

PENINGKATAN KAPABILITAS DIGITAL MARKETING: UPAYA KELOMPOK TANI MEMPERLUAS PASAR GLOBAL

Fitriana Santi¹, Dewi ‘Izzatus Tsamroh², Cepi Yazirin³, Pungky Eka Setyawan⁴,
Rahmad Fahil Fadillah⁵, Silvi Anitasari⁶

^{1, 6} D3 Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Merdeka Malang

^{2, 3, 4, 5} Teknik Mesin, Fakultas Teknik Mesin, ^{2, 4, 5} Universitas Merdeka Malang, ³ Universitas Islam Malang

Email:fitriana.santi@unmer.ac.id

ABSTRACT: *Marketing is one of the main factors in the development of both goods and services. The village group of Bunton Village is a group of individuals who have the same goal of being profit-oriented. The presence of an average peasant group consisting of individuals of underage age makes the minimum knowledge of the use of digital technology as a media of promotion. While rice as a product is ultimately a daily necessity that cannot be stopped in the country of Indonesia. Aware of this, the service team provides training on the use of social media as a means of implementing digital marketing. It is undeniable that creating content in the 4.0 era helped the effort to reach global market share coverage. The service team provided training on how to create simple content to attract global market interest. The socialization activity was attended by 15 members of the village village group Bunton, and the event was held on September 30, 2023, at the home of the head of the village village group Buntons, called Wagir. The benefits of using social media as a means of providing information about a product will ultimately increase the revenue receipt of the Bunton Village Tani group*

Keywords: *digital marketing, expansion, global market, training*

ABSTRAK: Pemasaran adalah salah satu jantung utama dalam perkembangan usaha baik barang maupun jasa. Kelompok tani Desa Bunton adalah Kumpulan individu yang memiliki tujuan sama yakni profit oriented. Kehadiran kelompok tani yang rata-rata beranggotakan individu dengan usia yang tidak belia lagi membuat minimnya pengetahuan akan pemanfaatan teknologi digital sebagai media promosi. Padahal beras sebagai produk akhirnya merupakan kebutuhan sehari-hari yang tidak mungkin berhenti di negara Indonesia. Menyadari akan hal tersebut maka tim pengabdian memberikan pelatihan penggunaan media sosial sebagai sarana implementasi dari digital marketing. Tidak dapat dipungkiri bahwa membuat konten di era 4.0 membantu usaha mencapai cakupan pangsa pasar global. Tim pengabdian memberikan pelatihan cara membuat konten sederhana untuk dapat menarik minat pasar global. Kegiatan sosialisasi dihadiri 15 anggota kelompok tani Desa Bunton dan acara dilakukan pada tanggal 30 September 2023 di rumah ketua kelompok tani Desa Bunton Kecamatan wagir. Hasil kegiatan menunjukkan minat anggota untuk membuat konten dan upload di media sosial. Manfaat penggunaan media sosial sebagai sarana penyampaian informasi akan sebuah produk pada akhirnya dapat meningkatkan penerimaan pendapatan kelompok Tani desa Bunton.

Kata Kunci: digital marketing, pasar global, pelatihan, perluasan

PENDAHULUAN

Era 4.0 dikenal sebagai masa dimana teknologi komputer yang memberikan kemudahan bagi pelaku usaha untuk terhubung secara digital. Pesatnya pengguna internet membuat pengaruh yang signifikan pada dunia perekonomian (Sundari 2019). Tidak dapat dipungkiri bahwa saat ini mayoritas bisnis sudah mengarah ke online yang terlihat dari munculnya e-commerce sebagai media perdagangan. Nyatanya dampak revolusi 4.0 di sektor ekonomi adalah meningkatnya perdagangan UMKM secara pesat (Hamdan 2018). Sayangnya, pesatnya dunia digital tidak diikuti secara merata oleh pelaku usaha salah satunya adalah Kelompok tani Rahayu Desa Bunton.

