

Strategi Pemasaran melalui Digital Marketing Berbasis E- Modul Flipbook untuk Kelompok Wanita Tani Desa Bedahlawak

Luluk Choirun Nisak Nur^{1*}, Iin Baroroh Ma'arif², Mukhibatul Khusnia³, Sofyan Arif⁴

Universitas KH. A. Wahab Hasbullah

*Email: lulukanisa@unwaha.ac.id

ABSTRACT

Bedahlawak village, is a village located in the northern part of the city of Jombang which is south of the Brantas river. Bedahlawak Village has a group or organization namely is Women Farmers Group (KWT) Saroja which is located in Bedah village. One of the programs in the Saroja KWT community is to utilize village land that has been neglected. The women of KWT Saroja were assisted by other villagers to work together to cultivate the land into fertile land and plant various kinds of vegetables. However, there are several obstacles faced by the women of KWT Saroja when the harvest season arrives, namely the abundant harvest but the sales are still manual door to door to local residents, so that many vegetables end up rotting because they are stored for too long. The purpose of this service is to provide knowledge as knowledge capital in developing production businesses through digital marketing and to increase the insight and awareness of partner participants on the benefits of digital marketing in this increasingly advanced era by using Electronic Modules (E Modules) as a means of written digital guidelines that make it easy people to be able to learn anytime and anywhere.

Keywords: E Modul, Digital Marketing

ABSTRAK

Desa Bedahlawak, merupakan suatu desa yang terletak di kota jombang bagian utara yang berada di selatan sungai brantas. Desa Bedahlawak memiliki kelompok atau organisasi yang terdiri dari ibu-ibu yaitu Kelompok Wanita Tani (KWT) Saroja yang bertempat di dusun Bedah. Salah satu program dalam komunitas KWT Saroja tersebut adalah memanfaatkan lahan desa yang selama ini terlantar. Ibu ibu KWT Saroja di bantu warga desa lainnya bergotong royong mengolah lahan tersebut menjadi lahan subur serta di tanami berbagai macam sayuran. Tetapi ada beberapa kendala yang dihadapi ibu ibu KWT Saroja ketika masa panen tiba, yaitu hasil panen yang melimpah tetapi penjualan masih bersifat manual door to door pada warga sekitar, sehingga banyak sayuran yang akhirnya membusuk karena terlalu lama di simpan. Tujuan dari pengabdian ini adalah memberikan ilmu sebagai modal pengetahuan dalam mengembangkan usaha produksi melalui digital marketing serta meningkatkan wawasan dan kesadaran para peserta mitra akan manfaat digital marketing di era yang semakin maju ini dengan menggunakan Elektronik Modul (E Modul) sebagai sarana panduan tertulis berbentuk digital yang memudahkan masyarakat untuk bisa belajar kapanpun dan dimana saja.

Kata Kunci: E modul, Digital Marketing

PENDAHULUAN

Perkembangan sektor pertanian di Indonesia memiliki peranan yang penting dalam peningkatan perekonomian bangsa. Perekonomian di Indonesia berkembang dengan pesat dan saling mendukung antara sektor pertanian, industry serta sektor-sektor penting lainnya (Asaroh & Fahimah, 2022). Hal ini di imbangi dengan meningkatnya paengetahuan masyarakat terhadap perkembangan negara dari berbagai sektor. Perkembangan teknologi mempunyai pengaruh signifikan dalam peningkatan pengetahuan ini. Media social menjadi alat utama masyarakat dalam mencari informasi. Semua hal terlihat mudah dengan adanya media social (Chasanah et al, 2022). Sebagai contoh adalah meningkatnya pengetahuan masyarakat terhadap kesehatan, bahayanya pestisida bagi kesehatan dan isu ramah

lingkungan membuat masyarakat sekarang mulai meminati sayuran hidroponik yang sehat untuk dikonsumsi sehari-hari. Konsumen akan memilih sayuran yang dapat memenuhi kebutuhan dan juga memuaskan baik dari segi fisik maupun kandungan gizinya. Oleh karena itu, konsumen akan memperhatikan atribut-atribut atau petunjuk kualitas dalam membeli sayuran, khususnya sayuran hidroponik. Informasi pasar mengenai preferensi konsumen diperlukan untuk mengetahui keinginan konsumen (Widyaningsih & Rahma, 2022).

