

# PELATIHAN DIGITAL MARKETING SEBAGAI UPAYA PROMOSI PRODUK KAMPUNG KAKAO DI DESA SUNGAI LANGKA

## *DIGITAL MARKETING TRAINING AS A PROMOTION OF COCOA VILLAGE PRODUCTS IN SUNGAI LANGKA VILLAGE*

**Oki Arifin<sup>1\*</sup>, Dewi Kania Widyawati<sup>2</sup>, Annisa Fitri<sup>3</sup>, dan Enggar Dwi Cahyo<sup>4</sup>**

<sup>1,2</sup>Program Studi Manajemen Informatika, Politeknik Negeri Lampung

<sup>3</sup>Program Studi Agribisnis Pangan, Politeknik Negeri Lampung

<sup>4</sup>Program Studi Perjalanan Wisata, Politeknik Negeri Lampung

\*E-mail : okiarifin@polinela.ac.id

### **ABSTRACT**

*Sungai Langka is one of the cocoa-producing villages in Gedong Tataan District, Pesawaran Regency, Lampung Province. Rare River is designated as one of the cocoa-producing villages because it has many cocoa farmer groups. One of the farmer groups in Sungai Langka Village is the Mahesa Jaya, a farmer group. Sungai Langka is one of the tourist destinations in the Pesawaran district. Defined as a tourist village, of course, the Langka River has various supporting objects, including beautiful nature, friendly residents, cool air, unspoiled rice fields, and natural scenery. The developments in the field of information and communication technology at this time directly have a positive impact on various fields of life in society, one of which is the use of web-based media as a medium for disseminating information and communication. Cocoa farmer groups in Mahesa Jaya need to have the right media and gain additional knowledge and skills to improve their current skills, especially in the utilization and use of web-based digital media as a medium for the promotion and marketing of cocoa villages. Thus, in this community service activity, it is necessary to provide training, namely "Website Management as a Media Information and Promotion of Cocoa Village in Sungai Langka". Through this training activity, it is hoped that it can improve the understanding and skills of participants regarding website management and digital marketing of cocoa village.*

**Keywords:** Sungai Langka, Mahesa Jaya, Cocoa Village, Website, Digital Marketing

Disubmit : 25 Oktober 2022

Diterima: 12 November 2022

Disetujui : 25 Maret 2023

## **1. PENDAHULUAN**

### **1.1 Analisis Situasi**

Sungai Langka merupakan salah satu desa penghasil kakao yang ada di Kecamatan Gedong Tataan, Kabupaten Pesawaran, Provinsi Lampung. Sungai langka ditetapkan sebagai salah satu desa penghasil kakao karena banyak memiliki kelompok tani kakao. Salah satu kelompok tani yang ada di Desa Sungai Langka adalah kelompok tani Mahesa Jaya. Kelompok Tani ini beranggotakan sekitar 25 petani kakao. Sungai Langka memiliki luas daerah sekitar 900 Ha dan 573 Ha (63%) diantaranya berupa perkebunan milik rakyat yang didominasi oleh tanaman kakao. Keadaan alam desa Sungai Langka termasuk di kaki gunung betung, keadaan tanah sangat subur, jenis tanah latosol, ketinggian tanah dari permukaan laut 400 m kemiringan tanah adalah 10% sampai dengan 20% dan bentuk tanah

pegunungan serta lereng-lereng. Menurut Wajri dan Tamrin (2017), desa Sungai Langka memiliki 1501 KK yang tersebar di 10 dusun. Pekerjaan penduduknya mayoritas sebagai petani khususnya petani kakao (78%).

Sungai Langka merupakan salah satu kawasan tujuan wisata di kabupaten pesawaran. Ditetapkan sebagai desa wisata tentu saja sungai langka memiliki berbagai objek penunjang antara lain, alamnya yang indah, warganya yang ramah, udaranya yang sejuk, hamparan sawah yang masih utuh serta pemandangan alam. Dengan kondisi demikian, maka kampung sungai langka telah menjadi dan merupakan jalur perjalanan satu paket wisata yang mudah dikunjungi dalam waktu singkat diantara berbagai objek wisata yang ada di kabupaten pesawaran. Analisis survei awal di desa sungai langka kampung kakao Gambar 1.



