

Pendampingan dan Pelatihan Komunikasi Pemasaran Digital Pada Kelompok Wanita Tani D'Shafa Kecamatan Duren Sawit, Jakarta Timur

Petronela Dakdakur¹, Mahasin Mu'ammarr², Melanie Nanda Thania³, Woro
Harkandi Kencana⁴, Meisyanti⁵, Yunita Sari⁶
Universitas Persada Indonesia Y.A.I^{1,2,3,4,5,6}

E-mail: petroneladakdakur@gmail.com¹, mahasin.m123@gmail.com²,
melaniendth@gmail.com³, woro.harkandi@gmail.com⁴,
meisyanti.classroom@gmail.com⁵, sari.nita.ys@gmail.com⁶

ABSTRAK

Kegiatan Pengabdian masyarakat ini bermitra dengan Kelompok Wanita Tani Perkotaan Dshafa. Kelompok ini mengelola lahan sempit untuk bertani berbasis *urban farming*. Pelatihan dan pendampingan dilakukan karena kurangnya pengetahuan Kelompok Wanita Tani (KWT) D'Shafa mengenai komunikasi pemasaran yang tepat dalam mempromosikan Kelompok Wanita Tani (KWT) D'Shafa dan hasil pengelolaan *urban farming*. Dalam kegiatan ini KWT dapat mengelola platform digital yang telah dibentuk. Dalam pemasaran dan pemesanan produk menggunakan Google Site. Pelatihan pembuatan konten dilakukan untuk meningkatkan kreativitas anggota dalam mempromosikan kegiatan dan produk menggunakan akun media sosial Instagram, Youtube, Facebook, hingga TikTok.

Kata kunci : Kelompok Wanita Tani, Pertanian Perkotaan, Pemasaran Digital

ABSTRACT

This community service activity is partnered with the Dshafa Urban Women Farmers Group. This group manages narrow land for urban farming based farming. The training and mentoring was carried out due to the lack of knowledge of the D'Shafa Women Farmer Group (KWT) regarding appropriate marketing communications in promoting the D'Shafa Women Farmer Group (KWT) and the results of urban farming management. In this activity KWT can manage the digital platform that has been formed. In marketing and ordering products using Google Site. Content creation training is conducted to increase the creativity of members in promoting activities and products using Instagram, Youtube, Facebook, and TikTok social media accounts.

Keyword : Women Farmers Group, Urban Farming, Digital Marketing

1. PENDAHULUAN

Berada dalam dunia yang teknologi informasi dan komunikasi sudah sangat berkembang tentunya sudah memengaruhi hampir semua aspek kehidupan di mana sekarang ini semua serba digital. Munculnya pandemi Covid-19 telah mengubah perekonomian dunia termasuk Indonesia menjadi negara yang juga mengalaminya (Sarip et al., 2020)

Pandemi Covid-19 yang menyerang dunia, membuat hampir semua orang mau tidak mau melakukan kegiatan dengan menggunakan bantuan media digital. Termasuk di dalamnya adalah usaha-usaha masyarakat yang belum terlalu besar perlu melakukan komunikasi pemasaran digital.

Dengan adanya digitalisasi sangat membantu baik dari sisi pemilik usaha tersebut maupun para konsumen dalam

mendapatkan informasi, menjual, ataupun membeli produk yang diinginkan. Kegiatan komunikasi yang dilakukan pun dapat berlangsung dengan cepat, dua arah, dan mudah. Produk-produk tersebut dapat dipasarkan dengan luas tanpa perlu terhalang keadaan geografis.

Pemasaran digital perlu dilakukan oleh para pemilik usaha di masa sekarang ini. Di mana pemasaran digital adalah kegiatan yang memanfaatkan teknologi digital untuk membangun komunikasi yang terintegrasi, memiliki tujuan terukur untuk mendapatkan dan dapat mempertahankan pelanggan yang juga dapat digunakan untuk membentuk keterikatan yang lebih dalam (Rumondang et al., 2020). Penggunaan komunikasi pemasaran digital untuk dapat meningkatkan komunikasi dengan pelanggan, penjualan dan untuk menciptakan kesadaran (Sudiwijaya & Ambardi, 2021).

Kondisi pandemi Covid-19 yang membuat beberapa masyarakat mengalami kesulitan dan kehilangan pekerjaan, telah banyak melahirkan sejumlah komunitas dan usaha-usaha kecil dan menengah. Komunitas dan usaha-usaha tersebut tentu perlu melakukan komunikasi pemasaran digital untuk memperkenalkan komunitas atau usaha tersebut agar masyarakat luas dapat mengenali mereka. Oleh karena itu kemampuan dan pengetahuan mengenai komunikasi pemasaran digital diperlukan.

