

Nanggroe: Jurnal Pengabdian Cendikia
 Volume 2, Nomor 10, Januari 2024, Halaman 117-122
 Licenced by CC BY-SA 4.0
 ISSN: 2986-7002
 DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.10600319>

Pendampingan Pemasaran Melalui Digital Marketing Bagi Kelompok Tani Karya Bhakti Dalam Menghadapi Agrotechnopreneurship Millennial

Cahyana Nursidiq¹, Latifah Lestari², Linda Yuniastanti³, Lia Lestari⁴, Vitrotul Amalia Khusna⁵, Nanda Aktari Wahyu Putri⁶

¹²³⁴⁵⁶⁵Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan, Universitas Muhammadiyah Purworejo
 Email: cahyana@umpwr.ac.id¹, latifahlestari26@gmail.com², lindayuniastantii@gmail.com³, pertiwiclara03@gmail.com⁴, vitrotulamalia52@gmail.com⁵, nandaaktariwahyuputri@gmail.com⁶

Abstract

A group is a group of people with a common goal who interact with each other to achieve a common goal, know each other, and see themselves as part of the group. Like the Karya Bhakti Farmer Group, which was established with the aim of strengthening the economy among its members. One of the ways that the farmer group uses to improve the economy of its members is by buying fertilizer taken from members which is then processed and traded. However, in the process of marketing their products, farmer groups only by word of mouth or often referred to as the Word Of Mouth (WOM) method which is less effective in increasing the sales volume of these fertilizer products. Therefore, the purpose of this research is to find the right method for marketing products by following existing technological advances. The method used in this research is a direct survey to the intended practicum site by directly interviewing trusted sources. From several surveys conducted, a solution to the existing problem was obtained, namely, to increase sales volume and expand the target market, it is necessary to do digital marketing through social media and choose the right sales method. Sales methods that support marketing through social media are electronic Word Of Mouth (e-WOM).

Keywords: farmer group, marketing, WOM

Article Info

Received date: 15 Desember 2023

Revised date: 10 Januari 2024

Accepted date: 25 Januari 2024

PENDAHULUAN

Pada dasarnya pengertian kelompok adalah sekumpulan orang yang mempunyai tujuan bersama yang berinteraksi satu sama lain untuk mencapai tujuan bersama, mengenal satu sama lainnya, dan memandang mereka bagian dari kelompok tersebut.

Menurut Mulyana (2005:23) kelompok pada dasarnya adalah gabungan dua orang atau lebih yang berinteraksi untuk mencapai tujuan bersama, dimana interaksi yang terjadi bersifat relatif tetap dan mempunyai struktur tertentu.

Menurut Mardikanto (1996:435) pengertian kelompok tani adalah sebagai kumpulan orang-orang tani atau petani yang terdiri atas petani dewasa maupun petani taruna yang terikat secara informal dalam suatu wilayah kelompok atas dasar keserasian dan kebutuhan bersama serta berada di lingkungan pengaruh dan pimpinan seorang kontak tani.

Kemudian menurut Wahyuni (2003; 2) kelompok tani merupakan wadah komunikasi antar petani, serta wadah komunikasi antar petani dengan kelembagaan terkait dalam proses alih teknologi.

Kelompok Tani Karya Bhakti didirikan pada tahun 1996-an namun secara administrasi baru tercatat pada 16 Januari 2013 yang beralamat di Dusun Denansri, Desa Donorejo, Kec. Kaligesing, Kab. Purworejo, Rt 06/Rw 03. Tujuan dari kelompok Tani Karya Bhakti adalah meningkatkan taraf hidup anggota melalui penjualan hasil tani terutama penjualan pupuk kambing dan hasil tani lainnya.

Potensi produksi pupuk kambing ini sangat menjanjikan karena bahan baku yang melimpah, namun berdasarkan FGD (Focus Group Discussion) dengan kelompok tani ada beberapa kendala yang dihadapi Kelompok Tani Karya Bhakti ini yaitu (1) Penjualan pupuk kambing masih sebatas dari mulut ke mulut, (2) Anggota kelompok tani belum cukup informasi tentang sistem penjualan secara online, dan (3) lokasi Kelompok Tani Karya Bhakti di pegunungan yang jauh dari perkotaan sehingga sulit untuk menjangkau pemasaran yang luas.