Gambar 1. Survei Lokasi PKM

Adanya perkembangan pada bidang teknologi informasi dan komunikasi saat ini secara langsung memberikan dampak yang positif dalam berbagai bidang kehidupan di masyarakat, salah satunya adalah pemanfaatan media berbasis web sebagai media penyebaran informasi dan komunikasi. Digital marketing atau pemasaran digital merupakan kegiatan pemasaran termasuk *branding* dengan menerapkan teknologi secara digital berbasis web (Febriyantoro and Arisandi, 2018). Selain itu, media berbasis web juga berperan penting sebagai media untuk menjalankan proses promosi dan transaksi jarak jauh karena jaringan internet memiliki jangkauan yang sangat luas, yang tidak terkendala oleh hambatan jarak dan waktu.

Data hasil survei yang dilakukan oleh APJII (2017) menunjukkan bahwa tingkat perkembangan pengguna internet di Indonesia terus mengalami peningkatan dari waktu ke waktu, dan pada tahun 2017 jumlahnya telah mencapai 54,68 persen dari jumlah penduduk Indonesia yaitu sejumlah 143,26 juta pengguna dari total 262 juta penduduk Indonesia (Sutrisno dkk., 2019). Dari jumlah tersebut, sebanyak 79,07 persen pengguna internet merupakan masyarakat dari golongan usia produktif yaitu sebesar 49,52 persen berasal dari usia 19-34 tahun, dan sebesar 29,55 persen dari usia 35-54 tahun. Data penting lain yang juga didapatkan yaitu sebagian besar pengguna internet di Indonesia telah memanfaatkan internet untuk melakukan berbagai aktifitas penting di bidang ekonomi. Diantaranya yaitu untuk mencari harga produk (45,14%), mencari informasi membeli (37,82%), melakukan pembelian secara online (32,19%), dan melakukan penjualan secara online (16,83%).

Di era digital seperti sekarang ini, para pelaku usaha tentu saja harus memiliki keahlian dan keterampilan yang memadai dalam memanfaatkan berbagai media digital untuk kegiatan promosi dan

pemasaran, yang salah satunya adalah media berbasis web (Sutrisno dkk., 2019). Keberadaan website kampung kakao sebagai media informasi dan didukung dengan kemampuan dalam menggunakannya, diharapkan dapat memberikan informasi yang lengkap kepada masyarakat luas sehingga memudahkan kegiatan promosi atau informasi (Nugroho and Daniati, 2021).

Kelompok tani kakao di Mahesa Jaya perlu memiliki media yang tepat, dan mendapatkan tambahan ilmu pengetahuan dan keterampilan agar dapat meningkatkan keahlian (*skill*) yang mereka miliki saat ini, khususnya dalam pemanfaatan dan penggunaan media digital berbasis web sebagai media promosi dan pemasaran bagi usahanya. Dengan dikembangkannya media promosi digital berbasis web serta diberikannya tambahan ilmu pengetahuan dan keterampilan tentang hal tersebut, Kelompok tani kakao di Mahesa Jaya diharapkan dapat menggunakan media digital berbasis web untuk melakukan promosi dengan lebih baik, dan dapat memperluas jangkauan pemasaran bagi produk-produknya.

Berdasarkan kondisi yang ada saat ini, kelompok tani kakao di Mahesa Jaya belum memiliki media promosi dan pemasaran yang memadai dan masih melakukan kegiatan ini secara konvensional. Oleh karena itu dipandang perlu untuk mengembangkan dan memberikan pelatihan tentang bagaimana menggunakan media promosi yang efektif, yang diwujudkan dalam bentuk sebuah *platform* pasar digital berbasis web.

## **1.2 Tujuan**

- 1) Memberikan pengetahuan dan keterampilan dalam pengelolaan website
- 2) Memberikan pengetahuan dan keterampilan pemanfaatan website dalam memasarkan produk
- 3) Menyediakan tenaga terlatih yang memiliki kompetensi dalam mengelola website.

