

## **PELATIHAN DIGITAL MARKETING UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK PERTANIAN KELOMPOK TANI WANITA PERMATA INDAH DESA SELUR**

**\* Fitra Rizal<sup>1</sup>, Dhimas Haryo Prayoga<sup>2</sup>, Diah Ihdini Amalia<sup>3</sup>, Diah Ayu Rosanti<sup>4</sup>,  
Endriana Nur Anggrahini<sup>5</sup>, Erika Mega Wahyu Andini<sup>6</sup>**

<sup>1,2,3,4,5,6</sup>Islam Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Indonesia

\*Corresponding Emai: rizal@iainponorogo.ac.id

---

Diterima: 10 Juni 2022 |Direvisi: 22 Agustus 2022 |Disetujui: 04 Oktober 2022

---

**Abstract.** *The Permata Indah Women Farmers Group in Selur Village was established in 2011 with the aim of empowering housewives and boosting the family economy. Activities at the Women's Farmer Group (KTW) are in the form of processing plantation products in the form of bananas into processed foods such as chips and banana sale. Since the Covid-19 pandemic began to spread in the Ponorogo Regency area, the level of sales has also decreased because the sales system still does not use social media. As a result, production activities are also stopped to avoid losses. But now, after almost 2 years of production stopping and the pandemic starting to improve, the enthusiasm of the mothers has decreased. Therefore, we have the initiative to hold a training which was attended by 20 participants with the theme of digital marketing to provide new business innovations through digital platforms. The purpose of this training is to provide knowledge about digital marketing based on social media and increase sales of women's farmer groups' products. This activity uses an asset-based community-development (ABCD) approach to optimize existing assets and potential. The end result of this activity is that the trainees can create and operate social media accounts in the form of WhatsApp Business and Instagram Business. Thus, it is hoped that it can improve the economy for the Permata Indah Women Farmer Group in Selur Village. The trainees also felt satisfied and more motivated to restart production that had stopped.*

**Keywords:** Women Farmer Group; Training; Digital Marketing

**Abstrak.** *Kelompok Tani Wanita Permata Indah di Desa Selur didirikan pada tahun 2011 dengan tujuan untuk memberdayakan ibu-ibu rumah tangga dan mengangkat perekonomian keluarga. Kegiatan pada Kelompok Tani Wanita (KTW) ini berupa pengolahan hasil perkebunan berupa pisang menjadi olahan pangan seperti keripik dan sale pisang. Semenjak pandemic Covid-19 mulai menyebar di wilayah Kabupaten Ponorogo tingkat penjualan juga ikut menurun karena sistem penjualannya masih belum menggunakan media sosial. Alhasil, kegiatan produksi juga ikut diberhentikan untuk menghindari kerugian. Namun sekarang setelah hampir 2 tahun produksi berhenti dan pandemi mulai membaik justru semangat ibu-ibu menurun. Oleh karena itu kami memiliki inisiatif mengadakan pelatihan yang diikuti oleh 20 peserta dengan tema digital marketing untuk memberi inovasi baru berbisnis melalui platform digital. Tujuan dari pelatihan ini untuk memberi pengetahuan tentang Digital Marketing berbasis media sosial dan meningkatkan penjualan produk Kelompok Tani Wanita. Kegiatan ini menggunakan pendekatan asset-based community-development (ABCD) untuk*

*mengoptimalkan asset dan potensi yang ada. Hasil akhir dari kegiatan ini peserta pelatihan dapat membuat dan mengoperasikan akun media sosial berupa WhatsApp Business dan Instagram Business. Sehingga, diharapkan dapat meningkatkan perekonomian bagi Kelompok Tani Wanita Permata Indah di Desa Selur. Para peserta pelatihan juga merasa puas dan lebih termotivasi untuk mulai kembali produksi yang sempat berhenti.*

**Kata Kunci:** Kelompok Tani Wanita; Pelatihan; Digital Marketing

## PENDAHULUAN

Desa Selur merupakan desa yang terletak di Kecamatan Ngrayun Kabupaten Ponorogo yang berjarak 35 kilo meter disebelah Selatan pusat Kota Ponorogo, terletak pada posisi 115. 7.20 LS 8. 7.10 BT, dengan ketinggian kurang lebih 250 M diatas permukaan laut dan memiliki jumlah penduduk 7.066 jiwa dengan penduduknya kebanyakan berprofesi sebagai petani, peternak dan berkebun (selur.desa.id, 2022.). Kontur geografis tanah yang subur turut mendukung komoditi seperti pinus, coklat, kopi, cengkeh, tanaman toga, porang, talas, pisang, janggelan, vanili, kelapa dan kambing. Desa Selur memiliki banyak potensi misalnya wisata alam, kerajinan anyaman, peternakan, pertanian, dan perhutanan. Salah satu potensi di bidang pertanian yaitu terdapat banyak kelompok tani. Kelompok tani tersebut dinaungi oleh Gapoktan, salah-satunya adalah Kelompok Tani Wanita Permata Indah (Hatarno, 2022). Kelompok Tani Wanita Permata Indah ini didirikan dan diketuai oleh Ibu Anna Vinolia Sasmoyo pada tahun 2011 yang memiliki anggota 20 orang (Sasmoyo, 2022). Kelompok Tani Wanita bertujuan untuk memberdayakan ibu-ibu rumah tangga dan mengangkat perekonomian keluarga. Wanita lebih banyak menghabiskan waktunya untuk urusan rumah tangga dan mengurus hasil panen di rumah. Adanya perubahan jaman, para wanita dapat melakukan kegiatan selain mengurus rumah tangga dan hasil panen (Nurmayasri dan Ilyas, 2014). Kegiatan dalam kelompok ini berupa pengolahan hasil perkebunan berupa pisang menjadi olahan pangan seperti keripik dan sale pisang (Sasmoyo, 2022).