Seperti halnya dengan Kelompok Wanita Tani D'Shafa yang dalam menjalankan kegiatan dan usaha kecil menengah mereka membutuhkan komunikasi pemasaran digital. Kelompok Wanita Tani adalah kumpulan petani/peternak/pekebun yang dibentuk atas dasar kesamaan kepentingan; kesamaan kondisi lingkungan sosial, ekonomi, sumber daya; kesamaan komoditas; dan keakraban untuk meningkatkan serta mengembangkan

usaha anggota (Suwartana et al., 2021) Sedangkan Kelompok Wanita Tani (KWT) adalah wadah yang memberikan kesempatan bagi perempuan untuk ikut berpartisipasi dalam memajukan sektor pertanian.

Kelompok Wanita Tani (KWT) sudah lama ada, namun diketahui bahwa Kelompok Wanita Tani (KWT) memiliki permasalahan mendasar yaitu minimnya sumber daya manusia dan lemahnya organisasi tani dalam menghadapi modernisasi pertanian (Syarif, 2018).

Hal ini juga dialami oleh Kelompok Wanita Tani (KWT) D'Shafa, masih minimnya jumlah anggota KWT tersebut dan juga kurangnya pengetahuan Kelompok Wanita Tani (KWT) D'Shafa tentang komunikasi pemasaran dalam mempromosikan Kelompok Wanita Tani (KWT) D'Shafa dan hasil pengelolaan *urban farming* yang mereka lakukan. Kelompok Wanita Tani D'Shafa merupakan kelompok yang telah ada sejak tahun 2018. KWT D'Shafa diketuai oleh Haryati dan memiliki 10 anggota wanita di mana kesepuluh wanita tersebut adalah anggota aktif. Anggota kelompok KWT D'Shafa adalah ibu rumah tangga dengan status ekonomi menengah ke bawah. KWT D'Shafa berlokasi di Jalan Delima 5, Gg 4.No 59 RT.009 RW.005 Kelurahan Malaka Sari, Kecamatan Duren Sawit, Jakarta Timur. KWT D'Shafa menyediakan lahan hijau dan produktif di lingkungan Malaka Sari khususnya RW.005. Ketersediaan lahan di RW.005 digunakan oleh KWT D'Shafa dengan membentuk *urban farming*. Selain itu KWT D'Shafa juga menggunakan lahan sekitar masjid Baiturrahim untuk menjadi unit produksi kegiatan pertanian KWT D'Shafa.

Minimnya pengetahuan KWT D'Shafa mengenai komunikasi pemasaran perlu diatasi dengan adanya pendampingan dan pelatihan kepada KWT D'Shafa mengenai komunikasi pemasaran. Dalam hal ini karena berada di masa pandemi Covid-19 salah satu

komunikasi pemasaran yang dapat dilakukan adalah komunikasi pemasaran digital. Saat Tim Abdimas melakukan observasi dan wawancara dengan Ibu Haryati didapatkan hasil bahwa media yang digunakan sebagai komunikasi pemasaran digital adalah Whatsapp Business, Facebook, dan Instagram. Selain itu hasil *urban farming* juga dilakukan dengan pemasaran konvensional. Namun konten di media tersebut belum terorganisir dengan baik, masih menggunakan akun pribadi dari Ibu Haryati, dan masih banyak orang yang belum mengetahui KWT D'Shafa ini.

Oleh karena itu Tim PKM beserta dengan mahasiswa melakukan pendampingan dan pelatihan komunikasi pemasaran digital pada Kelompok Wanita Tani (KWT) D'Shafa. Adapun media komunikasi pemasaran digital yang digunakan dapat disesuaikan dengan fasilitas serta kemampuan penggunaannya untuk berinteraksi atau pertukaran informasi melalui platform yang telah tersedia di dunia digital saat ini. Salah satu contohnya dengan menggunakan Whatsap Business, Facebook, Instagram, dan Google sites. Dengan harapan Kelompok Wanita Tani (KWT) D'Shafa dapat meningkatkan hasil penjualan dari pengelolaan *urban farming* yang mereka lakukan, memperluas jangkauan pasar, dan nama Kelompok Wanita Tani (KWT) D'Shafa dapat dikenal di kalangan masyarakat luas.