## **2. MASALAH**

Berdasarkan analisis situasi dapat diidentifikasi permasalahan mitra sebagai berikut:

1. Belum memiliki pengetahuan mengenai website.

Kurangnya pengetahuan kelompok tani kakao di sungai langka mengenai media yang tepat, untuk meningkatkan ilmu pengetahuan dan keterampilan agar dapat meningkatkan keahlian (*skill*) yang mereka miliki saat ini, khususnya dalam pemanfaatan dan penggunaan media digital berbasis web sebagai media promosi dan pemasaran bagi usahanya.

2. Belum memiliki kemampuan membuat dan mengelola website.

Kelompok tani kakao belum memiliki media promosi dan pemasaran yang memadai sehingga pemasaran hasil kelompok tani kakao masih dilakukan secara konvensional.

3. Belum memiliki kemampuan mempromosikan menggunakan media sosial secara efektif.

Kelompok tani Mahesa Jaya belum dapat menggunakan perkembangan teknologi khususnya internet yang tersedia sebagai fasilitas untuk meningkatkan pemasaran hasil kakao secara global dalam media sosial.

4. Belum memiliki tenaga pelatih untuk memberikan pengetahuan mengenai pengelolaan website.

Kurangnya pengetahuan dan keterampilan kelompok tani kakao dalam menggunakan media digital berbasis web untuk melakukan promosi dengan lebih baik, dan dapat memperluas jangkauan pemasaran bagi produk-produknya.

Berdasarkan informasi yang diperoleh terkait permasalahan mitra seperti yang diuraikan sebelumnya, tim pengabdian ingin membantu memberikan solusi terhadap permasalahan yang dihadapi mitra. Permasalahan yang dihadapi mitra pada kondisi yang ada saat ini, kelompok tani

kakao di sungai langka belum memiliki media promosi, pemasaran yang memadai dan masih melakukan kegiatan ini secara konvensional. Oleh karena itu dipandang perlu untuk mengembangkan dan memberikan pelatihan tentang bagaimana menggunakan media promosi yang efektif, yang diwujudkan dalam bentuk sebuah *platform* digital berbasis web.

Tim pengabdian mencoba menawarkan solusi kelompok tani kakao dengan memberikan pelatihan menggunakan media digital berbasis web untuk melakukan promosi dengan lebih baik, sehingga dapat memperluas jangkauan pemasaran bagi produk-produk yang dimiliki oleh kelompok tani kakao di sungai langka. Seiring dengan pergeseran era *offline* ke *online*, ditambah target pemasaran saat ini cenderung ke usia muda, maka sudah sewajarnya jika promosi dan pemasaran memanfaatkan internet dan media sosial. Promosi tersebut menjadi kunci untuk meningkatkan kunjungan wisatawan (Raharjana dan Putra, 2020).

### **3. METODE**

#### **3.1 Pelaksanaan Kegiatan**

Pelaksanaan kegiatan PKM di Desa Sungai Langka, Kec. Gedong Tataan, Kab. Pesawaran Prov. Lampung. Memberikan pelatihan dan peningkatan kemampuan menggunakan media digital berbasis web untuk melakukan promosi dengan lebih baik, sehingga dapat memperluas jangkauan pemasaran bagi produk-produk yang dimiliki oleh kelompok tani kakao Mahesa jaya di desa Sungai langka. Selain itu, memberikan pelatihan dan peningkatan kemampuan pada seluruh anggota kelompok tani kakao Mahesa jaya dalam penggunaan media sosial untuk dapat memasarkan produknya secara cepat dan bisa dilakukan setiap saat dengan jangkauan global.

Pelaksanaan pengabdian masyarakat ini dilakukan dengan metode *kaji tindak partisipatif*, yaitu dengan melakukan identifikasi dan analisis situasi tentang permasalahan yang dihadapi mitra, selanjutnya memberikan solusi berupa pelatihan, pendampingan, dan pembuatan website yang melibatkan mitra. Tahapan pelaksanaan metode pengabdian masyarakat adalah sebagai berikut : 1) Identifikasi dan persiapan kebutuhan pengabdian masyarakat, 2) Pemenuhan kebutuhan pengabdian masyarakat, 3) Pelatihan pembuatan website, 4) Dokumentasi dan pelaporan.