Berdasarkan hasil observasi langsung yang telah dilakukan di Desa Selur bersamaan dengan kegiatan Kuliah Pengabdian Masyarakat (KPM), kami sebagai peneliti menemukan bahwa terdapat problem yang dihadapi kelompok ini yaitu menurunnya permintaan selama pandemi covid-19 bahkan tidak ada permintaan sama sekali. Namun sekarang setelah hampir 2 tahun produksi berhenti dan pandemi mulai membaik justru semangat ibu-ibu menurun (Sasmoyo, 2022). Hal ini karena selama Covid-19 ibu-ibu

sibuk dengan urusan masing-masing. Saat Kelompok Tani Wanita Permata Indah ingin menggerakkan anggotanya untuk berproduksi kembali (Sasmoyo, 2022). Anggota Kelompok Tani Wanita Permata Indah ini merasa kurang percaya diri untuk memulai kembali produksi. Hal ini juga yang membuat Ketua Kelompok Tani Wanita Permata Indah sulit untuk mengumpulkan anggotanya, sehingga saat ini pun belum juga memulai produksi Kembali (Sasmoyo, 2022). Selain turunnya semangat anggota, permasalahan Kelompok Tani Wanita Permata Indah Desa Selur ini juga masih kurang maksimal dalam promosi produknya. Pemasaran yang digunakan masih konvensional mereka hanya mengandalkan kenalan mereka dan menitipkan produknya ke toko oleh-oleh saja dan belum mencoba pemasaran secara luas melalui media digital.

Dengan konsep pemasaran melalui digital marketing berbasis media sosial penjualan akan semakin meningkat karena bisa menjangkau konsumen secara luas dan juga bisa meminimalisir biaya pemasaran. Saat ini merupakan era dimana Internet menjadi salah satu bagian yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan bermasyarakat (Farell, Thamrin dan Novid, 2019). Maka dari sinilah perluasan pemasaran diperlukan agar semakin banyak permintaan dan diharapkan mampu membangunkan kembali semangat para anggota Kelompok Tani Wanita. Berdasarkan paparan diatas, maka kami tertarik untuk mengadakan pelatihan dengan judul “Pelatihan Digital Marketing Meningkatkan Penjualan Produk Pertanian Kelompok Tani Wanita Permata Indah Desa Selur”.

Konsep pengabdian masyarakat dengan menjadikan pelatihan sebagai sebuah solusi sudah banyak dijumpai di bebagai pengabdian oleh Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Negari (PTKIN), diantaranya dilakukan di kediaman Ketua Kelompok Tani Wanita Permata Indah Desa Selur dengan pesertanya yaitu dari seluruh anggota dari Kelompok Tani Wanita Permata Indah. Pelatihan dapat diartikan sebagai proses terencana untuk memodifikasi sikap atau perilaku pengetahuan, keterampilan melalui pengalaman belajar. Tujuan dari pelatihan yaitu untuk mengembangkan sumber daya yang dimiliki sehingga dapat mencapai kinerja yang efektif dalam setiap kegiatan sehingga mampu meningkatkan produktifitas usaha (pusdiklat.perpusnas.go.id, 2022).

## METODE

Pelatihan ini menggunakan pendekatan (ABCD) *Asset Basede Community Development*, dimana penelitian ini lebih mengutamakan dalam pemanfaatan aset dan potensi di sekitar wilayah yang dimiliki masyarakat. Sebagai sebuah pendekatan, metode ABCD adalah jenis pendekatan kritis yang masuk dalam lingkup pengembangan masyarakat berbasis pada kekuatan dan aset yang dipunyai masyarakat. Sebuah pendekatan yang sangat menekankan kepada kemandirian masyarakat dan terbangunnya sebuah tatanan dimana warga aktif menjadi pelaku dan penentu pembangunan (Salahudin et al, 2015). Konsep ABCD ini merupakan sebuah metode alternatif yang ditujukan untuk pengembangan masyarakat. Setiap masyarakat pasti memiliki potensinya masing-masing, sehingga dalam konsepsi ABCD tidak ada masyarakat yang lemah untuk diberdayakan (Al-Kautsari, 2019). Komunitas masyarakat dalam hal ini yaitu Kelompok Tani Wanita Permata Indah yang diketuai oleh Ibu Anna yang bertempat tinggal di Desa Selur, Kecamatan Ngrayun, Kabupaten Ponorogo (Hatarno, 2022). Kelompok Tani Wanita Permata Indah ini memanfaatkan hasil bumi berupa pisang, singkong, talas ubi-ubian. Hasil bumi merupakan salah satu aset atau potensi di Desa Selur yang perlu dikembangkan dengan pelatihan-pelatihan dengan memanfaatkan teknologi yang semakin canggih yaitu dengan penerapan *Digital Marketing*.