2. PERMASALAHAN

Berdasarkan hasil observasi pada Kelompok Wanita Tani (KWT) D'Shafa diketahui bahwa permasalahan yang dialami adalah masih kurangnya pengetahuan Kelompok Wanita Tani (KWT) D'Shafa mengenai komunikasi pemasaran yang tepat dalam hal ini komunikasi pemasaran digital dalam mempromosikan Kelompok Wanita Tani

(KWT) D'Shafa dan hasil pengelolaan *urban farming*.

Adapun permasalahan ini juga dikarenakan minimnya jumlah anggota Kelompok Wanita Tani (KWT) D'Shafa di mana anggota Kelompok Wanita Tani (KWT) D'Shafa adalah ibu rumah tangga sehingga untuk pembuatan konten dan pengelolaan media digital agak sedikit mengalami kesulitan.

3. METODOLOGI

Metode yang dilakukan pada pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat ini adalah :

1. Observasi dan Wawancara

Observasi dilakukan oleh Tim PKM dengan mendatangi lokasi Kelompok Wanita Tani (KWT) D'Shafa, yang kemudian melakukan pengamatan terutama pada permasalahan yang terjadi pada Kelompok Wanita Tani (KWT) D'Shafa. Tim PKM juga melakukan wawancara kepada Ibu Haryati selaku ketua dan juga wawancara dengan anggota dari Kelompok Wanita Tani (KWT) D'Shafa.

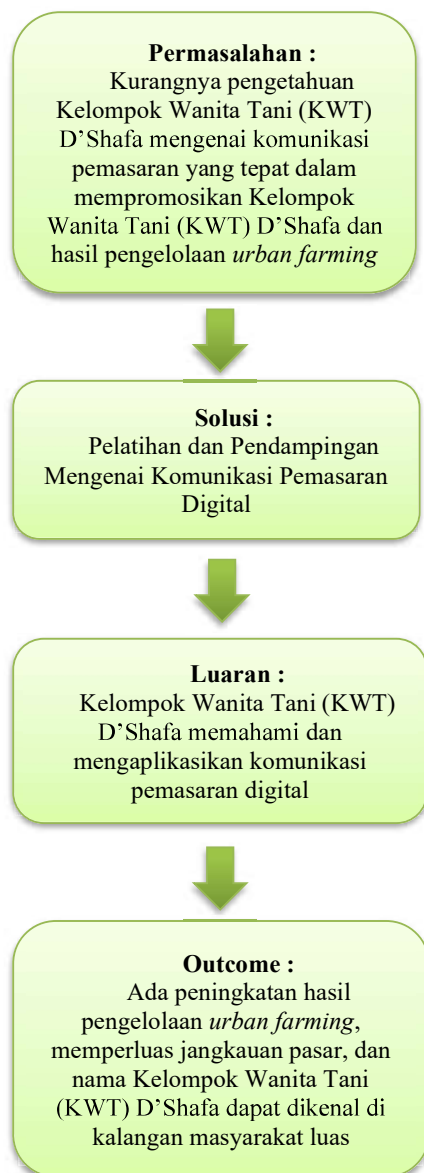
2. Pembuatan *Website* dan Akun Media Sosial

Tim PKM bersama mahasiswa membuat *website* dalam hal ini adalah Google Sites, dan juga membuat akun resmi dari Kelompok Wanita Tani (KWT) D'Shafa di media sosial Facebook, Instagram, TikTok, dan Youtube. Di mana media ini dapat mempromosikan Kelompok Wanita Tani (KWT) D'Shafa dan hasil dari *urban farming* yang dijalankan oleh Kelompok Wanita Tani (KWT) D'Shafa

3. Pendampingan dan Pelatihan

Selama kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini berlangsung, Tim PKM dan mahasiswa mendampingi Kelompok Wanita Tani (KWT) D'Shafa melalui komunikasi dengan Whatsapp ataupun diskusi

melalui Zoom. Sedangkan pelatihan dilakukan dengan melakukan workshop yang selanjutnya secara aplikatif menerapkan pada permasalahan Kelompok Wanita Tani (KWT) D'Shafa sehingga ada solusi yang tepat yang dapat diberikan.