#### **3.2 Sasaran Kegiatan PKM**

Sasaran pada kegiatan pengabdian masyarakat ini yang dijadikan sebagai mitra adalah seluruh anggota kelompok tani kakao Mahesa jaya di Sungai langka. Untuk mendukung kegiatan dapat berjalan dengan lancar, diantaranya: (1) Media pelengkapan presentasi untuk pelatihan sangat memadai, sumber listrik, LCD dan pendukung lainnya sangat baik; (2) Peserta kegiatan dalam hal ini para anggota kelompok tani kakao Mahesa jaya diharapkan antusias mengikuti kegiatan pelatihan; (3) Dukungan pihak pimpinan daerah memberikan motivasi tersendiri dalam menyukseskan acara pelatihan.

#### **3.3 Evaluasi Kegiatan**

Untuk mencapai target tujuan dari pelatihan ini, maka pada evaluasi kegiatan peserta pelatihan melalui tiga tahapan yaitu pada saat awal kegiatan, proses pembuatan dan akhir kegiatan. Evaluasi awal kegiatan dilakukan untuk memperoleh gambaran awal tentang pemahaman kelompok tani kakao Mahesa jaya petani tentang pemanfaatan website dalam memasarkan produk dan memperkenalkan produk kepada masyarakat pada umumnya. Selanjutnya dilakukan pada saat proses pembuatan untuk mengetahui tentang pemahaman serta keterampilan petani mitra dalam demonstrasi dan praktik

membuat dan menambah halaman baru pada web. Evaluasi akhir perlu dilakukan untuk mengetahui sejauh mana kegiatan yang dilaksanakan dapat mengatasi permasalahan kelompok tani kakao mahesa jaya pada pengelolaan website pemasaran digital untuk seluruh produknya.

#### **4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

##### **4.1 Persiapan Kegiatan**

Persiapan kegiatan yang dilakukan yaitu pertemuan antara tim Pengabdian kepada masyarakat (PKM) dengan Penyuluh Pertanian Lapangan (PPL) dan kelompok tani desa Sungai Langka. Kegiatan ini dilaksanakan pada hari Sabtu, tanggal 16 Juli 2022 di Balai Desa Sungai Langka Kec. Gedong Tataan, Kabupaten Pesawaran, Lampung. Kegiatan ini diawali dengan pembukaan yang dihadiri oleh tim PKM Polinela, Perwakilan Perhaptani Kab. Pesawaran dan kelompok tani di desa Sungai Langka. Peserta yang hadir pada kegiatan ini sekitar 23 orang perwakilan kelompok tani dari desa Sungai Langka. Berikut suasana peserta yang mengikuti diskusi awal yang disajikan pada Gambar 2.



Gambar 2. Suasana Diskusi Kegiatan PKM

Para petani secara bergantian menyampaikan keluhan atau masalah yang terjadi di lapangan agar kegiatan PKM yang sudah direncanakan sesuai yang diharapkan para petani untuk mempromosikan kampung kakao di kabupaten Pesawaran. Sungai Langka merupakan desa sebagai *pilot project* pengembangan kampung kakao yang telah disusun oleh Pemerintah Daerah Kabupaten Pesawaran. Pada akhir kegiatan disepakati untuk kegiatan PKM selanjutnya yaitu dengan melaksanakan *Training Of Trainer* (TOT) yang akan dilaksanakan di kampus Politeknik Negeri Lampung (Polinela).

