesaikan jurnal ini dengan baik. Dalam kesempatan ini, kami ingin mengungkapkan rasa terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, bimbingan, serta bantuan selama kami melaksanakan program Kuliah Kerja Nyata Profesi (KKNP) di salah satu usaha Depot air minum IRMANUR di Desa Sidorejo, terutama Pemanfaatan Media Sosial sebagai Alat Promosi dalam Bisnis Depot Air Minum Isi Ulang IRMANUR dalam promosi melalui Media Sosial Kami menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Institut Teknologi dan Bisnis Muhammadiyah POLMAN, khususnya kepada Apt. Miftahurrahman Hafid, S.Farm.,M,Ph selaku Dosen Pembimbing Lapangan (DPL), Panitia KKNP dan semua pihak yang terlibat dalam pelaksanaan KKN, yang telah memberikan petunjuk, dukungan, dan kesempatan untuk melaksanakan program ini.
2. Pemilik usaha atau Owner DAMIU IRMANUR , Bapak H Masdar yang telah memberikan izin, dukungan, serta kesempatan kepada saya untuk melakukan pemanfaatan media sosial di usaha DAMIU IRMANUR.

6. Daftar Pustaka

- 1.] Kusdiana, Y., Tinaria, L., Rio Azhari, F., & Ferdiansyah, F. (2023). PEMANFAATAN ONLINE SHOP UNTUK MENINGKATKAN OMSET PENJUALAN DEPOT AIR MINUM ISI ULANG (DAMIU) RM. IKHSAN. *Azam Insan Cendikia*, 2(2), 50–55. <https://doi.org/10.62833/pkm.v2i2.42>
- 2.] Makassar, S. T., & Pinrang, S. B. (t.t.). *Analisis Kualitas Depot Air Minum Isi Ulang Yang Ada Di Wilayah Puskesmas Tamalanrea Apdiani Toalu1, ST. Nurul Aliah Alwy2, Baharuddin3, Andi Nurhartati4*.
- 3.] Muljanto Silajadja, Pamela Magdalena, & Trinandari Prasetyo Nugrahanti. (2023). Pemanfaatan Media Sosial (Digital Marketing) untuk Pemasaran Produk UMKM. *Cakrawala: Jurnal Pengabdian Masyarakat Global*, 2(2), 88–100. <https://doi.org/10.30640/cakrawala.v2i2.1001>
- 4.] Putra, A. R., & Kurniawanto, H. (2024). *ANALISIS KELAYAKAN PENGEMBANGAN USAHA DEPOT AIR MINUM ISI ULANG TIRTA VIT. 17(1)*.
- 5.] Sugiyanti, L., Rabbil, M. Z., & Oktavia, K. C. (t.t.). *Strategi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Penjualan UMKM*.