

DIGITAL MARKETING UNTUK MEMPERLUAS PASAR DAN DAYA SAING KELOMPOK WANITA TANI DI DESA SIDOMULYO KECAMATAN PUNCU

DIGITAL MARKETING TO EXPAND THE MARKET AND COMPETITIVENESS OF WOMEN FARMERS' GROUP IN SIDOMULYO VILLAGE, PUNCU DISTRICT

¹⁾ Wasito, ²⁾ Fuji Lestari, ³⁾ M. Habibur rohman ⁴⁾ Latifatul Muawanah ⁵⁾ Nur Izzati

¹²³⁴⁵Universitas Islam Tribakti Lirboyo Kediri

*Email: Azzambagus8@gmail.com¹, fujilestar9@gmail.com², habroh86@gmail.com³, buintanglagi@gmail.com⁴, nurizza0901@gmail.com⁵

ABSTRAK

Digital marketing merupakan kegiatan promosi dan pencarian pasar melalui media digital secara online dengan memanfaatkan berbagai sarana misalnya Instagram. Salah satu permasalahan yang membuat daya saing UMKM masih rendah adalah terbatasnya kemampuan para pelaku usaha dalam melakukan pemasaran. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan untuk mengenalkan produk UMKM Kelompok Wanita Tani ke pasar yang lebih luas, meningkatkan pengetahuan dan keterampilan tentang pemasaran digital. Dihadiri oleh peserta UMKM Desa Sidomulyo, Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dalam prosesnya menggunakan metode ABCD Asset Based Community Development. Dengan beberapa kegiatan yakni, pemberian pemahaman dan pelatihan tentang aplikasi, pendampingan untuk menggunakan aplikasi online dalam pemasaran, berbagi pengalaman dan diskusi, praktik langsung membuat akun media sosial (Instagram). Kegiatan tersebut dilakukan secara bertahap selama satu bulan. Hasil dari kegiatan yang telah dilaksanakan, mereka memahami tentang digital marketing dan mampu menggunakan internet untuk pemasaran. Meningkatnya kemampuan mitra dalam melakukan pemasaran di harapkan dapat membantu mitra untuk memperoleh pasar yang lebih luas dan meningkatkan daya saing mitra sebagai pelaku UMKM.

Kata Kunci : *Digital Marketing, Usaha Mikro Kecil Menengah, Kelompok Wanita Tani*

ABSTRACT

Digital marketing is a promotional activity and market search through online digital media by utilizing various means such as Instagram. One of the problems that make the competitiveness of small and medium micro enterprises is still low is the limited ability of business actors in marketing community service activities are carried out to introduce the products of small and medium micro enterprises of women farmers to a wider market, improve knowledge and skills about digital marketing. Attended by participants of Micro, Small and Medium Enterprises in Sidomulyo Village, this community service activity in the process uses ABCD Asset-Based Community Development methods. With steps; first, explanations using power point slides and LCD projectors; second, sharing experiences and discussions; and finally, the direct practice of creating social media accounts (Instagram). this activity is carried out gradually over a month. As a result of the activities that have been carried out, they understand about digital marketing and are able to use the internet for marketing. Increasing the ability of partners in marketing is expected to help partners gain a wider market and improve the competitiveness of partners as Micro, Small and Medium Enterprises.

Kata Kunci : *Digital Marketing, Micro Small Medium Enterprises, Farmer Women Groups*

