

## Pelatihan Kewirausahaan dan Pemasaran Digital Hasil Pertanian di Desa Citorek Timur

Diterima: 15 Juli 2022

Direview: 25 Juli 2022

Disetujui: 20 Agustus 2022

**\*Yoga Budi Bhakti<sup>1</sup>, Irnin Agustina Dwi Astuti<sup>1</sup>, Syahid<sup>2</sup>**  
Program Studi Pendidikan Fisika, Universitas Indraprasta PGRI<sup>1</sup>  
Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Indraprasta PGRI<sup>2</sup>

Email: [bhaktiyoga.budi@gmail.com](mailto:bhaktiyoga.budi@gmail.com) \*

### ABSTRAK

Hasil pertanian yang melimpah yang terdapat di desa Citorek Timur belum bisa mendistribusikan untuk dijadikan usaha dengan baik. Masyarakat masih melakukan kegiatan berwirausaha secara manual yaitu hanya menjualkan hasil panen atau produk buatan sendiri dari rumah atau di pasar. Pemahaman masyarakat mengenai proses pemasaran juga masih rendah. Tujuan kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah untuk memberikan pengetahuan dan wawasan kepada masyarakat desa Citorek Timur dalam memahami bisnis usaha dan pemasaran digital dengan baik. Peserta kegiatan merupakan masyarakat desa Citorek Timur dengan jumlah peserta 20 orang. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini meliputi wawancara, sosialisasi, dan pelatihan. Pengambilan data dilakukan dengan menyebarkan angket/kuesioner kegiatan. Kegiatan ini menambah pengetahuan masyarakat desa Citorek Timur tentang modal berbisnis dan peluang pemasaran secara digital dengan peningkatan sebesar 33 %. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat di desa Citorek Timur berjalan dengan baik sesuai dengan hasil kuisioner umpan balik tingkat kepuasan mitra dalam pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat yang mengatakan bahwa mitra menanggapi respon positif (93 %) dengan kegiatan pengabdian ini.

**Kata kunci :** kewirausahaan, pemasaran digital, hasil pertanian

### ABSTRACT

*The abundant agricultural products found in East Citorek village have not been able to distribute to be used as a business properly. People still carry out entrepreneurship activities manually, namely only selling their own harvests or products from home or in the market. Public understanding of the marketing process is also still low. The purpose of this community service activity is to provide knowledge and knowledge to the people of East Citorek village in understanding business and digital marketing well. The participants of the activity were the people of East Citorek village with a total of 20 orang participants. The methods used in this activity include interviews, socialization, and training. Data collection is carried out by distributing questionnaires / activity questionnaires. This activity increased the knowledge of the people of Citorek Timur village about business capital and digital marketing opportunities with an increase of 33%. Community service activities in Citorek Timur village went well in accordance with the results of the questionnaire feedback on the level of partner satisfaction in the implementation of community service which said that partners responded positively (93%) with this service activity.*

**Keywords:** entrepreneurship, digital marketing, agricultural products

---

## PENDAHULUAN

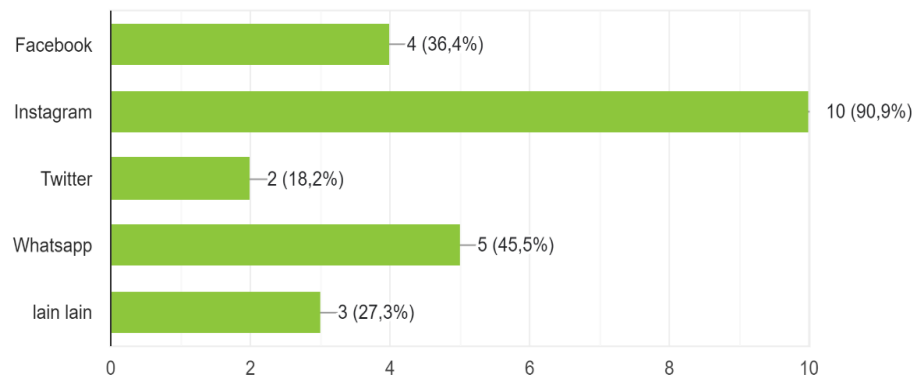
Desa Citorek Timur merupakan salah satu desa yang berada di Kecamatan Cibeber Kabupaten Lebak. Desa Citorek Timur yang memiliki luas 400,9641 km<sup>2</sup> dan didiami oleh 2.156 jiwa penduduk dengan kepala keluarga 436 KK (Muhlisin, Ulumi, & Humaeni, 2017). Mata pencarian penduduk Desa Citorek Timur mayoritas dibidang pertanian. Hasil bumi di desa Citorek mayoritas berupa padi dan sayuran. Daerah yang luas dan sumber daya alam tersedia merupakan potensi untuk dikembangkan dalam pembangunan dan ekonomi masyarakat (Akbar et al, 2021).

