

PEMASARAN ONLINE BAGI ANGGOTA KELOMPOK WANITA TANI (KWT) TUNAS ASRI TRIMURTI SRANDAKAN BANTUL YOGYAKARTA

Sarjita¹, Edi Cahyono², Indri Hastuti Listyawati³

^{1,2,3} Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Bisnis Kumala Nusa
e-mail: edicahyono@stibsa.ac.id

Abstrak

Pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberdayakan anggota Kelompok Wanita Tani (KWT) Tunas Asri di Trimurti, Srandakan, Bantul, Yogyakarta melalui strategi pemasaran online. KWT Tunas Asri, yang mayoritas anggotanya adalah petani perempuan, memerlukan peningkatan kemampuan dalam memanfaatkan teknologi informasi untuk memasarkan produk pertanian mereka secara lebih luas dan efektif. Kegiatan ini meliputi pelatihan dan pendampingan dalam penggunaan *platform e-commerce*, media sosial, dan teknik *digital marketing* lainnya.

Metode yang digunakan adalah pendekatan partisipatif melalui workshop, diskusi, dan praktek langsung. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman dan keterampilan anggota KWT dalam menggunakan teknologi digital untuk pemasaran, serta peningkatan penjualan produk pertanian. Evaluasi dilakukan melalui kuesioner dan wawancara untuk mengukur dampak dari pelatihan ini terhadap pengetahuan dan praktik pemasaran online anggota KWT. Kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan kemandirian ekonomi anggota KWT Tunas Asri dan memberikan kontribusi positif bagi perekonomian lokal.

Kata kunci: Pemasaran Online, Kelompok Wanita Tani, Teknologi Informasi,

Abstract

The goal of this community outreach is to provide support to members of the Kelompok Wanita Tani (KWT) in Trimurti, Srandakan, Bantul, Yogyakarta through online outreach strategies. The majority of KWT Tunas Asri's employees are female pet owners, thus they need to increase their ability to use information technology to market their products more effectively and efficiently. This section includes training and guidance on using social media, e-commerce platforms, and other digital marketing techniques.

The method that is used is participatory debriefing through workshops, discussions, and silent practice. The activity's results indicate an increase in KWT members' understanding and willingness to use digital technology for training, as well as an increase in the sale of pertanian products. Evaluations are conducted using questionnaires and interviews to gauge the participants' understanding and proficiency in online communication with KWT members. It is anticipated that this action will increase employee economic confidence.

Keywords: Online Marketing, Kelompok Wanita Tani, Information Technology

1. PENDAHULUAN

Pemasaran online telah menjadi elemen krusial dalam strategi bisnis modern, termasuk di sektor pertanian. Bagi kelompok wanita tani (KWT), penerapan pemasaran online tidak hanya membuka akses ke pasar yang lebih luas tetapi juga memberikan peluang untuk meningkatkan nilai tambah produk dan memberdayakan ekonomi lokal. Pemasaran online telah menjadi aspek yang tak terpisahkan dalam era digital ini. Perkembangan teknologi informasi dan internet telah mengubah paradigma bisnis, memungkinkan organisasi terutama yang bergerak di tingkat lokal, untuk meraih peluang yang lebih besar melalui pemasaran online. Pemasaran online tidak hanya menjadi alat yang efektif untuk meningkatkan visibilitas dan kehadiran online suatu entitas, tetapi juga dapat menjadi sarana yang kuat untuk terlibat dengan masyarakat secara lebih luas.

Menurut Kotler dan Keller (2016), pemasaran online mencakup segala aktivitas yang dilakukan untuk mempromosikan produk atau jasa melalui internet. Manfaat utama dari pemasaran online meliputi :

- Akses Pasar yang Luas ; Pemasaran online memungkinkan produk mencapai pasar yang lebih luas, termasuk pasar internasional (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019).
- Biaya Efektif: Dengan biaya yang relatif rendah dibandingkan metode pemasaran konvensional, pemasaran online menawarkan ROI yang tinggi (Tuten & Solomon, 2018).
- Interaktivitas dan Personalisasi: Pemasaran online memungkinkan interaksi langsung dengan konsumen serta personalisasi pesan pemasaran (Ryan, 2017).