Berdasarkan observasi yang pertama kali kami lakukan tersebut kami akhirnya memutuskan untuk mengadakan pelatihan mengenai penerapan digital marketing untuk melancarkan strategi marketing dalam produksi pangan usaha mikro kecil menengah (UMKM) Kelompok Tani Wanita Permata Indah Desa Selur agar dapat dipasarkan secara luas di masyarakat dan untuk mencapai tujuan pelatihan penerapan digital marketing sebagai strategi marketing peneliti berusaha semaksimal mungkin agar kegiatan ini dapat berjalan dengan baik dan produksi Kelompok Tani Wanita Permata Indah dapat dikenal oleh masyarakat yang lebih luas dan dapat meningkatkan penjualannya. Dalam metode ABCD memiliki lima langkah kunci melakukan proses riset pendampingan (Dureau,2019).

### Teknik-Teknik Pendampingan

Metode dan alat untuk memobilisasi aset pemberdayaan masyarakat melalui *Asset Based Community Development* (ABCD), antara lain:

## 1. Penemuan Apresiatif (*Appreciative Inquiry*)

*Appreciative Inquiry* (AI) adalah cara yang positif untuk melakukan perubahan organisasi berdasarkan asumsi yang sederhana yaitu bahwa setiap organisasi memiliki sesuatu yang dapat bekerja dengan baik, sesuatu yang menjadikan organisasi hidup, efektif dan berhasil, serta menghubungkan organisasi tersebut dengan komunitas dan *stakeholder*-nya dengan cara yang sehat (Salahudin et al, 2015). AI merupakan sebuah pendekatan yang sangat baru dalam khasanah pengembangan komunitas di Indonesia. Bila pendekatan lama berbasis pada motif untuk keluar dari masalah, sementara pendekatan *Appreciative inquiry* terfokus pada pencarian kekuatan dan inti positif komunitas untuk membangun visi yang harus diraih bersama. Aktivitas diawali dengan mengapresiasi apa yang terbaik dalam komunitas, penciptaan impian komunitas, perancangan tindakan, dan melakukan tindakan yang berbasis pada inti positif (Nurdiyanah et al, 2016). *Appreciative Inquiry* (AI) secara teknis mekanisme pemberdayaan terdiri dari empat tahap yaitu:

*Discovery, Dream, Design* dan *Destiny* atau sering disebut model atau siklus 4-D.

### a. *Discovery*

Tahap *Discovery* adalah eksplorasi mendalam tentang hal-hal baik yang pernah dilakukan, hal-hal terbaik yang pernah dicapai, dan pengalaman sukses dimasa lampau. Proses ini dilaksanakan dengan cara wawancara apresiatif.

### b. *Dream*

Pada tahap *Dream*, setiap orang mengeksplorasikan harapan, impian, dan cita-cita mereka baik untuk individu maupun untuk organisasi. Orang-orang mulai memikirkan hal besar dan berpikir *out of the box* serta membayangkan hasil-hasil yang ingin dicapai.

### c. *Design*

Pada tahap *Design* ini, mereka mulai membuat rumusan strategi, proses dan sistem, membuat keputusan dan mengembangkan kolaborasi dan inovasi yang mendukung terwujudnya perubahan atau tujuan yang diharapkan.

### d. *Destiny*

Tahap *Destiny* adalah tahap dimana setiap orang dalam organisasi mengimplementasikan dan mewujudkan berbagai hal yang sudah dirumuskan pada tahap *Design*. Tahap-tahap ini berlangsung ketika organisasi menjalankan suatu perubahan,

memantau perkembangannya, dan mengembangkan beberapa macam dialog, pembelajaran dan inovasi-inovasi terbaru.

## 2. Pemetaan Komunitas (*Community Mapping*)

Pendekatan atau cara yang dilakukan untuk memperluas akses ke pengetahuan lokal. *Community Map* merupakan visualisasi pengetahuan dan persepsi berbasis masyarakat mendorong pertukaran informasi dan menyetarakan bagi semua masyarakat untuk berpartisipasi dalam proses yang mempengaruhi lingkungan dan hidup mereka (Dureau,2019).

## 3. Pemetaan Asosiasi dan Institusi

Asosiasi merupakan suatu proses interaksi yang menjadi dasar terbentuknya lembaga-lembaga sosial yang terbentuk karena memenuhi faktor-faktor sebagai berikut: (1) Kesadaran akan kondisi yang sama, (2) Adanya relasi sosial, dan (3) Orientasi pada tujuan yang telah ditentukan (Soetomo, 2009)

## 4. Pemetaan Aset Individu (*Individual Inventory Skill*)

Metode ataupun alat yang kami gunakan untuk melakukan pemetaan individual asset di Desa Selur antara lain kuisisioner, *interview* dan *focus group discussion*. Manfaat dari pemetaan individual asset antara lain: (1) Membantu membangun landasan untuk member-dayakan masyarakat dan memiliki solidaritas yang tinggi dalam masyarakat. (2) Membantu Membangun hubungan yang baik dengan masyarakat. (3) Membantu masyarakat mengidentifikasi keterampilan dan bakat mereka sendiri.

