

**SOSIALISASI DAN PELATIHAN PEMASARAN BERBASIS DIGITAL DENGAN
MENGUNAKAN MEDIA SOSIAL PADA KELOMPOK TANI DESA BOTUMOPUTI
KECAMATAN TIBAWA**

**Yanti Saleh¹, Ramlan Mustafa¹, Milawaty Ismail^{1*}, Nurul Wakhidah¹, Soraya Panigoro¹,
Moh. Fais Pontoh¹**

¹Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Negeri Gorontalo

* Email: milawatyismail16@gmail.com

Asal : Indonesia

ABSTRAK

Jagung merupakan tanaman serelia yang paling produktif di dunia selain padi dan gandum. Tanaman yang dapat tumbuh di wilayah bersuhu tinggi, dan pematangan tongkol ditentukan oleh akumulasi panas yang diperoleh tanaman. Tanaman jagung (*Zea mays L.*) merupakan tanaman ber biji tunggal (monokotil) dengan batang kasar dan tinggi berkisar 0,6-3 m dan merupakan jenis tumbuhan musiman dengan umur kurang lebih 3 bulan. Di Desa Botumoputi termasuk desa yang memiliki penghasil jagung terbesar di kecamatan Tibawa. Terdapat 15 kelompok petani jagung yang ada di desa tersebut dan diantaranya terdapat petani jagung pulut. Hasil dari panen jagung tersebut lebih banyak dijual secara langsung tanpa adanya pengolahan menjadi produk yang lebih lanjut. Karena kurangnya pengetahuan serta ilmu yang mereka miliki sehingganya hasil panen pun hanya ber alur di pasar saja. Karena permasalahan pemasaran yang begitu-begitu saja sehingga perlu adanya sosialisasi dan pelatihan digital marketing. Tujuan dari kegiatan tersebut ialah untuk memberikan wawasan dan ilmu keterampilan serta meningkatkan kratifitas kerja. Kegiatan yang dilakukan di aula Desa Botumoputi dengan melibatkan sebagian dari masyarakat, ketua kelompok tani, ibu-ibu PKK dan aparat desa. Dalam pelaksanaannya menggunakan metode penyuluhan sosialisasi berkelanjutan. Harapan yang bisa di capai dari kegiatan tersebut adalah masyarakat Desa Botumoputi bisa lebih kreatif dan bisa bekerja guna menambah penghasilan perekonomian keluarga melalui jejaring internet.

Kata kunci; pemasaran, jagung, media sosial

ABSTRACT

*Corn is the most productive cereal crop in the world besides rice and wheat. Plants that can grow in high temperature areas, and cob maturation is determined by the accumulated heat obtained by the plant. Corn (*Zea mays L.*) is a single seed plant (monocotyledon) with rough stems ranging from 0.6 to 3 m and is a seasonal plant with an age of approximately 3 months. Botumoputi Village is one of the villages that has the largest corn producer in the Tibawa sub-district. There are 15 groups of corn*

farmers in the village and among them there are rice corn farmers. The results of the corn harvest are mostly sold directly without any processing into further products. Due to the lack of knowledge and knowledge they have, the harvest only flows in the market. Because marketing problems are so-so, there is a need for socialization and digital marketing training. The purpose of these activities is to provide insight and knowledge of skills and increase work creativity. Activities carried out in the hall of Botumoputi Village involved some members of the community, heads of farmer groups, PKK women and village officials. In its implementation using sustainable extension methods. The hope that can be achieved from this activity is that the people of Botumoputi Village can be more creative and can work to increase family economic income through internet networks.