Dalam konteks ini, kami sebagai tim pengabdian masyarakat merasa penting untuk memberikan kontribusi positif pada pengembangan pemasaran online di kalangan komunitas lokal kami. Tujuannya adalah untuk merekam, menganalisis, dan mengevaluasi dampak dari kegiatan pengabdian masyarakat kami yang fokus pada peningkatan pemahaman dan penerapan pemasaran online di kalangan pelaku usaha kecil dan menengah (UKM) di wilayah ini. Melalui kegiatan PKM ini, kami membahas latar belakang pentingnya pemasaran online, tantangan yang dihadapi oleh UKM dalam mengadopsi strategi pemasaran online, serta langkah-langkah konkrit yang telah kami ambil untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan pemasaran online di kalangan mereka. Diharapkan bahwa upaya ini tidak hanya akan meningkatkan daya saing UKM lokal, tetapi juga memberikan kontribusi positif pada pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat setempat.

KWT Tunas Asri adalah sebuah organisasi kelompok wanita tani yang memiliki beberapa produk dari hasil pertanian yang diolah sedemikian rupa menjadi sebuah produk siap dikonsumsi. Organisasi ini berkedudukan di Kalurahan Trimurti, Kapanewon Srandakan Bantul. Sejauh ini pemasaran yang mereka lakukan belum mampu berjalan efektif. Hal ini dikarenakan pemasaran yang mereka lakukan masih sederhana dan belum memaksimalkan pemasaran melalui media sosial. Berangkat dari pemikiran dan keadaan diatas, TIM PKM tergerak untuk mengabdikan diri kepada masyarakat anggota KWT Tunas Asri di Kalurahan Trimurti Srandakan, dengan menyumbangkan ilmu pengetahuan yang penulis miliki, dengan memberikan penyuluhan tentang pemasaran berbasis online.

2. METODE

Metode yang digunakan adalah pendekatan partisipatif melalui workshop, diskusi, dan praktek langsung. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman dan keterampilan anggota KWT dalam menggunakan teknologi digital untuk pemasaran, serta peningkatan penjualan produk pertanian. Evaluasi dilakukan melalui kuesioner dan wawancara untuk mengukur dampak dari pelatihan ini terhadap pengetahuan dan praktik pemasaran online anggota KWT. Kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan kemandirian ekonomi anggota KWT Tunas Asri dan memberikan kontribusi positif bagi perekonomian lokal.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Peningkatan Kapasitas Anggota KWT

Pelatihan dan Pendampingan

Selama program pengabdian masyarakat, anggota KWT Tunas Asri mengikuti serangkaian pelatihan dan pendampingan yang mencakup penggunaan platform e-commerce, media sosial, dan teknik digital marketing. Hasil dari pelatihan ini menunjukkan peningkatan signifikan dalam pengetahuan dan keterampilan anggota dalam menggunakan teknologi digital untuk pemasaran. Sebelum pelatihan, hanya sekitar 20% anggota yang memiliki pemahaman dasar tentang pemasaran online. Setelah pelatihan, angka ini meningkat menjadi 85%, menunjukkan keberhasilan dalam transfer pengetahuan dan keterampilan.

Penerapan Praktis

Anggota KWT mulai mengaplikasikan pengetahuan yang diperoleh dengan membuat akun di berbagai platform e-commerce seperti Tokopedia dan Shopee, serta media sosial seperti Instagram dan Facebook. Mereka juga belajar membuat konten pemasaran yang menarik, seperti foto produk yang profesional, deskripsi produk yang informatif, dan video pendek tentang proses produksi.



Gambar 1. Pelatihan Pemasaran Online

B. Dampak pada Penjualan Produk

Kenaikan Penjualan

Salah satu indikator keberhasilan program ini adalah peningkatan penjualan produk pertanian yang dihasilkan oleh KWT Tunas Asri. Data menunjukkan bahwa dalam tiga bulan setelah pelatihan, penjualan produk melalui platform online meningkat sebesar 40%. Produk yang sebelumnya hanya dijual secara lokal kini berhasil mencapai pasar yang lebih luas, termasuk luar daerah Yogyakarta.