## 5. Sirkulasi Keuangan (*Leacky Bucket*)

Perputaran ekonomi yang berupa kas, barang dan jasa merupakan hal yang tidak terpisahkan dari komunitas dalam kehidupan mereka sehari-hari (Rafika Afriyanti, n.d.). Seberapa jauh tingkat dinamitas dalam pengembangan ekonomi lokal mereka dapat dilihat, seberapa banyak kekuatan ekonomi yang masuk dan keluar. Untuk mengenali, mengembangkan dan memobilisasi aset-aset tersebut dalam ekonomi komunitas atau warga lokal diperlukan sebuah analisa dan pemahaman yang cermat. Salah satu pendekatan yang kami gunakan dalam pedekatan ABCD (*Asset Based Community Development*) adalah melalui *Leacky Bucket*.

## 6. Skala Prioritas (*Low Hanging Fruit*)

Setelah masyarakat mengetahui potensi yang dimiliki, kekuatan dan peluang yang mereka memiliki dengan menemukan informasi dengan sopan santun, pemetaam aset,

penelusuran wilayah, pemetaan kelompok atau institusi dan mereka sudah membangun harapan dan mimpi yang indah maka langkah berikutnya, adalah bagaimana mereka bisa melakukan semua mimpi-mimpi diatas, karena keterbatasan ruang dan waktu maka tidak mungkin semua mimpi mereka diwujudkan (Dureau,2019).

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Pelatihan *Digital Marketing* pada Kelompok Tani Wanita Permata Indah Desa Selur**

Wanita bukan hanya berperan sebagai ibu rumah tangga, tetapi banyak wanita yang ikut memberikan kontribusi nyata dalam peningkatan kesejahteraan ekonomi keluarga seperti yang tergabung dalam dunia pertanian yaitu kelompok tani wanita (Nurmayasri dan Ilyas, 2014). Kelompok Tani Wanita merupakan tempat di mana wanita dapat memainkan peran lebih aktif inovasi pertanian. Kelompok Tani Wanita merupakan salah satu wadah bagi para petani wanita, kelompok tani wanita berbeda dengan kelompok tani lainnya, dalam pembinaannya kelompok tani wanita diarahkan untuk mempunyai suatu usaha produktif dalam skala rumah tangga yang memanfaatkan atau mengolah hasil-hasil pertanian maupun perikanan (Kirana, 2018).

Kelompok Tani Wanita Permata Indah di Desa Selur didirikan pada tahun 2011 beranggotakan 20 peserta dengan tujuan untuk memberdayakan ibu-ibu rumah tangga dan mengangkat perekonomian keluarga (Sasmoyo, 2022). Kegiatan dalam kelompok tani wanita ini berupa pengolahan hasil perkebunan berupa buah pisang yang diolah menjadi olahan pangan seperti keripik dan sale pisang. Adanya keterlibatan atau peran kelompok tani wanita ini diharapkan tidak hanya meningkatkan kesejahteraan keluarganya saja, melainkan dapat berperan dalam mewujudkan Desa Selur yang lebih maju.

Pelatihan adalah kegiatan melatih atau mengembangkan keterampilan, pengetahuan, kemampuan yang dimiliki diri sendiri (Wikipedia.org, 2022). Pelatihan atau training adalah proses sistematis pengubahan tingkah laku para karyawan dalam suatu arah untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan seorang pegawai atau tenaga kerja dalam melaksanakan tugas atau pekerjaan tertentu (Flippo dan Masud, 1995). Pelatihan merupakan suatu perbaikan kinerja dan berguna untuk meningkatkan motivasi seseorang. Pelatihan merupakan pendidikan jangka pendek yang mengajarkan ilmu pengetahuan keahlian dan keterampilan yang dibutuhkan peserta untuk melaksanakan

tugas dan kewajibannya. Sehingga kualitas kerja seseorang dapat meningkat setelah melakukan pelatihan (Elfrianto, 2016).

Tujuan utama dari dilakukannya pelatihan dan pengembangan ini adalah untuk mengatasi kekurangan-kekurangan sumber daya manusia (SDM) dalam bekerja yang disebabkan oleh kemungkinan ketidakmampuan dalam pelaksanaan pekerjaan, memutakhirkan keahlian para karyawan sejalan dengan kemajuan teknologi yang ada, mengurangi waktu belajar bagi para karyawan baru supaya menjadi kompeten dalam pekerjaannya, membantu memecahkan permasalahan-permasalahan operasional, memenuhi kebutuhan-kebutuhan perkembangan pribadi, mempersiapkan karyawan untuk promosi dan sekaligus berupaya membina mereka agar menjadi lebih produktif (Tilon, 2013).

