

## Pengenalan dan Pelatihan Digital Marketing Pupuk Organik Cair pada Ibu PKK Dusun Semen

Rafaella Chandraseta Megananda<sup>1\*</sup>, Muhimmatul Ifadah<sup>2</sup>, Nabilatus Sunayya<sup>3</sup>, Afni Harfina<sup>4</sup>

<sup>1, 2, 3, 4</sup>Universitas Diponegoro Semarang

e-mail: <sup>1\*</sup>rchandraseta@gmail.com, <sup>2</sup>ifadamh@gmail.com, <sup>3</sup>nabilatussunayya10@gmail.com, <sup>4</sup>afniharfina123@gmail.com

### Abstrak

Modernisasi menyebabkan seluruh kegiatan manusia mengalami perubahan salah satunya dalam hal pemasaran. *Digital marketing* merupakan sebuah metode pemasaran baru dengan memanfaatkan dunia digital dalam pemasaran produk. Pemasaran menggunakan digital marketing dinilai lebih efisien dalam mengenalkan dan memasarkan produk khususnya produk pupuk organik cair produksi Ibu PKK Dusun Semen. Tujuan kegiatan ini adalah mengenalkan dan melakukan pelatihan pada Ibu PKK Dusun Semen agar dapat memahami *digital marketing* dan menggunakan sosial media dalam memasarkan produknya. Berdasarkan kegiatan yang telah dilakukan didapatkan hasil bahwa Ibu PKK Dusun Semen sudah paham mengenai *digital marketing* dan mulai belajar dalam penggunaan sosial media instagram untuk memasarkan produk pupuk organik cair.

**Kata Kunci:** digital marketing, pelatihan, sosial media

### Abstract

*Modernization causes all human activities to change, one of which is marketing. Digital marketing is a new marketing method utilizing the digital world in product marketing. Marketing using digital marketing is considered more efficient in introducing and marketing products, primarily liquid organic fertilizer products produced by Mrs PKK Dusun Semen. This activity aims to teach and conduct training for PKK Dusun Semen mothers to understand digital marketing and use social media in marketing their products. Based on the activities carried out, the results were obtained that Mrs PKK Dusun Semen already understood digital marketing and began learning to use Instagram social media for marketing liquid organic fertilizer products.*

**Keywords:** digital marketing, training, social media

### Pendahuluan

Sektor pertanian menjadi salah satu sektor penting dalam kehidupan manusia. Sektor pertanian akan menghasilkan berbagai macam sumber pangan (Pujiati et al., 2020). Keberhasilan sektor pertanian tidak lepas dari upaya pengelolaan lahan. Pengelolaan lahan yang semakin baik akan meningkatkan kualitas dan kuantitas lahan pertanian.



Berbagai macam upaya kini telah dilakukan untuk meningkatkan kualitas lahan pertanian diantaranya penggunaan pupuk organik (Putra & Jalil, 2015). Pupuk organik dibuat dari bahan organik tanpa adanya penambahan bahan kimia yang dapat memperbaiki struktur tanah (Meriatna et al., 2019). Berbagai bahan alam dapat dijadikan sebagai bahan baku pupuk organik. Proses pembuatan pupuk organik melibatkan peristiwa fermentasi yang akan mengubah senyawa kompleks menjadi senyawa yang lebih sederhana sehingga mudah diserap oleh tanah.

Salah satu bahan yang dapat dijadikan sebagai bahan baku pupuk organik cair adalah eceng gondok dan keong mas. Eceng gondok merupakan tanaman yang dianggap gulma karena dapat mengganggu ekosistem perairan (Nailufar et al., 2022). Daerah penghasil eceng gondok yang cukup besar adalah Rawa Pening yang terletak di Kabupaten Semarang. Kelimpahan keong mas di sekitar daerah ini juga dapat dimanfaatkan sebagai bahan baku pembuatan pupuk organik cair. Masyarakat di sekitar Rawa Pening sudah mulai memanfaatkan kelimpahan eceng gondok menjadi beberapa produk yang memiliki nilai jual tinggi salah satunya diolah menjadi pupuk organik cair.