Di Desa Citorek Timur terdapat perkumpulan remaja yang diberi nama Citorek Millennial Farm (CMF). Aktivitas mereka selama ini membantu serta mendampingi petani dalam hal penanaman dan pengelolaan dalam bidang pertanian, serta pemasaran. Dalam hal pemasaran hasil pertanian yang ada di Citorek Timur masih manual, yaitu hasil panen hanya diperjualbelikan di pasar saja. Masyarakat lebih mengutamakan hasil panen hanya untuk konsumsi makan sehari-hari dan sisanya baru dijual.

Hasil panen yang ada di Citorek Timur sebagian besar adalah padi. Sayur-sayuran yang ditanam di lahan sangat sedikit, karena lahan yang digunakan difokuskan untuk lahan pertanian padi. Hasil panen padi memiliki kualitas padi yang baik seperti beras merah, beras hitam, dan beras biasa. Jenis padi yang ditanam di Citorek Timur memiliki jenis pare gede (padi besar) baik dalam padi biasa maupun padi ketan.

Masalah pertanian di Indonesia mayoritas terkait dengan kesejahteraan kondisi para petani, hal ini pun juga terjadi di Desa Citorek Timur Kabupaten Lebak Propinsi Banten. Indonesia merupakan Negara agraris ternasar di dunia dengan menghasilkan hasil pertanian yang sangat melimpah. Namun, harga jual pertanian saat musim panen selalu jatuh, selalu di bawah harga pasar. Hal ini berdampak pada kesejahteraan petani dan tidak pernah dapat untung dari hasil pertanian.

Berdasarkan survey awal dan observasi diperoleh data bahwa 81,8 % masyarakat memiliki usaha namun masih belum stabil. Penggunaan teknologi dalam memasarkan usahanya belum dilakukan secara maksimal. Hal ini terbukti bahwa media sosial sudah banyak digunakan masyarakat tetapi belum digunakan secara khusus untuk kepentingan usaha. Penggunaan media sosial masyarakat dapat dilihat pada gambar 1.



Gambar 1. Penggunaan media sosial

Dalam perkembangan teknologi dan informasi serta dalam era revolusi industry 4.0 saat ini, teknologi memegang peranan penting dalam segala aspek termasuk dalam bidang pemasaran yang dilakukan secara digital. Hal ini sangat tepat diimplementasikan dalam mendukung UMKM masyarakat di pedesaan (Hadi & Khairi, 2020). Esensi dari Revolusi Industri 4.0 sendiri adalah penerapan teknologi pada seluruh bidang, salah satunya penerapan di bidang pertanian (Yuantari & Kurniadi, 2016). Selain itu, para pelaku bisnis di bidang pertanian harus dapat mengimplementasikan teknologi ini pada usahanya (Utami, 2020). Apabila mereka tidak menerapkan serta tidak mengikuti perkembangan teknologi, maka usaha yang mereka lakukan akan mengalami kemunduran bahkan kebangkrutan karena kalah bersaing.

Oleh karena itu, masyarakat desa Citorek Timur harus dapat mengadaptasi teknologi dalam kegiatan UMKM yang mereka lakukan saat ini. Berdasarkan hasil observasi sebagian besar pelaku usaha di desa citorek timur memiliki Smartphone, namun belum dioptimalkan penggunaannya untuk melakukan usaha secara digital atau digital marketing. Hal ini karena mereka belum memahami bagaimana pemasaran yang dilakukan secara digital.

Berdasarkan paparan di atas, maka dirasa perlu adanya in house training tentang memilih strategi kewirausahaan dan pemasaran secara digital atau digital marketing yang tepat sesuai perkembangan teknologi informasi di era industri 4.0 kepada pelaku usaha kelompok masyarakat desa Citorek Timur. Maka kegiatan ini diharapkan mampu meningkatkan pengetahuan, pemahaman serta motivasi kepada Masyarakat di Desa Citorek Timur untuk melakukan pemasaran produk usahanya secara digital sehingga dapat dikenal luas di luar desa.

