

Pelatihan *Digital Marketing Strategy* pada Kelompok Wanita Tani “WORUTI”

Woro Ispandiyah, Mudita Sri Hidayah

Prodi Kesehatan Masyarakat, Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan, Jalan Ringroad Selatan Blado
Potorono Banguntapan Bantul Yogyakarta

*Koresponden; e-mail: woroispandiyah87@gmail.com 08562885432

ABSTRAK

Pada era digital saat ini, semua masyarakat sudah tidak asing dengan penggunaan gadget dalam setiap aktivitasnya. Penggunaan gadget untuk keperluan sehari-hari dari berbagai aspek yaitu untuk aspek sosial, pendidikan, ekonomi, dll. Maka dari itu dengan perkembangan saat ini tentunya harus mampu memanfaatkannya dengan baik. Kemampuan dan ketrampilan dalam menggunakan menggunakan gadget akan menjadi peluang dalam berbagai kegiatan utamanya dalam dunia pemasaran. Kelompok Wanita Tani “ WORUTI” Dusun Bojong, Wonolelo, Pleret, Bantul ini mengalami kesulitan dalam pemasaran pada olahan produk mereka. Selama ini masih dijual dengan cara konvensional dan menggunakan media digital yang masih sederhana seperti dengan menggunakan status whatsapp dan instagram yang masih sederhana. Melalui penyampaian materi tentang digital marketing dan pelatihan dengan menggunakan *gadget* diharapkan akan membantu KWT dalam pengembangan dan meningkatkan pemasaran produk olahan serta peningkatan dari sisi kesehatan dari program mereka. Hasil dari pengabdian masyarakat ini meningkatnya pengetahuan dan ketrampilan dari peserta dari 60% menjadi 80% terlihat dari hasil tanya jawab selama kegiatan.

Kata Kunci : Pelatihan; Digital; Marketing.

ABSTRACT

In todays digital marketing all people are familiar with the use id gagedgs in every. The use of gadgets for daily needs from various aspeck namely for social namely for social, educational, economic aspects, etc. Therefore, with current developments, of course, you must be able to take advantage of this well. Today's society is no stranger to using gadgets every day. Then this will be an opportunity in various main activities in the world of marketing. The women Farmers Group “WORUTI” in Bojong Hamlet, Wonolelo, Pleret, Bantul experienced difficulties in marketing their processed products. So far, it is still being sold in the conventional way and using digital media that is still simple, such as using WhatsApp and IG status which are still simple. In order to develop this KWT wants to improve and develop their product marketing. Apart from that, the Women Farmers group also wants to improve from a health perspective related to their preparations. The results of this community service increased the knowledge and skills of the participants from 60% to 80% as seen from the results of the questions and answers during the activity.

Keywords: Training; Digital; Marketing.

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi tidak bisa dihindari dalam kehidupan saat ini. Dimana setiap ide dan inovasi dapat tuangkan dengan teknologi sesuai perkembangan dan pengetahuan teknologi saat ini. Berbagai inovasi perkembangan teknologi memberikan manfaat positif, memberikan banyak kemudahan, serta cara baru dalam melakukan aktifitas bagi kehidupan manusia.

Pemasaran (*marketing*) adalah mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial. Dalam pemasaran ini memenuhi kebutuhan dengan cara menguntungkan. *American marketing Assotiation* mendefinisikan Pemasaran adalah fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan dan memberikan nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan pelanggan yang menguntungkan organisasi dan pemangku kebijakan (Kotler, 2008).

Digital marketing memberikan kemudahan bagi pelaku industri untuk menyediakan serta memantau segala kebutuhan yang diinginkan oleh konsumen. Di sisi lain, dengan perangkat teknologi, calon kosumen juga dapat mencari informasi terkait produk sesuai dengan yang diinginkan. Calon pembeli akan diberikan sebuah pilihan yang memudahkan mulai dari pemilihan produk, cara pembayaran hingga forum untuk berkomunikasi secara langsung dengan penjual. Berbagai kemudahan yang ditawarkan adalah wujud dari manfaat perkembangan teknologi saat ini (Saudah dkk, 2021).

