



## *Digitalization of Marketing as an Effort to Increase Sales of Agricultural Products*

### **Digitalisasi Pemasaran Sebagai Upaya Meningkatkan Penjualan Produk Olahan Hasil Pertanian**

**Muchammad Affifudin<sup>1\*</sup>, Purwanto<sup>2</sup>, Maryono<sup>3</sup>, Miswan Ansori<sup>4</sup>, Ahmad Fuad Hasyim HS<sup>5</sup>**

<sup>1,2,3,5</sup>Syubbanul Wathon Islamic College, Magelang, Indonesia

<sup>4</sup>Nahdlatul Ulama University, Jepara, Indonesia

E-Mail: [4ffifudin@gmail.com](mailto:4ffifudin@gmail.com)

*Makalah: Diterima 26 Agustus 2023; Diperbaiki 20 Oktober 2023; Disetujui 25 Oktober 2023  
Corresponding Author: Muchammad Affifudin*

#### **Abstrak**

Digitalisasi pemasaran telah menjadi suatu aspek penting dalam strategi bisnis modern, terutama dalam sektor produk olahan hasil pertanian. Pengabdian kepada masyarakat memiliki peran penting dalam memajukan sektor pertanian dan meningkatkan kesejahteraan kelompok masyarakat pedesaan, termasuk Kelompok Wanita Tani (KWT). Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan dampak positif pengabdian kepada masyarakat melalui penerapan digitalisasi pemasaran pada KWT di Dusun Tlogo, Desa Sutopati. Tujuan kegiatan ini adalah meningkatkan penjualan produk olahan pertanian dan memberikan panduan praktis bagi KWT dalam memanfaatkan teknologi digital. Melalui metode pelatihan, pendampingan, dan implementasi strategi pemasaran digital, KWT berhasil memperluas jangkauan produk mereka, menciptakan konten yang menarik, dan memperbaiki daya saing produk olahan pertanian. Hasil dari kerja praktek memberikan pemahaman tentang Digitalisasi Marketing dan penerapannya memperoleh hasil yaitu sebanyak 88% atau sebanyak 22 orang mitra memahami materi yang diberikan serta langkah-langkah yang harus diterapkan dalam penerapan Digitalisasi marketing. Sebanyak 72% atau 18 orang yang mampu melaksanakan penerapannya secara mandiri dan 28% atau 7 orang kurang mampu untuk menerapkannya secara mandiri. Seluruh anggota atau 100% mitra dalam pelatihan ini menganggap bahwa materi yang di sajikan oleh tim pelaksana memberikan manfaat untuk mitra. Dengan pelatihan ini, Mitra merasa terbantu untuk menerapkan Digitalisasi marketing sebagai upaya meningkatkan produk olahan hasil pertanian mereka.

**Keyword:** Pengabdian kepada Masyarakat, Kelompok Wanita Tani, Digitalisasi Pemasaran, Produk Olahan Pertanian, Desa Sutopati.

#### **Abstract**

*Marketing digitization has become an important aspect of modern business strategy, especially in the processed agricultural products sector. Community service has an important role in advancing the agricultural sector and improving the welfare of rural community groups, including the Women Farmers Group (KWT). This research aims to explain the positive impact of community service through the application of marketing digitalization to KWT in Tlogo Hamlet, Sutopati Village. The purpose of this activity is to increase sales of processed agricultural products and provide practical guidance for KWT in utilizing digital technology. Through the methods of training, mentoring, and implementation of digital marketing strategies, KWT managed to expand the reach of their products, create attractive content, and improve the competitiveness of processed agricultural products. The results of the practical work provided an understanding of Digitalization Marketing and its application obtained results, namely 88% or 22 partners understood the material provided and the steps that must be applied in the application of Digitalization marketing. As many as 72% or 18 people are able to carry out the application independently and 28% or 7 people are less able to apply it independently. All members or 100% of partners in this training consider that the material presented by the implementing team provides benefits for partners. With this training, Partners feel helped to implement Digitalis. With this training, Partners feel helped to apply Digitalization marketing as an effort to increase their processed agricultural products.*

**Keyword:** Community Service, Farmer Women's Group, Marketing Digitalization, Processed Agricultural Products, Sutopati Village.

## 1. Pendahuluan

Pertanian memiliki peran krusial dalam pemenuhan kebutuhan pangan global. Produk olahan hasil pertanian, seperti makanan, minuman, dan produk-produk terkait pertanian, telah menjadi bagian penting dalam kehidupan sehari-hari konsumen [1]. Dalam beberapa tahun terakhir, terdapat perubahan signifikan dalam perilaku konsumen terkait preferensi mereka terhadap produk-produk olahan pertanian. Konsumen semakin mengutamakan produk-produk yang lebih sehat, organik, dan berkelanjutan, yang mendorong para produsen pertanian untuk berinovasi dalam produksi dan pemasaran produk mereka [2]. Salah satu faktor utama yang memengaruhi keberhasilan pemasaran produk olahan pertanian adalah efektivitas strategi pemasaran. Dalam era digital, transformasi digital telah mengubah cara konsumen mencari, membandingkan, dan membeli produk [3]. Penggunaan internet, media sosial, dan platform *e-commerce* telah menciptakan peluang baru dalam pemasaran produk pertanian. Digitalisasi pemasaran, termasuk pemanfaatan website perusahaan, media sosial, dan berbagai strategi pemasaran online, telah menjadi bagian integral dari strategi pemasaran yang sukses [4]. Meskipun digitalisasi pemasaran telah terbukti efektif dalam meningkatkan visibilitas produk dan mencapai target pasar yang lebih luas, masih banyak produsen pertanian yang belum mengadopsi sepenuhnya strategi digital ini. Kurangnya pemahaman, sumber daya, atau resistensi terhadap perubahan dapat menjadi beberapa faktor yang membatasi adopsi digitalisasi pemasaran dalam industri pertanian [5].