Kelompok tani merupakan sekumpulan petani yang terikat secara non formal dan dibentuk dengan tujuan yang sama baik secara kepentingan, kesamaan kondisi lingkungan (sosial, ekonomi, sumberdaya), keakraban dan keserasian serta memiliki pimpinan untuk mencapai tujuan bersama. Kelompok tani memiliki tujuan untuk mengoptimalkan usaha tani agar keluarga petani memiliki kesejahteraan. Dalam Kumpulan ini anggota dibina guna memiliki pandangan yang sama, minat yang sama atas dasar kekeluargaan (Nainggolan et al. 2014). Kelompok tani Rahayu Desa Bunton berada di Kecamatan Wagir, Kabupaten Malang memiliki tujuan yang sama yakni mencapai peningkatan kesejahteraan bersama.

Kondisi yang ada saat ini adalah penjualan hasil produk gilingan padi yakni beras belum terjual secara maksimal. Sebenarnya kondisi beras yang dimiliki oleh kelompok tani tersebut tergolong bagus akan tetapi pangsa pasar yang ada hanya daerah tertentu. Bahkan kesulitan menjual di pasar luas membuat kelompok tani hanya memberikan hasil gilingan secara cuma-cuma saat melalui musim panen raya. Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan

oleh tim pengabdian diketahui bahwa promosi yang dilakukan oleh kelompok tani masih secara tradisional. Tidak dapat disalahkan secara menyeluruh karena kondisi yang membuat penjualan stagnan salah satunya adalah minimnya pengetahuan pemanfaatan media sosial.

Kelompok tani Rahayu Desa Bunton yang mayoritas adalah individu yang berumah tangga bukan berarti tidak memiliki fasilitas yang mumpuni untuk melakukan promosi secara digital. Apabila dilihat dari perangkat lunak (handphone) yang dimiliki oleh masing-masing anggota sebenarnya sangat mumpuni untuk dimaksimalkan promosi secara digital. Berangkat dari kondisi inilah yang membuat tim pengabdian tergerak untuk memberikan pelatihan dengan tema cara memanfaatkan media sosial sebagai media pemasaran. Pemasaran merupakan proses dan manajerial yang membuat individu atau kelompok memperoleh apa yang dibutuhkan atau bahkan diinginkan dengan cara menciptakan atau menawarkan produk yang bernilai kepada pihak lain (Ginting Lopa et al. 2023). Pemasaran memiliki kedudukan penting dalam berjalannya sebuah usaha karena disadari atau tidak keberhasilan pemasaran akan mempengaruhi kehidupan sebuah usaha (Pasigai 2022). Alasannya, semakin berkembangnya dunia makan akan semakin besar pula tuntutan konsumen maka persaingan pun juga semakin kompetitif. Pelaku usaha akan selalu mencoba menjemput bola dengan mengoptimalkan pemasaran.

Salah satu upaya mengambil peluang pasar dengan jangkauan luas adalah pemasaran secara digital. Digital marketing merupakan bentuk dari proses dan pencairan pasar yang difasilitasi oleh media digital secara online dengan memanfaatkan berbagai sarana digitalisasi misal media sosial (Sumadi et al. 2023). Digital marketing tidak hanya dapat

digunakan sebagai media pemasaran saja melainkan juga dimanfaatkan untuk kegiatan riset pasar dan juga dimanfaatkan oleh konsumen untuk mencari apa yang menjadi kebutuhan. Digital marketing memiliki kemampuan untuk menjangkau seluruh lapisan masyarakat di manapun mereka berada tanpa dibatasi oleh letak geografis maupun waktu (Purwana et al., 2017). Saat ini penerapan digital marketing sudah menjadi strategi utama dalam meningkatkan jumlah penjualan (Sagita & Wijaya, 2022). Banyak media digital marketing yang digunakan oleh pelaku usaha diantaranya adalah Instagram, website, tik tok, e-commerce, facebook, dan lain sebagainya. Berdasarkan hasil observasi mayoritas anggota Kelompok tani Rahayu Desa Bunton memiliki media sosial tetapi hanya digunakan sebagai kepentingan pribadi saja, kurangnya pemanfaatan mengenai media sosial terlihat dari kebingungan mereka memasukkan konten terkait aktivitas perihal pertanian. Padahal pada jaman saat ini pembuatan konten sangat sering dilakukan oleh pelaku usaha untuk melonjakkan penjualan.

