

Pelatihan Digital Marketing Guna Optimalisasi Aset Kacang Tanah Desa Tugurejo

Mutia Tsalitsa Alawia¹, Zainur Roziqin²
Institut Agama Islam Negeri Ponorogo^{1,2}

Keywords :

Peanut;
Digital Marketing;
ABCD.

Correspondensi Author

Akuntansi, IAIN Ponorogo
Email: mutiatsalitsa@gmail.com

History Artikel

Received: 2022-10-09

Reviewed: 2022-10-10

Revised: 2022-10-14

Accepted: 2022-11-15

Published: 2022-25-25

Abstract: *Peanuts are one of the superior agricultural products owned by Tugurejo Village, but the surrounding community has not been able to develop them. This service aims to manage crops by empowering assets owned, as to improve the welfare of the people of Tugurejo Village. The method used is Activity Based Community Development (ABCD) with an emphasis on finding village assets that are seen as able to support village community empowerment activities. The training participants involved were members of the PKK, Sinoman youths, and MSMEs in Tugurejo Village. The results show that the community can process peanut assets through training in processing, and packaging to the marketing stage. For marketing media, utilize digital marketing with WhatsApp Business and Google Business. It is hoped that the training participants involved can implement the results of the training and marketing so that the income and welfare of the people of Tugurejo Village can increase.*

Abstrak: Kacang tanah merupakan salah satu hasil bumi unggulan yang dimiliki Desa Tugurejo, namun masyarakat sekitar belum mampu mengembangkan hasilnya. Pengabdian ini bertujuan untuk mengelola hasil bumi dengan memberdayakan aset yang dimiliki, sehingga mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat Desa Tugurejo. Metode yang digunakan adalah Activity Based Community Development (ABCD) dengan menekankan pada penemuan aset desa yang dipandang dapat mendukung kegiatan pemberdayaan masyarakat desa. Peserta pelatihan yang dilibatkan adalah anggota PKK, para pemuda Sinoman dan pelaku UMKM Desa Tugurejo. Hasil pengabdian menunjukkan bahwa masyarakat mampu mengolah aset kacang tanah melalui pelatihan pengolahan, packaging sampai pada tahap pemasaran. Untuk media pemasaran memanfaatkan digital marketing dengan WhatsApp Business dan Google Bussines. Diharapkan peserta pelatihan yang terlibat dapat mengimplementasikan hasil pelatihan dan pemasaran, sehingga pendapatan dan kesejahteraan masyarakat Desa Tugurejo dapat meningkat.

Pendahuluan

Pengembangan sektor pertanian untuk mendukung industrialisasi pangan didasarkan pada pendekatan agribisnis atau agroindustri yang dapat memperkuat mata rantai produksi, penanganan pasca panen, pengelolaan, dan pemasaran agar meningkatkan nilai tambah hasil-hasil pertanian. Berdasarkan data BPS, 2021 letak geografis Desa Tugurejo yang termasuk dalam Kecamatan Sawoo Kabupaten Ponorogo Provinsi Jawa Timur dengan luas wilayah 292,2 km daerah tersebut memiliki struktur tanah yang tinggi akan mineral dan cukup lembab, kandungan air yang dicukupi dengan mesin diesel pompa air mampu memenuhi kebutuhan irigasi untuk tanah yang didominasi pertanian. Pengembangan sektor pertanian ini ditujukan untuk memperkuat mata rantai produksi, penanganan pasca panen, pengelolaan, dan pemasaran agar meningkatkan nilai tambah hasil-hasil pertanian.

Berdasarkan kondisi geografis tersebut, kacang tanah merupakan salah satu hasil pertanian yang menjadi komoditas yang berpeluang besar untuk dikembangkan oleh masyarakat Desa Tugurejo. Aset desa berupa alat dan juga keunggulan kacang tanah yang ditanam oleh petani setempat. Hasil panen kacang tanah nantinya akan dijual kepada sang pengepul dengan harga dibawah pasar, hal ini yang menyebabkan keuntungan tidak optimal. Sehingga untuk memaksimalkan keuntungan maka perlu adanya pengolahan kacang tanah yang inovatif menjadi berbagai macam produk olahan, sehingga meningkatkan nilai ekonomi dan nilai guna. Namun dilapangannya usaha tersebut kurang berkembang sebab kurangnya ketertarikan dalam berwirausaha dan kurangnya pengetahuan mengenai cara pemasaran produk yang efektif dan efisien.