Dalam penjualan online, ada tiga hal penting yang saling terkait. Pertama, Produk yang inovatif merupakan fondasi penting dalam menarik perhatian pelanggan di pasar online yang penuh persaingan. Inovasi dalam produk bisa mencakup pengembangan barang baru, perbaikan pada produk yang telah ada, atau menciptakan sesuatu yang benar-benar unik [6]. Kedua, *branding* (merek) adalah tentang citra bisnis Anda dengan logo dan pesan yang dikenali pelanggan. Ini membantu membedakan produk dari kompetitornya. *Packaging* yang menarik dan aman juga menjadi penting, terutama ketika pelanggan menerima produk secara online, karena hal ini dapat menciptakan pengalaman positif [7]. Terakhir, perlu memahami peraturan hukum yang berlaku, izin usaha, perlindungan merek dagang, serta pemahaman dan kepatuhan terhadap aturan dan regulasi yang berlaku adalah hal yang tidak boleh diabaikan. Melupakan aspek hukum dapat berpotensi mengakibatkan sanksi hukum yang serius dan merusak reputasi bisnis [8]. Oleh karena itu, kesuksesan penjualan produk online melalui *e-commerce* keterkaitan yang sinergis antara produk inovatif, branding dan packaging yang kuat, serta pemahaman dan kepatuhan terhadap aspek hukum yang berlaku.

Desa Sutopati, yang terletak di ujung barat Kabupaten Magelang, Jawa Tengah, dikenal sebagai "Desa Petani." Sebuah simbol dari identitas ini adalah Tugu Tani yang berdiri di depan balai Desa Sutopati. Simbolisme ini melampaui sekadar lambang, karena hampir 80% dari penduduk Desa Sutopati mencari nafkah sebagai petani, merawat lahan pertanian mereka masing-masing. Di Dusun Tlogo, subdesa di dalam Desa Sutopati, pertanian bahkan lebih dominan, dengan 80% dari penduduknya terlibat dalam sektor pertanian. Di dusun tersebut juga terdapat organisasi Kelompok Wanita Tani (KWT) yang kegiatannya selain bertani juga menjual produk olahan dari hasil tanaman yang mereka taman kemudian dijual. Namun dalam pemasarannya, mayoritas masih menggunakan pendekatan pemasaran konvensional. Meskipun teknologi informasi yang modern sangat umum digunakan, pemasaran digital belum banyak diterapkan di desa tersebut. Hal ini terutama disebabkan oleh kurangnya pengetahuan tentang pemasaran digital dan kurangnya kesadaran di kalangan para pemangku kepentingan yang relevan.

Dengan mengatasi masalah di industri mikro Kelompok Wanita Tani (KWT) di Desa tersebut, inisiatif ini bertujuan untuk meningkatkan bisnis-bisnis kecil ini dengan mengoptimalkan manajemen produksi, termasuk pembuatan produk dan pengemasan yang menarik. Selain itu, inisiatif ini bertujuan untuk meningkatkan pemanfaatan teknologi digital untuk pemasaran yang efektif dan efisien. Melalui pemahaman yang lebih mendalam tentang peran digitalisasi dalam pemasaran produk pertanian, kita dapat memberikan rekomendasi dan panduan kepada produsen pertanian untuk meningkatkan efektivitas pemasaran mereka dalam era digital yang terus berkembang [9]. Ini diharapkan akan meningkatkan nilai ekonomi dari produk olahan pertanian dan berkontribusi pada pendapatan keluarga dan masyarakat di utamanya di Dusun Tlogo, Desa Sutopati. Selanjutnya, penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan ekonomi lokal dengan mengidentifikasi peluang-peluang ekonomi, memberikan pelatihan kewirausahaan, dan memfasilitasi akses ke pasar. Pemberdayaan masyarakat juga menjadi tujuan penting, di mana penelitian ini akan memberikan pengetahuan, keterampilan, dan sumber daya kepada penduduk setempat sehingga mereka dapat mengatasi tantangan dan masalah yang mereka hadapi.

Atas hal itulah, penulis tertarik untuk menerapkan metode pelatihan kepada para pelaku usaha kecil produk pertanian di Dusun Tlogo, Desa Sutopati, yang diharapkan mampu memaksimalkan potensi ekonomi yang ada di daerah ini secara lebih efektif dan efisien. Sehingga penulis mengadakan penelitian yang berjudul "Digitalisasi Pemasaran Sebagai Upaya Meningkatkan Penjualan Produk Pertanian"

## 2. Metode

Penerapan Metode pelaksanaan kegiatan ini untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi masyarakat adalah :

### 1. Perencanaan

Merujuk pada langkah awal dalam pelaksanaan kerja praktek, di mana proses kerja praktek dimulai dan semua aspeknya direncanakan dengan cermat. Pada tahap ini, beberapa komponen utama mencakup mengidentifikasi masalah yang akan diteliti selama kerja praktek, melakukan studi literatur untuk mendukung penelitian, dan menetapkan tujuan kerja praktek.

