

Pelatihan Pemasaran Digital untuk Produk Pertanian

Akhmad Fadjeri^{1*}, Fersellia Fersellia¹, Anisa Lutfiyani¹, Tri Anggoro¹, Ghufron Zaida Muflih¹,
Fahmi Fachri¹, Endang Wahyuningsih¹

¹Universitas Ma'arif Nahdlatul Ulama Kebumen, Indonesia

akhmadfadjeri@umnu.ac.id*

Received: 18/12/2024

Revised: 30/01/2025

Accepted: 30/01/2025

Copyright©2025 by authors, all rights reserved. Authors agree that this article remains permanently open access under the terms of the Creative Commons Attribution License 4.0 International License

Abstrak

Pelatihan ini bertujuan untuk mengevaluasi efektivitas pelatihan pemasaran digital bagi petani di Desa Tlogopragoto, Kebumen, khususnya dengan fokus pada peningkatan pengetahuan dan keterampilan mereka dalam memanfaatkan platform digital untuk memasarkan produk cabai. pelatihan ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, yang dilaksanakan pada tanggal 2 November 2024, di Gudang Cabai Roda Tani di Tlogopragoto. Sebanyak 25 peserta, anggota berbagai kelompok tani, menghadiri sesi pelatihan. Data dikumpulkan melalui observasi langsung, wawancara semi terstruktur, kuesioner evaluasi, dan dokumentasi. Program pelatihan terdiri dari tiga fase utama: persiapan pra-pelatihan, lokakarya pemasaran digital, dan dukungan pasca-pelatihan. Hasil pengabdian masyarakat menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam pemahaman petani terhadap perangkat pemasaran digital, termasuk platform media sosial, e-commerce, dan pembuatan konten untuk promosi produk. Peserta menunjukkan peningkatan kepercayaan diri dalam mengelola aktivitas pemasaran digital, seperti membuat konten promosi dan menggunakan platform daring untuk penjualan. Evaluasi tersebut juga mengungkapkan bahwa petani merasa puas dengan konten pelatihan, metodologi, dan aplikasi praktis. Studi ini menyimpulkan bahwa pelatihan pemasaran digital efektif dalam meningkatkan kemampuan petani untuk memasarkan produk pertanian mereka, yang dapat menghasilkan peluang ekonomi yang lebih baik bagi masyarakat petani di Tlogopragoto. Inisiatif di masa mendatang harus berfokus pada dukungan berkelanjutan dan pelatihan lanjutan untuk memastikan penerapan pemasaran digital yang berkelanjutan.

Kata kunci: Pemasaran, digital, pelatihan, pertanian, e-commerce

Abstract

This research aims to evaluate the effectiveness of a digital marketing training program for farmers in Tlogopragoto Village, Kebumen District, focusing on improving their ability to market agricultural products, specifically chili. The study adopts a descriptive qualitative approach, utilizing data collection methods such as direct observation, semi-structured interviews, questionnaires, and documentation. The training, conducted on November 2, 2024, at the Roda Tani chili warehouse, involved 25 participants from local farmer groups. The results indicate a significant

improvement in the farmers' understanding of digital marketing tools, including social media platforms and e-commerce. Participants gained practical skills in content creation, product promotion, and account management. Despite the success, challenges such as limited internet access and device availability were identified as barriers to effective implementation. The training was well-received, with participants expressing high satisfaction with the practical knowledge gained. In conclusion, the digital marketing training was effective in enhancing the farmers' marketing skills, contributing to better product visibility and market reach. However, further support, particularly in infrastructure and continuous training, is necessary to ensure the sustainability of the program and maximize its benefits for the farmers.

Keywords: Marketing, digital, training, agriculture, e-commerce.

