

Pelatihan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan Hasil Produksi Pertanian Pada Kelompok Wanita Tani Pamulang Barat

**Nurul Hidayati¹, Rianti Juliyanah², Azis Iskandar³, Abdul Rahman,⁴ ,
Velda Ardia Murdiana⁵**

^{1,2,3} Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Jakarta, Jl. K. H. Ahmad Dahlan, Cirendeui, Kec. Ciputat Timur, 15419

⁴ Program Studi Ilmu Administrasi, Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Jakarta, Jl. K. H. Ahmad Dahlan, Cirendeui, Kec. Ciputat Timur, 15419

E-mail: azisiskandar239@gmail.com ,

ABSTRAK

Berkembangnya kemajuan teknologi pada saat ini mengharuskan para pelaku usaha untuk menyesuaikan metode penjualan yang mereka lakukan, salah satunya adalah dengan melakukan cara pemasaran melalui media sosial dan melalui teknik Digital Marketing. Digital marketing memiliki peranan yang signifikan dalam meningkatkan penjualan hasil produksi pertanian, terutama dalam konteks kelompok Wanita Tani Pamulang Barat, melalui pemasaran digital seperti inilah mereka mulai membangun sebuah identitas usaha dan memperluas jangkauan. metode pelaksanaan yang dilakukan adalah dengan melakukan pelatihan dengan cara memberikan materi tentang digital marketing dalam meningkatkan hasil pertanian kemudian menyampaikannya melalui presentasi. tujuan dari program yang diadakan adalah untuk membuat inovasi dalam memasarkan sebuah produk yaitu melalui platform media sosial dan media digital tidak hanya mengandalkan transaksi secara offline saja. pelatihan digital marketing ini memberikan kontribusi positif dalam menyebarkan potensi pemasaran kelompok wanita Tani Pamulang Barat. dengan memanfaatkan taktik pemasaran digital, penjualan hasil produksi pertanian bisa ditingkatkan secara signifikan, memberdayakan kelompok wanita tani, serta membuat dampak ekonomi yang berkelanjutan.

Kata kunci: Pelatihan, Media Sosial, Digital Marketing

ABSTRACT

The development of technological advances at this time requires business actors to adjust the sales methods they do, one of which is by marketing through social media and through Digital Marketing techniques. Digital marketing has a significant role in increasing sales of agricultural products, especially in the context of the West Pamulang Peasant Women group, through digital marketing like this they begin to build a business identity and expand their reach. The implementation method carried out is by conducting training by providing material on digital marketing in increasing agricultural output and then delivering it through presentations. The purpose of the program held is to make innovations in marketing a product, namely through social media platforms and digital media, not only relying on offline transactions. This digital marketing training made a positive contribution in spreading the marketing potential of the West Pamulang Farmers women's group. By utilizing digital marketing tactics, sales of agricultural products can be significantly increased, empowering farmer women's groups, and making a sustainable economic impact.

Keywords: Training, Social Media, Digital Marketing

1. PENDAHULUAN

Pertanian menjadi salah satu pilar primer perekonomian Indonesia mempunyai peran sentral pada pemenuhan kebutuhan pangan serta sumber daya alam bagi masyarakat. di balik keberhasilan sektor pertanian ini, ada kontribusi yang tidak ternilai dari kelompok perempuan tani yang turut serta dalam usaha pertanian. tetapi, pada perjalanan usahanya, kelompok perempuan tani di Pamulang Barat tak jarang menghadapi tantangan dalam pemasaran dan penjualan hasil produksi pertanian mereka. Keterbatasan akses serta pengetahuan tentang strategi pemasaran modern menjadi kendala yang perlu diatasi supaya potensi pertanian lokal bisa terserap dengan lebih optimal (Fatrah Ramadhan and Rahman 2022). pada zaman yang sudah dipenuhi dengan teknologi digital seperti saat ini, pelatihan dalam bidang digital marketing sudah menjadi suatu keharusan untuk memastikan pertumbuhan serta keberlanjutan usaha pertanian, perkembangan teknologi dapat memajukan hasil pertanian para umkm sehingga produk mereka dapat di jangkau secara luas (Harahap, Dewi, and Ningrum 2021). Pelatihan ini mempunyai potensi besar dalam menaikkan efektivitas pemasaran serta menghadirkan peluang baru bagi kelompok wanita tani dalam memperluas jangkauan pasar dan mempertinggi penjualan hasil pertanian mereka. keberadaan wanita tani ini dapat diharapkan menjadi harapan baru bagi para wanita yang memang memiliki hobi dalam dunia pertanian.(Kn et al. 2022)