#### a. Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah adalah proses menentukan isu atau permasalahan yang ingin di selesaikan. Hal ini memungkinkan penulis untuk merumuskan tindakan yang sesuai dalam pelaksanaan kegiatan ini. Dalam hal ini, identifikasi masalah adalah bagaimana memberikan banyak manfaat penggunaan teknologi digital untuk mendukung pemasaran produk olahan pertanian di Dusun Tlogo Desa Sutopati

#### b. Studi literatur

Studi literatur adalah proses penyelidikan dan analisis terhadap literatur dan penelitian yang sudah ada terkait dengan topik yang dilaksanakan dalam praktek kerja ini. Ini melibatkan pengumpulan, evaluasi, dan sintesis informasi yang ada dalam literatur ilmiah, jurnal, buku, makalah, laporan penelitian, dan sumber informasi lainnya yang relevan untuk menerapkan referensi yang tepat pada kegiatan praktek kerja ini.

#### c. Menentukan tujuan

Menentukan tujuan dari kerja praktek adalah agar lebih tertata dalam penulisan serta memperoleh hasil yang akan dicapai.

### 2. Pengumpulan data

Pengumpulan data adalah proses pengambilan informasi atau fakta dari berbagai sumber yang relevan. Ini adalah langkah penting dalam praktek kerja ini karena data adalah bahan mentah yang digunakan untuk menjawab pertanyaan penelitian, mengembangkan temuan, dan membuat keputusan yang berdasarkan informasi. Tahapan pengumpulan data yang dilakukan adalah sebagai berikut :

#### a. Observasi

Pada tahap observasi, penulis mengamati secara sistematis dan teliti perilaku, kejadian, objek, atau situasi tertentu tanpa melakukan interaksi langsung dengan subjek atau objek yang diamati terkait permasalahan yang ada.

#### b. Wawancara

Penulis melakukan wawancara pihak terkait yaitu Kepala Dusun Tlogo

### 3. Partisipasi dalam kegiatan ini yaitu Kelompok Wanita Tani Dusun Tlogo dengan jumlah anggota kelompok sebanyak 25 orang, ditunjukkan dengan adanya dukungan dan kesanggupan untuk bekerjasama sebagai mitra dengan Tim pengusul dalam kegiatan Pelatihan dan pendampingan inivasi produk olahan hasil pertanian dan pemasaran melalui media online (Digital Marketing)

### 4. Tahap pelaksanaan

Rencana kegiatan yang akan dilakukan dalam pelatihan dan di tetapkan sebagai berikut :

#### a. Pra Kegiatan

1. Penentuan Lokasi, sasaran, dan meninjau permasalahan yang di hadapi oleh mitra
2. Menyiapkan materi serta menentukan Pemateri pelatihan dasar-dasar inovasi produk dan digitalisasi marketing
3. Menyiapkan peralatan dan material yang akan digunakan pada saat pelatihan

#### b. Tahap Kegiatan Pelatihan dan pendampingan

1. Penyampaian materi pelatihan tentang dasar-dasar inovasi produk dan digitalisasi marketing kepada seluruh mitra yang dilaksanakan di Rumah Kepala Dusun Tlogo pada tanggal 06 Agustus 2022, Pukul 09.00 s/d 12.00 WIB
2. Pelatihan Inovasi Produk olahan hasil pertanian oleh kepada kelompok wanita tani di Dusun Tlogo yang di laksanakan di rumah Kepala Dusun Tlogo pada tanggal 08 Agustus 2022 Pukul 13.00 s/d 17.00 WIB

3. Pendampingan Penyempurnaan Produk Inovasi dan Pengurusan Legalitas produk yang di laksanakan tanggal 09 s/d 20 Agustus 2022
  4. Pelatihan Digital Marketing Produk olahan hasil pertanian kepada mitra yang di laksanakan di rumah Kepala Dusun pada tanggal 12 Agustus 2022
  5. Pendampingan praktik pemasaran online secara bertahap
5. Analisis dan Hasil
- Analisis hasil dari pelaksanaan kegiatan yang dilakukan kemudian digunakan untuk mengevaluasi efektivitas dan keberhasilan kegiatan. Hasil yang diperoleh selama pelaksanaan kegiatan dievaluasi dan dibandingkan dengan rencana dan tujuan awal yang telah ditetapkan sebelumnya.

### 3. Hasil dan Pembahasan

Permasalahan yang terjadi pada Kelompok Wanita Tani (KWT) Dusun Tlogo adalah para anggota sudah mengolah hasil pertanian menjadi produk olahan berupa makanan namun dalam praktik pemasarannya masih kurang bagus dikarenakan daya saing produk yang kurang menarik bagi konsumen dan lemahnya strategi pemasaran karena masih mengandalkan pasar konvensional saja.