Berdasarkan kendala yang dihadapi kelompok tani tersebut, maka perlu adanya program yang komprehensif untuk menyelesaikannya, yaitu melalui program pengabdian masyarakat. Program pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pendampingan pemasaran online bagi anggota Kelompok Tani Karya Bhakti agar dapat meningkatkan penjualan dan memperluas pemasaran. Pendampingan diberikan kepada kelompok tani agar kelompok tani ini dapat secara bertahap menyelesaikan permasalahannya dan secara mandiri mengembangkan usaha tersebut.

METODE PELAKSANAAN

Berdasarkan permasalahan-permasalahan yang ada pada Kelompok Tani Karya Bhakti, maka pelaksanaan program yang akan dilaksanakan adalah sebagai berikut : (1) Membuat akun media sosial berupa Instagram dan Facebook. Kedua akun ini dipilih karena keduanya cukup diminati oleh konsumen, (2) Memberikan pengertian mengenai pentingnya pemasaran online di era saat ini, dan (3) Pembuatan Desain Kemasan pupuk kambing.

Pendampingan diberikan kepada Kelompok Tani Karya Bhakti baik kepada pengurus inti dan kepada seluruh anggota kelompok tani, sedangkan pelatihan ini adalah seluruh anggota Kelompok Tani Karya Bhakti yang berjumlah 22 orang. Seluruh anggota diikutsertakan dalam pelatihan ini dengan alasan dapat menyadari pentingnya pemasaran online dan dapat memiliki teknik iklan modern.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Program pendampingan berlangsung mulai November 2023 hingga Januari 2024. Secara umum semua kegiatan yang sudah direncanakan telah terlaksana dengan baik. Kegiatan pendampingan dimulai dengan diskusi dengan pengurus terkait permasalahan pemasaran yang dialami oleh Kelompok Tani Karya Bhakti. Pada diskusi ini menghasilkan analisis masalah-masalah Kelompok Tani Karya Bhakti, solusi yang tepat untuk masing-masing masalah dan rencana pemasaran Kelompok Tani Karya Bhakti ke depan. Setelah didapatkan hasil yang cukup memadai maka disusunlah rencana program pendampingan.



Gambar 1. Survey pertama pada tanggal 29 November 2023



Gambar 2. Survey kedua pada tanggal 31 Desember 2023

Langkah berikutnya adalah tim pengabdian masyarakat memberikan pengertian kepada Kelompok Tani Karya Bhakti tentang pentingnya pemasaran secara online agar dapat meningkatkan penjualan dan memperluas pemasaran.



Gambar 3. Pendampingan dalam pentingnya pemasaran online pada tanggal 13 Januari 2024

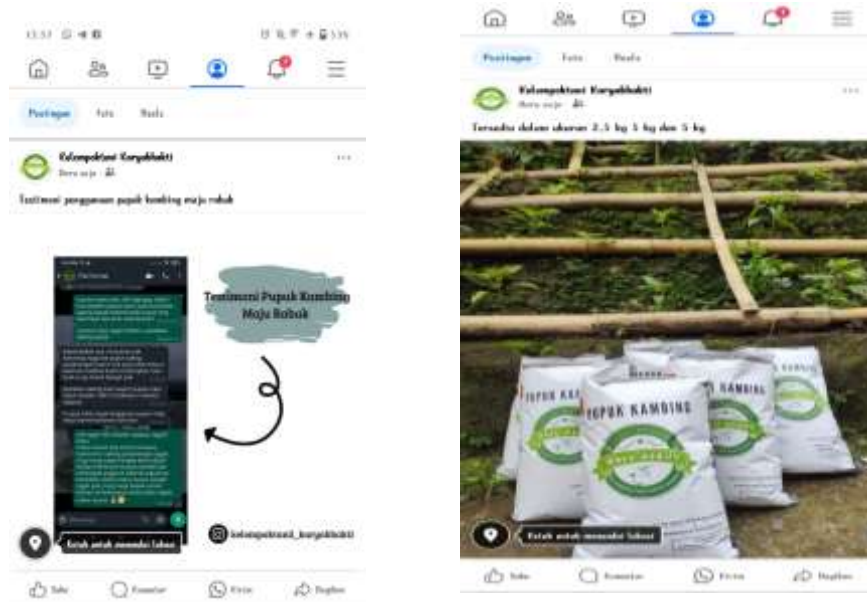
Langkah selanjutnya adalah tim pengabdian masyarakat memberikan bantuan untuk pembuatan akun media sosial. Akun media sosial yang dibuat adalah akun Instagram dimana Instagram merupakan salah satu akun media sosial terbaik untuk berbisnis, Instagram menjadi akun medsos yang efektif dalam promosi produk. Penggunaan Instagram terkenal cepat dan mudah meraih para calon pembeli potensial dengan menggunakan smartphone yang dimilikinya. Pemasaran secara mobile tersebut sangat penting dan patut dipertimbangkan.



