DOI: https://doi.org/10.62017/jpmi

SOSIALISASI PEMASARAN DIGITAL HASIL PERTANIAN PADA KELOMPOK WANITA TANI PEKON AMBARAWA TIMUR

Leni Anggraeni *[1]
Dian Puspita [2]
Sariyah Astuti [3]
Tri Yuni Hendrowati [4]
Miswan Gumanti [5]
Nurlela [6]
Adi Prasetia Nanda [7]

[1,2,3,4,5,6,7] Institut Bakti Nusantara
*e-mail: leniarkanaanggraeni@gmail.com[1], diantepuspita@gmail.com [2] ,
ririastuti91@gmail.com [3], triyunihendrowati@umpri.ac.id [4], mgumanti0205@gmail.com [5]
nurlailaaja123oke@gmail.com [6], adiprasetiananda.artha@gmail.com[7]

Abstrak

Pemasaran digital telah menjadi salah satu strategi pemasaran yang penting dalamera digital saat ini. Namun, banyak petani, terutama di daerah pedesaan seperti Pekon Ambarawa Timur, masih belum sepenuhnya memanfaatkan teknologi ini untuk memasarkan produk mereka. Kelompok Wanita Tani (KWT) didaerah ini, yang berperan penting dalam pengembangan pertanian, sering kali menghadapi kendala dalam mengakses pasar yang lebih luas dan memperoleh harga yang lebih baik untuk produk mereka. Oleh karena itu, sosialisasi ini bertujuan untuk pelatihan mengenai pemasaran digital kepada kelompok wanita tanidi Pekon Ambarawa Timur. Melalui kegiatan ini juga, diharapkan anggota KWT dapat memperoleh pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk memanfaatkan teknologi digital dalam pemasaran hasil pertanian. Metode Penelitian ini menggunakan Teknik analisis deskriptif digunakan untuk menganalisis data yang dikumpulkan. Data- data dari observasi lapangan dan dokumen akan diuraikan secara rinci dan dijelaskan dalam bentuk narasi. Karena, Di era digital ini, pemasaran melalui platform digital telah terbukti efektif dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan. Penggunaan media sosial, e-commerce, dan aplikasi digital lainnya memungkinkan petani untuk langsung menjangkau konsumen tanpa melalui rantai distribusi yang panjang . Berdasarkan penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa kegiatan sosialisasi masyarakat terhadap pemasaran digital berlangsung efektif untuk membuat masyarakat untuk paham teknologi. Dalam kegiatan ini, masyarakat pekon khususnya ambarawa timur dapat mempelajari konsep wirausaha, pengembangan produk serta praktik transaksi, seperti pemasaran dan presentasi.

Kata Kunci : *Sosialisasi, Digital, Pertanian*

Abstract

Digital marketing has become an important marketing strategy in the current digital era. However, many farmers, especially in rural areas such as Pekon Ambarawa Timur, still do not fully utilize this technology to market their products. Women Farming Groups (KWT) in this area, which play an important role in agricultural development, often face obstacles in accessing wider markets and obtaining better prices for their products. Therefore, this socialization aims to provide training regarding digital marketing to groups of women farmers in Pekon Ambarawa Timur. Through this activity, it is hoped that KWT members can gain the knowledge and skills needed to utilize digital technology in marketing agricultural products. This research method uses descriptive analysis techniques to analyze the data collected. Data from field observations and documents will be described in detail and explained in narrative form. Because, in this digital era, marketing via digital platforms has proven effective in expanding market reach and increasing sales. The use of social media, e-commerce and other digital applications allows farmers to directly reach consumers without going through long distribution chains. Based on the research conducted, it can be concluded that community outreach activities regarding digital marketing are effective in making people understand technology. In this activity, the Pekon community, especially East Ambarawa, can learn entrepreneurial concepts, product development and transaction practices, such as marketing and presentations.

Keywords : *Socialization, Digital, Agriculture*

DOI: https://doi.org/10.62017/jpmi

PENDAHULUAN

Pertanian merupakan salah satu sektor penting dalam perekonomian Indonesia, terutama di wilayah pedesaan. Namun, tantangan yang dihadapi oleh petani di Pekon Ambarawa Timur masih cukup banyak, termasukdalam hal pemasaran hasil pertanian. Para petani sering kali menghadapi kesulitan dalam menjual produk mereka ke pasar yang lebih luas, sehinggaberdampak pada pendapatan yang tidak maksimal. Selain itu, keterbatasan akses terhadap informasi pasar dan keterampilan pemasaran juga menjadi kendala utama (Sugiyono,2017).

Di era digital ini, pemasaran melalui platform digital telah terbukti efektif dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan. Penggunaan media sosial, e-commerce, dan aplikasi digital lainnya memungkinkan petani untuk langsung menjangkau konsumen tanpa melalui rantai distribusi yang panjang. Sayangnya, banyak petani, khususnya kelompok wanita tani di Pekon Ambarawa Timur, belum sepenuhnya memahami potensi ini. Kurangnya pengetahuan dan keterampilan dalam pemasaran digital membuat mereka tidak dapat memanfaatkan teknologi yang ada untuk mengoptimalkan penjualan hasil pertanian mereka.