#### 3.1. Observasi Dan Wawancara

Observasi dilakukan secara langsung dengan melihat kejadian di lapangan yang terjadi di Kelompok Wanita Tani (KWT) Dusun Tlogo, dilakukan pada tanggal 01 s/d 05 Agustus 2022 yaitu dengan mengamati kegiatan dan proses bisnis yang ada, terutama pada anggota Kelompok Wanita Tani (KWT) tersebut yang menjadi objek pelatihan ini.

Selama proses observasi yang dilakukan di Kelompok tersebut, sejumlah temuan penting dapat diidentifikasi:

1. Kondisi Ekonomi: Selain mengandalkan sektor pertanian sebagai sumber utama penghasilan, Kelompok Wanita Tani (KWT) Dusun Tlogo juga mengembangkan produk olahan sederhana dari hasil pertanian mereka. Namun, sebagian besar usaha tersebut masih menggunakan metode konvensional dengan akses terbatas ke teknologi pemasaran modern. Keterbatasan ini berdampak pada produktivitas usaha dan pendapatan yang rendah.
2. Akses Terhadap Pendidikan: Observasi juga menunjukkan adanya tantangan dalam akses terhadap pendidikan, terutama bagi Kelompok Tani di wilayah tersebut. Akses terbatas ke fasilitas pendidikan, dan keterbatasan sumber daya pendidikan menjadi masalah utama yang dihadapi oleh masyarakat. Sehingga pengembangan untuk mengikuti tren modern masih sangat terbatas.
3. Keterampilan dan Kewirausahaan: Selama observasi, terlihat bahwa sebagian besar Anggota Kelompok Tani Dusun Tlogo memiliki keterampilan tradisional dalam mengolah hasil pertanian menjadi produk inovasi layak jual. Namun, ada potensi untuk meningkatkan keterampilan dan membantu warga mengembangkan usaha kecil dan menengah (UKM) yang berkelanjutan.
4. Peluang bisnis kelompok: Observasi menunjukkan bahwa Kelompok Wanita Tani (KWT) Dusun Tlogo memiliki peluang bisnis berkelanjutan. Struktur Organisasi usaha yang jelas, Anggota kelompok milenial dan kelompok orang tua, Sumberdaya alam yang ada, Produk yang dihasilkan serta kapasitas yang dimiliki. Namun pengelolaan bisnis kurang maksimal karena masih secara konvensional dan belum terencana sehingga peluang tersebut masih belum dimaksimalkan.

Selanjutnya penulis melakukan wawancara dengan Kepala Dusun Tlogo yang dalam hal ini juga sebagai Pembina Kelompok Wanita Tani (KWT) Dusun Tlogo, pada tanggal 6 Agustus 2022. Wawancara dilakukan untuk memperoleh permasalahan dan data yang akurat kemudian dapat digunakan untuk membantu merealisasikan program pengabdian masyarakat ini tepat sasaran.

Atas dasar tersebut, maka penulis menyusun daftar pertanyaan dan hasil jawaban dari narasumber adalah sebagai berikut :

**Tabel 3.1.** Hasil Waawancara

Peratanyaan	Jawaban Narasumber
Apakah Kelompok Wanita Tani (KWT) Dusun Tlogo sebelumnya pernah diberikan pelatihan	pelatihan inovasi produk dari hasil pertanian pernah diadakan oleh PPL yang bertugas di Desa Sutopati dengan tujuan supaya KWT ini selain mengelola

tentang inovasi produk olahan pertanian yang kekinian ?	pertanian sebagai penghasilan utama juga untuk mengolah hasil pertanian menjadi produk layak jual yang dapat menambah penghasilan. Namun sejauh ini produk dari KWT Dusun Tlogo masih sederhana, ada yang membuat terong krispi, keripik ketela, dll. Untuk produk kekinian mungkin tidak banyak yang tau dan kurang memahami.
Apakah Kelompok Wanita Tani (KWT) Dusun Tlogo sebelumnya pernah diberikan pelatihan Branding Produk dan Packaging Produk yang menarik ?	Untuk sejauh ini belum ada pelatihan tentang Branding Produk dan bagaimana mereka harus mengemasnya dengan bagus. Produk yang di jual masih dengan pengemasan sederhana dengan takaran kiloan menggunakan plastik biasa saja. Pemberian merk produk pun belum ada.
Apakah sudah ada pendampingan untuk pembuatan Ijin Usaha dan sertifikasi produk olahan ?	Sejauh ini belum sampai ke arah ijin usaha dan sertifikasi produk. Dikarenakan kurangnya pemahaman terkait hal tersebut dan ketidaktahuan akses bagaimana langkah-langkah untuk pengurusan produk untuk mendapatkan ijin dan sertifikasi
Bagaimana cara memasarkan produk olahan pertanian hasil dari Kelompok Wanita Tani (KWT) Dusun Tlogo yang telah dilakukan sejauh ini ?	Para anggota memasarkan produk mereka ke pasar terdekat saja yaitu pasar kaliangkrik. Selain itu di titipkan di warung-warung terdekat, juga menerima pesanan dari informasi mulut ke mulut saja
Apakah Kelompok Wanita Tani (KWT) Dusun Tlogo pernah mendapatkan pelatihan pemasaran melalui media online/Digital Marketing ?	Pelatihan pemasaran mealui media online/Digital Marketing melalui e-commers sampai saat ini belum pernah ada
Apakah anggota Kelompok Rata-Rata memiliki Handphone atau komputer ?	Rata-rata Anggota sudah memiliki handphone, tetapi untuk komputer belum ada yang memiliki.
Komoditas hasil pertanian apa di KWT ini yang lebih banyak dihasilkan serta apa kendalanya dalam pemasarannya ?	Paling banyak di taman di kelompok ini adalah sayuran sawi, hampir 80% dari anggota memiliki lahan untuk menanam sawi karena memang itu yang paling mudah menurut kelompok. Nanum kendala saat ini adalah harga yang stabil bahkan sering kali merosot. Ketika harga tidak sesuai dengan yang diharapkan alhasil banyak sayuran sawi yang tidk bisa terjual sehingga dibiarkan begitu saja oleh petani. itu juga menjadi kerugian.