PENDAHULUAN

Desa Sidomulyo dapat disebut sebagai salah satu Desa yang ada di wilayah administrative . Desa Sidomulyo merupakan salah satu Desa yang terletak di Kecamatan Puncu Kabupaten Kediri. Desa Sidomulyo memiliki 3 Dusun yaitu Dusun Sidomukti, Dusun Sidomulyo, Desa Sidomulyo terdapat 5821 jiwa dengan jumlah penduduk laki-laki 2892 jiwa dan penduduk perempuan 2929 jiwa. Penduduk di Desa Sidomulyo memeluk 2 agama yakni agama Islam dan Kristen. Desa Sidomulyo memiliki jarak hampir 11 kilometer dari pusat kecamatan. Merupakan daerah agraris yang mayoritas penduduknya bermata pencaharian sebagai petani dan pekebun sehingga banyak menghasilkan hasil bumi yang melimpah (Pemerintah Desa Sidomulyo,2023). Diantara potensi unggulan dari hasil pertanian dan perkebunannya adalah Tebu, cabai, palawija ada juga yang berwirausaha menjadi pembibit benih cabai peternak ayam dan budidaya jamur. Kebanyakan, hasil pertanian dan perkebunan tersebut diolah menjadi produk-produk makanan dan usaha lain yang dapat meningkatkan nilai tambah. Kegiatan usaha mikro kecil dan menengah di Desa Sidomulyo dijalankan oleh beberapa pelaku usaha yang tergabung dalam Kelompok Wanita Tani (KWT) Srikandi Mulyo di bawah naungan Badan Usaha Milik Desa. Kelompok Wanita Tani Srikandi Mulyo atau biasa di sebut (KWT) yang berada di Desa Sidomulyo Kecamatan Puncu Kabupaten Kediri. KWT Srikandi Mulyo berdiri pada tahun 2010 silam namun sempat vakum selama 4 tahun hingga pada akhirnya dihidupkan kembali pada tahun 2014 dengan anggota pertama sebanyak 80 orang yang diketuai oleh ibu Nurul Aini hingga sampai saat ini, Kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan di KWT Srikandi Mulyo sendiri memang dimaksudkan untuk membantu para wanita tani di Desa Sidomulyo agar bisa menjadi sumber daya bermutu serta mendapatkan tambahan penghasilan demi menambah penghasilan primer keluarga.

Kelompok Wanita Tani (KWT) adalah kelompok tani yang anggotanya para perempuan yang melaksanakan usaha di bidang pertanian yang mana dari hasil pertanian akan dikelola menjadi produk yang sarat nilai jual, seperti menanam sayuran, tanaman, membuat pupuk kompos, pembibitan, mengolah dan menjual makanan siap saji dan lain sebagainya. KWT sendiri awal mulanya memiliki 3 stand yang bertempat di jalan raya Tegalrejo, jalan raya Kediri-Wates dan yang ketiga berada di Pranggang Plosoklaten, namun pada hari ini hanya stand yang berada di

jalan raya Tegalrejo dan stand yang berada di pranggang plosokaten saja yang masih berjalan. KWT sendiri merupakan salah satu wadah perkumpulan yang efektif dan bermanfaat dalam membantu kelompok tani untuk mengolah, serta memasarkan produk yang mereka hasilkan dengan berbagai pengembangan atau inovasi yang mereka dapatkan selama mengikuti pertemuan atau pelatihan di forum Kelompok Wanita Tani. KWT juga secara langsung menjadi wadah pemberdayaan perempuan. Diberdayakannya perempuan bermaksud agar perempuan tumbuh dan berkembang menjadi sumberdaya mandiri dalam memenuhi kebutuhan dan dapat menyikapi masalah yang dihadapi dengan sumberdaya yang dimiliki. Kebangkitan dari usaha mikro kecil menengah ini merupakan digitalisasi yang memberikan ruang gerak bagi aktivitas masyarakat secara optimal.

Digital marketing telah menjadi tonggak penting dalam strategi promosi dan penjangkauan pasar,¹ terutama melalui platform-platform, seperti contohnya platform online seperti Instagram,² facebook, tiktok, lapak-lapak digital lain.³ Meskipun memiliki potensi besar, sejumlah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) masih menghadapi kendala dalam memanfaatkan potensi pemasaran digital ini. Salah satu tantangan yang melatarbelakangi daya saing UMKM yang masih rendah adalah keterbatasan pengetahuan dan keterampilan dalam bidang pemasaran digital.⁴

¹ Mustika Mustika, "PENERAPAN TEKNOLOGI DIGITAL MARKETING UNTUK MENINGKATKAN STRATEGI PEMASARAN SNACK TIWUL," *JSAI (Journal Scientific and Applied Informatics)* 2, no. 2 (June 28, 2019): 165–71, <https://doi.org/10.36085/jsai.v2i2.352>.

² Diana Fitri Kusuma and Mohamad Syahriar Sugandi, "Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital Yang Dilakukan Oleh Dino Donuts," *Jurnal Manajemen Komunikasi* 3, no. 1 (2018): 18–33, <https://doi.org/10.24198/jmk.v3i1.12963>.

³ Fajrin Purnomo, "Program Ladit (Lapak Digital): Optimalisasi Media Digital Sebagai Wadah Dalam Pengembangan Umkm Di Madura," *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis* 6, no. 2 (December 3, 2019): 89–95, <https://doi.org/10.21107/jsmb.v6i2.6687>.