Content digital marketing merupakan strategi pemasaran yang memiliki fokus pada pembuatan dan penyampaian konten yang memiliki nilai, kreatif dan unik guna mendorong minat konsumen agar menghasilkan keuntungan (Kamuri, 2021). Konten memiliki pengaruh kuat guna menarik minat konsumen dalam mengambil keputusan. Sering dijumpai baik konten sederhana maupun “recek” membuat konsumen penasaran akan sebuah produk kemudian melihat produk dan berakhir mencoba membeli. Pembuatan konten juga membantu pelaku usaha untuk menyampaikan informasi mengenai produk yang dijual. Melihat pesatnya fenomena digital marketing maka tim pengabdian mengadakan pelatihan pembuatan konten untuk Kelompok tani Rahayu Desa Bunton. Kegiatan pelatihan dilakukan di rumah ketua Kelompok tani

Rahayu Desa Bunton yang ada di Wagir Kabupaten Malang. Pelatihan diawali dengan pemberian materi mengenai pentingnya melakukan pemasaran secara digital untuk membantu perluasan pangsa pasar. Kegiatan selanjutnya adalah memberikan penjelasan dan contoh cara memberikan konten yang menarik agar konsumen membeli produk yang ditawarkan. Pengabdian diharapkan dapat memberikan kontribusi secara langsung kepada Kelompok tani Rahayu Desa Bunton.

METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan pengabdian Masyarakat dilakukan oleh dosen Universitas Merdeka Malang berkolaborasi dengan Universitas Islam Malang dengan mengadakan pelatihan membuat konten guna meningkatkan kapabilitas digital marketing Kelompok tani Rahayu Desa Bunton di Wagir Kabupaten Malang. Kegiatan dilaksanakan pada tanggal 23 September 2023. Metode yang digunakan oleh tim pengabdian adalah pelatihan. Metode pelatihan diawali dengan penyampaian materi mengenai digital marketing, pada tahap ini diharapkan kelompok tani menyadari bahwa dunia saat ini cukup luas dan dapat dijangkau dengan bantuan teknologi. Rangkaian kegiatan selanjutnya adalah memberikan contoh pembuatan konten guna menarik perhatian pangsa pasar di jangkauan luas untuk membeli produk yang ditawarkan. Akhir dari metode adalah evaluasi yang digunakan oleh tim pengabdian sebagai alat seberapa besar antusiasme peserta dalam memahami materi yang telah disampaikan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pelatihan diawali dengan berkoordinasi dengan anggota kelompok tani Bapak Mul. Hasil koordinasi menunjukkan bahwa dalam pemasaran produk kelompok Tani Rahayu belum pernah mencoba promosi secara digital. Promosi masih dilakukan secara tradisional dari mulut ke mulut. Melalui dasar pernyataan tersebut maka tim memberikan pelatihan pembuatan konten guna promosi secara digital. Gambar 1 menunjukkan tim pengabdian yang diwakili oleh mahasiswa memberikan penjelasan kepada kelompok tani Rahayu pentingnya digital marketing.



Gambar 1 Penjelasan pentingnya digital marketing

Pada pelatihan ini tim menjelaskan arti digital marketing dan manfaat mengenai pemanfaatan lapak digital. Tujuannya adalah agar kelompok tani mengetahui manfaat ketika membuat postingan. Tentunya seperti kegiatan usaha pada umumnya dimana setiap pelaku usaha memiliki 1 tujuan yakni peningkatan pendapatan. Oleh karena itu tim memberikan pengetahuan bahwa dengan memanfaatkan lapak digital jangkauan pasar dapat luas. Pemberian materi menjelaskan mengenai

contoh lapak digital yang sering digunakan oleh pelaku usaha diantaranya adalah:

1. Whatsapp (WA) business, adalah salah satu media yang mudah dimanfaatkan oleh pelaku usaha untuk mempromosikan kegiatan usahanya. Selain alat komunikasi yang sudah pasti setiap individu miliki, fitur yang ada juga sangat mudah dipahami oleh pengguna dari beberapa jenjang usia. Akan tetapi kelemahannya adalah hanya kontak yang dimiliki saja yang dapat mengetahui update kegiatan usaha pelaku bisnis.
2. Tik tok, adalah salah satu platform media sosial yang disukai oleh calon konsumen. Sekalipun tidak dapat digunakan sebagai lapak jual beli, akan tetapi mengunggah konten aktivitas proses produksi atau keseharian kelompok tani dapat menggugah minat pembeli.
3. Instagram, adalah media sosial yang dapat digunakan sebagai tempat jual beli dan dapat tersambung dengan berbagai media yang lain diantaranya WA maupun facebook.
4. Shopee, merupakan lapak jual beli yang sering dikunjungi calon pembeli. E-commerce ini cukup familiar baik dari segi penjual maupun pembeli. Kemudahan fitur yang dimiliki cukup membuat calon pembeli mudah akses. Tidak hanya itu saja, dari segi penjual shopee sangat membantu guna peningkatan serta perluasan jangkauan pasar. Adanya fasilitas diskon ongkir maupun potongan biaya membuat