Kelompok Wanita Tani (KWT) di Pekon Ambarawa Timur memiliki peran penting dalam pertanian lokal, baik sebagai penggerak ekonomi keluarga maupun sebagai agen perubahan dalam komunitas mereka. Namun, potensiini belum sepenuhnya digali karena keterbatasan kemampuan dalam memanfaatkan teknologi digital. Dengan demikian, diperlukan upaya untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mereka dalam pemasaran

Digital agar mereka dapat mengakses pasar yang lebih luas dan meningkatkan pendapatan dari hasil pertanian. Program Kreativitas Mahasiswa ini hadir sebagai solusi untuk mengatasi permasalahan tersebut melalui sosialisasi dan pelatihan pemasaran digital kepada kelompok wanita tani di Pekon Ambarawa Timur. Kegiatan ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan yang memadai dan keterampilan praktis bagi para anggota KWT, sehingga mereka mampu memanfaatkan teknologi digital untuk memasarkan hasil pertanian secara lebih efektif dan efisien. Melalui inisiatif ini, diharapkan kesejahteraan ekonomi petani dapat meningkat dan sektor pertanian di wilayah tersebut dapat berkembang lebih baik.

METODE

Observasi lapangan merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang digunakan untuk mendapatkan pemahaman langsung tentang potensi peserta didik dalam kegiatan sosialisasi. Melalui observasi ini, peneliti dapat memperoleh wawasan tentang bagaimana masyarakat terlibat dalam kegiatan, interaksi antara mereka, dan potensi yang muncul selama sosialisasi (Sari,2020).

Pengumpulan dokumen juga menjadi metode yang penting dalam penelitian ini. Dokumen-dokumen seperti proposal kegiatan, laporan kegiatan, daftar hadir peserta, dan feedback memberikan gambaran tentang perencanaan, pelaksanaan, dan hasil dari kegiatan pemasaran hasil pertanian wanita tani ambarawa pekon timur. Analisis dokumen ini dapat memberikan wawasan tentang tingkat keberhasilan kegiatan, kendala yang dihadapi, dan rekomendasi untuk perbaikan di masa depan.

Teknik analisis deskriptif digunakan untuk menganalisis data yang dikumpulkan. Data-data dari observasi lapangan dan dokumen akan diuraikan secara rinci dan dijelaskan dalam bentuk narasi. Pendekatan deskriptif memungkinkan peneliti untuk menggambarkan secara mendetail tentang potensi entrepreneur masyarakat, dampak kegiatan sosialisasi, serta faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilan atau kegagalan dari kegiatan tersebut.

Sosialisasi Pelaksanaan

Peserta yang hadir dalam kegiatan ini kurang lebih 20 orang. Kegiatan ini bertujuan untuk mengajak masyarakat di pekon Pamenang agar lebih mengetahui pentingnya teknologi informasi di Era digital.

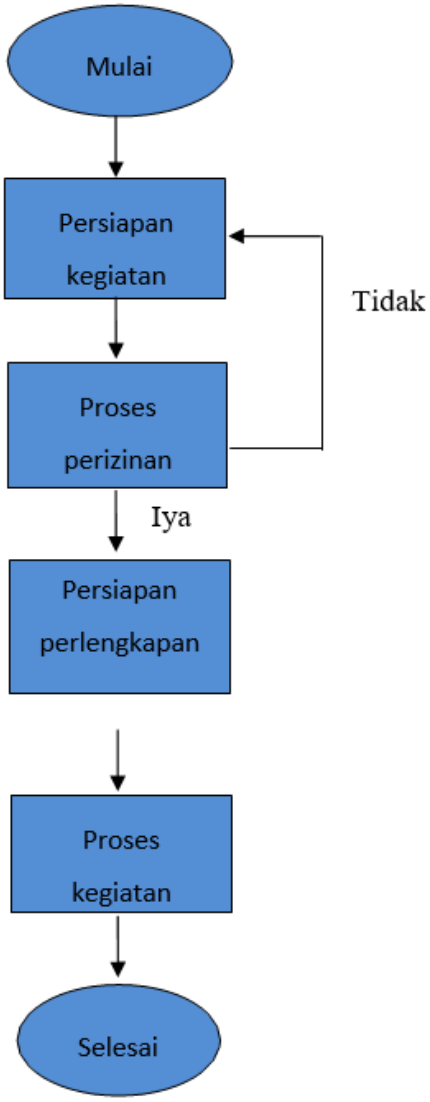
DOI: https://doi.org/10.62017/jpmi

Diskusi

Setalah melakukan perencanaan PKM, kemudian membuat surat izin untukkepada kepala Pekon, mempersiapkan sarana dan prasara. Dalam pelaksanaan kegiatan ini, pertama melakukan penyusunan rencana metode yang akan dilakukan selama proses awal pelatihan dan rencana selama kegiatan berlangsung,yaitu :

1. Sosialisasi, digunakan untuk memberi materi kepada para partisipan.
2. Tanya jawab, digunakan untuk melaksanakan interaksi anatra partisipandengan narasumber bila partisipan tidak menguasai materi yang telah diberikan.
3. Kuesioner, pada tata cara ini partisipan menanggapi pertanyaan- pertanyaan yang sudah disiapkan oleh narasumber.