## **METODE PELAKSANAAN**

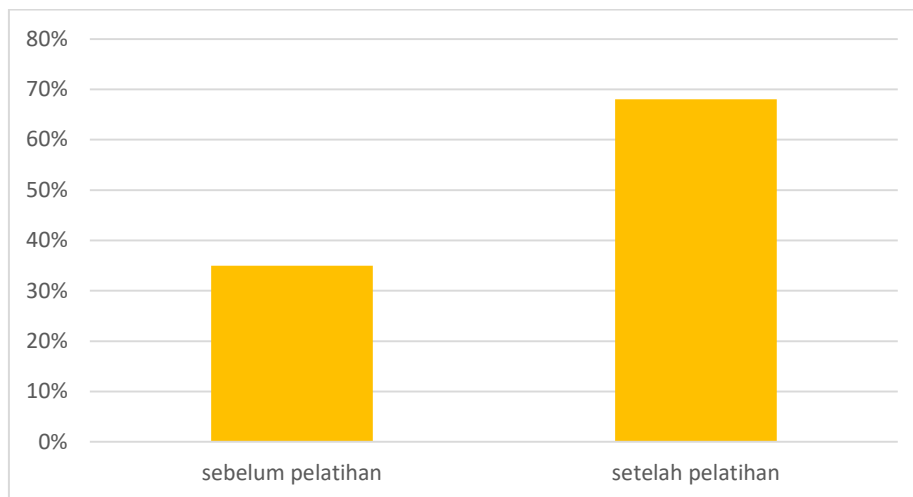
Metode yang digunakan dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat skema Program Kemitraan Masyarakat dilakukan dengan cara wawancara untuk menganalisis kebutuhan, Sosialisasi dan pelatihan dilaksanakan untuk menjawab permasalahan mitra agar mitra memiliki kemampuan dalam kewirausahaan dan pemasaran digital. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan pada bulan Juli – Agustus 2022. Teknik pengumpulan data yang digunakan menggunakan lembar angket yang diberikan secara online menggunakan google form diberikan ke peserta pelatihan sebelum dan setelah pelatihan. Pelaksanaan kegiatan ini dilakukan dalam tiga tahap, yaitu tahap persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi. Tahap pertama adalah tahap persiapan. Dalam tahap ini tim melakukan survei pendahuluan untuk mengetahui kondisi target kegiatan dengan menganalisis kondisi tempat yang akan digunakan, kondisi peserta yang akan diberikan pelatihan, dan menyusun rancangan kegiatan yang akan dilakukan. Tahap kedua yaitu tahap pelaksanaan. Tim melakukan sosialisasi dan pelatihan kewirausahaan dan pemasaran digital. Tahap ketiga adalah monitoring dan evaluasi. Evaluasi kegiatan ini dilakukan terhadap proses kegiatan. Evaluasi berkaitan selama kegiatan berlangsung dari tahap persiapan sampai tahap pelaksanaan, umpan balik dan respon dari mitra.

## **HASIL, PEMBAHASAN, DAN DAMPAK**

Universitas Indraprasta PGRI bekerja sama dengan Citorek Millennial Farm (CMF) dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) yang diselenggarakan di Aula Kantor Desa Citorek Timur pada hari Sabtu, 13 Agustus 2022. Adapun materi pelatihan kewirausahaan yang disampaikan yaitu tentang konsep-konsep penting dalam berwirausaha dan Pemasaran produk digital dengan mengundang Bapak Subhan Harie, M. Pd selaku narasumber. Kegiatan ini diawali sambutan oleh Yoga Budi Bhakti sebagai ketua tim Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM). Kegiatan ini juga melibatkan 2 mahasiswa Program Studi Pendidikan Fisika Universitas Indraprasta PGRI dalam pelaksanaannya yaitu Diana Devarainy dan Muhammad Rizky.

Sasaran dari kegiatan ini merupakan masyarakat Desa Citorek Timur dari kalangan muda sampai orang tua, baik yang memiliki usaha maupun yang belum memiliki usaha. Dengan tujuan masyarakat Desa Citorek Timur dapat menjadi calon wirausaha yang memiliki konsep *Modality of Entrepreneur*, tidak hanya sekedar berjualan namun juga memiliki tujuan





Gambar 3. Peningkatan kemampuan pemahaman mitra

Dengan adanya kegiatan pelatihan ini diharapkan masyarakat desa Citorek Timur dapat memahami pengetahuan dan pengalaman dalam mengelola usaha dan strategi pemasaran digital dengan baik. Sehingga nantinya pemasaran hasil pertanian dapat dipasarkan lebih luas lagi. Pemasaran digital tidak hanya memerlukan teknologi saja tetapi kreativitas dari pelaku usaha dalam bertindak (Herawati, Hutami, & Sari, 2019; Pradiani, 2017). Ide-ide pelaku usaha dari mulai memproduksi, packaging, label, dan pemasaran harus benar-benar terpikirkan dan terkonsep dengan baik.