Pemasaran yang dilakukan secara langsung atau offline pun tak selalu berjalan mulus dan masih memiliki banyak kekurangan. Proses yang memakan waktu serta serangkaian aktivitas yang di lakukan dalam pemasaran melalui offline pun dinilai kurang efektif (Sonani and Sudrajat 2023). Oleh karena itu digital marketing dalam kasus ini sangatlah di butuhkan karena digital marketing sendiri ini, tergolong lebih mudah untuk dilakukan dan fleksibel. Sehingga memudah umkm kwt puri 25 ini untuk melakukan transaksi pemasaran hanya dengan menggunakan

platform media sosial, produk mereka sudah dapat terkenal dan memiliki jangkauan yang lebih luas dibandingkan hanya mengandalkan promosi penjualan secara offline

Digital marketing merujuk pada serangkaian taktik, strategi, serta kegiatan pemasaran yang dilakukan secara online atau melalui media digital menggunakan tujuan mempromosikan produk, layanan, merek, atau bisnis. dalam dunia yang semakin terkoneksi serta digital ini, digital marketing sudah menjadi salah satu komponen utama dalam upaya pemasaran dan promosi (Ayu et al. 2021). Pendekatan ini melibatkan pemanfaatan berbagai platform serta kanal digital untuk mencapai audiens target secara efektif. Ada banyak cara yang dilakukan untuk melakukan upaya digital marketing seperti melakukan pemasaran melalui platform media sosial atau e commerce dengan adanya upaya dalam melakukan inovasi pemasaran melalui platform tersebut, brand akan lebih di kenal dan juga lebih mudah terjadi transaksi karena produk dapat di lihat melalui foto yang di tampilkan pada platform (Hartana 2022). Berdasarkan Permasalahan yang dihadapi oleh kelompok wanita tani yaitu belum bisa maksimal dalam memasarkan produk hasil pertaniannya kedalam Digital dengan begitu kurangnya pemasaran melalui platform di media sosial, dan kemasan produk hasil pertanian yang dibuat oleh kelompok wanita tani masih belum menarik, kemudian lokasi kelompok wanita tani yang kurang terlihat karna kurangnya komunikasi dalam media cetak. Maka dengan permasalahan tersebut kami tertarik untuk melakukan pelatihan digital marketing dalam meningkatkan penjualan produksi pertanian pada kelompok wanita tani pamulang barat. Pelatihan ini dilaksanakan di balai rw 25 perumahan puri pamulang dengan tujuan untuk memudahkan para kelompok wanita tani puri pamulang dalam memasarkan sebuah produk yang ingin di jual. Dan kami membuat banner untuk kelompok wanita tani didepan lokasi tempat pertanian KWT puri 25, bermaksud untuk menunjukan bahwa dilokasi tersebut ada kelompok wanita tani.

2. METODE PELAKSANAAN

Metode Pelaksanaan dalam program kkn ini adalah pelatihan. Menurut Mondy Pelatihan adalah aktivitas aktivitas yang dirancang untuk membangun pengetahuan ilmu dan perluasan materi. Selain Mondy Menurut Soeprihanto (2001) bahwa pelatihan merupakan kegiatan yang akan diberikan kepada usaha kecil menengah dan dapat menyesuaikan dengan segala bidang apa yang dimasukkan oleh usaha tersebut. Menurut Bangun (2012), pelatihan kerja adalah proses untuk mempertahankan atau memperbaiki ketrampilan karyawan untuk menghasilkan pekerjaan yang efektif. Kami membuat pelatihan agar kelompok wanita tani yang memiliki usaha kecil bisa mengetahui tentang pelatihan yang telah kami sampaikan, dikarenakan kelompok wanita tani ini masih kurang dalam pemahaman tentang Digital marketing. agar kelompok wanita tani bisa menjualkan produk hasil tani nya lebih meluas ke seluruh masyarakat luas, maka dari itu kami melakukan Program yang dilaksanakan yaitu Pelatihan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan Hasil Produksi Pertanian Pada Kelompok Wanita Tani Pamulang Barat. Program ini dilaksanakan dengan langsung terjun ke masyarakat, dengan melakukan pemberian materi mengenai tentang digital marketing yang dihadiri oleh 20 ibu-ibu kelompok wanita tani puri pamulang. Output yang di harapkan dalam mengikuti pelatihan digital marketing ini adalah bertambahnya pengetahuan dalam dunia digital marketing serta pengaplikasian melalui sosial media sosial tersebut dapat bersifat berkelanjutan.

3. HASIL PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

Kegiatan yang kami lakukan berjudul Pelatihan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan Hasil Produksi Pertanian Pada Kelompok Wanita Tani Pamulang Barat. Kami melaksanakan kegiatan ini di balai rw 25, dalam kegiatan ini kami melakukan pemaparan materi dengan cara presentasi, yaitu mempresentasikan apa saja ide dan inovasi serta penjelasan seputar digital marketing

sehingga dapat mudah di pahami oleh para ibu – ibu kelompok wanita tani ini. digital marketing sangat penting karena menurut pakar digital marketing yaitu philip khotler mengatakan bahwa digital marketing dapat menghubungkan dengan konsumen secara efektif dan menjangkau audiens yang lebih luas. Serta menurut neil patel digital marketing dapat fleksibilitas dan penargetan yang lebih baik kemudian interaksi secara real time dengan konsumen.