Berdasarkan tabel 3.1 dari hasil wawancara menunjukkan bahwa Kelompok Wanita Tani (KWT) Dusun Tlogo belum pernah menerima pelatihan terkait inovasi produk pertanian modern, branding, ataupun pemasaran online. Mereka saat ini hanya menjual produk pertanian sederhana seperti terong krispi dan keripik ketela, tanpa kemasan menarik atau merek. Anggota kelompok memiliki handphone, tetapi tidak memiliki komputer. Sayuran sawi adalah komoditas utama mereka, tetapi harga sering turun, menyebabkan kerugian. Kelompok ini memerlukan pelatihan, bantuan dalam perizinan usaha, serta strategi pemasaran baru untuk meningkatkan pendapatan dan mengatasi masalah harga sayuran sawi yang fluktuatif.

Setelah melakukan proses wawancara dan pra pelaksanaan maka dapat disimpulkan bahwa sebelum memulai pelatihan dan pendampingan pemasaran melalui Digital Marketing sebagai tujuan utamanya, mitra harus diberikan pemahaman dan pelatihan terlebih dahulu dalam hal produk inovatif kekinian, branding dan packaging produk yang menarik, serta pemahaman dan pendampingan dalam aspek legalitas produk yang akan dipasarkan. Hal ini penting untuk mendukung kualitas dan keamanan produk yang nantinya akan di pasarkan secara online.

### 3.2. Pra Pelaksanaan

Kegiatan ini diawali dengan bertemu dengan aparat desa yang dikoordinir oleh kepala desa dan penyuluh pertanian daerah. Hasil diskusi antara tim pelaksana dan pihak mitra/ pelaku industri mikro di Dusun Tlogo diperoleh kesamaan tujuan untuk membangun suatu sistem penjualan online Usaha Mikro di wilayah tersebut. Tim Pelaksana melakukan pendampingan sosialisasi kegiatan dan pendampingan

kepada Kelompok Wanita Tani (KWT) guna menciptakan inovasi produk Agroindustri yang kekinian, kemudian memasarkan produk Agroindustri ke berbagai media online. Setelah adanya kesepakatan dengan pihak terkait untuk pelaksanaan pelatihan ini, kemudian Tim Pelaksana berkoordinasi Kelompok Wanita Tani (KWT) sebagai mitra untuk penjadwalan agenda kegiatan yang disepakati bersama. Dalam rangkaian kegiatan pelatihan ini, lokasi disepakati adalah di rumah Kepala Dusun yang juga sebagai pembina Kelompok Wanita Tani (KWT) Dusun Tlogo.

### 3.3. Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan ini dilakukan dengan melakukan sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan secara langsung kepada mitra. Rancangan kegiatan tersusun pada **tabel 3.2** sebagai berikut:

**Tabel 3.2.** Rancangan Pelaksanaan Kegiatan

No	Aplikasi Kegiatan	Metode Pelaksanaan	Target Capaian	Partisipasi Mitra
1	Memberikan pendidikan tentang dasar-dasar inovasi produk, digitalisasi marketing, dan manajemen bisnis sederhana	Pendidikan dan pelatihan	Bisnis plan sederhana yang dibuat mitra berbasis kelompok	Menyediakan tempat, mengikuti pendidikan dan pelatihan manajemen usaha dan membuat tim bisnis
2	Memberikan Pendidikan dan pelatihan inovasi produk olahan hasil pertanian yang kekinian	Pendidikan dan praktek menciptakan produk	Menciptakan olahan produk dari hasil pertanian	Menyediakan tempat, mengikuti pendidikan dan pelatihan Inovasi Bisnis dan mempraktekan membuat inovasi produk baru
3	Memberikan pendidikan dan pelatihan Branding dan packaging produk agar lebih menarik	Pendidikan dan pelatihan pembuatan desain kemasan produk	Mampu membuat kemasan yang lebih menarik untuk produk	Mengikuti pendidikan dan pelatihan desain kemasan yang lebih menarik.
4	Sosialisasi dan pendampingan aspek legalitas/ijin usaha untuk produk makanan olahan sesuai peraturan yang di tetapkan	Sosialisasi dan pendampingan	Produk yang di hasilkan memiliki aspek legal sehingga dapat diterima pasar dengan baik	Mengikuti sosialisasi dan pendampingan pengurusan ijin usaha untuk produk makanan olahan
5	Memberikan pendidikan dan pelatihan strategi pemasaran berbasis digital	Pendidikan dan pelatihan penggunaan aplikasi media elektronik untuk pemasaran	Mampu memasarkan hasil produk menggunakan media elektronik	Mengikuti pendidikan pelatihan memasarkan hasil produk ke media elektronik
6	Praktik berbasis digitalisasi pemasaran usaha pertanian	Praktik berbasis digitalisasi marketing untuk usaha pertanian	Mampu melakukan praktik usaha berbasis digitalisasi secara mandiri	Praktik dan membuat akun penjualan di media elektronik