Digital marketing adalah sebuah produk teknologi informasi dimana berupa kegiatan yang bertujuan untuk mempromosikan suatu produk dan jasa melalui media digital. Penerapan digital marketing semakin pesat kemajuannya seiring meningkatnya angka pertumbuhan pengguna internet dan *smartphone* setiap tahunnya. *Digital marketing* merupakan salah satu solusi yang tepat bagi UMKM untuk mengembangkan jaringan pemasaran yang lebih baik dalam ruang lingkup nasional maupun internasional. *Digital Marketing* memungkinkan pelanggan atau pembeli mendapatkan informasi mengenai suatu produk atau jasa melalui internet, sehingga memungkinkan penjual atau pemilik usaha dapat berinteraksi dengan calon pembeli tanpa batasan waktu dan lokasi (Abdurohman et al, 2022).

Pemasaran adalah proses sosial yang melibatkan individu dan kelompok individu untuk mendapatkan apa yang dibutuhkan dan inginkan dengan menciptakan penawaran terhadap barang dan jasa yang bernilai dengan pihak lain (Nurmala et al, n.d.) Pemasaran dapat mempengaruhi kepercayaan konsumen tentang suatu produk yang akan menentukan apakah mereka membeli produk tersebut. Proses pemasaran diatas kemudian di adaptasi ke dalam pemasaran digital. Pemasaran digital merupakan suatu cara inovatif yang menggunakan data base dan menjangkau konsumen secara individu, lebih menghemat waktu, dan biaya. Namun pemasaran digital bukan tentang memahami teknologi yang mendasarinya, melainkan tentang memahami orang, bagaimana mereka menggunakan teknologi itu, dan bagaimana memanfaatkan teknologi untuk terlibat

dengan mereka secara lebih efektif, dan harus lebih didorong oleh kualitas komunikasi dari pada kuantitasnya (Elinda dan Raharjo, 2019).

Penggunaan *Digital Marketing* saat ini telah menjadi pilar utama di masyarakat seluruh dunia. Bagaimana tidak, jika kita melihat pada zamana ini hampir semua orang menggunakan media sosial sebagai salah satu pengenalan identitas diri. Sehingga era digital saat ini mendorong paa pelaku usaha untuk menyesuaikan diri. Jika hanya menggunakan cara pemasaran konvensional, maka akan sulit untuk mengembangkan usaha dan akan tertinggal dengan pesaing lainnya yang telah memanfaatkan *Digital Marketing* ( Elinda dan Raharjo, 2019).

Era digital memberikan kemudahan untuk pelaku usaha untuk berkomunikasi dengan pelanggan serta pemasok, pemasaran secara online, dan lain sebagainya. Salah satu media pemasaran digital yaitu sosial media yang tentunya dapat menghubungkan manusia di seluruh dunia. Dengan jangkauan yang luas media sosial dapat juga digunakan untuk melakukan pemasaran produk serta jasa. Fitur khusus untuk bisnis saat ini bahkan telah ada di Instagram dan Facebook. Ini berarti media sosial memiliki dampak yang cukup besar untuk keberlangsungan usaha. Jika dapat memanfaatkannya dengan baik, bisnis yang awalnya kecil sekalipun dapat memiliki peluang menuju kesuksesan (Novayanti et al, 2022).

Pada pelatihan ini peneliti melakukan pelatihan digital marketing mengenai cara pembuatan *Whatsapp business* dan *Instagram Business*. Pelatihan *digital marketing* pembuatan sosial media ini dipilih karena hampir seluruh peserta pelatihan masih menggunakan handphone dalam kesehariannya. Media yang digunakan untuk memasarkan juga masih terbatas, bahkan ada juga yang sama sekali belum menggunakan media sosial dan cara pemasaran yang lebih banyak dilakukan masih menggunakan pemasaran offline seperti memasarkan di warung, menitipkan di toko dan menitipkan di pusat oleh-oleh (*Sasmoyo*, 2022).

### **Pelaksanaan Pelatihan Digital Marketing Pada Kelompok Tani Wanita Permata Indah Desa Seluruh**

Langkah awal yang dilakukan oleh kelompok 70 yaitu melakukan pemetaan aset desa yang dilakukan pada minggu kedua Kuliah Pengabdian Masyarakat (KPM). Setelah menemukan aset kemudian dikelompokan menjadi empat sektor yaitu pertanian,

peternakan, kehutanan dan pariwisata. Kemudian kelompok berjumlah 21 orang dibagi kembali menjadi empat kelompok kecil sesuai sektor. Kami mendapatkan sektor pertanian sebagai bahan penelitian.

Penggalian informasi dengan melakukan wawancara dengan pendiri Kelompok Tani Wanita Permata Indah yaitu Ibu Anna Vinolia Sasmoyo (Hatarno, 2022). Data yang diperoleh dan dengan berbagai pertimbangan, maka tim memutuskan untuk memberikan pelatihan seputar pemasaran digital menggunakan media sosial *Whatsapp Business* dan *Instagram Business* untuk para anggota Kelompok Tani Wanita Permata Indah. Dikarenakan pemasaran yang kurang maksimal dan diharapkan setelah pelatihan target pasar dari produk Kelompok Tani Wanita Permata Indah meluas.