Terdapat salah satu kelompok Ibu PKK di Dusun Semen, Tuntang, Ambarawa yang sudah mulai memanfaatkan eceng gondok dan keong mas menjadi pupuk organik cair. Pupuk organik cair yang dibuat dimanfaatkan untuk menyuburkan tanaman yang dimilikinya. Metode pemasaran yang dilakukan oleh Ibu PKK sampai saat ini dilakukan dengan saling memberikan informasi antar tetangga. Daerah cakupan pemasaran yang dilakukan oleh Ibu PKK belum terlalu luas karena Ibu PKK Dusun Semen belum memahami berbagai metode pemasaran yang dapat dilakukan untuk meningkatkan penjualan produknya.

Pemasaran menjadi salah satu aspek penting dalam kegiatan penjualan. Pemasaran yang dilakukan dengan baik dapat meningkatkan hasil penjualan dalam bisnis (Gumilang, 2019; Nurul & Afrilia, 2020). Metode pemasaran saat ini sudah berkembang menjadi pemasaran secara digital dengan memanfaatkan media sosial. Media sosial terbukti mampu menjangkau masyarakat lebih luas (Nainggolan & Sari, 2020). Media sosial jika dimanfaatkan dengan baik dapat dijadikan sebagai salah satu media dalam penjualan produk. Pemasaran produk dengan media sosial disebut sebagai *digital marketing* (Azizah et al., 2019).

*Digital marketing* dinilai lebih efektif dan efisien dalam menjangkau masyarakat dibandingkan metode penjualan secara tradisional. Hal ini dikarenakan masyarakat lebih menyukai membeli produk secara daring karena dinilai lebih mudah dan cepat (Ramadhanty & Fikriyah, 2020). Hanya dalam hitungan menit seseorang sudah dapat membeli produk yang dibutuhkan. Pemasaran yang dilakukan secara *online* terbukti dapat meningkatkan penjualan lebih baik dibandingkan pemasaran yang dilakukan secara tradisional.

Keunggulan lain dari pemasaran secara daring adalah menghemat biaya untuk promosi (Hafsawati, 2022). Promosi yang biasa dilakukan dengan memasang iklan, menyebar brosur dinilai sebagai cara promosi yang membutuhkan banyak biaya dan

kurang cocok diterapkan untuk skala penjualan yang masih kecil. Kegiatan promosi yang dilakukan dengan media sosial dapat menekan biaya promosi tersebut namun jangkauan masyarakat yang menerima informasi lebih luas (Susanto et al., 2021). Menjalankan bisnis dengan memanfaatkan teknologi tentu harus diimbangi dengan kemampuan masyarakat dalam mengoperasikan sosial media.

Penerapan *digital marketing* dalam sebuah usaha dapat meningkatkan *brand awareness*, yaitu jangkauan sebuah brand dikenal oleh masyarakat (Susanti, 2020). Semakin tinggi nilai *brand awareness* menunjukkan bahwa produk tersebut sudah dikenal baik oleh masyarakat luas (Suhandi & Gustriansyah, 2021). Penerapan *digital marketing* yang baik selalu diikuti dengan proses *trial and error*. Diperlukan sebuah startegi yang baik agar produk semakin dikenal sehingga pendapatan semakin meningkat. Oleh karena itu kegiatan pengabdian masyarakat akan memberikan penyuluhan dan pelatihan mengenai pemasaran produk secara digital sehingga Ibu PKK Dusun Semen mampu semakin luas memasarkan produk.

### Metode

Kegiatan penyuluhan dan pelatihan mengenai *digital marketing* pada Ibu PKK Dusun Semen dilakukan melalui beberapa tahapan antara lain:

1. Persiapan

Kegiatan persiapan yang dilakukan meliputi kegiatan observasi, perizinan, dan penyusunan media penyuluhan dan pelatihan. Kegiatan observasi dilakukan dengan mendatangi Ibu PKK Dusun Semen dan melakukan wawancara dengan beberapa Ibu PKK Dusun Semen. Kegiatan perizinan dilakukan kepada ketua PKK Dusun Semen. Penyusunan media penyuluhan dan pelatihan dilakukan dengan menyiapkan video tutorial dan menyiapkan kegiatan tutorial secara langsung pada Ibu PKK Dusun Semen.

