

## RINGKASAN

**Salsabila Rezky Pratiwi (08320200124) Peran Digitalisasi dalam Mengembangkan Pemasaran Produk Home Industry Sarabba Instan SJ Di Kota Makassar. Dibawah bimbingan Bapak Iskandar Hasan dan Ibu Nurliani.**

Penelitian ini memiliki tujuan: (1) Mendeskripsikan proses produksi sarabba instan SJ di Kota Makassar (2) Mendeskripsikan metode pemasaran yang digunakan pada usaha sarabba instan SJ di Kota Makassar (3) Menganalisis hubungan digitalisasi dalam pengembangan pemasaran produk pada usaha sarabba instan SJ di Kota Makassar (**Studi Kasus pada CV. MJ**).

Produk olahan jahe yang sering dijumpai di Sulawesi Selatan, khususnya Kota Makassar adalah sarabba. Minuman khas yang diracik dari campuran jahe, santan kelapa dan gula merah yang banyak disukai oleh masyarakat. Sarabba memiliki ciri khas rasa pedas karena bahan baku utamanya adalah jahe merah, yang memiliki rasa pedas yang lebih tinggi karena kandungan oleoresinnya lebih tinggi dibandingkan dengan jahe jenis lain. Minuman ini sangat cocok dinikmati ketika hangat, dengan cita rasa yang cukup menggoda seperti sarabba instan SJ di Kota Makassar.

Sampel pada penelitian ini yakni Pemilik usaha sarabba instan SJ dan karyawan sebagai informan, serta konsumen sarabba instan SJ sebagai responden. jumlah sampel yang merupakan konsumen yang dibutuhkan yaitu sebanyak 96 orang. Pengambilan sampel konsumen pada penelitian ini menggunakan *purposive sampling method*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) proses produksi sarabba instan SJ dimulai dari melakukan pemilihan bahan baku, membersihkan jahe, memparut, memeras jahe, dimasak dan pencampuran bahan-bahan, penghalusan jahe yang menjadi kristal, lalu setelah menjadi bentuk bubuk dimasukkan ke mesin pengisi otomatis untuk dimasukkan kedalam kemasan sachet, lalu di sealed otomatis menggunakan mesin, terakhir sachet yang sudah di sealed dimasukkan kedalam box. (2) Metode pemasaran yang digunakan pada usaha CV.MJ yakni pemasaran langsung ke konsumen, melalui reseller, pemanfaatan platform digital,

distribusi ke toko-toko fisik, promosi konten yang menarik, dan pengiriman ke berbagai kota. (3) Digitalisasi berperan signifikan dalam mengembangkan pemasaran produk, termasuk pada usaha Sarabba Instan SJ di Kota Makassar. Berdasarkan analisis Chi-Square, terdapat hubungan yang signifikan antara peran digital marketing dan pengembangan pemasaran produk, dengan nilai Chi-Square hitung sebesar 55,63 yang jauh melebihi nilai kritis pada tingkat signifikansi 0,05. Koefisien Kontingensi sebesar 0,61 juga mengindikasikan hubungan yang cukup kuat antara kedua variabel tersebut. Digitalisasi memberikan dampak positif melalui penggunaan media digital seperti Instagram, Facebook, Shopee, dan Tokopedia, yang memfasilitasi promosi produk, interaksi dengan pelanggan, dan transaksi secara luas. Selain itu, personalisasi promosi, analisis data yang akurat, serta pengukuran efektivitas strategi pemasaran turut meningkatkan kesadaran merek dan kepercayaan konsumen terhadap produk Sarabba Instan SJ.

**Kata kunci :** *Peran Digitalisasi, Pemasaran, Sarabba, Home industry.*