##### **4.2 Pelaksanaan Kegiatan**

Kegiatan PKM yang sudah sepakati sebelumnya adalah akan dilaksanakan TOT yang berlokasi di Gedung Ex. Perpustakaan Polinela di Jl. Soekarno Hatta No.10, Rajabasa Raya, Kec. Rajabasa, Kota Bandar Lampung, Lampung. Tujuan TOT agar peserta mendapatkan pengetahuan dan *skill* dalam bidang IT. Harapannya peserta bisa mengimplementasikan hasil latihannya dalam mempromosikan kampung kakao. Kegiatan ini di hadiri oleh kelompok tani Desa Sungai Langka dan Wiyono, Perhaptani, Perwakilan Pemda Pesawaran, dan direksi Polinela. Peserta TOT terdiri dari 20 orang perwakilan kelompok tani dan 3 PPL. Pelaksanaan kegiatan ini pada hari Sabtu, tanggal 6 Agustus 2022 yang disajikan pada Gambar 3.



Gambar 3. Suasana Peserta TOT di Ruang Ex. Perpus Polinela

Materi yang diberikan tim PKM meliputi pengetahuan dan keterampilan pengelolaan website, *digital marketing* kampung kakao, dan promosi kampung kakao dalam dunia digital menggunakan *smartphone* melalui media sosial. Pemberian materi dilakukan melalui ceramah dan diskusi tatap muka antara tim pelaksana dengan peserta TOT. Pemateri dalam kegiatan ini disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Tim Pemateri

No	Nama	Materi
1	Oki Arifin, S.Kom., M.Cs.	Memberi materi tentang pengelolaan website
2	Dewi Kania Widyawati, S.Kom., M.Kom.	Memberi materi tentang pengelolaan website
3	Annisa Fitri, S.P., M.Si.	Memberi materi tentang <i>digital marketing</i> kampung kakao
4	Enggar Dwi Cahyo, S.Par., M.Arch.	Memberi materi tentang promosi kampung kakao dalam dunia digital menggunakan <i>smartphone</i> melalui media sosial

Kegiatan pelaksanaan pemberian materi dilakukan secara interaktif, peserta dipersilahkan untuk bertanya jika kurang memahami materi yang disampaikan. Kegiatan penyampaian materi pelatihan pengelolaan website dan digital marketing untuk media promosi kampung kakao yang ditunjukkan pada Gambar 4.





Gambar 4. Kegiatan Pelatihan Pengelolaan Website dan *Digital Marketing*

Kegiatan dilanjutkan dengan pemberian materi penyuluhan yaitu tentang promosi kampung kakao dalam dunia *digital* menggunakan *smartphone* melalui media sosial. Saat pelaksanaan TOT peserta menyimak dan aktif mengajukan pertanyaan mengenai materi yang diberikan yang ditunjukkan pada Gambar 5.