Desa Bedahlawak, merupakan suatu desa yang terletak di kota jombang bagian utara yang berada di selatan sungai brantas, secara geografis desa Bedahlawak di lewati oleh sungai Brantas dan juga menjadi desa yang menghubungkan antara kecamatan plosong dengan kecamatan tembelang dengan adanya jembatan yang digunakan untuk menyebrangi sungai Brantas tersebut. Kegiatan sehari-hari warga desa Bedahlawak menggantungkan kecukupan perekonomian dari lahan persawahan, selain itu juga terdapat kegiatan lainnya antara lain sebagai buruh pabrik di wilayah Jawa Timur dan juga sebagai pelaku UMKM di desa Bedahlawak itu sendiri.

Desa Bedahlawak memiliki kelompok atau organisasi yang terdiri dari ibu-ibu yaitu Kelompok Wanita Tani (KWT) yang bernama KWT Saroja yang bertempat di dusun Bedah. KWT Saroja memiliki kebun yang berisi sayuran-sayuran hidroponik seperti sawi, tomat, terong, selada dan masih banyak sayur lainnya. Ibu-ibu PKK membuat sebuah komunitas yang di beri nama Kelompok Wanita Tani (KWT) Saroja. Salah satu program dalam komunitas KWT Saroja tersebut adalah memanfaatkan lahan desa yang selama ini terlantar. Ibu-ibu KWT Saroja di bantu warga desa lainnya bergotong royong mengolah lahan tersebut menjadi lahan subur serta di tanami berbagai macam sayuran. Mereka sangat antusias dalam merawat sayuran yang dibudidayakan. Perawatan serta pemupukan dilakukan setiap 1 minggu sekali pada sore hari yang dilakukan secara bergilir oleh ibu-ibu KWT Saroja. Proses pembibitan juga rutin dilakukan oleh mereka, hal ini ditujukan agar proses produksi sayuran berjalan dengan lancar sehingga proses panen dan penjualan dapat dilakukan dalam 1 minggu sekali. Banyaknya jenis sayuran serta hasil panen yang melimpah membuat ibu-ibu KWT Saroja serta warga masyarakat lainnya semakin terpacu dan bersemangat dalam melestarikan Kebun sayuran saroja tersebut. Tetapi ada beberapa masalah yang dihadapi ibu-ibu KWT Saroja ketika masa panen tiba, yaitu hasil panen yang melimpah tetapi penjualan masih bersifat manual door to door pada warga sekitar, sehingga banyak sayuran yang akhirnya membusuk karena terlalu lama di simpan. Masalah tersebut harus segera di carikan solusinya.

Seperti yang telah di sebutkan di awal bahwa pada saat ini hal yang menjadi permasalahan bagi ibu-ibu KWT Saroja adalah rumitnya proses penjualan hasil panen sayuran. Kesegaran sayuran yang tidak bertahan lama menyebabkan banyaknya hasil panen yang terbuang sia-sia karena tidak seimbang hasilnya panen serta proses penjualannya.

Berdasarkan hasil identifikasi dan analisis situasi yang telah dilakukan oleh kelompok PPTTG UNWAHA, terdapat beberapa permasalahan yang perlu segera dicari penyelesaiannya, yaitu:

- Minimnya pengetahuan dalam hal pemasaran produk sehingga produk hanya dipasarkan di sekitaran tempat budidaya / warga sekitar..
- Kurangnya inovasi/terobosan dalam hal penjualan hasil panen sayuran sehingga hasil budidaya sayuran masih terkesan sangat kurang memuaskan karena banyaknya sayuran yang terbuang sia-sia setelah di panen karena telah busuk.

Setelah menganalisis serta merumuskan permasalahan yang dihadapi oleh mitra (yaitu Ibu-ibu KWT Saroja) maka tujuan dan sasaran pengabdian PPTTG adalah membantu Ibu-ibu KWT Saroja di Dusun Bedah Desa Bedahlawak dalam melakukan kreasi serta inovasi dalam hal penjualan hasil panen sayuran sehingga kedepannya hasil produk budidaya sayuran dapat berkembang serta memiliki nilai jual tinggi dan berkualitas.