⁴ A. A. Ngr Yoga Krisna Aditya and Ni Luh Sari Widhiyani, "Pengaruh Kecanggihan Teknologi Pada Efektivitas Sia Dengan Dukungan Manajemen Puncak, Dan Kemampuan Teknik Personal Sebagai Pemoderasi," *E-Jurnal Akuntansi* 23, no. 1 (April 5, 2018): 705–33, <https://doi.org/10.24843/EJA.2018.v23.i01.p27>.

Optimalisasi lapak-lapak digital untuk mewadahi usaha mikro kecil menengah. Semenjak pandemi covid mulai berangsur pulih.⁵ pelaku usaha mulai usaha lagi dari awal, dengan tidak hanya semangat yang menipis, tetapi juga keuangannya.

Sebagai upaya untuk mengatasi permasalahan tersebut, kegiatan pengabdian pada masyarakat telah dilaksanakan dengan tujuan utama untuk memperkenalkan produk dari Kelompok Wanita Tani UMKM kepada pasar yang lebih luas. Kegiatan ini juga bertujuan untuk meningkatkan pemahaman serta keterampilan dalam penerapan strategi pemasaran digital. Partisipan dari UMKM Desa Sidomulyo hadir dalam kegiatan ini, menjadikan mereka sebagai subjek utama dalam proses pembelajaran dan pembinaan. Proses kegiatan pengabdian pada masyarakat ini didasarkan pada metode Asset Based Community Development (ABCD). Metode ABCD mengedepankan potensi dan sumber daya yang ada dalam komunitas sebagai pondasi dalam pengembangan. Langkah-langkah kegiatan meliputi beberapa tahap, yaitu: Pertama, disampaikan materi dan penjelasan menggunakan alat bantu visual seperti slide power point dan proyektor LCD.⁶ Tahap ini bertujuan untuk memberikan pemahaman dasar mengenai konsep dan manfaat pemasaran digital kepada para peserta.

Kedua, melalui sesi berbagi pengalaman dan diskusi, para peserta memiliki kesempatan untuk berinteraksi dan memahami implementasi praktis dari konsep-konsep yang telah dipelajari.⁷ Diskusi ini menciptakan ruang bagi pertukaran ide dan pemahaman yang lebih mendalam. Terakhir, tahap praktik langsung diarahkan pada pembuatan akun media sosial, khususnya Instagram, sebagai langkah awal dalam penerapan strategi pemasaran digital. Peserta dibimbing secara intensif dalam proses ini, sehingga mereka merasa percaya diri untuk melangkah ke ranah digital marketing.

⁵ “Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha Dan Kecanggihan Teknologi Terhadap Kinerja UMKM Di Masa Pandemi Covid-19 | Jurnal Paradigma Ekonomika,” accessed March 21, 2023, <https://online-journal.unja.ac.id/paradigma/article/view/12552>.

⁶ Aditya and Widhiyani, “Pengaruh Kecanggihan Teknologi Pada Efektivitas Sia Dengan Dukungan Manajemen Puncak, Dan Kemampuan Teknik Personal Sebagai Pemoderasi.”

⁷ Gregorius Rio Alfrian and Endang Pitaloka, “STRATEGI USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH (UMKM) BERTAHAN PADA KONDISI PANDEMIK COVID 19 DI INDONESIA,” *Prosiding Seminar Nasional Terapan Riset Inovatif (SENTRINOV)* 6, no. 2 (November 1, 2020): 139–46.

METODE

Kegiatan PKM ini menggunakan metode ABCD (Aset-Based Community Development). Metode ABCD pada kegiatan KKN di Desa Sidomulyo Kecamatan Puncu Kabupaten Kediri dianggap sebagai metode yang sesuai dengan keadaan Desa. Hal ini dikarenakan pada metode ABCD menggunakan pendampingan masyarakat secara langsung.

