
**Penyuluhan *Digital Marketing* Produk Pertanian Di Pondok Pesantren
Quran Nirwana Tirtomoyo Wonogiri**

Irma Wardani¹⁾, Tria Rosana Dewi²⁾, Libria Widiastuti³⁾, Srie Juli Rachmawatie⁴⁾
^{1,2,3,4}Universitas Islam Batik Surakarta
Email : wardaniirma6@gmail.com

ABSTRAK

Strategi pemasaran mempunyai peran penting bagi suatu bisnis karena berperan untuk menentukan nilai ekonomi perusahaan baik jasa maupun barang. Dalam usaha agribisnis, penggunaan teknologi informasi sangat berpengaruh dalam strategi pemasaran produk pertanian dan mempermudah dalam penyampaian informasi. Saat ini internet merupakan kebutuhan setiap orang, hal ini merupakan peluang besar untuk memasarkan produk secara *online*, sehingga muncul istilah *online marketing* yaitu praktek memanfaatkan saluran berbasis web untuk menyebarkan informasi produk yang akan dipasarkan. Akan tetapi, dalam pemanfaatan teknologi dalam sistem pemasaran juga perlu memperhatikan komponen pemasaran yang perlu diperhatikan meliputi 4p yaitu *product, price, place, promotion*.

Salah satu Pondok Pesantren di Wonogiri berlokasi di area perbukitan, yang sebagian besar masyarakat pondok bekerja sebagai petani dengan memanfaatkan lahan disekitar. Hasil panen hanya digunakan untuk keperluan sehari-hari. Keterbatasan kemampuan dalam memasarkan hasil pertanian dan jarak distribusi yang sangat jauh merupakan kendala yang dihadapi oleh masyarakat

Berdasarkan pemikiran tersebut, tim pengabdian mengadakan pengabdian kegiatan “Penyuluhan Strategi Pemasaran *Online* di Pondok Pesantren Quran Nirwana Tirtomoyo, Wonogiri”. Dengan adanya kegiatan ini diharapkan masyarakat mampu memanfaatkan teknologi informasi dalam memasarkan produk pertanian dan meningkatkan penjualan melalui sistem *Online*.

Kata Kunci : Pemasaran, *Digital Marketing*, Penjualan

1. Pendahuluan

Pondok Quran Nirwana merupakan salah satu pondok yang berada di Desa Dlepih, Kecamatan Tirtomoyo, Kabupaten Wonogiri. Di desa aini terdapat sejuta potensi yang belum dimaksimalkan pemberdayaannya terutama lahan yang subur. Masyarakat Pondok Quran hanya mengandalkan pertanian seadanya untuk menghidupi kebutuhan sehari-hari. Lokasi Pondok Quran dan lahannya sekitar 10 Ha, sedangkan yang dipergunakan baru 2 Ha.

Adanya perkembangan teknologi saat ini, strategi pemasaran produk pertanian baik negara maju atau berkembang, mengarah pada penggunaan internet sebagai ‘*marketplace*’. Strategi pemasaran dengan menggunakan basis internet, dikenal dengan sebutan *E-Commerce*, yaitu proses jual beli atau pertukaran produk, jasa dan informasi melalui jaringan computer, dengan jaringan internet yang semakin baik maka *E-Commerce* dapat digunakan sebagai strategi pemasaran untuk memperluas penjualan produk pertanian (Faila Shofa, 2018). Kontribusi perkembangan teknologi informasi yang saat ini sedang berkembang diantaranya penerapan jaringan internet sebagai media promosi dan transaksi dalam pemasaran. Internet merupakan salah satu contoh teknologi informasi dan komunikasi yang hadir karena kebutuhan manusia untuk selalu bergerak cepat, praktis, efisien dan dinamis (Nuni Anggraini, 2020)

Karakteristik lahan berbukit di sekitar Pondok Pesantren Quran sangat berpotensi untuk dimanfaatkan oleh masyarakat sekitar sebagai ketersediaan sumber daya hayati guna memenuhi kebutuhan sehari-hari ataupun dijual untuk meningkatkan nilai jualnya sehingga mampu menyongkong kebutuhan ekonomi masyarakat

Permasalahan yang dihadapi masyarakat di Pondok Quran Nirwana salah satunya yaitu kegiatan pemasaran. Oleh karena itu untuk mengatasi permasalahan dan meningkatkan pendapatan masyarakat

yaitu petani perlu mengetahui sistem pemasaran mulai dari pengadaan bahan baku hingga pemasaran hasil pertanian. Pemasaran secara online (*digital marketing*) dapat menjadi alternatif dalam menyampaikan produk hasil pertanian dari Pondok Quran Nirwana sehingga penjualan lebih efektif dan efisien

2. Metode

a. Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan di Pondok Quran Nirwana, Tirtomoyo, Wonogiri, pada tanggal 1 Desember 2020. Metode pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan dengan penyuluhan dan pelatihan tentang digital marketing produk pertanian yang dapat dilakukan di pondok pesantren.