Gambar 5. Kegiatan Pelatihan Promosi Kampung Kakao

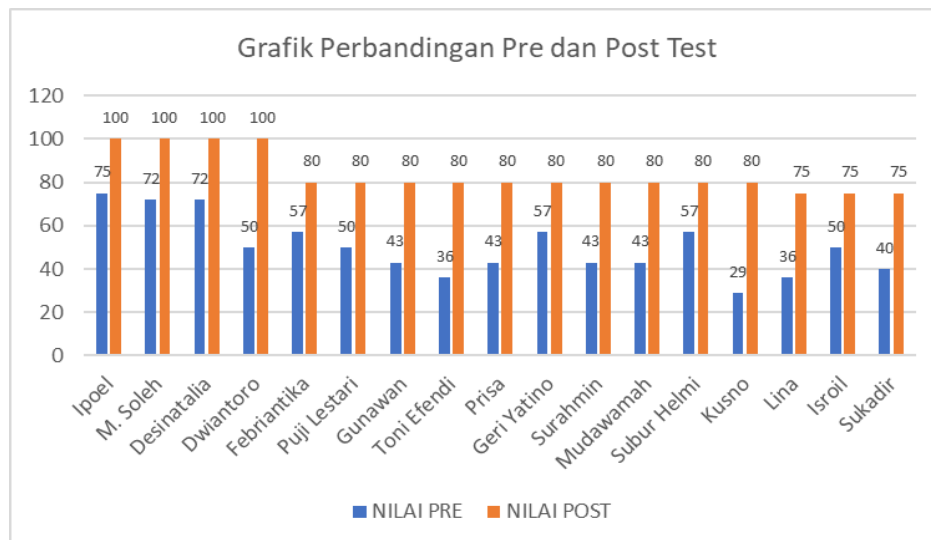
#### 4.3 Evaluasi Kegiatan

Dari seluruh rangkaian kegiatan pelaksanaan pelatihan TOT dilakukan akan di lanjutkan turun lapang, monitoring dan evaluasi kegiatan PKM. Pada turun lapang dan monitoring untuk mengetahui pengetahuan dan pemahaman peserta dalam implementasi dari materi yang sudah didapat ketika TOT. Kegiatan ini dilaksanakan pada hari Sabtu, tanggal 17 September 2022 di kantor kelurahan balai Desa Wiyono Kec. Gedong Tataan, Kabupaten Pesawaran, Lampung. Evaluasi awal dilakukan sebelum pemberian materi pelatihan dalam bentuk ceramah, sedangkan evaluasi akhir dilakukan setelah sesi evaluasi praktik mandiri (sesi terakhir). Berikut ini adalah kegiatan dalam proses turun lapang dan monitoring kegiatan disajikan pada Gambar 6.



Gambar 6. Proses Evaluasi dan Turun Lapang

Berdasarkan pelaksanaan kegiatan diperoleh hasil evaluasi awal dan akhir yang telah dilakukan peserta, rekapitulasi hasil evaluasi disajikan pada Gambar 7.



Gambar 7. Grafik Perbandingan Nilai *Pre* dan *Post Test*

Pada Gambar 7, terlihat bahwa nilai rata-rata skor evaluasi awal dan akhir peserta pelatihan adalah sebesar 50.18 dan 83.82. Jika ditinjau dari peningkatan skor tersebut, terlihat bahwa terjadi peningkatan skor sebesar 33.65. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan pelatihan ada peningkatan pengetahuan dan materi kegiatan pelatihan mampu diserap baik oleh peserta.

## 5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah dilakukan, kegiatan pelatihan pengabdian masyarakat tersebut dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

- 1) Hasil pelatihan pembuatan website kampung kakao masih perlu dilengkapi lagi agar lebih sempurna dan masih dalam bentuk *prototyping*.
- 2) Peserta mendapatkan pengetahuan dan keterampilan tentang pembuatan website dalam memasarkan produk dan memperkenalkan produk kepada masyarakat pada umumnya.
- 3) Kelompok tani Mahesa jaya dapat memiliki tenaga terlatih yang memiliki kompetensi dalam mengelola website.



## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Unit Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (UPPM) Politeknik Negeri Lampung yang telah memberikan dana DIPA sehingga kegiatan pengabdian masyarakat bisa terlaksana dengan baik dan lancar. Penulis juga tidak lupa mengucapkan terima kasih banyak kepada perangkat desa Sungai Langka yang telah membantu kelancaran dalam kegiatan pengabdian masyarakat.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Febriyantoro, M. T. and Arisandi, D. (2018) 'Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean', *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 1(2), pp. 61–76. doi: 10.26533/jmd.v1i2.175.
- Nugroho, A. and Daniati, E. (2021) 'Pelatihan Penggunaan Website sebagai Media Informasi Profil Desa', *Kontribusi*, 2(1), pp. 9–16. Available at: <https://jurnal.ciptamediaharmoni.id/index.php/kontribusi/>.
- Raharjana, D. T. and Putra, H. S. A. (2020) 'Penguatan SDM dalam e-Marketing untuk Promosi Desa Wisata di Kabupaten Malang', *Jurnal Nasional Pariwisata*, 12(2), p. 140. doi: 10.22146/jnp.60403.
- Sutrisno, A. A., Samodra, J. and Pahlevi, A. S. (2019) 'Kampung Entrepreneur Berbasis Web Sebagai Media Promosi Bagi Umkm', *Jurnal KARINOV*, 2(3), p. 171. doi: 10.17977/um045v2i3p171-176.
- Wajri and Tamrin (2017) 'Perbaikan Proses Pengeringan Kakao di Desa Sungai Langka Kecamatan Gedung Tataan Kabupaten Pesawaran', *SAKAI SAMBAYAN (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 1(1), pp. 29–34.