Gambar 4. Akun Instagram Kelompok Tani Karya Bhakti

Selain Instagram, juga dibuatkan akun media sosial berupa Facebook dimana Facebook merupakan salah satu akun media sosial yang mempermudah dalam proses penjualan. Facebook juga bisa menjangkau wilayah yang luas karena sebagian besar masyarakat telah menggunakan Facebook, baik dari kalangan anak-anak sampai orang tua.





Gambar 5. Akun Facebook Kelompok Tani Karya Bhakti

Setelah akun-akun dibuat, akun tersebut untuk sementara dikelola oleh tim pengabdian masyarakat untuk selanjutnya diserahkan kepada Kelompok Tani Karya Bhakti jika sudah diperbaiki dan diatur sedemikian rupa agar menarik.

Selain pembuatan akun-akun media sosial, tim pengabdian masyarakat juga memberikan Pendampingan usaha. Berdasarkan permasalahan yang ada, maka perlu adanya upaya pendampingan usaha terutama terutama dalam memberikan informasi tentang kemasan yang menarik dan juga model penjualan yang dapat meningkatkan penjualan. Hal ini dilakukan sebagai upaya untuk meningkatkan keterampilan pemilik usaha dan juga mengembangkan usaha (Cahyana, 2020)



Gambar 7. Desain kemasan ukuran 2.5 kg



Gambar 8. Desain kemasan ukuran 5 kg

Berikut ada beberapa testimoni langsung dari salah satu pelanggan kami. Bahwa sebelumnya penjualan pupuk kambing hanya dilakukan dengan metode *WOM* yaitu dari mulut ke mulut oleh Bapak Kusman selaku Ketua Kelompok Tani. Dan saat itu, belum ada pelanggan lain selain pelanggan yang sudah lama berlangganan. Dengan adanya media social dan mempromosikannya lewat akun-akun yang sudah dibuat dan pencantuman *contact person* atau adminnya, ada beberapa pembeli dari luar *WOM* yang melakukan pemesanan kemudian memberi ulasan terkait kepuasannya setelah membeli pupuk kambing tersebut. Jadi dengan adanya media sosial diharapkan penjualan pupuk tidak hanya berhenti kepada salah satu pihak yang sudah berlangganan cukup lama, tetapi harapannya bisa memperluas jangkauan penjualan pupuk kambing ini dan meningkat.



Gambar 9. Testimoni dari Pelanggan melalui Whatsapp

SIMPULAN

Pendampingan pemasaran bagi anggota Kelompok Tani Karya Bhakti telah terlaksana. Kegiatan ini berlangsung dari bulan November 2023 hingga Januari 2024. Program meliputi tiga kegiatan utama yaitu (1) Pemberian Pengertian Pentingnya Pemasaran Online (2) Pembuatan akun-akun pemasaran online, dan (3) Pembuatan desain kemasan pupuk kambing. Hasil dari program penabdian masyarakat ini adalah (1) Adanya akun-akun Instagram dan Facebook yang dimanfaatkan oleh Kelompok Tani Karya Bhakti sebagai wadah berjualan secara online, (2) Adanya desain kemasan guna menarik perhatian pelanggan, dan (3) Adanya peningkatan penjualan dan meluasnya pemasaran hingga ke luar kota.

UCAPAN TERIMA KASIH

Pada kesempatan ini kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT.
2. Kelompok Tani Karya Bhakti

3. Dosen mata kuliah Praktikum Kewirausahaan, Bapak Cahyana Nursidiq, M.Pd. yang telah memberikan bimbingan kepada kami.
4. Kedua orang tua, dan.
5. Teman-teman yang telah memberikan bantuan moral.