2. Pelaksanaan

Pelaksanaan kegiatan penyuluhan dan pelatihan diawali dengan kegiatan penyuluhan kemudian dilakukan kegiatan pelatihan dan diskusi. Kegiatan penyuluhan dilakukan dengan pemberian beberapa informasi penting mengenai *digital marketing* dan pemberian informasi mengenai media sosial yang dapat digunakan untuk memasarkan produk. Beberapa fitur utama yang diajarkan dalam membuat postingan di *feeds* instagram dan membuat *insta story*. Selain itu dikenalkan juga mengenai fitur akun profesional yang dimiliki oleh instagram untuk meningkatkan jangkauan akun sehingga produk yang dimiliki dapat disebar dengan lebih luas. Kegiatan pelatihan dilakukan dengan mengajarkan penggunaan sosial media berupa instagram pada Ibu PKK secara langsung dan memberikan kesempatan bagi Ibu PKK untuk mencoba beberapa fitur yang terdapat pada instagram. Sesi diskusi dilakukan selama kegiatan berlangsung agar tercipta sebuah interaksi yang baik dengan Ibu PKK Dusun Semen.

3. Evaluasi

Evaluasi dilakukan di akhir kegiatan untuk memastikan bahwa Ibu PKK Dusun Semen sudah paham dalam menggunakan media sosial untuk memasarkan produknya. Kegiatan evaluasi juga dilakukan secara tertulis dengan mengisi

beberapa pertanyaan yang sudah disediakan melalui kuisisioner untuk mengetahui tingkat keberhasilan program yang telah dilaksanakan. Hasil kuisisioner dianalisis secara deskriptif untuk mengetahui tingkat keberhasilan program. Adapun indikator yang digunakan dalam tahapan evaluasi disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Indikator Keberhasilan Program

No	Indikator Keberhasilan Program
1.	Pemahaman mengenai digital marketing
2.	Menyadari pentingnya kegiatan pemasaran secara digital
3.	Kemampuan dalam mengoperasikan sosial media.

### Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan kegiatan observasi dan wawancara yang dilakukan di Dusun Semen menunjukkan bahwa Ibu PKK Dusun Semen sudah bisa mengolah eceng gondok dan keong mas menjadi pupuk organik cair. Pupuk buatannya sendiri dimanfaatkan untuk memupuk tanaman di sekitar pekarangan rumah masing-masing. Warga lain yang menginginkan pupuk buatan dari Ibu PKK Dusun Semen akan dilayani jika mendatangi salah satu rumah Ibu PKK Dusun Semen. Hasil wawancara yang dilakukan dengan beberapa Ibu PKK Dusun Semen menunjukkan bahwa adanya keinginan dari Ibu PKK Dusun Semen untuk mengembangkan cakupan pemasaran pupuk organik cair yang sudah dibuatnya sehingga semakin banyak masyarakat yang mengenal. Kendala utama yang dihadapi adalah kurangnya relasi dari Ibu PKK Dusun Semen sehingga tidak bisa mengenalkan produknya lebih luas. Kendala lain yang dihadapi Ibu PKK Dusun Semen belum mahir dalam menggunakan sosial media sehingga tidak dapat memasarkan produknya secara *online*. Penggunaan sosial media hanya terbatas *WhatsApp* untuk saling memberikan kabar namun belum memanfaatkan berbagai macam fitur yang dimiliki dari sosial media tersebut untuk mengembangkan usaha yang sudah dijalankan.