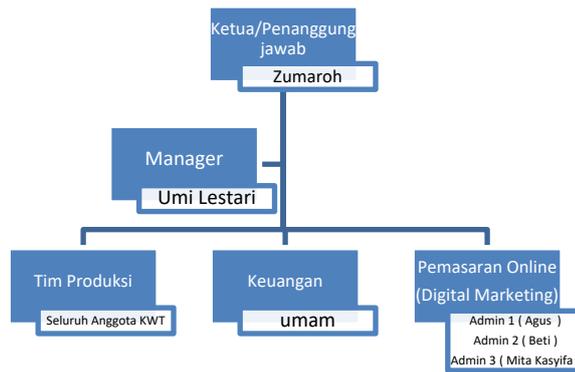
Kegiatan berlangsung dari tanggal 06 s/d 25 Agustus dilakukan secara berkala. Berikut adalah uraian hasil kegiatan yang dicapai :

1. Kegiatan diawali dengan pembukaan dan memperkenalkan diri. Kemudian Bapak kepala dusun yang juga selaku pembina dari Kelompok Wanita Tani (KWT) Dusun Tlogo menyampaikan maksud dan tujuan di adakannya pelatihan. Serta penyampaian agenda kegiatan dan urutan materi disampaikan oleh tim pelaksana.



**Gambar 3.1** Pembukaan kegiatan

2. Pertemuan pertama dilanjutkan dengan penyampaian materi tentang dasar-dasar inovasi produk, digitalisasi marketing, dan manajemen bisnis sederhana berbasis kelompok. Hasil dari pelatihan ini adalah pemahaman mengenai dasar-dasar inovasi produk dan digitalisasi marketing kepada semua anggota, dan pembentukan manajemen organisasi bisnis pada kelompok wanita tani (KWT) Dusun Tlogo Sebagai berikut :



**Gambar 3.2.** Struktur Organisasi Bisnis

3. Pertemuan hari kedua yaitu pelatihan menciptakan produk baru yang kekinian dari hasil pertanian. Kegiatan di laksanakan pada tanggal 08 Agustus 2022. Hasil dari pelatihan ini adalah menciptakan produk olahan dari sayur sawi yang menjadi keluhan para petani di wilayah ini terkait harga sayur sawi yang sering kali fluktuatif dan lebih banyak merugi. Produk yang di ciptakan adalah Nugget Sayur Sawi. Pembuatan produk Nungget sayur Sawi ini di praktekan langsung oleh anggota Kelompok Wanita Tani (KWT).



**Gambar 3.3** Pelatihan Pembuatan Produk Nugget Sayur Sawi

- Pertemuan dilanjutkan hari ke tiga pada tanggal 09 Agustus 2022. Pada pertemuan kali ini adalah pelatihan penyempurnaan produk inovasi yang telah di buat sebelumnya. Pelatihan meliputi pendidikan tentang Branding dan packaging Produk, serta penyempurnaan dalam hal legalitas produk dan sertifikasi berupa sosialisasi dan pendampingan. Hasil dari pelatihan adalah Penentuan kemasan dan desain kemasan yang di gunakan untuk Produk Nugget Sayur sawi. Serta pengumpulan dokumen persyaratan untuk mengurus ijin usaha dan sertifikasi produk tersebut.



Gambar 3.4 Pelatihan Branding dan Packaging Produk yang baik



Gambar 3.5 Hasil inovasi produk olahan pertanian KWT Dusun Tlogo, Nugget sayur sawi dengan merk Nuggetori

- Pendampingan Pengurusan legalitas produk untuk mematuhi aspek hukum dalam rangka menjaga keamanan produk dan kepercayaan calon konsumen supaya produk dapat diterima dengan baik di target pasar baik pasar konvensional maupun pasar online. Hasil dari pelaksanaan pendampingan ini adalah disepakati bahwa produk di atas namakan ke penanggung jawab KWT. Dokumen standar yang di penuhi yaitu Nomor Induk Berusaha (NIB) dan Sertifikat Halal (SH).