1. Pendahuluan

Desa Tlogopragoto, Kebumen, memiliki potensi besar dalam sektor pertanian, khususnya sebagai sentra produksi cabai. Namun, seperti banyak desa agraris lainnya di Indonesia, para petani menghadapi tantangan klasik, yaitu rendahnya harga jual produk akibat panjangnya rantai distribusi dan ketergantungan pada tengkulak. Dalam era digital, tantangan ini dapat diatasi dengan memanfaatkan teknologi digital untuk pemasaran produk pertanian secara langsung kepada konsumen. Hal ini sejalan dengan berbagai penelitian yang menunjukkan efektivitas digitalisasi pemasaran dalam meningkatkan nilai tambah dan daya saing produk pertanian.

Pelatihan pemasaran digital yang dilaksanakan di Desa Tlogopragoto bertujuan untuk memberdayakan para petani cabai agar mampu memanfaatkan teknologi digital dalam memasarkan produk mereka. Pelatihan ini mencakup pengenalan pemasaran digital, pembuatan konten marketing menggunakan gadget, pengelolaan platform e-commerce, serta strategi mendapatkan pembeli di era digital. Selain itu, petani diajarkan cara memanfaatkan foto dari ponsel sebagai media promosi yang efektif.

Berdasarkan studi sebelumnya, pelatihan serupa telah memberikan dampak positif, seperti pada pelatihan di Kelurahan Kali Abang Tengah (Ningtyas, 2023), yang berhasil menghubungkan petani langsung kepada konsumen sehingga meningkatkan pendapatan mereka. Pelatihan digital marketing di Desa Bodag (Adi, 2022) menunjukkan peningkatan signifikan pada pengetahuan dan keterampilan UMKM dalam menggunakan media digital untuk pemasaran. Begitu pula di Desa Wonotulus (Utami, 2020), pelatihan bagi petani milenial berhasil meningkatkan pemahaman tentang pentingnya sosial media untuk pemasaran produk.

Pelatihan ini juga mengadopsi pendekatan serupa dengan memberikan panduan praktis, pendampingan, dan implementasi strategi pemasaran digital yang terbukti efektif di beberapa wilayah lain. Misalnya, di Dusun Tlogo, Desa Sutopati, pelatihan digital marketing meningkatkan pemahaman dan keterampilan masyarakat dalam memasarkan produk olahan pertanian (Affifudin et al., 2023).

Dengan pelatihan ini, diharapkan para petani di Desa Tlogopragoto dapat meningkatkan posisi tawar mereka, memperluas jangkauan pasar, dan mengoptimalkan keuntungan melalui strategi pemasaran digital yang mudah diterapkan. Langkah ini tidak hanya mendukung kesejahteraan petani tetapi juga memperkuat perekonomian lokal secara keseluruhan.

2. Metodologi Pelaksanaan

2.1 Desain Pelatihan

Pelatihan ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk menggambarkan pelaksanaan pelatihan pemasaran digital dan dampaknya terhadap pemahaman serta keterampilan kelompok tani di Desa Tlogopragoto, khususnya dalam pemasaran produk cabai.

2.2 Lokasi dan Waktu Pelatihan

Pelatihan dilakukan di Gudang Cabai Roda Tani, Desa Tlogopragoto, Kecamatan Kebumen, pada 2 November 2024, pukul 13.00 WIB. Kegiatan ini dihadiri oleh anggota kelompok tani yang aktif di desa tersebut.

2.3 Subjek Pelatihan

Subjek pelatihan adalah 25 anggota kelompok tani yang aktif, terlibat dalam pertanian cabai, memiliki akses perangkat digital, dan bersedia mengikuti pelatihan serta memberikan umpan balik untuk evaluasi.

2.4 Metode Pengumpulan Data

Data dikumpulkan melalui beberapa teknik berikut:

- a. Observasi: Mengamati langsung interaksi peserta dengan teknologi digital dan partisipasi mereka selama pelatihan.
- b. Wawancara Semi-Struktur: Mendalami pengalaman peserta mengenai penerapan pemasaran digital sebelum dan setelah pelatihan.
- c. Kuesioner Evaluasi: Digunakan untuk mengukur peningkatan pemahaman, keterampilan, dan kepuasan peserta terhadap pelatihan.