Secara umum, permasalahan dan kendala utama yang dihadapi para pelaku UMKM di Desa Tugurejo adalah belum adanya upaya dan pengembangan usaha diversifikasi produk olahan kacang tanah yang berdaya jual tinggi dan rendahnya minat pasar oleh calon konsumen. Kondisi ini dikarenakan masih rendahnya pengetahuan dan kurangnya informasi tentang nilai gizi kacang tanah, kemasan produk pangan dari kacang tanah yang kurang menarik, dan adanya anggapan bahwa kacang tanah hanya dapat dikonsumsi dengan beberapa jenis olahan saja. Alternatif yang dapat dilakukan adalah dengan membuat olahan kacang tanah menjadi produk makanan yang kreatif dan inovatif melalui kegiatan pemberdayaan masyarakat Desa Tugurejo. Melalui kegiatan ini merupakan salah satu upaya untuk memperbaiki kehidupannya yang berbasis kepada daya atau kemampuan mereka sendiri, melalui optimalisasi daya serta peningkatan posisi tawar yang dimiliki (Gede & Kusuma, 2022).

Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk meningkatkan daya jual salah satu komoditas Desa Tugurejo yaitu kacang tanah maupun produk lainnya dan menemukan solusi dalam cara memperoleh calon konsumen atau segmen pasar baik di Desa Tugurejo Kecamatan Sawoo Kabupaten Ponorogo atau di luar daerah tersebut dalam menghasilkan olahan tanaman kacang tanah menjadi produk yang bernilai ekonomis dan mampu bersaing di pasaran. Selain itu, kegiatan ini diharapkan juga menambah adanya minat masyarakat untuk berwirausaha sehingga dapat meningkatkan pendapatan serta memperluas *image* desa melalui produk yang berasal dan dipasarkan dari desa setempat.

Metode

Pendekatan yang digunakan adalah metode ABCD (Asset Based Community Development) yang mengutamakan pemanfaatan dan nilai aset serta potensi yang ada disekitar yang dimiliki oleh masyarakat dan mampu memenuhi kebutuhan bagi sebuah desa. Pendekatan ABCD merupakan potensi yang dimiliki oleh masyarakat sendiri, dengan menggunakan potensi atau kekayaan yang dimiliki masyarakat dapat digunakan sebagai kekhasan untuk melakukan program pemberdayaan (Yuwana, 2022). Program pemberdayaan masyarakat dilakukan bersama dengan anggota PKK, pemuda Sinoman dan pelaku UMKM yaitu melalui pelatihan inovasi pengolahan kacang tanah serta pengenalan digital marketing sebagai pengembangan ekonomi di Desa Tugurejo.

Hasil dan Pembahasan

Pengabdian kepada masyarakat dimulai dari kegiatan observasi (pengamatan) dan wawancara terhadap masyarakat Desa Tugurejo. Hasil yang diperoleh melalui penentuan skala prioritas oleh kelompok pengabdian, anggota PKK, pelaku UMKM serta pemuda Sinoman. Kegiatan pengabdian ini terdiri dari tiga tahapan, yaitu *assessment*, kegiatan inti berupa pelatihan, dan evaluasi pasca kegiatan pelatihan.

1. Tahapan pertama, yaitu *assessment* untuk memperoleh gambaran informasi mengenai peserta pelatihan,

lokasi pelaksanaan kegiatan, strategi, dan uraian kegiatan yang akan dilaksanakan pada pelatihan. Kemudian akan dilakukan sosialisasi kepada peserta melalui penyampaian undangan.

2. Tahapan berikutnya adalah pelatihan yang dibagi menjadi dua kegiatan. Materi pelatihan meliputi pentingnya SDM, pengolahan produk, media promosi dan pemilihan pengemas produk. Untuk pelatihan pertama berupa pelatihan pengolahan kacang tanah yang dilakukan di Aula Balai Desa Tugurejo dengan narasumber Ibu Wulandari dan Ibu Jumiaty selaku ketua PKK Desa Tugurejo. Dalam pelatihan tersebut diikuti oleh 15 peserta seperti anggota PKK dan pemuda Sinoman. Gambar 1 menunjukkan proses pengolahan kacang tanah menjadi kue kacang dengan berbagai bentuk. Pelatihan tersebut mengajak agar para peserta bisa berinovasi lebih pada kue kacang.