Digital marketing saat ini digalakkan oleh para pelaku usaha. Hal ini disebabkan karena pemanfaatan teknologi informasi dengan berbagai alat *digital marketing* memudahkan masyarakat dalam melakukan penyebaran promosi yang jangkauannya lebih luas dan memudahkan bagi para pelaku usaha dalam melakukan transaksi penjualan produk. *Digital marketing* adalah kegiatan pemasaran termasuk *branding* yang menggunakan berbagai media berbasis website. Sebagai contoh adalah *blog, website, adwords*, dan berbagai macam jaringan sosial media. Selain itu *digital marketing* merupakan perkembangan dunia digital untuk melakukan periklanan yang tidak digembar gemborkan secara langsung akan tetapi memiliki efek yang sangat berpengaruh. Adapun kelebihan *digital marketing* antara lain: (1) kecepatan penyebaran; (2) kemudahan evaluasi; (3) jangkauan lebih luas; (4) murah dan efektif; dan (5) membangun nama *brand* (Nutriana, dkk, 2021).

Edukasi dan sosialisasi ini dilakukan menggunakan audio visual termasuk panduan atau cara menggunakan sosial media sebagai sarana promosi serta cara menggunakan E-

commerce sebagai upaya untuk optimalisasi orderan dan layanan yang sangat dibutuhkan. Program sosialisasi ini diharapkan dapat membantu para pelaku usaha memahami strategi penjualan yang efektif melalui pemanfaatan teknologi digital. (Nurul, dkk, 2021).

Daerah Istimewa Yogyakarta dengan berbagai potensi seperti sektor ekonomi, pariwisata, agronomi dan lainnya serta dukungan kuat dari masyarakat. Salah satu langkah yang dilakukan pemerintah dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat dengan adanya kegiatan pemberdayaan masyarakat. Salah satu bentuk pemberdayaan masyarakat dibentuk Kelompok Wanita Tani (KWT) tingkat desa sampai dengan dusun. Harapan dari kegiatan tersebut masyarakat mampu menjadikan lahan pekarangan menjadi lahan yang produktif selain bisa dilakukan di persawahan. Adapun jumlah KWT yang sudah ada di Kabupaten Bantul terdapat 296 KWT dan khususnya di Wonolelo sudah ada 2 KWT yang sudah terbentuk (Bantulkab.go.id)

Kelompok Wanita Tani Wonolelo Rukun Sejati dikenal dengan "WORUTI" merupakan KWT yang berada di Dusun Bojong, Wonolelo, Pleret aktif dalam mengelola lahan pekarangan dengan menanam sayur dan buah-buahan dengan tanaman unggulannya adalah labu kuning. Biasanya hasil panen dari kelompok di wilayah sekitar. Namun ketika musim panen tiba khususnya labu kuning akan melimpah sehingga anggota KWT berinovasi mengolah labu kuning ini menjadi berbagai olahan seperti selai, kripik, krupuk, bakpia dan kudapan basah lainnya. Produk olahan ini nantinya akan menjadikan produk lebih bernilai jual dan banyak diminati masyarakat luas. Namun dalam pelaksanaannya mengalami berbagai tantangan khususnya dalam pemasaran produk dan keterbatasan kemampuan dari anggota. Selama ini kegiatan pemasaran produk olahan dijual melalui media sederhana antara lain ketika ada pameran, status *whatsapp* dan *instagram* namun hasilnya dirasakan masih belum optimal. Hal ini dikarenakan masih kurangnya tenaga kemampuan anggota dalam membuat media pemasaran. Maka dari itu dilaksanakan kegiatan Pelatihan *Digital marketing* agar mampu menjadi solusi dan menambah inovasi dari KWT "WORUTI".

Adapun tujuan dari pelatihan yang diberikan pada kegiatan pengabdian, diharapkan peserta yaitu Kelompok Wanita Tani mampu bertambah pengetahuan dan ketrampilannya dalam perencanaan dalam kegiatan pemasaran dari produk yang dihasilkan dengan *marketing mix* yang perlu diperhatikan dalam memasarkan produk, memahami strategi dalam kegiatan

pemasaran, mampu membuat strategi pemasaran, digital marketing dan mampu membuat media pemasaran dengan memanfaatkan gadget yang saat ini tidak asing lagi dan mempunyai kemampuan melaksanakan digital marketing.