Tujuan pengabdian program penerapan teknologi tepat guna (PPTTG) dapat dirumuskan sebagai berikut:

- Memberikan ilmu sebagai modal pengetahuan bagi para ibu-ibu KWT Saroja di Desa Bedahlawak Kecamatan Tembelang dalam mengembangkan usaha produksi sayuran desanya.
- Meningkatkan wawasan dan kesadaran para peserta mitra akan manfaat digital marketing saat ini demi perkembangan bisnisnya.
- Memotivasi mitra yaitu ibu-ibu KWT Saroja dalam mengimplementasikan dan mengambil keuntungan dengan memanfaatkan fitur yang tersedia pada media sosial maupun aplikasi e-commerce untuk memasarkan produk hasil sayuran desa mereka.

METODE

Ada banyak macam metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Dan kesemuanya pasti di harapkan membawa hasil untuk peningkatan kesejahteraan masyarakat tersebut. Adapun pendekatan atau metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian PPTTG UNWAHA ini adalah *Community Based Research (CBR)*. Hanafi, dkk (2015) menjelaskan bahwa *CBR* adalah tim pelaksanaan bersama masyarakat untuk mengatasi permasalahan yang dialami masyarakat. *Community Based Research (CBR)* adalah sebuah kemitraan yang dijalin dan dilaksanakan di antara mahasiswa, akademisi dan anggota komunitas yang secara berkolaborasi terlibat dalam tim pelaksanaan dengan tujuan untuk memberikan solusi atas permasalahan konkrit yang dihadapi oleh mitra sehingga dapat mengarah pada perubahan sosial.

Keberhasilan program PPTTG UNWAHA ini membutuhkan dukungan dari pihak-pihak terkait yaitu pengusul kegiatan (Universitas KH. A.Wahab Hasbullah) dan pengurus dari Kelompok Wani Tani Saroja yaitu Ibu-ibu PKK di desa Bedahlawak Tembelang Jombang dengan berkomitmen melakukan kesepakatan sebagai berikut :

- Pihak Universitas KH. A.Wahab Hasbullah
 - Memberikan E modul berbasis flibook (<https://online.fliphtml5.com/mxzvg/kvfo/?1637455937872>) tentang strategi pemasaran sebagai pegangan Kelompok Wanita Tani (KWT) Saroja.
 - E modul adalah sebuah panduan tertulis yang berbasis digital teknologi yang bisa diakses smartphome yang mana tujuan dari E modul tersebut untuk memudahkan masyarakat ketika ingin belajar tentang penjualan dan pemasaran kapanpun dan dimanapun bisa digunakan. Berikut adalah contoh dari E modul tersebut:



Gambar 1. Sampul E modul



Gambar 2. Isi E modul berupa produk



Gambar 3. E modul strategi digital marketing

- Memberikan seminar peningkatan penjualan dan pemasaran melalui digital marketing yang diisi oleh Ir. Moch Noerhadi Sudjoni, MBA., MP selaku dosen di Universitas KH. A.Wahab Hasbullah.



Gambar 4. Seminar peningkatan dan penjualan melalui digital marketing

- Seluruh biaya pelatihan dan lain-lain menjadi tanggungan program PPTTG.
- E modul yang dihasilkan diserahkan kepada Kelompok Wanita Tani (KWT) Saroja.
- Pengurus KWT Saroja yaitu ibu-ibu di desa Bedahlawak yang tergabung dalam PKK mengikuti seminar peningkatan penjualan dan pemasaran yang dilaksanakan pada tanggal 13 November 2021 di Balaidesa Bedahlawak.



Gambar 5. Pengurus KWT Saroja mengikuti seminar



Gambar 6. Foto bersama setelah kegiatan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tahapan-tahapan yang dilakukan dalam PPTTG ini yang pertama adalah Identifikasi kebutuhan masyarakat. Pada proses identifikasi ini dilakukan dengan cara survey secara langsung ke lokasi dengan melihat kondisi dan potensi kelompok wanita tani, yakni KWT Saroja. Lokasi terletak di Dusun Bedah Desa Bedahlawak, Kecamatan Tembelang, Kabupaten Jombang, Jawa Timur. Tim pelaksana PPTTG tidak hanya meneliti lokasinya, melainkan juga melakukan wawancara untuk mengidentifikasi dan menggali lebih dalam apa saja permasalahan yang dihadapi oleh ibu ibu KWT Saroja. Disamping itu, tim pelaksana PPTTG juga mengamati beberapa produk sayuran yang dihasilkan. Hal ini diharapkan agar kegiatan dapat berjalan lancar dan ibu ibu KWT Saroja mendapat manfaat serta pengetahuan mengenai pemasaran menggunakan digital marketing.