2.5 Prosedur Pelatihan

Pelatihan terdiri dari tahapan berikut:

- 1) Pembukaan: Penjelasan mengenai pentingnya pemasaran digital untuk produk cabai.
- 2) Pemaparan Materi Digital Marketing: Pengenalan platform digital yang relevan untuk pemasaran produk pertanian.
- 3) Praktik Pembuatan Konten: Pelatihan teknik dasar fotografi produk cabai dan pengeditan gambar untuk promosi.
- 4) Pengelolaan Akun Marketplace: Cara membuat akun di platform e-commerce, mengunggah produk, dan mengelola transaksi.
- 5) Diskusi dan Tanya Jawab: Sesi interaktif untuk menjawab pertanyaan peserta dan membahas pengalaman serta tantangan yang dihadapi.

2.6 Evaluasi

Setelah pelatihan selesai, evaluasi dilakukan untuk menilai keberhasilan pelatihan berdasarkan indikator yang telah ditentukan. Evaluasi dilakukan dengan menggunakan kuesioner untuk mengukur pemahaman, keterampilan, dan kepuasan peserta. Pelatihan ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai efektivitas pelatihan pemasaran digital bagi kelompok tani di

Desa Tlogopragoto dalam meningkatkan pemahaman dan keterampilan mereka untuk memasarkan produk cabai secara lebih efektif melalui teknologi digital.

3. Hasil dan Pembahasan

Pelatihan pemasaran digital diadakan pada 2 November 2024, bertempat di Gudang Cabai Roda Tani, Desa Tlogopragoto, Kecamatan Kebumen, dimulai pukul 13.00 WIB. Sebanyak 25 anggota kelompok tani yang aktif dan terlibat dalam pertanian cabai menghadiri pelatihan ini. Kegiatan pelatihan mencakup pembukaan materi tentang pentingnya pemasaran digital, pengenalan platform digital untuk pertanian, praktik pembuatan konten digital, dan pengelolaan akun di marketplace. Selain itu, sesi diskusi dan tanya jawab juga digelar untuk mendalami tantangan yang dihadapi peserta dalam penerapan pemasaran digital.

3.1 Kegiatan Pra-Pelaksanaan

Sebelum pelaksanaan pelatihan pada 2 November 2024, beberapa langkah persiapan dilakukan untuk memastikan kelancaran kegiatan. Beberapa tahapan yang dilakukan pada pra-pelaksanaan antara lain:

- Persiapan Tempat dan Fasilitas Pelatihan dilaksanakan di Gudang Cabai Roda Tani, Desa Tlogopragoto, Kecamatan Kebumen. Lokasi ini dipilih karena mudah dijangkau oleh peserta dan memiliki fasilitas yang memadai, seperti ruang untuk presentasi dan area untuk praktik.
- Penyusunan Materi dan Alat Evaluasi Materi pelatihan yang disusun mencakup pengenalan pemasaran digital melalui platform media sosial dan marketplace, serta teknik dasar dalam pembuatan konten digital. Alat evaluasi berupa kuesioner disiapkan untuk mengukur pemahaman dan keterampilan peserta setelah pelatihan.
- Pendaftaran Peserta Peserta pelatihan terdiri dari 25 anggota kelompok tani aktif di Desa Tlogopragoto yang terlibat dalam kegiatan pertanian cabai. Pendaftaran peserta berjalan lancar, dan seluruh peserta yang terdaftar hadir pada hari pelatihan.



Gambar 1. Dokumentasi Materi

3.2 Pelatihan Workshop Penggunaan Aplikasi Digital Marketing

Pelatihan dimulai dengan pembukaan yang diikuti oleh pemaparan materi terkait pemasaran digital. Berikut ini adalah tahapan pelatihan yang dilakukan:

- a. Pemaparan Materi Digital Marketing Pada sesi ini, peserta diberikan pemahaman dasar mengenai pentingnya pemasaran digital, dengan fokus pada platform yang relevan seperti media sosial (*Facebook, Instagram*) dan *marketplace* (*Tokopedia, Bukalapak*).
- b. Praktik Pembuatan Konten Digital Dalam sesi ini, peserta diberi kesempatan untuk mempraktikkan pembuatan konten promosi produk cabai, termasuk teknik dasar pengambilan gambar dan pengeditan gambar menggunakan *smartphone*.
- c. Pengelolaan Akun *Marketplace* Sesi ini memberikan tutorial mengenai cara membuat akun di *platform e-commerce*, mengunggah produk, serta mengelola transaksi secara efektif.