Sebelum melakukan pelatihan yaitu *Assesment* lapangan yang dilaksanakan tanggal 26 Juli 2022. Dari hasil assesment diperoleh gambaran informasi mengenai peserta pelatihan, lokasi pelaksanaan kegiatan, strategi, dan uraian kegiatan yang akan dilaksanakan pada kegiatan pelatihan. Selanjutnya tim melakukan sosialisasi kepada peserta melalui penyampaian secara langsung dan melalui undangan. Panitia juga berkonsultasi dengan Ketua Kelompok Tani Wanita Permata Indah mengenai materi yang cocok untuk disampaikan, untuk kemudian kami siapkan pematerinya.

Pelatihan dilaksanakan selama 1 hari yakni pada hari Rabu 31 Juli 2022 di rumah Ibu Anna, dengan sebagian fasilitas sudah disiapkan disana. Pelatihan diikuti oleh 20 orang peserta dari anggota Kelompok Tani Wanita Permata Indah. Acara pelatihan dimulai pada pukul 10.00 WIB dan berakhir pada jam 14.00 WIB. Setelah peserta melakukan registrasi, diadakan pembukaan pelatihan yang diikuti oleh peserta, Tim Pengabdi, Ketua Kelompok Tani Wanita Permata Indah. Pembukaan acara dilaksanakan sekitar 20 menit yang berisi sambutan dari ketua panitia dan Ketua Kelompok Tani Wanita Permata Indah sekaligus membuka acara pelatihan.

Setelah acara pembukaan selesai, selama kurang lebih 10 menit diadakan persiapan fasilitas yang nantinya digunakan untuk penyampaian materi. Setelah masuk pada acara inti *Digital Marketing* bagi Kelompok Tani Wanita Permata Indah di Desa Selur dengan pemateri Arif Muhammad Marzuk secara rinci, deskripsi kegiatan terdapat pada kolom dibawah ini.

**Rundown Kegiatan Pelatihan**

<b>Jam</b>	<b>Acara</b>	<b>Penanggung</b>	<b>Keterangan</b>		
			<b>Jawab</b>		
10.00-10.20	Pembukaan Sambutan Panitia Sambutan Kelompok Wanita Permata Indah	Panitia Ketua Panitia Ketua Tani	MC pelatihan memberikan sambutan panitia dan sambutan oleh	membuka kemudian waktu ketua setelah itu ketua kelompok tani wanita	acara
10.20-12.00	Materi <i>Digital Marketing</i>	Pemateri Arif Muhammad Marzuk	MC kepada menyampaikan	memberikan pemateri materi	waktu untuk kepada para peserta
12.00-12.30	ISHOMA (Istirahat Sholat dan Makan)	Paniitia	Waktu ishoma sholat	peserta dan diberikan	panitia kemudian Snack oleh
12.30-13.00	Review Materi dan Praktek	Panitia	Panitia bertanya pemateri menggunakan	kepada tentang materi oleh praktek aplikasi	para peserta yang disampaikan dan yang di dampingi panitia dan pemateri

**Evaluasi Kegiatan Pelatihan Digital Marketing Pada Kelompok Tani Wanita Permata Indah Desa Selur**

Evaluasi dilakukan oleh peneliti langsung setelah pelatihan dilaksanakan. Evaluasi pasca kegiatan dilaksanakan untuk mengetahui sejauhmana keberhasilan kegiatan pelatihan. Peneliti melihat kembali akun yang telah dibuat pada saat pelatihan, sebagian pesertamampu menggunakan akun yang telah dibuat tersebut dengan

memperhatikan kelengkapan seperti pengunggahan foto produk, penulisan deskripsi produk yang menjelaskan tentang produk, dan waktu pengunggahan foto produk yang tepat.

Berdasarkan hasil pemantauan setelah dilakukan pelatihan *digital marketing*, para peserta pelatihan mulai menerapkan pemasaran melalui media digital yang telah dibuat yaitu *Whatsapp Business* dan *Instagram Business*. Dalam penjualan tersebut sudah terlihat mulai banyak permintaan yang diterima sehingga produksi dari anggota kelompok tani wanita sudah mulai meningkat kembali. Selain banyak permintaan kelompok tani wanita juga sudah mulai menciptakan inovasi yang baru guna meningkatkan penjualan.

Secara umum dilihat dari hasil evaluasi terhadap pelaksanaan pelatihan *Digital Marketing* bagi Kelompok Tani Wanita Permata Indah di Desa Selur, peserta menunjukkan pemahaman yang baik terkait materi yang telah diberikan oleh pemateri. Berdasarkan tanggapan yang diberikan peserta secara langsung, peserta merasa puas terhadap pelatihan ini karena dirasa bisa memberikan manfaat bagi keberlangsungan Kelompok Tani Wanita Permata Indah di Desa Selur mengenai pengetahuan bagaimana cara pemasaran yang tepat guna meningkatkan penjualan produk (*Sasmoyo, 2022*).

Untuk pelaksanaannya dalam kegiatan ini pembukaan dan diteruskan dengan sambutan-sambutan dari ketua panitia dan kelompok tani wanita, dan dilanjutkan lagi dengan materi digital marketing, setelah materi disampaikan istirahat sholat dan makan bersama-sama dengan ibu-ibu kelompok tani wanita, setelah itu di teruskan dengan mereview materi yang telah disampaikan tadi dan dilanjutkan dengan praktik yaitu dengan menggunakan *whatsapp Business* dan melalui *Instagram Business* secara bersama-sama yang didampingi dengan teman-teman panitia tersebut.