Survey pertama dilakukan pada tanggal 05 Oktober 2021 di taman sayur KWT Saroja. Awalnya berkenalan dengan sosok Ibu Ani selaku ibu ketua KWT Saroja yang fokus dalam pemasarannya setelah perkenalan melaksanakan wawancara secara intensif mengenai usaha yang digeluti oleh Kelompok Wanita Tani (KWT) Saroja. Mulai dari sejarah dimulainya usaha, pemasaran, modal awal dan perkembangan usaha dari masa ke masa. Setelah melaksanakan wawancara, dan menemukan permasalahan pada KWT Saroja berupa pemasaran yang masih tradisional, maka tim pelaksana PPTTG berencana untuk membuatkan lapak-lapak di media sosial bagi KWT Saroja.

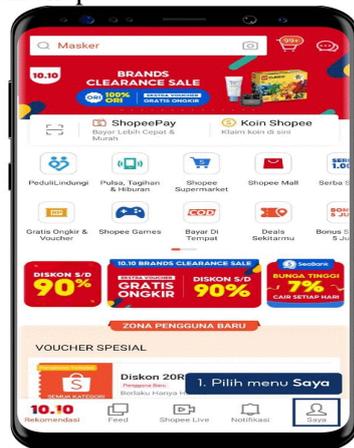
Berdasarkan hasil wawancara langsung kepada ibu Ani, mereka memiliki kendala pada usaha sayur (selada, terong ungu, tomat, cabe dan lain-lain) untuk berkembang adalah produk tersebut memiliki kelemahan tidak memiliki jaringan pemasaran yang luas, masih minim pengetahuan dari pelaku usaha tentang digital marketing dalam dunia usaha. Sistem penjualan dan promosi dilakukan secara fisik (dari mulut ke mulut), bisa dikatakan bahwa penggunaan teknologi pada sistem penjualan disini masih belum optimal. Belum mengkolaborasikan media promosi konvensional dengan media digital, kurangnya pengetahuan dan keterampilan dalam menggunakan teknologi, tidak mempunyai rencana/strategi untuk mengembangkan bisnis secara online pada saat pandemi ini.

Berdasarkan pada hasil identifikasi diatas, maka diperlukan upaya-upaya untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan bagi KWT Saroja tersebut. Dilakukan beberapa kegiatan antara lain kegiatan sosialisasi tentang Digital Marketing. Kegiatan ini memiliki tujuan berupa meningkatkan wawasan dalam pengetahuan kepada ibu-ibu KWT Saroja di Dusun Bedah Desa Bedahlawak Tembelang Jombang khususnya dalam penggunaan digital marketing, menumbuhkan/meningkatkan semangat dan inspirasi dalam menjalankan bisnis berbasis online, dan meningkatkan keterampilan dalam penggunaan teknologi khususnya dalam pemasaran, pendaftaran dan pengelolaan aplikasi shopee, Facebook dan instagram.

Setelah melaksanakan observasi, wawancara, dan menemukan permasalahan pada mitra berupa pemasaran produk yang masih tradisional, maka Tim pelaksana PPTTG berencana untuk membuatkan lapak-lapak di media sosial bagi mitra dengan tujuan agar pemasarannya lebih efisien dan pemasarannya lebih luas. Adapun lapak-lapak online yang akan dibuatkan adalah Shopee, Facebook, dan Instagram. Ketiga aplikasi tersebut dipilih karena ketiganya merupakan aplikasi yang sering digunakan oleh masyarakat khususnya masyarakat Indonesia.