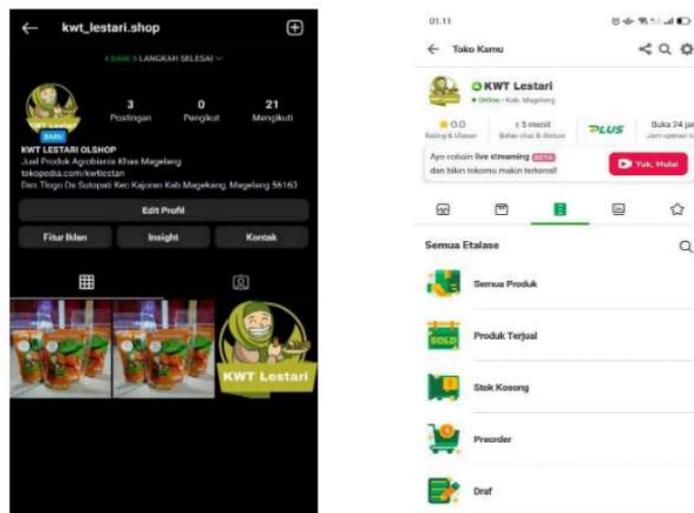


Gambar 3.6 Nomor Induk Usaha (NIB) dan Sertifikat Halal Nuggetori

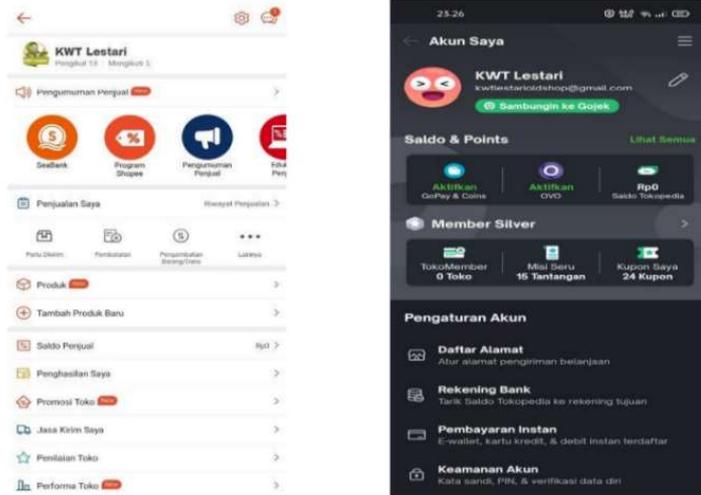
6. Pertemuan Ketiga dilaksanakan pada tanggal 12 Agustus 2023 yaitu pelatihan tentang Digitalisasi Marketing yang menjadi tujuan awal dalam kegiatan ini. Setelah KWT Memiliki produk yang mampu bersaing, Branding yang bagus, serta legalitas produk sudah terpenuhi, kemudian Digitalisasi marketing perlu diterapkan sebagai media pemasaran yang efektif dan efisien di era teknologi saat ini, dengan tujuan untuk menjangkau calon konsumen yang lebih luas di bandingkan hanya dengan mengandalkan pasar konvensional saja. Hasil dari pelatihan ini diantaranya adalah :
  - a. Pemahaman mitra mengenai digitalisasi marketing serta pengenalan e-commers yang mudah di gunakan untuk pemasaran produk via online
  - b. Praktek pembuatan akun-akun e-commers dan media sosial untuk penjualan produk yang lumrah di gunakan saat ini seperti akun Tokopedia, Shopee, Instagram, Whatsap Bisnis yang dapat di akses melalui Handphone dengan mudah.
  - c. Praktek penyusunan katalog produk di akun e-commers
  - d. Praktek teknik ber-iklan di akun-akun e-commers yang efektif
  - e. Pelatihan penanganan pesanan melalui Digital Marketing



Gambar 3.7 Pelatihan Digitalisasi Marketing



Gambar 3.8 Akun Instgram dan Akun Tokopedia KWT Dusun Tlogo untuk penjualan poduk



**Gambar 3.9** Akun Shopee KWT Dusun Tlogo untuk penjualan produk

**3.4. Pasca Pelaksanaan**

Tahap pasca pelaksanaan kegiatan adalah mengukur tingkat pemahaman mitra terkait pelatihan yang telah dilakukan. Pengukuran pemahaman dilakukan dengan pengisian kuesioner dengan daftar pertanyaan yang telah disediakan. Berikut adalah uraian pertanyaan dan presentase tingkat pemahaman disajikan dalam tabel 3.2 berikut :

**Tabel 3.3** Presentasi tingkat pemahaman mitra pasca pelaksanaan kegiatan

No	Pertanyaan	Jawaban		
		Paham	Lebih Sedikit Paham	Tidak Paham
1	Setelah anda mengikuti pelatihan ini, apakah anda memahami tentang Penerapan Digitalisasi Marketing dan keterkaitan inovasi produk, Branding, dan legalitas produk ?	88,00%	12,00%	-
2	Setelah anda mengikuti pelatihan tentang Digitalisasi marketing sebagai upaya meningkatkan penjualan produk olahan hasil pertanian ini, apakah anda memahami materi yang di berikan ?	88,00%	12,00%	-
3	Setelah anda mengikuti pelatihan tentang Digitalisasi marketing sebagai upaya meningkatkan penjualan produk olahan hasil pertanian ini, apakah anda memahami langkah-langkah yang harus di terapkan?	88,00%	12,00%	-
4	Setelah anda mengikuti pelatihan tentang Digitalisasi marketing sebagai upaya meningkatkan penjualan produk olahan hasil pertanian ini, apakah anda dapat melaksanakannya secara mandiri ?	72,00%	28,00%	-
5	Apakah menurut anda materi yang disajikan menarik, mudah dipahami, dan memberikan manfaat untuk anda secara pribadi ?	100,00%	-	-