konsumen lebih memilih bertransaksi melalui lapak ini.

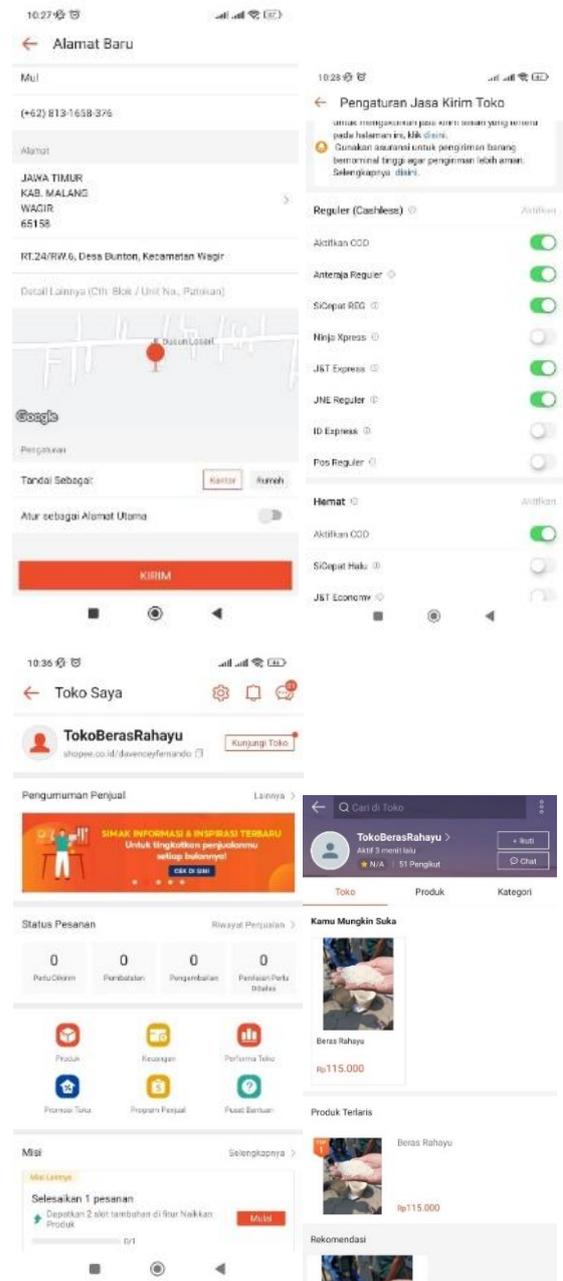
Pelatihan selanjutnya adalah memberikan contoh pembuatan konten sederhana melalui berbagai lapak digital. Kegiatan ini bertujuan agar kelompok tani mengetahui cara membuat konten yang menarik. Tim pengabdian memberikan penjelasan bahwasannya konten tidak harus memiliki alat yang canggih atau mahal. Berawal dari pembuatan video keseharian dan bisa jadi memberikan edukasi pada calon pembeli mengenai dunia pertanian. Dalam materi juga disebutkan bahwa yang terpenting adalah konsisten untuk terus berpromosi di lapak digital. Gambar 2 menunjukkan tim memberikan contoh penjelasan pembuatan video.



Gambar 2 contoh video konten sederhana

Tidak lupa tim pengabdian juga memberikan penjelasan bahwa penggunaan bahasa dalam video pun juga menghindari unsur RAS. Apapun bahasa yang digunakan tidak menjadi masalah karena justru bisa jadi keunikan. Untuk melihat apakah materi sudah dapat diserap dengan baik oleh kelompok tani yang hadir maka kegiatan selanjutnya adalah evaluasi. Evaluasi pada kegiatan pengabdian bertujuan untuk mengetahui seberapa paham

kelompok tani menyerap materi yang telah disampaikan. Berikut adalah hasil uji coba yang dilakukan oleh kelompok tani dalam pembuatan konten pemasaran.