Tabel 1

Metode Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

Awal	Metode	Outcome
Ceramah dan juga pelatihan	Memberikan pemahaman dan juga memberika pelatihan tentang digital marketing	Peserta belajar memahami dan sekaligus praktek bagaimana menggunakan aplikasi digital marketing
Pendampingan	Pendampingan guna memahamkan masyarakat bagaimana caranya memasarkan barang baik ewat aplikasi seperti instagram	Dapat menggunakan aplikasi-aplikasi pemasaran dalam digital marketing untuk kebaikan mereka (pedagang)
Solusi Pemecahan masalah	Menggunakan aplikasi instagrm dan lain untuk pemanfaatan media komunikasi pemasaran. ⁸	Bisa menggunakan (memakai) aplikasi untuk media komunikasi online dalam pemasaran

Pada bagian ini Desa Sidomulyo Kecamatan Puncu ini belum pernah mengadakan pelatihan digital marketing sebelumnya sehingga penting membantu desa dalam meningkatkan ekuitas merek dan keunggulan bersaing produk UMKM-nya. Program ini berlangsung selama 4 minggu untuk melakukan pelatihan digital marketing sekaligus pendampingannya. Dalam program ini, tim memberikan ceramah, diskusi, sekaligus praktek. Ketiga teknik tersebut diharapkan memberikan cara praktis dalam menginformasikan kepada para pelaku UMKM di Desa Sidomulyo Kecamatan Puncu Kabupaten Kediri Jawa Timur.

⁸ Kusuma and Sugandi, "Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital Yang Dilakukan Oleh Dino Donuts."

HASIL DAN PEMBAHASAN

Globalisasi yang semakin berkembang kini telah menciptakan era digital yang tidak terbendung. Kondisi demikian telah menyebabkan berbagai pihak harus menyesuaikan diri dengan kemajuan teknologi tersebut. Begitu pula dengan pelaku usaha, baik pelaku usaha dalam skala mikro, yang kecil, menengah ataupun yang besar. Mereka harus bisa beradaptasi dengan sistem yang semakin canggih lewat adanya kemudahan demi kemudahan yang dihadirkan oleh teknologi. Penggunaan internet sebagai media dalam sektor usaha dan perdagangan yang dilakukan oleh pelaku UMKM menyebabkan mereka memiliki peluang yang sangat besar dalam kontribusi perkembangan perekonomian dunia.⁹ UMKM dapat memasarkan produknya lebih cepat dan dapat mengurangi biaya operasional termasuk biaya distribusi yang besar dengan memanfaatkan media digital. Namun masih saja ada hambatan yang perlu dihadapi oleh pelaku UMKM meskipun telah menggunakan teknologi tersebut, kemampuan sumber daya manusia yang terbilang masih cukup rendah dalam menghadapi peralihan metode perdagangan dari tradisional menuju digital.

Dalam rangka menularkan semangat perbaikan pada sektor pemasaran digital UMKM KWT maka pemberian pelatihan digital marketing menjadi sangat diperlukan. Pelatihan digital marketing untuk Desa Sidomulyo. Kegiatan ini terbagi atas beberapa fase yaitu:

1. Survei Langkah awal yang ditempuh dalam kegiatan pengabdian ini yaitu melakukan pengamatan langsung terhadap pengelolaan usaha Kelompok Wanita Tani. Input yang dihasilkan dari proses pengamatan terhadap pelaku UMKM Kelompok Wanita Tani secara umum adalah tentang kurangnya sentuhan teknologi dalam hal pemasaran produk sehingga produk yang dihasilkan hanya terjual di sekitar Desa Sidomulyo Kecamatan Puncu belum dapat menembus pasar luar daerah dan pasar nasional. Berikut ini merupakan kegiatan observasi terhadap produk sekaligus mencari informasi dan tantangan yang dihadapi oleh UMKM Kelompok Wanita Tani:

⁹ Saudah Sasa et al., "Optimalisasi Usaha Kecil Menengah melalui Pelatihan Digital Marketing," *Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Merdeka Malang* 6, no. 3 (August 4, 2021): 358–71, <https://doi.org/10.26905/abdimas.v6i3.5366>.



Gambar 1. Pengamatan di Salah Satu Rumah Produksi KWT

Perencanaan Berdasarkan kenyataan bahwa terdapat kendala yang dihadapi oleh pelaku UMKM Kelompok Wanita Tani sebagaimana yang terjaring saat pengamatan awal, maka diperlukan langkah-langkah strategis yang dapat menjawab dan menjadi solusi atas masalah yang dihadapi oleh pelaku UMKM Kelompok Wanita Tani tersebut. Sebagai respon atas kondisi tersebut, maka perlu dilakukan pelatihan tentang digital marketing kepada pelaku UMKM Kelompok Wanita Tani agar mampu meningkatkan pendapatan masyarakatnya.