Alur proses kegiatan pengabdian kepada masyarakat dapat dilihat pada gambarberikut ini :



Gambar 1. Alur Kegiatan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan oleh tim KKNInstitut Bakti

DOI: https://doi.org/10.62017/jpmi

Nusantara pada tanggal 30 Agustus 2024 di Desa Ambarawa Timur, Kecamatan Ambarawa , Kabupaten Pringsewu. Kemudian melakukan koordinasi dengan pihak KWT menentukan jadwal yang telah disepakati bersama. Peserta yang menghadiri kegiatan pelatihan adalah masyarakat yang memiliki usaha kecil sampai menengah.

Pengabdian Masyarakat ini dilakukan dengan kegiatan sosialisasi pemasaran digital hasil pertaniam. Kegiatan Sosialisasi ini dilakukan satu kali dengan bantuan dari mahasiswa KKN IBN Pringsewu dan dosen sebagai Pemateri dan narasumber dari kegiatan tersebut. Kegiatan pelatihan ini diperlukan agar masyarakat dan para pelaku UMKM mengetahui cara pemanfaatan media sosial untuk pertumbuhan penjualan hasil pertanian.

Pelatihan ini diawali dengan sambutan dosen pembimbing, serta Ketua Kelompok Wanita Tani (KWT). Kemudian melakukan pemaparan materi yang disampaikan para narasumber dalam bentuk presentasi kepada para peserta.

Selanjutnya peserta melakukan tanya jawab tentang permasalahan mereka kepada para narasumber. Setelah melakukan tanya jawab dengan narasumber:

Adapun faktor pendukung kegiatan, yaitu:

1. Para peserta yang memiliki kemauan untuk mendapatkan pengetahuan tentang pentingnya media sosial untuk penjualan.
2. Pihak KWT yang telah menyediakan tempat pelaksanaan pelatihan.

Adapun faktor penghambat kegiatan, yaitu:

1.Keterlambatan para peserta.
2.Keterbatasan tempat sosialisasi PKM.
3.Keterbatasan panitia dalam mempersiapkan kegiatan.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan pada kegiatan Sosialisasi Pemasaran Digital Hasil Pertanian PadaKelompok Wanita Tani Pekon Ambarawa Timur, diharapkan dengan kegiatan ini bisa berdampak dan memberikan hasil nyata agar Masyarakat ambarawa mampu menguasai digital dengan baik, bisa menjual produknya ke beberapa flatform yang lebih besar, contohnya media sosial, facebook, tiktok, dan Instagram. Karena, Di era digital ini, pemasaran melalui platform digital telah terbukti efektif dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan. Penggunaan media sosial, e-commerce, dan aplikasi digital lainnya memungkinkan petani untuk langsung menjangkau konsumen tanpa melalui rantai distribusi yang panjang.

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa kegiatan sosialisasi masyarakat terhadap pemasaran digital berlangsung efektif untuk membuat masyarakat untuk paham teknologi. Dalam kegiatan ini, masyarakat pekon khususnya ambarawa timur dapat mempelajari konsep wirausaha, pengembangan produk serta praktik transaksi, seperti pemasaran dan presentasi. Hasil analisis tingkat keberhasilan menunjukkan bahwa kegiatan sosialisasi ini memberikan pembelajaran yang positif dan bermanfaat bagi kalangan masyarakat. Dengan begitu masyarakat merasa percaya diri dalam berbicara di depan umum dan mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang konsep bisnis dan kewirausahaan seperti perhitungan laba- rugi dengan mengandalkan media sosial untuk penjualannya. Oleh karena itu, kegiatan sosialisasi ini dapat dijadikan sebagai salah satu strategi pembelajaran yang dapat meningkatkan kewirausahaan dikalangan pengusaha khususnya wanita tani ambarawa timur.

DAFTAR PUSTAKA

Bandara, N., & Silva, C. (2020). *The Role of Digital Marketing in Agricultural*
Jurnal Teknologi Pertanian, 12(2), 113-125.

Porter, M. E. (1985). *Competitive Advantage*: Creating and Sustaining Superior Performance. Free Press.

Product Promotion. *International Journal of Marketing Studies,* 12(3), 45-58.

Sari, R. K. (2020). *Pemanfaatan Media Sosial untuk Pemasaran Produk Pertanian*.Jakarta

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.