METODE PELAKSANAAN

Pada kegiatan pengabdian ini dilakukan beberapa tahapan antara lain dilakukan observasi untuk menggali permasalahan khususnya KWT "WORUTI" sebagai mitra. Tahapan selanjutnya adalah dengan cara *sharing* permasalahan bersama dan pemberian materi yang sesuai pada KWT sebagai mitra antara lain strategi dalam pemasaran pada era digital. Masyarakat nantinya berperan aktif dalam pengabdian ini dengan membawa gadget sebagai alat dalam mengoptimalkan media yang akan digunakan sebagai media pemasaran yang disebut *digital marketing*.

Adapun kegiatan yang dilakukan peserta adalah pengambilan gambar, dan penyusunan brosur dengan aplikasi sederhana dan pemanfaatan media sosial. dalam penyampaian materi kepada peserta digunakan metode ceramah dan praktik langsung dengan menggunakan handphone peserta kemudian dibuka sesi tanya jawab dan praktek masing-masing. Adapun tahapan terakhir adalah dengan monitoring dan evaluasi kegiatan yang sudah dilaksanakan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam Upaya meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan Kelompok Wanita Tani "WORUTI" kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan dengan pelatihan ini diharapkan KWT ini akan lebih mampu dalam perencanaan dalam kegiatan pemasaran dari produk yang dihasilkan dengan *marketing mix* yang perlu diperhatikan dalam memasarkan produk, memahami strategi dalam kegiatan pemasaran, mampu membuat strategi pemasaran, *digital marketing* dan mampu membuat media pemasaran dengan memanfaatkan gadget yang saat ini tidak asing lagi dan mempunyai kemampuan melaksanakan *digital marketing*. Pada kegiatan ini dibagi menjadi dua kegiatan utama yaitu kegiatan pemberian materi dilanjutkan dengan praktek sederhana tentang proses kegiatan yang bisa dilakukan dengan digital marketing. Adapun dokumentasi kegiatan Pengabdian Masyarakat adalah sebagai berikut :



Gambar 1. Penjelasan materi

Pada gambar diatas menunjukkan kegiatan yang dilaksanakan pada kegiatan abdimas yang menjelaskan materi dan memberikan review dengan contoh olahan produk yang berkaitan dengan tema abdimas yaitu tentang strategi pemasaran yang bisa dilaksanakan mulai dari persiapan dalam pemasaran, strategi pemasaran dan bauran pemasaran sehingga dalam menyajikan produk pemasaran akan menarik dan olahan-olahan dari produk akan mempunyai penampilan yang baik sehingga daya jual diharapkan semakin meningkat.



Gambar 2. Penjelasan Aplikasi Media Pemasaran

Pada gambar diatas menunjukkan salah satu kegiatan praktek yang dilakukan oleh salah satu pemuda yang harapannya akan menjadi admin bagian pemasaran kelompok KWT dengan membuka salah satu aplikasi yang sudah dibuat sebelumnya dan mereview dari kegiatan pemasaran yang sudah dibuat KWT selama ini. Harapannya akan semakin meningkatkan tampilan dari pemanfaatan media sosial sebagai media pemasaran.

Pada kegiatan pengabdian Masyarakat ini dihadiri oleh 25 peserta dari pengurus, anggota dan pemuda dusun Bojong, Wonolelo, Pleret, Bantul. Kegiatan pemberian materi dan

praktek sederhana berjalan baik terutama pengurus KWT sangat tertarik dalam mengembangkan pemasaran produk dengan digital marketing tersebut. Adapun hasil analisa dari kegiatan Pelatihan ini adalah :