Diversifikasi Produk

Selain peningkatan penjualan, anggota KWT juga mulai melakukan diversifikasi produk. Dengan memahami preferensi pasar melalui interaksi online dan analisis data penjualan, mereka mulai memproduksi varian produk baru yang lebih sesuai dengan permintaan pasar, seperti kemasan yang lebih menarik dan produk olahan pertanian.

C. Tantangan dan Solusi

Keterbatasan Infrastruktur

Salah satu tantangan utama yang dihadapi adalah keterbatasan akses internet di beberapa daerah. Untuk mengatasi hal ini, program pengabdian masyarakat juga mencakup penyediaan fasilitas Wi-Fi gratis di lokasi yang dapat digunakan oleh anggota KWT untuk mengelola toko online mereka.

Pengelolaan Waktu

Anggota KWT, yang sebagian besar juga bertanggung jawab atas kegiatan rumah tangga dan pertanian, menghadapi tantangan dalam mengelola waktu untuk kegiatan pemasaran online. Solusi yang diterapkan adalah pembagian tugas dan rotasi di antara anggota kelompok untuk memastikan bahwa semua kegiatan dapat berjalan dengan lancar tanpa mengorbankan salah satu aspek kehidupan mereka.

D. Keberlanjutan Program

Pendirian Komunitas Digital

Untuk memastikan keberlanjutan dari program ini, dibentuk sebuah komunitas digital yang terdiri dari anggota KWT. Komunitas ini berfungsi sebagai platform untuk berbagi informasi, pengalaman, dan strategi pemasaran yang berhasil. Selain itu, mereka juga menerima dukungan berkelanjutan dari tim pengabdian masyarakat dalam bentuk konsultasi dan pembaruan pengetahuan tentang teknologi pemasaran terbaru.

Monitoring dan Evaluasi

Evaluasi program dilakukan secara berkala melalui kuesioner dan wawancara mendalam untuk mengukur dampak jangka panjang. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa sebagian besar anggota merasa lebih percaya diri dalam menggunakan teknologi digital dan melihat pemasaran online sebagai cara yang efektif untuk meningkatkan pendapatan mereka.

E. Implikasi Sosial dan Ekonomi

Pemberdayaan Ekonomi

Program ini tidak hanya meningkatkan penjualan produk tetapi juga memberdayakan ekonomi anggota KWT. Peningkatan pendapatan dari penjualan

online telah memberikan kontribusi positif terhadap kesejahteraan anggota dan keluarga mereka, serta membuka peluang untuk investasi dalam peningkatan kualitas produk dan pengembangan usaha.

Penguatan Peran Perempuan

Dengan keterlibatan aktif dalam pemasaran online, peran perempuan dalam keluarga dan komunitas semakin kuat. Mereka tidak hanya menjadi penghasil pendapatan tambahan tetapi juga menjadi agen perubahan yang mampu mengadaptasi teknologi untuk kemajuan ekonomi lokal.

4. KESIMPULAN

Program pengabdian kepada masyarakat yang berfokus pada strategi pemasaran online bagi anggota Kelompok Wanita Tani (KWT) Tunas Asri di Trimurti, Srandakan, Bantul, Yogyakarta telah berhasil meningkatkan kapasitas dan keterampilan anggota dalam memanfaatkan teknologi digital untuk memasarkan produk pertanian mereka. Pertama pelatihan dan pendampingan yang diberikan telah meningkatkan pemahaman dan keterampilan anggota KWT dalam menggunakan *platform e-commerce* dan media sosial. Hal ini tercermin dari peningkatan pengetahuan anggota dari 20% menjadi 85% yang memahami pemasaran online. Selain itu juga dapat membantu anggota KWT untuk memulai mendiversifikasi produk mereka sesuai dengan preferensi pasar, yang menunjukkan adaptasi yang baik terhadap permintaan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing*. Pearson uk.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management 15 Th Edition Pearson Education, Inc.*
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2017). *Self-determination theory: Basic psychological needs in motivation, development, and wellness. Guilford publications.*
- Tuten, T., & Mintu-Wimsatt, A. (2018). Advancing our understanding of the theory and practice of social media marketing: Introduction to the special issue. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 26(1-2), 1-3.