Gambar 1. Wawancara dengan Ibu PKK Dusun Semen

Ketua PKK Dusun Semen menerima dengan baik program penyuluhan dan pelatihan mengenai *digital marketing* yang akan dilakukan. Ketua PKK Dusun Semen menyampaikan bahwa Ibu PKK Dusun Semen termasuk kelompok PKK yang aktif dalam melakukan berbagai kegiatan sehingga kegiatan ini sangat dibutuhkan dan

tentunya diterima dengan baik oleh Ibu PKK Dusun Semen. Penyusunan media dalam sosialisasi menyesuaikan dengan kondisi peserta yang hadir saat sosialisasi. Tim memberikan beberapa video tutorial dan animasi yang nantinya dapat diputar kembali sebagai bahan belajar untuk Ibu PKK. Penyampaian informasi selama kegiatan penyuluhan menggunakan bahasa yang mudah dipahami karena peserta yang terlibat dalam kegiatan penyuluhan adalah Ibu PKK.

Terdapat tiga tahapan dalam kegiatan pelaksanaan diantaranya penyuluhan, pelatihan dan evaluasi.

#### 1. Penyuluhan

Kegiatan penyuluhan dilakukan dengan metode ceramah memberikan beberapa informasi penting mengenai *digital marketing*. Ibu PKK Dusun Semen diberikan informasi mengenai pentingnya melakukan kegiatan pemasaran melalui media sosial karena media sosial dapat meningkatkan penjualan produk. Penyuluhan dilakukan dengan metode ceramah kemudian diikuti dengan kegiatan *forum group discussion* (FGD). Materi yang disampaikan diikuti dengan penyampaian video tutorial agar Ibu PKK Dusun Semen memiliki gambaran lebih baik mengenai materi yang disampaikan. Materi yang diberikan meliputi konsep awal *digital marketing*, cara melakukan promosi melalui media sosial, cara menggunakan media sosial dengan baik dan cara membuat konten untuk media sosial.



Gambar 2. Sosialisasi dengan Ibu PKK Dusun Semen

*Digital marketing* merupakan salah satu media dalam sistem pemasaran yang memanfaatkan dunia digital (Naimah et al., 2020). Dalam hal ini sosial media mengambil peran sangat dominan dalam seluruh rangkaian kegiatan pemasaran secara digital. Keuntungan dari digital marketing adalah seluruh transaksi dapat dilakukan dalam satu waktu yang sama dan memiliki skala pemasaran yang lebih luas (Pradiani, 2017). Penerapan *digital marketing* sangat cocok dilakukan untuk membantu peningkatan penjualan pupuk organik cair buatan Ibu PKK Dusun Semen. Mendukung kegiatan digital marketing dilakukan dengan mengunggah beberapa konten yang menarik pelanggan. Pola perilaku masyarakat Indonesia cenderung lebih menyukai tampilan yang lebih berwarna sehingga dalam



pembuatan konten hendaknya diikuti dengan penggunaan warna yang menarik dan interaktif.

Metode penyuluhan yang dilakukan dengan ceramah dan FGD diterima dengan baik oleh Ibu PKK. Hal ini dibuktikan dengan adanya interaksi yang hidup antara tim dengan Ibu PKK. Kegiatan komunikasi terjadi secara dua arah sehingga suasana diskusi lebih hidup. Melalui kegiatan FGD tidak hanya Ibu PKK yang mendapatkan ilmu baru tetapi tim juga mendapatkan pengetahuan baru dari Ibu PKK.

## 2. Pelatihan

Kegiatan pelatihan diawali dengan pelatihan cara mengunduh aplikasi instagram melalui *play store*. Kegiatan pengunduhan aplikasi dilakukan serentak bersama sama oleh Ibu PKK yang hadir saat pelatihan. Aplikasi instagram yang sudah berhasil diunduh oleh Ibu PKK kemudian dilakukan proses pendaftaran akun dan verifikasi akun instagram. Akun instagram yang digunakan dalam kegiatan pelatihan hanya satu akun dan sudah diatur agar akun tersebut dapat diakses oleh Ibu PKK. Ibu PKK yang sudah berhasil masuk di akun instagram tersebut kemudian dilakukan pelatihan pengenalan beberapa fitur yang mendukung kegiatan penjualan.