Perencanaan dan pembuatan akun Shopee

- Buka akun shopee



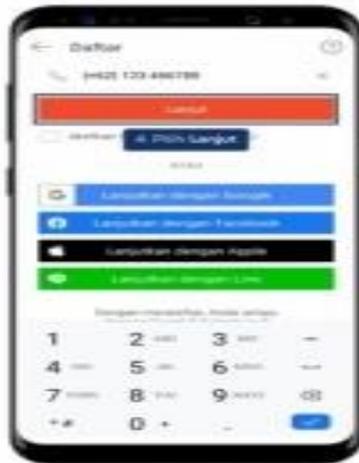
Gambar 7. Tampilan akun Shopee

- Klik menu saya dan pilih daftar



Gambar 8. Tampilan menu di akun Shopee

- Isi informasi akun dan masukkan nomer telepon



Gambar 9. Isi informasi di akun Shopee

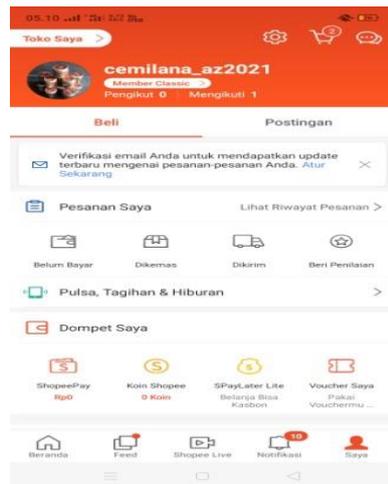
- Verifikasi



Gambar 10. Tampilan verifikasi akun Shopee

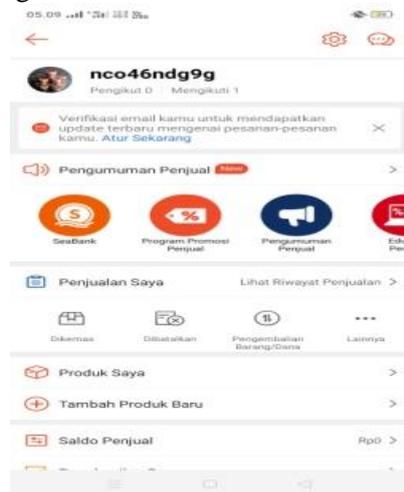
Cara membuat lapak di Shopee

- Klik menu toko saya



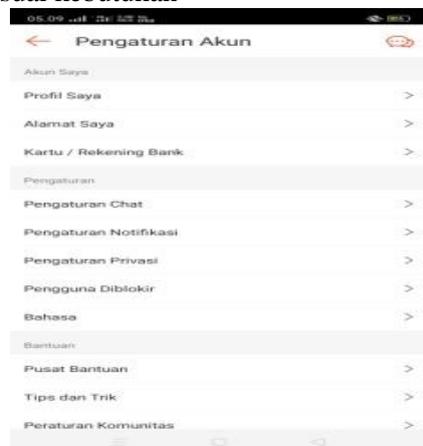
Gambar 11. Tampilan menu di lapak Shopee

- Klik pengaturan



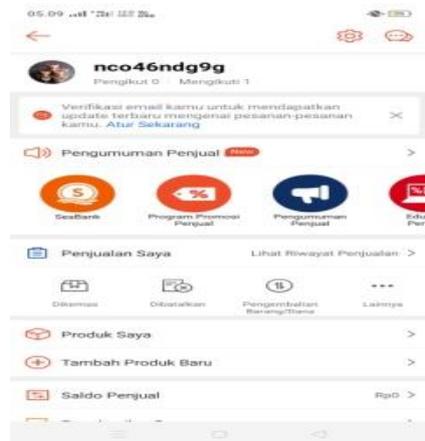
Gambar 12. Tampilan pengaturan di akun Shopee

- Atur sesuai kebutuhan



Gambar 13. Tampilan pengaturan di akun Shopee

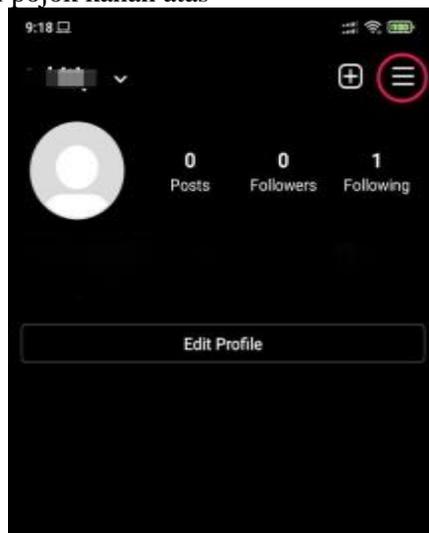
- Klik tambah produk baru untuk mulai berjualan



Gambar 14. Tampilan daftar produk di akun Shopee

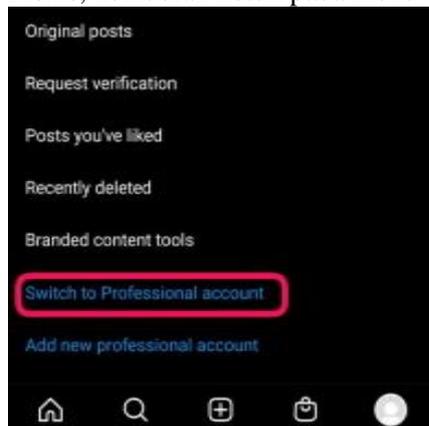
Cara Mengubah Instagram Menjadi akun Bisnis