Gambar 3 Hasil implementasi materi shopee

Platform selanjutnya adalah tik tok. Pemilihan praktek kedua media digital tersebut dikarenakan melihat animo calon konsumen

saat ini. Berdasarkan hasil diskusi saat pelatihan, untuk media sosial seperti Instagram maupun facebook sudah familiar di mata kelompok tani. Oleh karena itu penekanan pelatihan ada di 2 platform tersebut



Gambar 4 Implementasi materi tik tok

Setelah mempraktekkan promosi secara digital, kelompok tani sudah mulai terbuka dan berencana hal-hal inovatif guna menarik minat konsumen di pangsa pasar luas. Hal ini menunjukkan bahwa keberlanjutan berpromosi secara digital bisa diwujudkan. Tidak lupa tim pengabdian melakukan foto bersama dengan anggota kelompok tani sebagai wujud bahwa terlaksnaakanya kegiatan pengabdian.



Gambar 5 foto bersama kelompok tani Rahayu Desa Bunton Kabupaten Malang

SIMPULAN

Tidak dapat dipungkiri bahwa di era digital sudah sepatutnya masyarakat dan juga pelaku usaha berdampingan dengan media sosial secara bijak. Digital marketing dapat memberikan pengaruh besar pada peningkatan pendapatan. Jangkauan pasar yang luas membuat pelaku usaha mudah mengenalkan produk tanpa mengeluarkan biaya yang cukup tinggi. Hasil pengabdian menunjukkan bahwa kelompok tani Rahayu Desa Bunton sudah dapat memahami makna digital marketing serta manfaatnya. Kemampuan untuk membuat konten sederhana diimplementasikan pada saat pelatihan. Walaupun belum sempurna akan tetapi sudah menunjukkan langkah baik untuk menunjukkan minat anggota untuk membuat konten dan upload di media sosial guna mendongkrak pendapatan.

DAFTAR RUJUKAN

Ginting Lopa, A., Sulistyowati, L., Hafa, F., & Widyawati Febriyastuti, R. (2023). Strategi Pemasaran Digital Produk UMKM Paguyuban Kampung Bejo Dengan Aplikasi Linktree Dan Media

- Sosial. *Jurnal Akses Pengabdian Indonesia*, 8(2), 193–200.
- Hamdan, H. (2018). Industri 4.0: Pengaruh Revolusi Industri Pada Kewirausahaan Demi Kemandirian Ekonomi. *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*, 3(2), 1. <https://doi.org/10.29407/nusamba.v3i2.12142>
- Kamuri, K. J. (2021). Analisis Peran Digital Content Marketing bagi Wirausaha Milenial di Kota Kupang dalam Masa Pandemi Covid-19. *Journal of Management (SME's)*, 14(2), 225–238.
- Nainggolan, Kaman, Mukti, & Erdiman. (2014). *Teknologi Melipatgandakan Produksi Padi Nasional*. Gramedia Pustaka Utama.
- Pasigai, Moh. A. (2022). Pentingnya Konsep Dan Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis. *Jurnal Ilmu Ekonomi Studi Pembangunan*, 1(1), 51–56.
- Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 1–17. <https://doi.org/10.21009/jpmm.001.1.01>
- Sagita, G., & Wijaya, Z. R. (2022). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Bakmi Tando 07. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*, 1(3).
- Sumadi, Budiyono, Samanto, H., Efed, T. F., & Agustini, T. (2023). Pengabdian Masyarakat Sosialisasi Pentingnya Pemasaran Digital dan Protokol pada Pelaku UMKM di Desa Trucuk Klaten. *Jurnal BUDIMAS*, 05(02), 1–6.
- Sundari, C. (2019). Revolusi Industri 4.0 Merupakan Peluang Dan Tantangan
- Bisnis Bagi Generasi Milenial Di Indonesia. *Prosiding Seminar Nasional Dan Call of Papers Fakultas Ekonomi Universitas Tidar*.