Menurut para ahli pemasaran digital adalah kegiatan pemasaran dalam branding yang menggunakan berbagai platform di media. Seperti website, blog dan berbagai macam platform lainnya (Ridwan Sanjaya & Josua Taarigan 2009), Sedangkan Menurut Kleindl dan Burrow (2005) Pemasaran Digital adalah proses perencanaan dalam pelaksanaan melalui konsep, ide, harga, promosi, dan distribusi. Pemasaran digital sangat penting bagi dunia usaha yang dimana menciptakan nilai bagi pelanggan. Dan pemasaran ini juga dilakukan melalui produk, harga, tempat/distribusi, dan promosi. pemasaran yang berarti mengalirkan barang produk dari produsen ke konsumen, Jadi, Pemasaran adalah bagaimana cara pelaku usaha memuaskan kebutuhan para pelanggan.(Khalisa and Ardia 2023).

Teknik dalam menggunakan digital marketing hal ini dapat dilakukan dengan cara untuk mendapatkan seperti pelanggan, data, atau trafik yang berdampak pada peningkatan citra pada produk merek. Teknik yang sering digunakan didalam pemasaran digital untuk usaha kecil yang sering kita temukan di media social (Aufa Ramadhan et al. n.d.). Dengan melakukan pemasaran untuk meningkatkan citra merek dengan memanfaatkan media social seperti instagram, facebook, dan website untuk meningkatkan produk kedalam bentuk kesadaran merek terhadap konsumen. Urgensi yang terjadi pada digital marketing ini adalah Melalui digital marketing, usaha bisa mencapai audiens yang lebih luas, bahkan secara dunia. Internet memungkinkan bisnis untuk terhubung dengan orang di berbagai belahan dunia

tanpa batasan geografis.

Teknik digital marketing yang dilakukan pada kelompok wanita tani ini adalah content marketing yaitu Strategi ini fokus pada pembuatan dan distribusi konten yang relevan, berharga, dan menarik bagi audiens (Mawar et al. 2022). Ini dapat berupa artikel blog, video, infografis, panduan. Social Media Marketing dengan menggunakan platform media sosial seperti Instagram. Pelatihan dilakukan dengan pembukaan yang disampaikan oleh dosen pembimbing terkait kegiatan apa saja yang akan dilakukan pada saat pelatihan, dilanjutkan sambutan yang dilakukan oleh perwakilan dari kelompok wanita tani puri pamulang dan sambutan dari ketua rw perumahan puri pamulang. Kegiatan pelatihan dilakukan dengan melakukan presentasi tentang materi pelatihan digital marketing. Kami juga melakukan sebuah tutorial bagi para wanita tani untuk mengubah akun instagram mereka menjadi akun bisnis, dan membuat sebuah logo produk yang akan mereka jual lalu kemudian kami juga membuat sebuah website. Website dibuat agar bertujuan untuk menjadikan identitas sebuah usaha umkm tersebut agar lebih mudah di kenal oleh masyarakat secara luas. Pemasaran digital dapat menjadi alat yg sangat efektif bagi usaha Mikro, kecil, serta Menengah (UMKM) untuk meningkatkan visibilitas, menjangkau audiens baru, serta memperluas pangsa pasar (Manshur 2020). Beberapa teknik pemasaran digital yang cocok untuk UMKM adalah melalui pemasaran media Sosial, Pemasaran Konten, Iklan Berbayar

Melalui pelatihan ini membuktikan bahwa memang para kelompok wanita tani puri pamulang memang belum mengenal lebih jauh tentang digital marketing yang dilakukan melalui media sosial, maka dari itu kami berusaha untuk memaksimalkan memasarkan sebuah produk melalui platform digital serta media sosial, sehingga nantinya mereka dapat lebih mudah untuk menjangkau audiens serta segmentasi pasar yang dilakukan saat melakukan penjualan. (Pangestu, Handoko, Ardiansyah, & 2022). Dalam pelatihan ini kami juga melakukan sesi

diskusi yang diharapkan dapat membantu mereka dalam mengatasi masalah yang dihadapi dalam melakukan pemasaran secara online serta membantu melakukan pemasaran melalui media sosial.