- Masuk ke halaman profil, kemudian klik menu hamburger (☰) garis pengaturan/Setting yang ada di pojok kanan atas



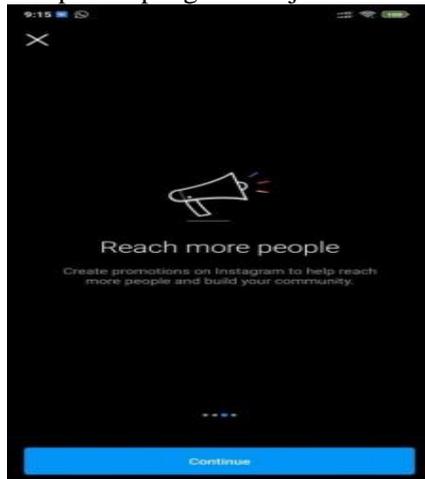
Gambar 15. Tampilan menu profil di Instagram

- Pilih menu Pengaturan/Setting di sebelah kanan bawah layar. Kemudian pilih menu Account
- Geser ke bawah hingga kamu menemukan menu Switch to Professional Account/Beralih ke Akun Bisnis, kemudian ketuk pada menu tersebut.



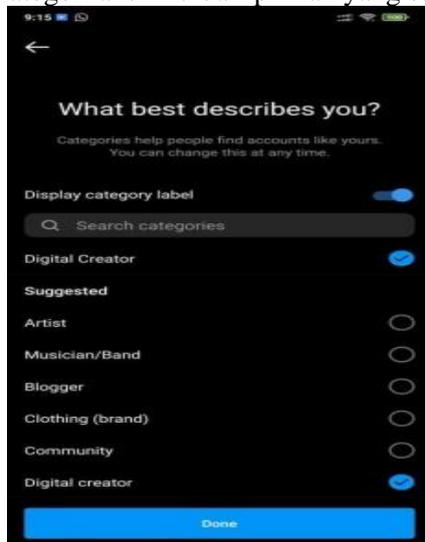
Gambar 16. Tampilan menu profil di Instagram

- Lanjutkan proses perubahan jenis akun dengan menekan tombol Continue/Lanjutkan.



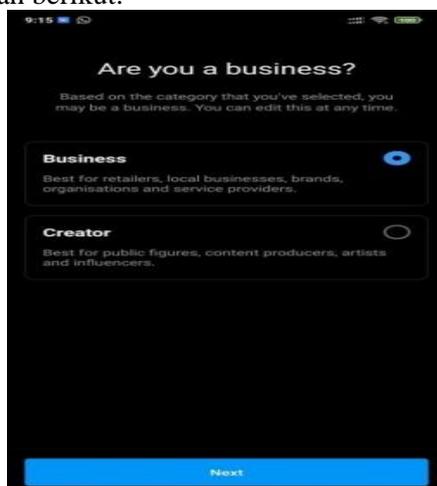
Gambar 17. Tampilan cara pembuatan akun di Instagram

- Pilih kategori akunmu dari pilihan yang sudah disediakan, lalu ketuk Done/Selesai.



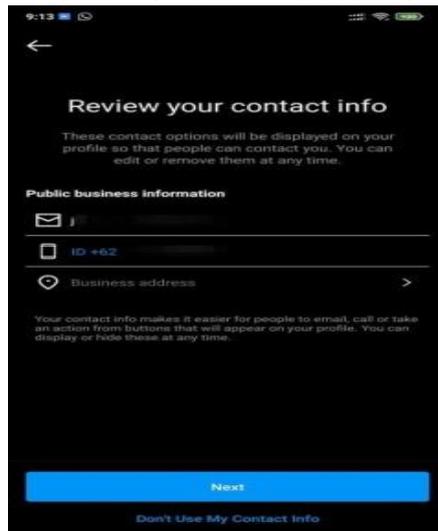
Gambar 18. Tampilan cara pembuatan akun di Instagram

- Kemudian tentukan jenis akun antara akun bisnis/kreator. Pilih bisnis jika ingin berjualan/membuat akun untuk usaha. Pilih kreator jika ingin membuat konten digital.
- Jika memilih kreator, maka hanya perlu melengkapi profil. Jika memilih bisnis, lanjutkan ke langkah berikut.