Keywords; marketing, corn, social media

PENDAHULUAN

Revolusi saat ini menunjukkan manusia disadarkan bahwa siapapun harus bergerak dan bersiap dengan segala perubahan yang akan terjadi, termasuk perempuan atau ibu-ibu. Pada bidang ekonomi perempuan cenderung mengalami krisis diskriminatif dari laki-laki. Melihat kondisi ini, maka para istri maupun ibu-ibu yang dianggap memiliki waktu luang dituntut untuk menjadi lebih produktif dan mandiri dalam membantu perekonomian keluarga. Para Ibu-ibu melebarkan potensi masing-masing dengan berjualan apapun yang bisa dijual, seperti makanan, minuman, pakaian dan lain-lain. Digital marketing memudahkan pebisnis memantau dan menyediakan segala kebutuhan dan keinginan calon konsumen, di sisi lain calon konsumen juga bisa mencari dan mendapatkan informasi produk hanya dengan cara menjelajah dunia maya sehingga mempermudah proses pencariannya. Digital marketing dapat menjangkau seluruh masyarakat di manapun mereka berada tanpa ada lagi batasan geografis ataupun waktu.

Pembekalan ilmu untuk mengoptimalkan penggunaan media sosial seperti Facebook dan Whatsapp menjadi pilihan yang tepat sebagai mediasi promosi barang atau produk yang akan dijual guna mencapai target konsumen yang lebih luas secara cepat dan tepat. Disamping itu, demi kepentingan usaha dan bisnis pemasaran melalui digital marketing juga lebih efektif dan efisien dalam pembiayaan dana pemasaran atau iklan. Para Ibu-ibu harus dibekali keterampilan dasar yang dipersyaratkan dalam pemasaran atau digital marketing melalui media sosial. Penggunaan Facebook sebagai media sosial saat ini terus meningkat untuk berbagai keperluan seperti sarana mencari teman, sarana komunikasi, sarana mencari maupun berbagi informasi, dan sebagai sarana promosi untuk keperluan usaha maupun bisnis. Facebook dapat menyampaikan tujuan para pelaku usaha online mengoptimalkan pemasaran secara digital sehingga lebih meningkatkan kemampuan konsumen dalam mengenali atau mengingat sebuah merek yang dipromosikan seperti mengenali atau mengingat nama, gambar, logo

maupun slogan-slogan yang pernah digunakan dalam mempromosikan merek dagang.

Sebagai salah satu Desa di Kecamatan Tibawa, Desa Botumoputi sendiri memiliki banyak potensi pertanian maupun UMKM lokal. Pelaku usaha dari makanan, minuman, jasa, maupun bangunan tersedia di Desa Botumoputi. Seiring berkembangnya zaman, usaha yang dilakukan masyarakat di desa ini juga harus berkembang. Namun pada kenyataannya usaha disini masih belum mengikuti perkembangan teknologi yang ada saat ini. Aplikasi media sosial tersedia mulai dari pesan instan hingga situs jejaring sosial yang menawarkan pengguna untuk berinteraksi, berhubungan, dan berkomunikasi satu sama lain. Aplikasi-aplikasi ini bermaksud untuk menginisiasi dan mengedarkan informasi online tentang pengalaman pengguna dalam mengonsumsi produk atau merek, dengan tujuan utama meraih minat masyarakat. Dalam konteks bisnis, *people engagement* dapat mengarah kepada penciptaan profit.

Minimnya pengetahuan pelaku UMKM mengenai digital marketing menginspirasi tim KKN MBKM kepada masyarakat Desa Botumoputi untuk menyampaikan sosialisasi dan memberikan pelatihan mengenai penggunaan teknologi informasi dan komunikasi ini. Jika pelaku UMKM paham akan pentingnya digital marketing bagi usaha yang mereka jalankan, diharapkan mereka akan termotivasi untuk menggunakan digital marketing sebagai sarana komunikasi dan promosi bagi usaha yang mereka jalankan.

TUJUAN KEGIATAN

- Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk memberikan pengetahuan dan pemahaman kepada masyarakat Desa Botumoputi khususnya ibu rumah tangga atau petani mengenai pentingnya pemasaran berbasis *digital* dengan menggunakan media sosial bagi usaha mereka.
- Mempraktikkan pemasaran berbasis *digital* secara langsung dengan memanfaatkan media sosial kepada masyarakat. Dalam kegiatan ini bertujuan untuk memberikan edukasi mengenai bagaimana masyarakat di Botumoputi dapat meningkatkan penjualan bagi usaha mereka dengan menggunakan pemasaran berbasis digital berupa media sosial.