Gambar 3. Kegiatan Pelatihan Penggunaan Akun Instagram pada Ibu PKK Dusun Semen

Kegiatan pelatihan penggunaan akun instagram dilanjutkan dengan kegiatan pelatihan pembuatan konten melalui aplikasi canva. Ibu PKK diperkenalkan mengenai beberapa fitur 'Canva' yang dapat dipilih untuk menunjang kegiatan. Aplikasi 'Canva' dipilih karena dalam aplikasi tersebut sudah memiliki beberapa *template* yang dapat langsung digunakan. Adanya beberapa *template* ini memudahkan Ibu PKK dalam menggunakan aplikasi canva. Pelatihan pembuatan konten untuk instagram dilakukan dengan memperlihatkan video tutorial singkat kemudian diikuti kegiatan pelatihan. Setiap satu orang anggota tim akan membantu melatih 2 sampai 3 orang Ibu PKK. Selama kegiatan pelatihan juga

diajarkan mengenai cara mengambil gambar yang baik untuk keperluan postingan di sosial media.



Gambar 4. Kegiatan Pelatihan Pengambilan Gambar pada Ibu PKK Dusun Semen

Selama kegiatan pelatihan terjadi komunikasi dua arah antara tim dengan Ibu PKK. Kesulitan yang dihadapi selama kegiatan pelatihan adalah Ibu PKK masih banyak yang belum terbiasa dalam menggunakan sosial media berupa instagram. Proses pengenalan sosial media baru pada Ibu PKK tentunya membutuhkan waktu yang cukup lama dan hendaknya dilakukan secara bertahap. Sisi positif yang terlihat yaitu meskipun Ibu PKK kurang mahir dalam menggunakan sosial media, Ibu PKK terlihat antusias untuk belajar cara menggunakan sosial media.



Gambar 5. Kegiatan Pelatihan Labelling dengan Ibu PKK Dusun Semen

### 3. Evaluasi

Kegiatan evaluasi dilakukan setelah kegiatan pelatihan dilakukan. Hasil evaluasi menjadi dasar bentuk pelatihan dan pendampingan yang akan dilakukan di kemudian hari. Hasil evaluasi selama kegiatan disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Hasil Evaluasi Kegiatan Program

No	Indikator Keberhasilan Program	Capaian
1.	Pemahaman mengenai digital marketing	75%
2.	Menyadari pentingnya kegiatan pemasaran secara digital	75%
3.	Kemampuan dalam mengoprasikan sosial media.	50%

Beberapa Ibu PKK yang belum memahami mengenai digital marketing masih menilai bahwa penjualan secara langsung termasuk media penjualan yang lebih mudah. Ibu PKK yang sudah memahami mengenai digital marketing menilai bahwa penjualan melalui sosial media lebih cepat, menguntungkan dan lebih mudah. Beberapa Ibu PKK sudah mulai menyadari pentingnya kegiatan pemasaran yang dilakukan secara digital. Metode pemasaran secara digital cenderung membutuhkan modal minimal namun memiliki jangkauan pemasaran yang lebih luas (Himawan, 2019). Ibu PKK yang bisa mengoprasikan sosial media dengan baik rata-rata belum berusia 50 tahun keatas. Keterbatasan Ibu PKK dalam mengoprasikan sosial media dilatarbelakangi karena usia Ibu PKK. Mengatasi adanya kejadian seperti ini, Ibu PKK membagi tugas dalam pengoprasian sosial media sehingga seluruh kegiatan pemasaran dapat berjalan dengan baik.

### **Simpulan dan Rekomendasi**

Berdasarkan kegiatan yang sudah dilakukan didapatkan kesimpulan bahwa kegiatan pelatihan mengenai digital marketing menambah wawasan bagi Ibu PKK dalam pemasaran produk pupuk organik cair. Sebagian besar Ibu PKK Dusun Semen sudah bisa menggunakan sosial media untuk kegiatan pemasaran produk. Kegiatan yang dapat dilakukan setelah kegiatan pendampingan ini berupa pelatihan perluasan penjualan produk. Perluasan jangkauan penjualan produk perlu dilakukan untuk meningkatkan pendapatan dari Ibu PKK Dusun Semen.