REFERENSI

- Nursidiq, C., Iftayani, I., & Ritati, N. (2019). Pendampingan Pemasaran Dan Pelatihan Pengelolaan Website Bagi Anggota Kub Di Temanggung. In *Prosiding Seminar Nasional Program Pengabdian Masyarakat*.
https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=Pendampingan+Pemasaran+Dan+Pelatihan+Pengelolaan+Website+Bagi+Anggota+Kub+Di+Temanggung&btnG=-d=gs_qabs&t=1706691945493&u=%23p%3D2pCz2hKdVfUJ
- Nursidiq, C., & Iftayani, I. (2020, December). Pelatihan Packaging dan Pendampingan Pemasaran Online bagi UMKM Yangko Anindita Purworejo. In *Prosiding University Research Colloquium* (pp. 99-104).
<http://repository.urecol.org/index.php/proceeding/article/view/1111>
- Raintung, A., Sambiran, S., & Sumampow, I. (2021). Peran Pemerintah Desa Dalam Pemberdayaan Kelompok Tani di Desa Mobuya Kecamatan Passi Timur Kabupaten Bolaang Mongondow. *GOVERNANCE*, 1(2).
https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=Raintung%2C+A.%2C+Sambiran%2C+S.%2C+%26+Sumampow%2C+I.%2C+%282021%29.+Peran+Pemerintah+Desa+Dalam+Pemberdayaan+Kelompok+Tani+di+Desa+Mobuya+Kecamatan+Passi+Timur+Kabupaten+Bolaang+Mongondow.%2C%20GOVERNANCE%2C%201%28%29.&btnG=-d=gs_qabs&t=1706693250927&u=%23p%3D0ViD8tu5ufkJ
- Putra, P. S. D., AMBARAWATI, I. G. A. A., & Yusuf, R. P. (2015). Manajemen Pemasaran Sayur Organik (Studi Kasus pada P4S Eka Setia Lestari di Desa Bangli, Kecamatan Baturiti, Kabupaten Tabanan). *Journal of Agribusiness and Agritourism*, 44858.
https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=Putra%2C+P.+S.+D.%2C+AMBARAWATI%2C+I.+G.+A.+A.%2C+%26+Yusuf%2C+R.+P.+%282015%29.+Manajemen+Pemasaran+Sayur+Organik+%28Studi+Kasus+pada+P4S+Eka+Setia+Lestari+di+Desa+Bangli%2C+Kecamatan+Baturiti%2C+Kabupaten+Tabanan%29.%2C%20Journal+of+Agribusiness+and+Agritourism%2C+44858.&btnG=-d=gs_qabs&t=1706693391063&u=%23p%3DthFk_vXREK4J
- Aynie, R. Q., Hurriyati, R., & Dirgantari, P. D. (2021). Strategi pemasaran electronic word of mouth pada e-commerce dalam menghadapi era digital 4.0 di indonesia. *Inovasi*, 17(1), 136-143.
https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=Aynie%2C+R.+Q.%2C+Hurriyati%2C+R.%2C+%26+Dirgantari%2C+P.+D.+%282021%29.+Strategi+pemasaran+electronic+word+of+mouth+pada+e-commerce+dalam+menghadapi+era+digital+4.0+di+indonesia.%2C%20Inovasi%2C%2017%281%29%2C+136-143.&btnG=-d=gs_qabs&t=1706693436922&u=%23p%3DL2mQZtzF1S8J
- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan digital marketing bagi usaha mikro, kecil dan menengah pada era masyarakat ekonomi ASEAN. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 1(2), 61-76.
https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=Febriyantoro%2C+M.+T.%2C+%26+Arisandi%2C+D.+%282018%29.+Pemanfaatan+digital+marketing+bagi+usaha+mikro%2C+kecil+dan+menengah+pada+era+masyarakat+ekonomi+ASEAN.%2C%20JMD%3A+Jurnal+Riset+Manajemen+%26+Bisnis+Dewantara%2C%201%28%29%2C+61-76.&btnG=-d=gs_qabs&t=1706693466966&u=%23p%3DdJOHWrg417UJ