METODE PELAKSANAAN

Pelatihan dan pendampingan ini terbagi menjadi 2 tahap yaitu tahap pertama pelatihan pada tanggal 19 November 2022 dan pendampingan tanggal 2 Desember 2022 di desa Botumoputi kecamatan Tibawa. Sasaran pelatihan dan pendampingan adalah kelompok tani dan ibu-ibu rumah tangga dengan jumlah 30 orang peserta yang seluruhnya memiliki handphone yang mendukung aplikasi digital marketing.

Pelatihan

Dalam pelatihan digital marketing ini menggunakan metode ceramah atau sosialisasi. Pada pelatihan digital marketing ini para peserta di bekali pengetahuan tentang kewirausahaan untuk memotivasi serta menumbuhkan minat dan pembentukan karakter wirausahawan. Selain itu juga tidak lupa dibekali ilmu pengetahuan terkait isu-isu teknologi informasi

yang positif tentang penggunaan digital marketing, sehingga mereka paham dan lebih bijak dalam menggunakan platform digital ini. Platform tersebut ialah sosial media seperti facebook, instagram dan Watsapp, serta marketplace seperti shopee dan tokopedia.

Pendampingan

Dalam pendampingan digital marketing ini menggunakan metode praktek langsung dan di dampingi dalam pembuatan akun digital marketing. Selain pembuatan akun para peserta juga dibekali pengetahuan kegunaan fitur-fitur, bagaimana cara berjualan di platform digital serta tips dan trik dalam berjualan online.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peserta Pelatihan terlihat sangat antusias dan semangat ketika mendapatkan materi dari Instruktur. Instruktur pelatihan dalam menyampaikan penjelasan materinya juga memasukkan unsur “sharing” atau berbagi pengalaman mengenai penggunaan digital marketing dalam promosi bisnis yang dimiliki instruktur sehingga dapat memberikan gambaran lebih jelas kepada peserta. Setelah materi selesai disampaikan kepada peserta pelatihan selanjutnya Peserta diminta untuk praktek langsung. Pada saat praktek, peserta membawa perangkat elektronik (smartphone) mereka yang pastinya telah tersambung ke internet untuk sama-sama mempraktekkan digital marketing. Peserta diajarkan bagaimana cara membuat akun media sosial Facebook dan Whatssapp. Kemudian Peserta juga diajarkan cara membuat materi postingan yang menarik

dan mudah dicari serta waktu yang tepat untuk mengunggah postingan. Cara bagaimana membuat merek yang semenarik mungkin dengan menggunakan bantuan aplikasi Canva. Instruktur juga memberika beberapa tips kepada peserta dalam membuat postingan yang menarik, seperti penggunaan foto beresolusi tinggi agar gambar tetap jelas ketika diunggah, penggunaan tanda pagar (hashtag) yang relevan dan jelas, dan keterangan (caption) yang menarik yang biasanya memiliki inti cerita sendiri. Pada Sesi terakhir kegiatan ialah tanya jawab atau diskusi terkait hal-hal yang masih belum dipahami oleh peserta, atau sekedar berkonsultasi dan meminta tips tentang digital marketing yang sesuai untuk bisnis yang sedang mereka jalankan.