Berdasarkan **tabel 3.3**, pasca pelaksanaan kegiatan, mitra memahami materi yang diberikan serta langkah-langkah yang harus diterapkan dalam penerapan Digitalisasi marketing untuk upaya pejualan produk olahan hasil pertanian dengan presentasi sebanyak 88% atau sebnayak 22 orang . Sebanyak 72% atau 18 orang yang mampu melaksanakannya secara mandiri dan 28% atau 7 orang kurang mampu untuk menerapkannya secara mandiri. Seluruh anggota mitra atau 100% menganggap bahwa materi yang di sajikan oleh tim pelaksana menarik dan mudah untuk di pahami. Jadi pemahaman dalam pelatihan

Digitalisasi marketing untuk upaya penjualan produk olahan hasil pertanian ini di atas rata-rata dan menggambarkan pentingnya pelaksanaan pelatihan ini.

Tingkat keberhasilan program sangat dimungkinkan tinggi mengingat dari tinjauan aspek sosial di Dusun Tlogo sangat mendukung memegang tradisi kebudayaan gotong royong baik dalam sosial maupun ekonomi, menjadi modal untuk maju secara bersama-sama. Perekonomian penduduk yang sudah sekian lama dikembangkan selain melalui pertanian juga melalui usaha rumahan seperti makanan dan minuman olahan menjadi modal utama untuk masuk dalam pasar secara digital. Pemerintahan desa Sutopati juga mengupayakan fasilitas jaringan internet, ruang publik yang maksimal.

#### 4. Conclusion

Kegiatan pengabdian berupa pelatihan digitalisasi produk pertanian yang telah dilakukan mendapat Tanggapan positif dari mitra pengabdian. Dengan penuh dedikasi, tim pelaksana telah berhasil melaksanakan suatu pengabdian kepada masyarakat yang berfokus pada pelatihan digitalisasi produk pertanian. Berdasarkan analisis dalam pembahasan, hasil dari kerja praktek memberikan pemahaman tentang Digitalisasi Marketing sebagai upaya peningkatan penjualan produk olahan hasil pertanian, memperoleh hasil yaitu sebanyak 88% atau sebanyak 22 orang mitra memahami materi yang diberikan serta langkah-langkah yang harus diterapkan dalam penerapan Digitalisasi marketing. Sebanyak 72% atau 18 orang yang mampu melaksanakan penerapannya secara mandiri dan 28% atau 7 orang kurang mampu untuk menerapkannya secara mandiri. Seluruh anggota atau 100% mitra dalam pelatihan ini menganggap bahwa materi yang di sajikan oleh tim pelaksana menarik dan mudah untuk di pahami serta memberikan manfaat untuk mitra.

#### 5. Acknowledgments

Pengabdian ini tidak mungkin dapat dilaksanakan tanpa bantuan dari berbagai pihak, untuk itu kami mengucapkan terimakasih kepada LP3M STAI Syubbanul Wathon Magelang, Pemerintah Desa Sutopati, dan KWT Dusun Tlogo, yang telah memberikan dukungan baik materi ataupun non materi.

#### References

- [1] K. Pawlak and M. Kołodziejczak, "The role of agriculture in ensuring food security in developing countries: Considerations in the context of the problem of sustainable food production," *Sustain.*, vol. 12, no. 13, 2020.
- [2] L. Cappelli, F. D'ascenzo, R. Ruggieri, and I. Gorelova, "Is Buying Local Food a Sustainable Practice? A Scoping Review of Consumers' Preference for Local Food," *Sustain.*, vol. 14, no. 2, pp. 1–17, 2022.
- [3] L. G. Sachin Bhosale, Ashwini Salunkhe, "The role of digital marketing in consumer behavior: A survey," *Int. J. Inf. Technol. Lang. Stud.*, vol. 3, no. 1, pp. 24–31, 2019.
- [4] J. Juswadi, P. Sumarna, and N. S. Mulyati, "Digital Marketing Strategy of Indonesian Agricultural Products," vol. 429, no. Icasseth 2019, pp. 105–110, 2020.
- [5] D. T. Putra, Idam Wahyudi, Rissa Megavitry, and Asep Supriadi, "Pemanfaatan E-Commerce dalam Pemasaran Hasil Pertanian: Kelebihan dan Tantangan di Era Digital," *J. Multidisiplin West Sci.*, vol. 2, no. 08, 2023.
- [6] I. Farida and D. Setiawan, "Business Strategies and Competitive Advantage : The Role of Performance and Innovation," pp. 1–16, 2022.
- [7] S. Waheed, "Product Packaging and Consumer Purchase Intentions," vol. 13, no. 2, pp. 97–114, 2018.
- [8] E. Bagi, U. Mikro, and D. A. N. Kecil, "Urgensi izin usaha dalam perdagangan melalui sistem elektronik bagi usaha mikro dan kecil," vol. 14, no. 2, pp. 88–106, 2020.
- [9] X. Liu and J. Walsh, "Study on Development Strategies of Fresh Agricultural Products E-commerce in China," *Int. Bus. Res.*, vol. 12, no. 8, p. 61, 2019.