3.3 Pendampingan Praktik

Setelah sesi teori, peserta diberikan waktu untuk melakukan praktik lebih lanjut dengan pendampingan fasilitator. Pendampingan dilakukan secara individu dan kelompok, dengan tujuan untuk memastikan bahwa peserta dapat mengimplementasikan materi pelatihan dengan tepat.

- a. Pendampingan Individu Beberapa peserta yang mengalami kesulitan teknis diberi perhatian khusus dengan sesi pendampingan individu. Beberapa kendala yang dihadapi peserta terkait pengelolaan akun *marketplace* dan pengeditan gambar untuk konten promosi.
Pendampingan ini membantu peserta yang kesulitan, dan sebagian besar peserta yang mendapat bimbingan berhasil menyelesaikan tugas mereka.
- b. Praktik Lapangan Setelah diberikan panduan lebih lanjut, peserta diminta untuk langsung mengunggah produk cabai ke akun *marketplace* yang telah mereka buat. Hampir seluruh peserta berhasil mengunggah produk mereka, meskipun ada beberapa kesulitan teknis yang masih ditemui peserta, seperti pengaturan harga produk dan pengeditan deskripsi.



Gambar 2. Pendampingan Pembuatan Konten Digital



Gambar 3. Pendampingan Penggunaan Aplikasi Digital Marketing

3.4 Evaluasi

Setelah kegiatan pelatihan selesai, evaluasi dilakukan untuk mengukur keberhasilan pelatihan berdasarkan pemahaman dan keterampilan peserta.

- a. Peningkatan Pemahaman Berdasarkan hasil kuesioner, hampir 85% peserta merasa lebih memahami pemasaran digital dan cara memanfaatkan platform seperti media sosial dan *marketplace* untuk memasarkan produk mereka. Hasil: Sebagian besar peserta menunjukkan peningkatan pemahaman yang signifikan tentang cara memanfaatkan teknologi untuk pemasaran produk pertanian.
- b. Peningkatan Keterampilan Keterampilan peserta dalam membuat konten promosi dan mengelola akun *marketplace* juga meningkat. Sebagian besar peserta berhasil membuat konten foto yang menarik dan mengunggah produk mereka ke *platform e-commerce*. Hasil: Meskipun beberapa peserta masih memerlukan bimbingan lebih lanjut, mayoritas berhasil meningkatkan keterampilan pemasaran digital mereka.
- c. Kepuasan Terhadap Pelatihan Berdasarkan hasil evaluasi, 92% peserta menyatakan puas dengan pelatihan yang diberikan. Mereka merasa bahwa materi yang diajarkan sangat bermanfaat dan relevan dengan kebutuhan mereka dalam meningkatkan pemasaran produk pertanian. Hasil: Tingkat kepuasan yang tinggi menunjukkan bahwa pelatihan ini memberikan manfaat yang signifikan bagi peserta dalam mengembangkan pemasaran digital produk mereka.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan di Desa Tlogopragoto, Kecamatan Kebumen, pelatihan pemasaran digital yang dilaksanakan pada 2 November 2024 terbukti berhasil meningkatkan pemahaman dan keterampilan kelompok tani dalam memanfaatkan teknologi digital untuk pemasaran produk pertanian, khususnya cabai. Pelatihan ini mencakup pengenalan pemasaran melalui media sosial dan *marketplace*, serta keterampilan dalam pembuatan konten digital dan pengelolaan akun *e-commerce*.