Khalayak sasaran dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah masyarakat di sekitar pondok pesantren yang berjumlah 40 orang. Cara penyuluhan dilakukan dengan beberapa tahapan yaitu :

- 1) Kegiatan pertama yang dilakukan adalah memberikan penyuluhan mengenai konsep system pemasaran, penanganan dan pengemasan produk pertanian serta pemasaran secara online produk pertanian. Dalam kegiatan tersebut disampaikan materi mengenai permasalahan pertanian yang dijumpai serta konsep pemasaran. Pada saat penyampaian materi, pemateri juga secara langsung masalah yang dihadapi oleh masyarakat.
- 2) Tahap selanjutnya setelah penyampaian materi adalah sesi diskusi yang dilakukan dengan cara tanya jawab. Peserta pengabdian kepada masyarakat menanyakan mengenai hal yang berhubungan dengan pemasaran seperti pengemasan, label produk pertanian, cara memasarkan produk secara online, cara menarik konsumen (promosi)
- 3) Tahap terakhir yaitu memperhatikan antusiasme dan ketertarikan masyarakat di pondok pesantren terhadap sistem pemasaran secara online (*digital marketing*)

b. Target dan Luaran dari Pengabdian

Target dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah penilaian kegiatan penyuluhan *digital marketing* pada setiap sesi topik yang dibahas. Evaluasi dilaksanakan dengan tujuan melihat tingkat penyerapan materi yang telah disampaikan kepada sasaran. Pengamatan dilakukan pada setiap jalannya kegiatan penyuluhan untuk melihat respon peserta kegiatan yang interaktif untuk berdiskusi.

1) Terhadap mitra

Dari pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat, akan meningkatkan pemahaman ilmu sistem pemasaran yang baik, sehingga masyarakat di sekitar pondok dapat mengimplentasi sistem pemasaran. Dengan sistem pemasaran yang efektif maka masyarakat sekitar pondok dapat meningkatkan hasil pendapatan tidak hanya untuk kebutuhan sehari-hari tetapi juga untuk meningkatkan pendapatan secara ekonomi. Label/merk produk yang digunakan secara tidak langsung akan menarik minat masyarakat untuk secara langsung datang ke pondok, sehingga hal ini akan mengakibatkan dampak ekonomi di sekitar pondok

2) Terhadap Tim Pengabdian

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat menjadi upaya transfer ilmu dan teknologi informasi terhadap masyarakat. Wawasan teknologi dan informasi yang diberikan masyarakat diupayakan untuk dapat digunakan masyarakat. Tim memberikan informasi tentang peluang-peluang bisnis secara online atau *digital marketing*. Penyuluhan terhadap karakteristik produk pertanian, strategi pemasaran dan bauran pemasaran (*product, price, place, dan promotion*) akan memberikan wawasan kepada masyarakat pondok untuk memanfaatkan lahan sekitar pondok dan meningkatkan kebutuhan ekonomi

3) Terhadap masyarakat

Target luaran pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat terhadap masyarakat luas yaitu akan meningkatkan taraf perekonomian masyarakat di sekitar pondok pesantren. Hal ini terjadi karena dengan adanya *digital marketing* dapat membuka lapangan pekerjaan karena setiap masyarakat sekitar pondok pesantren dapat memanfaatkan peluang tersebut.

3. Hasil dan Pembahasan

Rincian kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan di pondok pesantren Quran Nirwana sebagai berikut :

A. Kegiatan Pengabdian

Kegiatan penyuluhan *digital marketing* produk pertanian di Pondok Quran Nirwana Di Desa Dlepih Kecamatan Tirotomoyo Kabupaten Wonogiri. Bapak Soyfan selaku pemilik Pondok Pesantren Quran mengapresiasi kegiatan ini. Kegiatan penyuluhan *digital marketing* di hari 40 masyarakat di lingkungan pondok pesantren. Masyarakat mengikuti kegiatan penyuluhan. Kegiatan ini merupakan salah satu upaya Kepala Desa dalam memanfaatkan lahan sekitar pondok sebagai sumber penghasilan masyarakat.

Tim penyuluhan melaksanakan kegiatan penyuluhan di pondok pesantren pada tanggal 1 Desember 2020. Penyuluhan yang dilakukan yaitu memberikan penjelasan pemasaran hasil pertanian, bauran pemasaran (*product, price, place, dan promotion*), jenis-jenis pemasaran *online* dan *offline*. Kegiatan penyuluhan terkait dengan penanganan produk pertanian dan pengemasan produk dengan tujuan menambah nilai produk sehingga dapat menaikkan harga jual produk. Konsep penanganan produk pertanian yang diberikan yaitu cara bagaimana mengemas produk tersebut dengan cara yang menarik.