Gambar 1. Kunjungan Mitra Kelompok wanita tani Pamulang Barat



Gambar 2. Kegiatan Pelatihan Digital Marketing

4. KESIMPULAN

Berdasarkan Hasil dari pelatihan digital marketing yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa, bertambahnya pengetahuan para ibu-ibu kelompok wanita tani dalam melakukan upaya inovasi dalam memasarkan sebuah produk, dibuatnya media sosial instagram umkm juga menjadikan mereka aktif dalam melakukan sebuah konten dalam melakukan aktivitas pertanian, sehingga membuat audiens lebih mengenal tentang kelompok wanita tani puri pamulang tersebut, keaktifan dalam menggunakan media sosial sebagai media pemasaran digital juga mulai mendapat antusias di para masyarakat kelompok wanita tani ini.

UCAPAN TERIMAKASIH

Kami berterimakasih kepada LPPM UMJ sudah membantu kami untuk mendukung dan menjalankan program kkn ini, selanjutnya kami berterimakasih kepada dosen pembimbing lapangan kami yang sudah memberi kami petunjuk dan bimbingan saat kami melaksanakan program kkn ini, serta kami juga tidak lupa berterimakasih kepada para mitra dan masyarakat yang sudah mendukung program kkn kami sehingga dapat berjalan lancar dan sesuai rencana.

DAFTAR PUSTAKA

- Aufa Ramadhan, Kevin, Salsabila Chaelani, Abdul Rahman, Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Jakarta, Jl KH Ahmad Dahlan, Ciputat Timur, and Kota Jakarta Selatan Ibu Kota Jakarta. n.d. "Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat LPPM UMJ Website: [Http://jurnal.umj.ac.id/index.php/Semnaskat](http://jurnal.umj.ac.id/index.php/semnaskat) Pemberdayaan UMKM Jahe Merah BunTik Dengan Penggunaan Instagram Marketing." 1-5.
- Ayu, Ida, Gde Suwiprabayanti, A. A. Raka Jayaningsih, and Putu Eny Suhardiyani. 2021. "Peningkatan Kemampuan Promosi Online." *JMM (Jurnal ... 5(5):7-9*.
- Fatrah Ramadhan, Dendi, and Abdul Rahman. 2022. "Implementasi Kebijakan Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah Melalui E-Procurement Pada Layanan Pengadaan Secara Elektronik Kota Depok." *Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi 5(1):6-18*.
- Harahap, Hamida Syari, Nita Komala Dewi, and Endah Prawesti Ningrum. 2021. "Pemanfaatan Digital Marketing Bagi UMKM." *Jurnal Loyalitas Sosial: Journal of Community Service in Humanities and Social Sciences 3(2):77*. doi: 10.32493/jls.v3i2.p77-85.
- Hartana. 2022. "PENGEMBANGAN USAHA UMKM DI MASA PANDEMI MELALUI OPTIMALISASI DIGITAL MARKETING DI KABUPATEN BULELENG." *Jurnal Pendidikan Kewarganegaraan Undiksha Vol. 10 No. 3 (September, 2022) 10(8.5.2017):2003-5*.
- Khalisa, D., and V. Ardia. 2023. "Analisis Viral Marketing Pada Iklan Animasi Khong Guan Versi Seboeah Kenangan Manis." *Jurnal Bincang Komunikasi 1(1):37-41*.
- Kn, Jamiati, Aminah Swarnawati, Velda Ardia, Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Jakarta, Kata Kunci, Digital Marketing, and Pengabdian Masyarakat. 2022. "Pelatihan Penggunaan Digital Marketing Dalam Pengembangan Pemasaran Bagi Kelompok Wanita Tani Perumahan Puri Pamulang Di Era Pandemic." 6(2):91-99.
- Manshur, Muhammad Iqbal. 2020. "Peran Digital Marketing Dalam Membangun Brand Awareness Busana Hijab Syar'I Si.Se.Sa." *Perspektif Komunikasi: Jurnal Ilmu Komunikasi Politik Dan Komunikasi Bisnis 4(2):113*. doi: 10.24853/pk.4.2.113-130.
- Mawar, Mawar, Abdul Rahman, Dini Gandini Purbaningrum, and Gilang Ramadhan. 2022. "Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Menengah Yang Terkena Dampak Pandemi Covid-19 Berbasis Modal Sosial Di Kelurahan Pondok Pucung Kota Tangerang Selatan." *Bubungan Tinggi: Jurnal Pengabdian Masyarakat 4(2):691*. doi: 10.20527/btjpm.v4i2.5320.
- Pangestu, A. R., G. Handoko, M. Ardiansyah, and ... 2022. "Pemberdayaan Umkm Telur Asin Bariroh Melalui Instagram Marketing Di Desa Pakijangan Brebes." *Prosiding Seminar ... 1-4*.
- Sonani, N., and A. P. Sudrajat. 2023. "Pelatihan Strategi Komunikasi Pemasaran Online Dalam Meningkatkan Brand Awareness." ... *Kepada Masyarakat 1(3)*.