

**RISET AKSI PARTISIPATIF TENTANG PENGEMBANGAN KAPASITAS
MANAJEMEN PEMASARAN KOMUNITAS USAHA FLAMBOYAN WARGA
RW 017 KELURAHAN CIPINANG JAKARTA TIMUR
(2019)**

Dian Handayani

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan kapasitas anggota komunitas usaha Flamboyan warga RW 017 Kelurahan Cipinang Jakarta Timur dalam manajemen pemasaran produk.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah PAR (*Participatory Action Research*) dengan pendekatan kualitatif, diawali dengan melakukan proses identifikasi karakteristik komunitas lalu mengadakan FGD (*Focus Group Discussion*) untuk mendapatkan hasil identifikasi masalah dan kebutuhan komunitas. Aksi yang dilakukan dalam pengembangan kapasitas komunitas yaitu pembelajaran membuat label produk dan pembelajaran membuat dan memanfaatkan akun media sosial *Instagram* untuk media promosi komunitas. Seluruh anggota komunitas Flamboyan yang berjumlah 6 orang merupakan partisipan dalam penelitian.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pengembangan kapasitas yang terjadi di komunitas usaha Flamboyan berupa kemampuan untuk membuat desain label produk secara mandiri dan penggunaan media sosial Instagram Bisnis sebagai media promosi produk. Pengembangan kapasitas tersebut membawa dampak positif bagi individu maupun kelompok dalam melakukan pemasaran produk.

Kata Kunci: Pengembangan Kapasitas, Pemasaran, Label Produk, Media Sosial

**PARTICIPATORY ACTION RESEARCH ON CAPACITY BUILDING IN
MARKETING MANAGEMENT FOR FLAMBOYAN BUSINESS
COMMUNITIES IN RW 017, CIPINANG URBAN VILLAGE, EAST
JAKARTA**

(2019)

Dian Handayani

ABSTRACT

This study aims to develop the capacity of members of the Flamboyan business community, residents of RW 017, Cipinang Sub-district, East Jakarta in product marketing management.

The method used in this study is PAR (Participatory Action Research) with a qualitative approach, beginning with the process of identifying community characteristics and then holding a FGD (Focus Group Discussion) to get the results of identifying problems and community needs. Action taken in developing community capacity is learning to make product labels and learning to make and use Instagram social media accounts for community promotion media. All 6 members of the Flamboyan community were participants in the study.

The results of this study indicate that the capacity development that occurs in the Flamboyan business community is in the form of the ability to independently design product labels and use Instagram Business social media as product promotion media. This capacity development has a positive impact on individuals and groups in marketing products.

Keywords: *Capacity Building, Marketing, Product Label, Social Media*