### **Daftar Pustaka**

- Azizah, N., Wahyudi, E. R., Nissa, K., Wahyudi, A. F., & Ummah, S. K. (2019). Pemberdayaan Istri Nelayan Melalui Pelatihan Digital Marketing Strategy (DMS) Darah Biru. *Dinamisia Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 131-141. <http://journal.unilak.ac.id/index.php/dinamisia/article/view/2675>
- Gumilang, R. (2019). Implementasi Digital Marketing Terhadap Peningkatan Penjualan Hasil Home Industri. *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 10(1), 1-14. <http://journal.ikopin.ac.id/index.php/coopetition/article/view/25>
- Hafsawati, H. (2022). Pemanfaatan Digital Marketing dalam Pengembangan Usaha Bagi UMKM di Kecamatan Kraksaan Kabupaten Probolinggo. *J-MAS (Jurnal Manajemen dan Sains)*, 7(1), 208-211. <http://jmas.unbari.ac.id/index.php/jmas/article/view/347>
- Himawan, A. F. I. (2019). Digital marketing: peningkatan kapasitas dan brand awareness usaha kecil menengah. *Jurnal Analisis Bisnis Ekonomi*, 17(2), 85-103. <http://journal.unimma.ac.id/index.php/bisnisekonomi/article/view/3030>



- Meriatna, M., Suryati, S., & Fahri, A. (2019). Pengaruh Waktu Fermentasi dan Volume Bio Aktivator EM4 (Effective Microorganisme) pada Pembuatan Pupuk Organik Cair (POC) dari Limbah Buah-Buahan. *Jurnal Teknologi Kimia Unimal*, 7(1), 13–29.
- Nailufar, F., Andriyani, D., & Rahmah, M. (2022). Pemanfaatan Gulma Enceng Gondok di Reulet Timu Kecamatan Muara Batu Kabupaten Aceh Utara. *Jurnal Pengabdian Aceh*, 2(1), 9–15.  
<https://www.jp Aceh.org/index.php/pengabdian/article/view/95>
- Nainggolan, N. P., & Sari, I. U. (2020). Pembinaan Dan Penerapan Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Pada Home Industri Masyarakat Tanjung Gundap. *Abdimas Bina Bangsa*, 1(2), 267–275.  
<https://jabb.lppmbinabangsa.id/index.php/jabb/article/view/31>
- Nurul, R. N., & Afrilia, A. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu J&C Cookies Bandung Dalam Meningkatkan Penjualan. *Sain Manajemen*, 2(1), 97–104.  
<http://ejournal.ars.ac.id/index.php/jsm/article/view/209>
- Pujiati, S., Pertiwi, A., Silfiia, C. C., Ibrahim, D. M., & Hafida, S. H. N. (2020). Analisis Ketersediaan, Keterjangkauan Dan Pemanfaatan Pangan Dalam Mendukung Tercapainya Ketahanan Pangan Masyarakat Di Provinsi Jawa Tengah. *Sosial Ekonomi Pertanian*, 16(2), 123–133.  
<https://core.ac.uk/download/pdf/328104027.pdf>
- Putra, I., & Jalil, M. (2015). Pengaruh Bahan Organik Terhadap Beberapa Sifat Kimia Tanah Pada Lahan Kering Masam. *Agrotek Lestari*, 1(1), 27–34.  
<http://jurnal.utu.ac.id/jagrotek/article/view/433>
- Ramadhanty, R. N., & Fikriyah, K. (2020). Determinan Keputusan Pembelian Jilbab Melalui Online Shop. *Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 3(2).  
<https://doi.org/10.26740/jekobi.v3n2.p40-55>
- Suhandi, N., & Gustriansyah, R. (2021). Pengembangan Branding dan Pemasaran Industri Rumah Tangga Pempek “Happy” di Kota Palembang. *Abdimas Mandiri*, 5(2), 71–76. <http://ejournal.uigm.ac.id/index.php/PGM/article/view/1824>
- Susanto, B., Hadianto, A., Chariri, F. N., Rochman, M., Syaukani, M. M., & Daniswara, A. A. (2021). Penggunaan Digital Marketing untuk Memperluas Pasar dan Meningkatkan Daya Saing UMKM. *Community Empowerment*, 6(1), 42–47.