Masyarakat di lingkungan pondok pesantren yang hadir dalam penyuluhan cukup antusias dalam mengikuti kegiatan melalui ceramah dan diskusi. Hal ini dapat dilihat dari berbagai macam pertanyaan yang diajukan oleh peserta pengabdian seperti mengatasi hama dan penyakit pada tanaman pasca panen, cara memasarkan produk untuk pertama kali, keterbatasan akses, pengemasan agar produk yang dijual menarik, perhitungan ilmu usaha tani.



Gambar 1.
Pemilik Pondok Pesantren Quran



Gambar 2.
Penyuluhan *Digital Marketing*

Dari berbagai macam permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat maka masyarakat pondok pesantren dapat melakukan jejaring pemasaran melalui pemasaran online (*digital marketing*). Pemasaran sebagai suatu aktivitas di bidang pemasaran untuk memperluas informasi, mempengaruhi atau mempersuasi produk yang dihasilkan suatu perusahaan supaya dapat diterima oleh masyarakat sebagai calon konsumen. Digital marketing merupakan suatu kegiatan pemasaran atau promosi sebuah brand atau produk menggunakan media digital atau internet. Tujuan digital marketing adalah untuk menarik konsumen dan calon konsumen secara cepat (Novita, 2020).

Dalam kegiatan penyuluhan ini, peserta dikenalkan dengan bentuk-bentuk pemasaran online, penggunaan pemasaran online sampai dengan manfaat yang akan diperoleh. Keterbatasan akses jaringan menjadi salah satu kendala dalam pemasaran. Oleh karena pada sesi diskusi, banyak sekali pertanyaan yang berhubungan dengan cara pemasaran melalui media sosial.

Sebagian masyarakat pondok pesantren saat ini hanya bisa mengandalkan whatsapp sebagai sarana informasi pondok, dengan adanya kegiatan penyuluhan ini diharapkan mampu mengembangkan pemasaran produk pertanian yang ada disekitar pondok.



Gambar 3.
Sesi Diskusi

B. Evaluasi Kegiatan

Tujuan dari kegiatan penyuluhan ini adalah mengedukasi sasaran dengan perubahan pengetahuan, sikap, dan ketrampilan terhadap inovasi yang disampaikan oleh penyaji. Kegiatan ini meliputi penanganan produk pertanian terkait dengan pasca panen, dengan tujuan memberi nilai tambah atau nilai jual terhadap suatu produk.

Kegiatan penyuluhan terkait dengan digital marketing bahwa saat ini masyarakat pondok pesantren belum melakukan kegiatan pemasaran secara online. Produk pertanian saat ini hanya untuk kebutuhan sehari-hari. Pada kegiatan ini masyarakat dikenalkan dengan digital marketing seperti Instagram, Facebook, *Market Place*.

4. Simpulan

Hasil yang dicapai dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat adalah

1. Peningkatan pendapatan masyarakat pondok pesantren Quran, Nirwana Desa Dlingo Tirtomoyo Wonogiri dapat dilakukan dengan teknik pemasaran secara *digital marketing*
2. Penanganan produk pertanian dengan pengemasan yang baik dilakukan untuk meningkatkan nilai jual produk
3. Pentingnya pemasaran yang baik agar dapat meningkatkan penghasilan masyarakat pondok dan mampu menjalankan usaha tani secara benar

Daftar Pustaka

Faila Shofa, Aida Sari, Mudji Rachmat Ramelan, Dwi Asri Siti Ambarwati. 2018. Marketing Web Based (E-Commerce) sebagai Strategi Pemasaran Produk Pertanian di Desa Mulyosari Kecamatan Way Ratai Kabupaten Pesawaran. *Prosiding Pengabdian Kepada Masyarakat Melalui Diseminasi Hasil Penelitian Terapan*. Lampung 15 November 2018. Universitas Lampung

-
- Nuni Anggraini, Sutarni, Cholid Fatih, M. Zaini, Analianasari, Edy Humaidi. 2020. Digital Marketing Produk pertanian di Desa Sukawaringin, Kecamatan Bangunrejo, Kabupaten Lampung Tengah. *Jurnal Pengabdian Nasional* Vol 1 (1) : 36-45
- Novita Diana. 2020. Implementasi Digital Marketing Dalam Membangun Brand Awareness (Studi Kasus Pada UMKM Kopi Bencoolan). *Forum Ilmiah* Vol 17 (1) : 87-96