Secara keseluruhan setelah pelaksanaan kegiatan dilakukan evaluasi untuk mengetahui tingkat keberhasilan pelatihan. Evaluasi ini ditinjau dari narasumber/pemateri, fasilitas yang diberikan, serta sarana dan prasarana. Untuk melakukan evaluasi kepuasan kegiatan pelatihan kami menggunakan metode kritik dan saran. Setiap peserta memberikan kritik dan saran terkait pelayanan kegiatan yang dilihat dari seluruh aspek pada saat pelaksanaan kegiatan.

Kriteria penilaian dari evaluasi ini menggunakan 3 kategori, yaitu tidak puas (TP), puas (P), sangat puas (SP). Hasil evaluasi terhadap pemateri menunjukkan bahwa secara umum semua peserta merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan pemateri saat

menyampaikan materi, baik dari kesesuaian materi dengan tema, alokasi waktu, penyampaian materi, maupun sesi tanya jawab. Selain itu semua peserta juga merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan baik dari konsumsi, fasilitas, dan juga pelayanan.

### **Faktor Pendukung Dan Penghambat Pelatihan Digital Marketing Pada Kelompok Tani Wanita Permata Indah Desa Selur**

Berdasarkan evaluasi pelaksanaan dan hasil kegiatan pelatihan, dapat diidentifikasi faktor pendukung dan penghambat dalam pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat ini, secara garis besar faktor pendukung dan penghambat dalam pelatihan ini adalah:

1. Faktor pendukung
  - a. Dukungan dari Ketua kelompok Tani Wanita Permata Indah terhadap Pelatihan Digital Marketing bagi Kelompok Tani Wanita Permata Indah di Desa Selur
  - b. Ketersediaan pemateri dalam pelaksanaan Pelatihan *Digital Marketing* bagi Kelompok Tani Wanita di Desa Selur
  - c. Antusias dari peserta yang bersedia datang pada saat pelatihan
2. Faktor penghambat
  - a. Pada saat pelatihan kendala utama ialah koneksi jaringan, karena untuk melakukan pelatihan membutuhkan kode verifikasi, namun lokasi pelatihan masih terkendala sinyal sehingga menghambat proses pelatihan
  - b. Waktu untuk pelaksanaan pelatihan terpotong karena kendala koneksi jaringan.
  - c. Beberapa peserta tidak membawa handphone yang menjadi alat untuk pelatihan

### **Hasil Kegiatan Pelatihan Digital Marketing Pada Kelompok Tani Wanita Permata Indah Desa Selur**

Pelaksanaan pengabdian dimulai sejak diterimanya usulan pengabdian kepada masyarakat. keberhasilan dalam mendirikan usaha tentunya harus dibarengi dengan pemasaran yang baik pula. Keberadaan Kelompok Tani Wanita Permata Indah menjadi salah satu sumber penghasilan dari ibu-ibu rumah tangga di Desa Selur selain berasal dari suami. Kelompok ini berjalan dengan baik, pemasarannya juga ada diberbagai daerah di kawasan wilayah Kabupaten Ponorogo. Anggota kelompok ini juga aktif dalam melaksanakan kegiatan produksi sesuai sesuai dengan permintaan (*Sasmoyo, 2022*).

Hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian selanjutnya secara garis besar dapat dilihat dari penilaian beberapa komponen berikut ini, meliputi:

1. Keberhasilan target jumlah peserta pelatihan

Target jumlah peserta pelatihan sebanyak 20 orang peserta, yang kesemua orang tersebut merupakan anggota dari Kelompok Tani Wanita Permata Indah. Dalam pelaksanaan kegiatan pelatihan semua peserta hadir, sehingga dengan demikian keberhasilan target jumlah peserta pelatihan dinilai sangat baik, karena 100% peserta yang diundang dapat ikut serta dalam pelatihan.

2. Ketercapaian tujuan pelatihan

Tujuan pelatihan adalah memberikan ilmu seputar pemasaran melalui media *Whatsapp Bussiness* dan juga *Instagram Bussiness* dengan memberikan tutorial atau cara cara menginstal hingga menggunakannya. Materi yang telah direncanakan antara lain: *Digital Marketing*, pembuatan *Whatsapp Bussiness*, pembuatan *Instagram Bussiness* dan cara upload konten. Semua materi telah disampaikan dengan baik sesuai rundown acara yang telah disusun.

3. Kemampuan peserta dalam penguasaan materi

Waktu pelatihan relatif singkat, akan tetapi materi yang disampaikan sudah disesuaikan dengan durasi yang telah direncanakan. Beberapa materi hanya disampaikan secara garis besar saja karena banyaknya materi, sehingga memungkinkan peserta kurang memahami materi yang disampaikan oleh pemateri. Pelaksanaan praktik dilaksanakan setelah penyampaian materi untuk meningkatkan pengetahuan peserta.

Evaluasi pemahaman peserta terhadap materi dilakukan melalui pemberian pertanyaan oleh pemateri kepada peserta pelatihan. Dari hasil evaluasi pelatihan diketahui bahwa pemahaman peserta pelatihan bervariasi dari kategori kurang, cukup, baik hingga sangat baik. Kategori kriteria dilakukan dengan melihat kemampuan peserta dalam menjawab pertanyaan dari pemateri seputar materi yang telah disampaikan.