Para peserta pelatihan digital marketing mendapatkan pengetahuan dan wawasan baru tentang kewirausahaan. Terdapat perbedaan minat yang masih kurang di beberapa peserta pelatihan tentang berwirausaha. Ini dikarenakan terdapat perbedaan usia diantara peserta pelatihan. Peserta yang lebih muda cenderung pesimis dan takut gagal dalam berwirausaha. Maka dengan itu peserta diberikan motivasi-motivasi serta pengetahuan tentang toleransi terhadap resiko sehingga dapat menumbuhkan semangat para peserta kembali. Sebagaimana penelitian Purnomo (2020) yang menyatakan bahwa toleransi terhadap resiko memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat untuk berwirausaha. Untuk peserta yang lebih matang yaitu peserta yang sudah lulus pendidikan sekolah menengah atas (SMA) ada beberapa yang sudah pernah berjualan online platform

yang digunakan adalah facebook dan whatsapp dengan lingkup pemasaran antar temannya sendiri satu desa.

Dalam pelatihan ini para peserta juga dikenalkan dengan beberapa platform yang dapat digunakan sebagai sarana atau alat dalam praktek digital marketing, diantaranya media sosial dan marketplace. Media sosial yang dimaksud dalam pelatihan ini meliputi facebook, instagram dan Whatsapp. Dan marketplace yang dimaksud dalam pelatihan ini adalah shopee dan tokopedia. Dalam pendampingan digital marketing para peserta lebih diarahkan untuk praktek langsung dalam pembuatan akun digital marketing seperti facebook, shopee dan tokopedia. Selain pembuatan akun para peserta juga di bekali pengetahuan kegunaan fitur-fitur dan sistem pemasaran seperti pre-order, COD (Cash On Delivery) serta online shop. Para peserta juga didampingi bagaimana cara berjualan di platform digital.

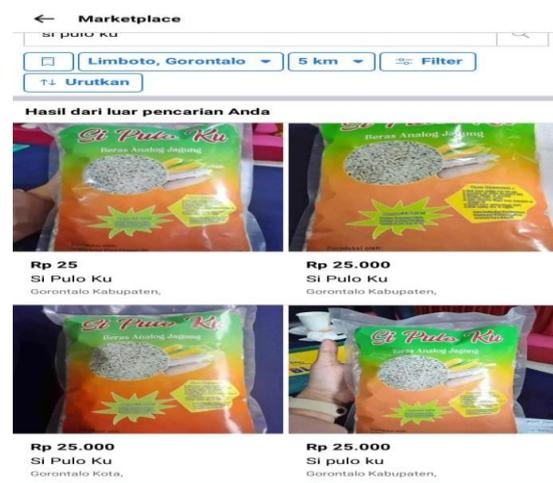
Setelah mendapatkan pengetahuan tentang penggunaan media sosial untuk digital marketing, para peserta sangat termotivasi untuk lebih menekuni digital marketing menggunakan media social facebook dan whatsapp. Bahkan peserta telah berupaya untuk menulis caption yang menarik perhatian para konsumen yang melihat pemasaran yang mereka unggah untuk contoh produk yang dipasarkan.



Gambar 1. Peserta Pelatihan



Gambar 2. Peserta Pendampingan



Gambar 3. Contoh Pemasaran Produk Dalam Marketplace (facebook)

PENUTUP

Kesimpulan

Kesimpulan dalam kegiatan sosialisasi dan pelatihan pemasaran berbasis *digital* dengan menggunakan sosial media yaitu masyarakat antusias dalam mengikuti kegiatan guna mendapatkan informasi yang belum mereka ketahui dan sangat antusias melakukan praktek secara langsung. Peserta diajarkan bagaimana cara membuat akun media sosial Facebook dan Whatsapp. Kemudian Peserta juga diajarkan cara membuat materi postingan yang menarik dan mudah dicari serta waktu yang tepat untuk

mengunggah postingan. Bekal yang diberikan kepada masyarakat pada dasarnya memberikan dukungan dan pengetahuan yang berdampak positif bagi mereka. Kegiatan ini dapat berlangsung dan terealisasi optimal dan lancar.

DAFTAR PUSTAKA

Purnomo, N. (2020) Peningkatan Sumber Daya Manusia Melalui Pelatihan Dan Pendampingan Digital Marketing. Jurnal Karya Abdi Masyarakat 4(3), 376-381