2. Pelaksanaan Pelatihan digital marketing ini menghadirkan narasumber yang cukup berkompeten dan memiliki pengalaman langsung tentang digital marketing beliau berasal dari Kampung Inggris Pare yaitu Doni Agus Setyawan, S.E.



Gambar 2. Flyer Kegiatan

Pelatihan yang dilakukan selama setengah hari tersebut, narasumber banyak menyajikan contoh usaha dan langkah awal agar dapat memasarkan produknya dengan memanfaatkan teknologi. Pelatihan tersebut diikuti oleh 17 Peserta yang terdiri dari 15 anggota KWT dan 2 perwakilan dari kolam renang Tirto Gajah Mada. Pelatihan digital marketing ini terbagi ke dalam 3 sesi yaitu pembukaan, seminar/ workshop, dan ditutup dengan sesi diksusi (tanya jawab) sekaligus praktik pembuatan akun . Berikut ini merupakan momen kegiatan pelatihan digital marketing sebagai bentuk pengabdian kepada masyarakat di Desa Sidomulyo bersama pelaku UMKM, bagian awal menjelaskan tentang

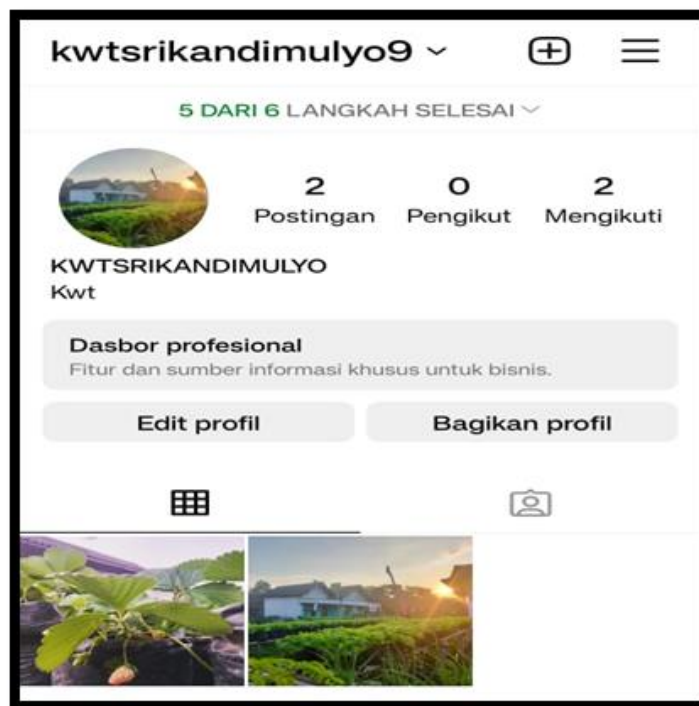


Gambar 3 Dokumentasi workshop digital marketing peserta KKN dan peserta UMKM desa Sidomulyo

Pelatihan ini juga mengindikasikan sebagai proses perpindahan ilmu pengetahuan dan pengalaman dari narasumber tentang pengembangan dan pemasaran produk menggunakan internet (Instagram). Dengan pesatnya perkembangan dunia teknologi, interaksi antar masyarakat di suatu wilayah akan terasa semakin mudah dan tanpa batas. Media sosial merupakan platform yang menonjolkan eksistensi pengguna yang memudahkan pengguna untuk dapat beraktivitas dan berkolaborasi secara online. Media sosial digunakan oleh pelaku

usaha dalam rangka untuk melebarkan sayap usahanya yang berskala medium berbasis online yang terhubung melalui jaringan mobile networking atau ke internet dengan akses kecepatan tinggi.

3. Evaluasi Setelah pelatihan dilaksanakan dengan hikmat dan responsif, kegiatan pengabdian ini ditutup dengan mekanisme evaluatif yaitu meminta tanggapan peserta atas terselenggaranya pelatihan digital marketing ini. Ibu Dian salah satu anggota KWT dan pelaku UMKM menyatakan bahwa dirinya merasa sangat terbantu atas informasi dan bimbingan langsung dari narasumber tentang pemasaran digital terhadap produknya¹⁰. Beliau juga mengatakan bahwa dengan adanya seminar tersebut Secara umum, semua peserta yang mengikuti pelatihan tersebut merasa terbantu dan siap mengembangkan pemasarannya ke ranah digital melalui beberapa market place yang ada. Berikut ini adalah contoh akun yang dibuat oleh salah satu peserta seminar yang merupakan anggota dari Kelompok Wanita Tani.