Adanya pelatihan kewirausahaan bagi masyarakat dapat menambahkan pengetahuan masyarakat dalam mengelola usahanya. Pelatihan kewirausahaan adalah cara untuk memasarkan jiwa entrepreneurship (Isabella & Sanjaya, 2021; Farell, Thamrin, & Novid, 2019). Masyarakat yang pada awalnya hanya menjual usahanya secara konvensional sekarang bisa menjual usahanya dengan bantuan teknologi. Pengaruh perkembangan teknologi yang sudah pesat ini harus bisa mengubah pola usaha masyarakat menjadi lebih baik lagi. Pemasaran digital dengan bantuan teknologi 1) konsumen dan produsen terhubung langsung dalam jaringan tanpa bertemu langsung, 2) penjualan produk meningkat, 3) Konsumen dan produsen selalu terhubung tanpa mengenal batasan ruang dan waktu, 4) Menghasilkan keuntungan lebih besar daripada biaya iklan/promosi yang telah dikeluarkan, 5) menstabilkan harga produk yang dijual, 6) membantu pengusaha kecil dalam kegiatan perdagangan, 7) Meningkatkan kemampuan menguasai teknologi internet bagi pengusaha mikro, 8) Memudahkan pengusaha memasarkan merk produknya secara lebih luas (Fitriah, Purnama, & Asror, 2019; Intan, Revia, & Erwita, 2019).

## SIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Citorek berjalan dengan baik sesuai dengan hasil kuisioner umpan balik tingkat kepuasan mitra dalam pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat yang mengatakan bahwa mitra menanggapi respon positif (93 %) dengan kegiatan pengabdian ini. Kegiatan ini menambah pengetahuan masyarakat desa Citorek Timur tentang modal berbisnis dan peluang pemasaran secara digital dengan peningkatan sebesar 33 %. Saran dari kegiatan ini perlu difollow up untuk dilakukan pelatihan praktik langsung dalam manajemen kewirausahaan dan cara pemasaran dengan baik.

## UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Kementerian Pendidikan Kebudayaan, Riset, Dan Teknologi dan Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, Dan Teknologi yang telah memberikan pendanaan pada Pengabdian Pada Masyarakat (PPM) Tahun 2022 pada skema Program Kemitraan Masyarakat (PKM). Terimakasih juga kepada LLDIKTI Wilayah III dan LPPM Universitas Indraprasta PGRI yang telah memberikan support pada kegiatan PKM.

## DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, A., Indriani, A. I., Wulandari, R., Gifani, A. G., Salsabila, N., & Astuti, I. A. D. (2021). Pelatihan Water Purifier Dengan Metode Aerasi dan Filtrasi Menggunakan Saringan Pasir Cepat Sebagai Solusi Penjernihan Air Sumur di Desa Citorek Timur. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Radisi*, 1(2), 92-99.
- Farrell, G., Thamrin, T., & Novid, I. (2019). Pelatihan pemanfaatan digital marketing dalam pengembangan pemasaran dan kewirausahaan UKM pada Kota Sawahlunto. *Suluh Bendang: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 19(1), 42-47.
- Fitriana, L., Purnama, A. R., & Asror, M. (2019). Pelatihan Pemanfaatan Media Online Sebagai Sarana Pemasaran Pengrajin Sablon Di Desa Pogar Kecamatan Bangil Kabupaten Pasuruan. *e-Prosiding SNasTekS*, 1(1), 415-420.
- Hadi, A. S., & Khairi, A. (2020). Pemilihan Strategi Pemasaran di Era Digital pada Kelompok Ibu PKK Desa Gadingharjo. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 127-132.
- Herawati, J., Hutami, L. T. H., & Sari, P. P. (2019). Pelatihan Kewirausahaan Pembuatan dan Promosi Digital Marketing Batik Jenggolo. *Abdimas Dewantara*, 2(1), 1-7.

- Intan, T., Revia, B., & Erwita, A. (2019). Peningkatan daya saing produsen minuman herbal melalui pembuatan konten kreatif media sosial berbasis pemasaran e-marketing. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 3(2).
- Isabella, A. A., & Sanjaya, P. N. (2021). Pelatihan Kewirausahaan ‘Pengelolaan Keuangan Bisnis Online Shop Era Digital.’. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 15-21.
- Muhlisin, M., Ulumi, H. F. B., & Humaeni, A. (2017). Kebijakan Pemerintah Daerah Dalam Perlindungan Masyarakat Adat Di Provinsi Banten: Studi Kasus Masyarakat Adat Baduy Dan Citorek. *Jurnal Kebijakan Pembangunan Daerah*, 1(1), 27-44.
- Pradiani, T. (2017). Pengaruh sistem pemasaran digital marketing terhadap peningkatan volume penjualan hasil industri rumahan. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 11(2), 46-53.
- Utami, D. P. (2020). Pengenalan digital marketing dalam pemasaran produk pertanian untuk petani milenial Desa Wonotulus Kecamatan Purworejo Kabupaten Purworejo. *In Prosiding Seminar Nasional Pertanian* (Vol. 1, No. 1, pp. 25-32).
- Yuantari, M. C., & Kurniadi, A. (2016). Pemanfaatan Teknologi Informasi Untuk Meningkatkan Pemasaran Hasil Pertanian Di Desa Curut Kecamatan Penawangan Kabupaten Grobogan Jawa Tengah. *Techno. Com*, 15(1), 43-47.