Gambar 19. Tampilan cara pembuatan akun di Instagram

- Lakukan konfirmasi alamat *email* dan nomor telepon bisnis

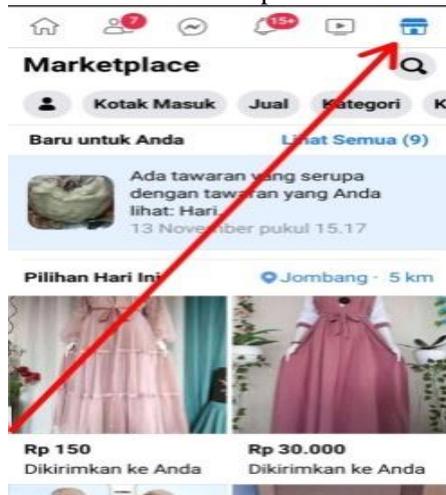


Gambar 20. Tampilan cara pembuatan akun di Instagram

- Hubungkan profil Instagram bisnis ke laman Facebook. Jika tidak ada, klik pilihan *skip*.
- Akun sudah beralih menjadi akun bisnis.

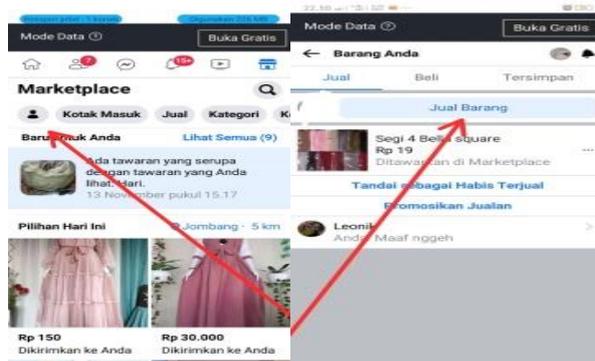
Cara promosi di facebook marketplace:

- Login ke akun facebook
- Setelah masuk klik Marketplace.



Gambar 21. Tampilan produk di marketplace

- Klik "+ Jual Sesuatu", lalu klik Item untuk Dijual.



Gambar 22. Tampilan cara menjual produk di marketplace

- Pilih kategori (contoh: Elektronik), dan masukkan judul untuk daftar, harga, dan lokasi. Kita juga dapat membuat deskripsi produk. Jika ingin menandai item sebagai Gratis, dapat memasukkan 0 sebagai harga.



Gambar 23. Tampilan cara menjual produk di marketplace

- Klik + 10 Foto untuk mengunggah foto produk dari gadget



Gambar 24. Tampilan cara menjual produk di marketplace

- Klik Selanjutnya. Jika Berikutnya berwarna abu-abu, pastikan Anda memasukkan kategori, judul, harga, lokasi, dan foto.
- Pilih tempat untuk memposting listing anda. Jika ingin memposting hanya di Marketplace, cukup klik Bersihkan.
- Klik Terbitkan untuk memposting listing Marketplace anda.

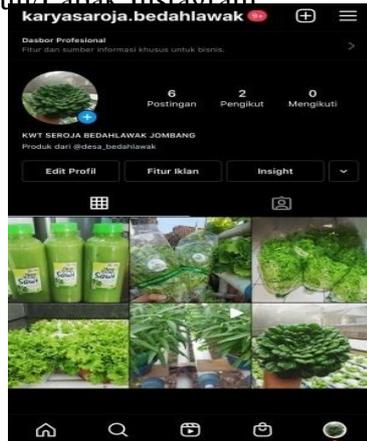
Akun Kelompok Wanita Tani (KWT) Saroja Bedahlawak Tembelang Jombang

- Akun/Lapak Shopee



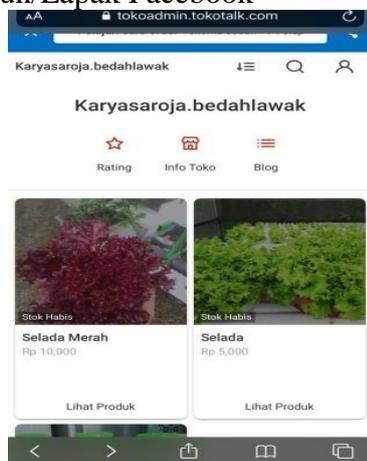
Gambar 25. Tampilan lapak KWT Saroja di Shopee