Beberapa poin penting yang dapat disimpulkan dari penelitian ini adalah:

- a. Peningkatan Pemahaman Peserta Sebagian besar peserta mengalami peningkatan pemahaman yang signifikan mengenai konsep pemasaran digital dan pentingnya penggunaan teknologi dalam pemasaran produk pertanian. Hal ini terlihat dari respon positif peserta pada kuesioner evaluasi yang menunjukkan pemahaman yang lebih baik tentang penggunaan platform digital.
- b. Peningkatan Keterampilan Praktis Peserta berhasil mempraktikkan pembuatan konten digital dan mengelola akun marketplace untuk produk pertanian mereka. Meskipun ada beberapa kesulitan teknis pada awalnya, sebagian besar peserta mampu mengatasi hambatan tersebut dengan bimbingan fasilitator.
- c. Tingkat Kepuasan yang Tinggi Evaluasi pasca-pelatihan menunjukkan tingkat kepuasan yang tinggi dari peserta terhadap materi yang diberikan, dengan mayoritas peserta merasa pelatihan ini sangat bermanfaat dan relevan dengan kebutuhan mereka. Hal ini menandakan bahwa pelatihan pemasaran digital dapat memberikan dampak positif bagi kelompok tani dalam meningkatkan daya saing produk mereka.
- d. Tantangan yang Dihadapi Beberapa tantangan yang dihadapi peserta, seperti keterbatasan keterampilan teknologi di kalangan petani yang lebih tua dan kebutuhan untuk pendampingan lebih intensif, perlu mendapat perhatian untuk kegiatan pelatihan selanjutnya.

Secara keseluruhan, pelatihan ini telah berhasil mencapai tujuan yang diinginkan, yakni memberdayakan kelompok tani di Desa Tlogopragoto dalam menggunakan pemasaran digital untuk meningkatkan penjualan produk pertanian. Untuk keberhasilan yang lebih berkelanjutan, diperlukan pelatihan lanjutan serta pendampingan lebih lanjut agar para petani dapat lebih mandiri dalam mengelola dan memasarkan produk mereka melalui *platform digital*.

Daftar Pustaka

- Adi, P., Mulyani, R., Putri, A. N. H., Saputri, C. I., Alfiyah, H., Widyadana, J. R. A., ... & Khabibah, L. N. (2023). Pemberdayaan Masyarakat melalui pelatihan digital marketing pada UMKM produk pertanian di desa bodag, Madiun, Jawa Timur. *PRIMA: Journal of Community Empowering and Services*, 6(2), 126-132.
- Astutik, M., & Ardiantoro, R. (2024, March). Pelatihan Pemasaran Digital Bawang Goreng Sebagai Produk Unggulan Guna Peningkatan Perekonomian Masyarakat di Desa Pandanblele. In *SNEB: Seminar Nasional Ekonomi dan Bisnis Dewantara* (Vol. 6, No. 1, pp. 43-48).
- Muchammad, M., Purwanto, P., Maryono, M., Ansori, M., & Hasyim, A. F. (2023). Digitalization of Marketing as an Effort to Increase Sales of Agricultural Products: Digitalisasi Pemasaran Sebagai Upaya Meningkatkan Penjualan Produk Pertanian. *CONSEN: Indonesian Journal of Community Services and Engagement*, 3(2), 40-50.
- Ningtyas, S., Asmono, R. T., Nurlaela, L., Kurniati, I., & Nasri, J. (2023). Pelatihan pengenalan digital marketing pemasaran produk pertanian di kelurahan kali abang tengah. *SWADIMAS: JURNAL PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT*, 1(01), 27-34.

- Purwanto, R., Maharrani, R. H., Somantri, O., Wanti, L. P., & Fadillah, F. (2022). Pemanfaatan Digital marketing sebagai Media Informasi Pemasaran Online Produk Usaha Mikro Kecil Menengah Petani Hortikultura Cilacap. *Jurnal PkM (Pengabdian kepada Masyarakat)*, 5(3), 287-296.
- Utami, D. P. (2020, October). Pengenalan digital marketing dalam pemasaran produk pertanian untuk petani milenial Desa Wonotulus Kecamatan Purworejo Kabupaten Purworejo. *In Prosiding Seminar Nasional Pertanian* (Vol. 1, No. 1, pp. 25-32).