No	Kegiatan	Keterangan	Ketercapaian
1.	Prestest dengan menanyakan seberapa paham pengetahuan audiens dalam digital marketing	Audiens mampu menjawab pertanyaan namun masih ragu terhadap jawaban yang dilontarkan	60%
2	Penyampaian Materi tentang digital marketing	Peserta sangat tertarik mendengarkan dan melakukan diskusi aktif dengan ditandai banyak pertanyaan tentang materi yang disampaikan	100%
3.	Praktek sederhana dengan menggunakan gadget melalui berbagai media yang ada seperti IG, FB, status WA dan lainnya.	Peserta tertarik dalam mempraktekkan secara sederhana, mulai dari melakukan cara mengambil foto produk sampai dengan mengupload pada media yang akan digunakan. Namun disini masih ada beberapa kendala karena kemampuan dalam mengoprasikan aplikasi HP	90%
4	Postest	Pada akhir kegiatan pelatihan diadakan kegiatan postest dengan tanya jawab sebagai evaluasi kegiatan dan didapatkan peningkatan pengetahuan	80%

Dengan melihat hasil evaluasi dan ketercapaian dari kegiatan pretest, penyampaian materi dan postest terlihat adanya peningkatan dari peserta dalam memahami pentingnya digital marketing dalam mendorong peningkatan pemasaran produk olahan KWT hal ini dapat dilihat 20% kenaikan hasil pretest dan postest.

Sehingga dapat kita ketahui pentingnya digital marketing karena *digital marketing* menurut Heidrick dan Struggles adalah sebuah hal yang menggunakan dunia digital dalam melakukan periklanan. Kegiatan yang dilakukan tersebut memang tidak mengembar-

gemborkan secara langsung. Namun, hal tersebut tetap memiliki efek yang sangat berpengaruh. (Heidrick dan Struggles, 2009)

KESIMPULAN

Kegiatan pelatihan *digital marketing* pada Kelompok Wanita Tani "WORUTI" berjalan dengan baik dan sesuai harapan terlihat dari antusias anggota KWT. Walaupun masih terdapat anggota yang tidak hadir dikarenakan beberapa kendala dari anggota. Selain itu dari hasil diskusi dan pelaksanaan *pre test* dan *post test* ada peningkatan pengetahuan dari kegiatan digital marketing.

REKOMENDASI

Rekomendasi dari kegiatan ini adalah perlunya tindak lanjut dari Kelompok Wanita Tani dalam mengaplikasikan pelatihan *digital marketing* yang sudah diberikan secara berkesinambungan dan lebih mengembangkan variasi produk yang sudah dihasilkan dan segmen pasar yang lebih luas. Selain itu lebih meningkatkan peran dan keterlibatan dari organisasi pemuda untuk berkolaborasi dalam kegiatan *marketing digital* agar hasil yang akan dicapai lebih optimal. Secara terus menerus diadakan dan ditingkatkan pelatihan-pelatihan untuk mendapatkan *skill* yang lebih baik.

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terimakasih disampaikan kepada STIKes Surya Global Yogyakarta yang sudah memberikan dana pengabdian Masyarakat melalui LPPM sehingga dapat terlaksana dengan baik dari kegiatan Pengabdian Masyarakat ini.

DAFTAR PUSTAKA

Data KWT kabupaten Bantul. 2017. Dikutip dari <https://diperpautkan-arsip.bantulkab.go.id/filestorage/dokumen/2018/09/Data%20KWT%20Kab.%20Bantul%20Tahun%202017.pdf>.

Heidrick and Srunggles. 2009. The Adoption Of Digital Marketing in Financial. Services Under Crisis.

Kolter, Philip. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Erlangga, New York : Mc Grawa Hill.

Nurul dkk. *Peran Digital Marketing dalam Upaya Pengembangan UMKM Berbasis Teknologi di Kelurahan Plamongansari Semarang*. Jurnal SEMAR (Jurnal Ilmu Pengetahuan,

Teknologi, dan Seni bagi Masyarakat) Vol. 11 No. 1, hal. 92 –101 eISSN: 2745-4223
url. <https://jurnal.uns.ac.id/jurnal-semar/article/view/57610> DOI.
<https://doi.org/10.20961/semar.v11i1.57610>

Nutriana,dkk. 2020. *Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Digital Marketing Umkm Di Kecamatan Tembalang Semarang. Abdimasku, Vol. 3, No. 3, September 2020: 119-124*

Saudah, dkk. Optimalisasi Usaha Kecil Menengah melalui Pelatihan Digital Marketing.
<https://jurnal.unmer.ac.id/index.php/jpkm/article/view/5366/pdf>