- Akun/Lapak Instagram



Gambar 26. Tampilan lapak KWT Saroja di Instagram

- Akun/Lapak Facebook



Gambar 27. Tampilan lapak KWT Saroja di facebook

Evaluasi Pelaksanaan

Evaluasi dilakukan setelah diadakan pelatihan/sosialisasi Strategi pemasaran melalui digital marketing. Dari hasil evaluasi diperoleh beberapa masukan yang perlu diperhatikan diantaranya:

- Untuk lebih aktif dalam promosi di media sosial sehingga dapat memperlancar dalam penjualannya.
- Mulai membuka dua rekening bank, memiliki nomor handphone dua dan email dua untuk lebih memfokuskan mana akun untuk pribadi dan akun khusus untuk bertransaksi sehingga lebih efektif.
- Dapat meningkatkan kesadaran Kelompok Wanita Tani (KWT) dalam penggunaan pemasaran digital, tidak hanya secara konvensional saja.
- Di usahakan agar Ibu-ibu KWT Saroja dapat memperbanyak postingan di marketplace dan memonitoring marketplace secara berkala guna menjaga perkembangan marketplace dan penjualan produk.

SIMPULAN

Hasil dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat dalam penerapan teknologi tepat guna (PTTG) berupa sosialisasi e-modul berbasis flipbook dalam strategi pemasaran melalui digital marketing dapat disimpulkan bahwa kegiatan ini memberikan dampak positif terhadap masyarakat. Modul strategi pemasaran melalui digital marketing berbasis flipbook dapat mempengaruhi Kelompok Wanita Tani untuk mengembangkan usahanya sesuai dengan perkembangan saat ini, mempercantik kemasan produk, memperluas pemasaran produk dengan pemanfaatan media sosial.

Berdasarkan hasil produk teknologi tepat guna berupa flipbook pemasaran dan penjualan melalui

digital marketing ini memberikan manfaat kepada masyarakat, di antaranya:

- Membentuk pelaku usaha mikro yang produktif melalui penguasaan teknologi informasi yang terus berkembang sesuai perkembangan zaman.
- Memberikan pemahaman serta ilmu kepada pelaku usaha mikro tentang pengaruh signifikan digital marketing bagi perkembangan usahanya.
- Dapat mengimplementasikan dan mengambil keuntungan dengan memanfaatkan fitur yang tersedia pada media sosial.

DAFTAR RUJUKAN

- Asaroh, S. I., & Fahimah, M. (2022). Customer Satisfaction On Wedding Organizer During The Covid-19 Pandemic (Adinata Wedding Organizer Case Study). *INCOME: Innovation of Economics and Management*, 1(3), 72-77.
- Chasanah, N. U., Ashlihah, A., & Firmansyah, K. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Transportasi Online Gojek (Studi Pada Mahasiswa Unwaha). *Izdihar: Jurnal Ekonomi Syariah*, 2(1), 52-72.
- Irhandyaningsih, A. (2017). Pengaruh penggunaan teknologi tepat guna dalam meningkatkan produktivitas UKM batik tulis di Kampung Batik Kauffman Kota pekalongan. *Jurnal Anuva*, 1(1), 11-18.
- Munaf, D. R., Suseno, T., Janu, R. I., & Badar, A. M. (2008). Peran Teknologi Tepat Guna Untuk Masyarakat Daerah Perbatasan Kasus Propinsi Kepulauan Riau. *Jurnal Sositologi*, 7(13), 329-333.
- Rahmiyati, N. (2015). Model pemberdayaan masyarakat melalui penerapan teknologi tepat guna di Kota Mojokerto. *Jmm17*, 2(02).
- Rapitasari, D. (2016). Digital Marketing Berbasis Aplikasi Sebagai Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan. *CAKRAWALA*, 10(2), 107-112.
- Widyaningsih, B., & Rahma, V. A. (2022). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Daya Saing Batik Sekar Jati Ririn Jombang. *JoEMS (Journal of Education and Management Studies)*, 5(3), 32-35.
- Wijoyo, H., Haudi, H., Ariyanto, A., Sunarsi, D., & Akbar, M. F. (2020). Pelatihan Pembuatan Konten Digital Marketing Dalam Meningkatkan Kompetensi Mahasiswa (Pengabdian Kepada Masyarakat Kerjasama Antar Kampus). *IKRA-ITH ABDIMAS*, 3(3), 169-175.