Gambar 1. Pelatihan pembuatan kue kacang

Selain melakukan pelatihan pembuatan para peserta juga diberikan cara untuk *packaging* dengan baik, dalam *packaging* kemasan yang dipakai adalah kemasan toples lingkarang kemasan ini dipilih karna memiliki bentuk yang oval dan keras sehingga bisa meminimalisir kerusakan dari produk. Kegiatan pelatihan pengolahan kacang tanah ini sebagai salah satu upaya untuk diversifikasi pangan. Menurut Lukum, 2022 upaya kebutuhan pangan tidak akan pernah berhenti, bahkan harus terus ditingkatkan menjadi suatu kemampuan utama dalam kehidupan bernegara. Melalui diversifikasi atau penganekaragaman bisa mendapatkan variasi makanan yang beranekaragam sesuai hasil pertanian yang ada (Yanti & Chasanah, 2022). Sehingga, selain akan semakin beragam pengolahan yang berbahan dasar kacang tanah dan juga membantu petani kacang tanah agar tidak lesu panen.

Kemudian, dilanjutkan dengan pelatihan bagian kedua yaitu seminar pemasaran produk berbasis digital dengan narasumber Bapak Nizar Haris Masruri, M.Kom yang diikuti 35 orang antara lain anggota PKK, pemuda pemuda Sinoman, dan pelaku UMKM. Penyampaian materi pada seminar ini berfokus pada pemanfaatan berbagai aplikasi untuk pemasaran produk yaitu Whatsapp Business dan Googleku. Pemilihan materi ini didasarkan pada kemudahan dan kemanfaatannya untuk pemasaran produk. Hal yang diutamakan selain kualitas produk, promosi menjadi hal yang sangat penting untuk meningkatkan omzet penjualan dan mengenalkan produk kepada masyarakat luas.



Gambar 2 menunjukkan kegiatan seminar pemasaran digital dengan memanfaatkan teknologi informasi. Perkembangan teknologi informasi khususnya di bidang marketing, melahirkan strategi pemasaran digital, yang lebih dikenal dengan *digital marketing*. Menurut Baso & Daryanti, 2022 pemanfaatan *digital marketing* untuk membantu dalam pemasaran produk yang memanfaatkan platform yang ada di dunia maya dalam menjangkau konsumen. *Digital marketing* banyak digunakan oleh pelaku bisnis khususnya UMKM, dikarenakan media tersebut memberi berbagai kemudahan dan efektivitas biaya. Pelaku bisnis UMKM diharapkan mampu mempercepat potensi dan mampu bersaing dalam memperluas *market share* dan *competitive advantage* produk yang ditawarkan.

Pemilihan *digital marketing* berdasarkan laporan *Status Literasi Digital di Indonesia 2021* yang dirilis Kementerian Komunikasi dan Informatika bersama Katadata Insight Center (KIC), WhatsApp merupakan *platform* media sosial yang paling sering digunakan masyarakat Indonesia (Ameliah et al., 2021). Pendekatan tersebut menunjukkan bahwa penggunaan teknologi informasi berbasis digital bukan hal baru di Indonesia. Sehingga, dengan pemanfaatan teknologi informasi digital yang berupa WhatsApp Business dan Google Business akan semakin membantu pelaku UMKM untuk memasarkan produk olahan kacang tanah tersebut.

Pernyataan	Penilaian				
	Sangat Tidak Puas	Tidak Puas	Cukup Puas	Puas	Sangat Puas
Materi Pelatihan dan Seminar Digital Marketing yang diberikan sangat bermanfaat bagi kebutuhan masyarakat	0%	0%	0%	20%	80%
Kesesuaian narasumber dengan tema kegiatan	0%	0%	0%	35%	65%
Sarana dan Prasarana yang diberikan sesuai dengan kebutuhan peserta	0%	0%	0%	45%	55%
Peningkatan motivasi para peserta untuk melakukan pemasaran digital pada produk yang dikelola	0%	0%	10%	30%	60%
Keselaran waktu pelaksanaan dengan kegiatan	0%	0%	0%	60%	40%