Gambar 3.1 pembuatan akun Instagram KWT

¹⁰ wawancara dengan Dian Agustus 2023

SIMPULAN

Globalisasi yang semakin berkembang telah menciptakan era digital yang tidak terbendung. Nilai positifnya pelaku usaha dari berbagai skala diberikan ruang termasuk UMKM, untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi yang semakin canggih. Penggunaan internet dan media digital telah memberikan peluang besar bagi UMKM dalam memasarkan produknya secara lebih cepat dan efisien, serta mengurangi biaya operasional.

Namun, ada hambatan yang dihadapi oleh pelaku UMKM, terutama dalam hal kurangnya kemampuan sumber daya manusia dalam menghadapi peralihan dari metode perdagangan tradisional ke digital. Oleh karena itu, pelatihan digital marketing dianggap sebagai solusi untuk mengatasi kendala dalam pemasaran online. Pelatihan tersebut mencakup survei, perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi, serta menghadirkan narasumber yang kompeten dalam bidang digital marketing.

Melalui pelatihan ini, pelaku UMKM, khususnya Kelompok Wanita Tani, diberikan pengetahuan dan keterampilan dalam memanfaatkan teknologi digital, seperti media sosial dan marketplace online, untuk memperluas jangkauan pemasaran produk mereka. Peserta pelatihan merespons positif dan siap mengembangkan pemasaran produk mereka melalui platform digital. Secara keseluruhan, teks ini menggarisbawahi pentingnya adaptasi terhadap era digital dalam dunia bisnis, terutama bagi UMKM, serta bagaimana pelatihan digital marketing dapat membantu mengatasi tantangan yang dihadapi dalam pemasaran online.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, A. A. Ngr Yoga Krisna, and Ni Luh Sari Widhiyani. "Pengaruh Kecanggihan Teknologi Pada Efektivitas Sia Dengan Dukungan Manajemen Puncak, Dan Kemampuan Teknik Personal Sebagai Pemoderasi." *E-Jurnal Akuntansi* 23, no. 1 (April 5, 2018): 705–33. <https://doi.org/10.24843/EJA.2018.v23.i01.p27>.
- Alfrian, Gregorius Rio, and Endang Pitaloka. "STRATEGI USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH (UMKM) BERTAHAN PADA KONDISI PANDEMIK COVID 19 DI INDONESIA." *Prosiding Seminar Nasional Terapan Riset Inovatif (SENTRINOV)* 6, no. 2 (November 1, 2020): 139–46.
- "Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha Dan Kecanggihan Teknologi Terhadap Kinerja UMKM Di Masa Pandemi Covid-19 | Jurnal Paradigma Ekonomika." Accessed March 21, 2023. <https://online-journal.unja.ac.id/paradigma/article/view/12552>.
- Kusuma, Diana Fitri, and Mohamad Syahriar Sugandi. "Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital Yang Dilakukan Oleh Dino Donuts."

- Jurnal Manajemen Komunikasi* 3, no. 1 (2018): 18–33. <https://doi.org/10.24198/jmk.v3i1.12963>.
- Mustika, Mustika. “PENERAPAN TEKNOLOGI DIGITAL MARKETING UNTUK MENINGKATKAN STRATEGI PEMASARAN SNACK TIWUL.” *JSAI (Journal Scientific and Applied Informatics)* 2, no. 2 (June 28, 2019): 165–71. <https://doi.org/10.36085/jsai.v2i2.352>.
- Purnomo, Fajrin. “Program Ladit (Lapak Digital) : Optimalisasi Media Digital Sebagai Wadah Dalam Pengembangan Umkm Di Madura.” *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis* 6, no. 2 (December 3, 2019): 89–95. <https://doi.org/10.21107/jsmb.v6i2.6687>.
- Sasa, Saudah, Dodot Sapto Adi, Maulid Agung Triono, and Fajar Supanto. “Optimalisasi Usaha Kecil Menengah melalui Pelatihan Digital Marketing.” *Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Merdeka Malang* 6, no. 3 (August 4, 2021): 358–71. <https://doi.org/10.26905/abdimas.v6i3.5366>.