## KESIMPULAN

Berdasarkan pada uraian diatas, maka dapat diperoleh dan diambil kesimpulan antara lain sebagai berikut: (1) Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan pelatihan *Digital Marketing* terhadap ibu-ibu Kelompok Tani Wanita Permata Indah Desa Selur untuk meningkatkan penjualan produk olahan pangan. (2) Kegiatan pelatihan digital

marketing pembuatan Instagram dan WhatsApp Business dapat menjadi upaya untuk meningkatkan penjualan pada produk olahan pangan kelompok tani wanita di Desa Selur. (3) Pelatihan ini dikatakan berhasil dikarenakan memenuhi semua aspek tujuan pelatihan yaitu: Keberhasilan target jumlah peserta pelatihan, tercapainya tujuan pelatihan seputar pemasaran melalui media Whatsapp Bussines dan juga Instagram Bussines dengan memberikan tutorial atau cara cara menginstal hingga menggunakannya, hingga kemampuan peserta dalam penguasaan materi yang telah diberikan. Dari evaluasi setelah pelatihan didapatkan hasil bahwa sebagian besar peserta merasa puas terhadap pelatihan yang sudah dilaksanakan, dalam hal pelayanan yang diberikan pemateri saat menyampaikan materi, baik dari kesesuaian materi dengan tema, alokasi waktu, penyampaian materi, maupun sesi tanya jawab.

## REFERENSI

- Christopher Dureau. (2019). Pembaruan Kekuatan Lokal Untuk Pembangunan. *Australian Community Development and Civil Society Strengthening Scheme (ACCESS) Tahap II*, 96–97.
- Danny Albert Tilon. (2013). Pelatihan Dan Pengembangan Sumber Daya Manusia Pada Restoran A&W Di City of Tomorrow Surabaya. *Agora*, 1(3), 1106–1114.
- Destia Nurmayasri dan Ilyas. (2014). Peran Anggota Kelompok Wanita Tani (KWT) Laras Sari Pada Peningkatan Kesejahteraan Keluarga (Studi Deskriptif di Dusun Daleman Desa Kadirejo Kecamatan Pabelan Kabupaten Semarang). *Journal of Non Formal Education and Community Empowerment*, 3(2), 18.
- Edwin Flippo and Moh Masud. (1995). *Manajemen Personalia*. Erlangga.
- Elfrianto. (2016). Manajemen Pelatihan Sumber Daya Manusia Dalam Meningkatkan Mutu Lulusan. *Jurnal EduTech*, 2(2), 48.
- Ginanjar Abdurohman DKK. (2022). Pelatihan Digital Marketing Pada UMKM Sebagai Penunjang Kegiatan Promosi Dan Pemasaran. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Manage*, 3(2), 89.
- Kadek Novayanti dkk. (2022). Pelatihan Digital Marketing Kepada UMKM di Banjar Pitik untuk Daya Saing Usaha. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat. Universitas Lancang Kuning*, 6(3), 714–716.

- Mirza Maulana Al-Kautsari. (2019). Asset-Based Community Development : Strategi Pengembangan Masyarakat. *Empower: Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam*, 4(2), 261. <https://doi.org/https://doi.org/10.24235/em.power.v4i2.4572>
- Nadhir Salahudin dan DKK. (2015). *Panduan KKN ABCD* (2nd ed.). LP2M UIN Sunan Ampel Surabaya. *No Title*. (n.d.).
- Nurdiyanah Dkk. (2016). Panduan Pelatihan Dasar Asset Based Community-driven Development (ABCD). *Nur Khairunnisa*, 40.
- Raditya Sukmana, Indrawan, I. W., & Ajija, S. R. (2020). *The Impact Of COVID-19 Outbreak On The Islamic Financial Industry: Indonesia*. Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah (KNEKS).
- Rafika Afriyanti. (n.d.). *Analisis Asset Based Community Development Dalam Peningkatan Kapasitas Masyarakat Desa* (Universitas Maritim Raja Ali Haji (Ed.)). Naskah Publikasi.
- Rita Nurmala dkk. (n.d.). *Pemasaran Konsep dan Aplikasi* (2nd ed.). IPB Press.
- Soetomo. (2009). Pembangunan Masyarakat. In *Pustaka Pelajar*.
- Tety Elinda dan Ari Raharjo. (2019). *Pemasaran Digital*. IPB Press.
- Wawancara dengan Bapak Sasmoyo Yudhi Hatarno, Ketua RW03 Desa Selur 16 Juli 2022.* (n.d.).
- Wawancara dengan Ibu Anna Vinolia Sasmoyo, Ketua Kelompok Tani Wanita 19 Juli 2022.* (n.d.).
- Yudi Anggun Kirana DKK. (2018). Perananan Anggota Kelompok Wanita Tani Dalam Mewujudkan Desa Agrowisata Sungai Langka Kecamatan Gedong Tatanan Kabupaten Pesawaran. *Jurnal Ilmu Ilmu Agrabisnis*, 6(4), 416.