Tabel 1 Evaluasi atas ketercapaian kegiatan

3. Tahapan terakhir adalah evaluasi pasca kegiatan yang digambarkan pada tabel 1. Tabel tersebut menggambarkan tahap evaluasi atas ketercapaian kegiatan pelatihan dengan memberikan angket kepada peserta kegiatan sebanyak 35 peserta. Data yang terkumpul dapat disimpulkan bahwa kepuasan peserta pelatihan dan seminar secara umum berada pada tingkat sangat puas dengan nilai sebesar 60%, puas dengan nilai sebesar 38%, dan cukup puas dengan nilai sebesar 2%. Dengan demikian, kegiatan pelatihan dan seminar sudah sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Setelah kegiatan pelatihan dan seminar dilaksanakan dapat menimbulkan aspek pemberdayaan masyarakat serta meningkatkan motivasi masyarakat dalam bidang pemasaran digital. Timbulnya aspek tersebut didukung oleh beberapa factor seperti kesesuaian narasumber dengan tema kegiatan serta kebutuhan pelaku usaha, fasilitas kebutuhan yang diberikan bermanfaat bagi pelaku usaha, serta sarana prasarana dalam kegiatan yang baik menurut para pelaku usaha. Berdasarkan kriteria penilaian diatas maka pelaksanaan kegiatan pelatihan dan pemasaran Produk Berbasis Digital dapat dikatakan berhasil dan dinilai baik.

Simpulan Dan Saran

Berdasarkan uraian dalam analisis dan pembahasan, maka kesimpulannya antara lain : (1) Kegiatan pengabdian dapat menambah wawasan masyarakat Desa Tugurejo terkait pemberdayaan aset dan sumber daya alam yang dimiliki desa melalui pelatihan dan pemasaran produk berbasis digital. (2) Pemberdayaan aset tersebut mulai dari proses produksi kue kacang tanah, pengemasan, hingga pemasaran melalui materi pelatihan dan pemasaran produk berbasis digital. (3) Media *digital marketing* yang dimanfaatkan adalah Whatsapps business dan Google Business karena memiliki kemudahan dan kemanfaatan bagi pengguna.

Daftar Rujukan

- Ameliah, R., Adi Hegara, R., Rahmawati, I., & Dkk. (2021). Status Literasi Digital di Indonesia Ringkasan Eksekutif. *Indeks Literasi Digital Indonesia*, 1–73. <https://katadata.co.id/StatusLiterasiDigital>
- Baso, M., & Daryanti, D. (2022). Penerapan E-Commerce Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Bagi Umkm Di Kota Makassar. *Jurnal Mirai Management*, 7(2), 355–363. <https://doi.org/10.37531/mirai.v7i2.2411>
- BPS. (2021). *Kecamatan Sawoo dalam angka*. 13,14. <https://ponorogokab.bps.go.id>
- Gede, L., & Kusuma, P. (2022). *PARTA : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Memaksimalkan Sosial Media Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Home Industri Pendahuluan Metode*. 3, 89–93.
- Lukum, A. (2022). Diversifikasi Produk Kue Khas Gorontalo Guna Meningkatkan Pendapatan Kelompok Usaha Wanita. *Mopolayio: Jurnal Pengabdian Ekonomi*, 02(November). <https://mopolayio.fe.ung.ac.id/index.php/mopolayio/article/view/55%0Ahttps://mopolayio.fe.ung.ac.id/index.php/mopolayio/article/download/55/45>
- Yanti, D. E. S., & Chasanah, I. N. (2022). Desa Wisata Sebagai Penguatan Badan Usaha Milik Desa (Bumdes) Menuju Jombang Berkarakter dan Berdaya Saing. *Parta: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 1–5. <https://doi.org/10.38043/parta.v3i1.3594>
- Yuwana, S. I. P. (2022). Pemberdayaan dan Peningkatan Kualitas SDM Masyarakat dengan Menggunakan Metode Asset Based Community Development (ABCD) di Desa Pecalongan Kec. Sukosari Bondowoso. *Sasambo: Jurnal Abdimas (Journal of Community Service)*, 4(3), 330–338. <https://doi.org/10.36312/sasambo.v4i3.735>