Gambar 1. Tahapan Solusi untuk Mengatasi Permasalahan Pada Kelompok Wanita Tani (KWT) D'Shafa

Gambar di atas menjelaskan mengenai tahapan yang dilakukan oleh Tim PKM bersama dengan mahasiswa dalam mengatasi permasalahan Kelompok Wanita Tani (KWT) D'Shafa yaitu masih kurangnya pengetahuan Kelompok Wanita Tani (KWT) D'Shafa mengenai komunikasi pemasaran yang tepat dalam mempromosikan Kelompok Wanita Tani (KWT) D'Shafa dan hasil pengelolaan *urban farming*. Untuk mengatasi permasalahan tersebut Tim PKM memberikan solusi berupa pelatihan dan pendampingan mengenai komunikasi pemasaran digital, dengan luarnya adalah Kelompok Wanita Tani (KWT) D'Shafa memahami dan mengaplikasikan komunikasi pemasaran digital. Dari pendampingan dan pelatihan tersebut maka ada peningkatan hasil pengelolaan *urban farming*, memperluas jangkauan pasar, dan nama Kelompok Wanita Tani (KWT) D'Shafa dapat dikenal di kalangan masyarakat luas.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat ini dilaksanakan pada hari Selasa, 16 Agustus 2022, pukul 10-00-13.00 WIB, bertempat di rumah Ibu Haryati selaku ketua dari Kelompok Wanita Tani (KWT) D'Shafa. Adapun kegiatan ini diikuti oleh 10 anggota aktif Kelompok Wanita Tani (KWT) D'Shafa.

Sebelum memulai pada kegiatan pendampingan dan pelatihan komunikasi pemasaran digital, Kelompok Wanita Tani (KWT) D'Shafa diberikan materi mengenai manajemen usaha terlebih dahulu agar Kelompok Wanita Tani (KWT) D'Shafa dapat memaksimalkan hasil panen dan produk olahan menjadi nilai ekonomis dan produktif.

Selanjutnya kegiatan pendampingan dan pelatihan komunikasi pemasaran digital Kelompok Wanita Tani (KWT) D'Shafa diawali dengan pemberian materi oleh Ibu Yunita Sari,

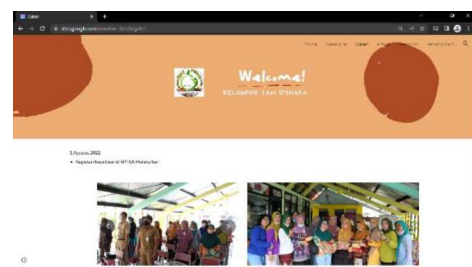
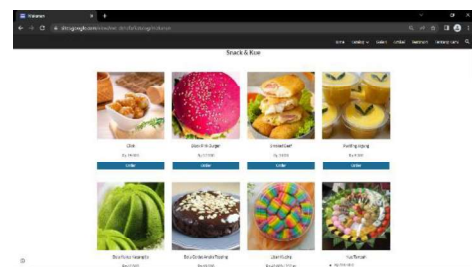
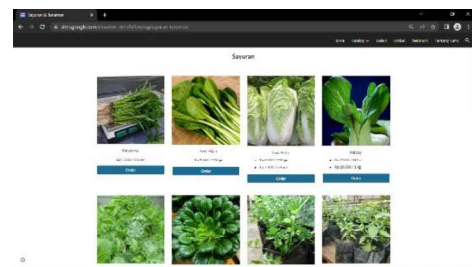
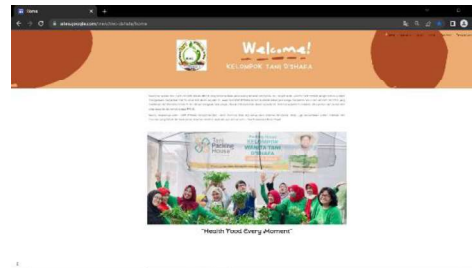
S.T., M.M.S.I. yang membahas mengenai penggunaan *website*, dan media sosial untuk pemasaran digital.



Gambar 2. Kegiatan Pendampingan dan Pelatihan Komunikasi Pemasaran Digital Kelompok Wanita Tani (KWT) D'Shafa

Di dalam pemberian materi tersebut dijelaskan mengenai cara menggunakan *website* yang telah dibuat oleh Tim PKM dan mahasiswa. Di mana *website* yang digunakan adalah *Google Sites*. Pemilihan *website* ini didasarkan dari kemudahan dalam penggunaannya bagi Kelompok Wanita Tani (KWT) D'Shafa. Pada *website Google Sites* tersebut terdapat fitur-fitur yang dapat digunakan oleh Kelompok Wanita Tani (KWT) D'Shafa dalam menjual hasil dari pengelolaan *urban farming* yang selama ini mereka lakukan. Selain itu juga

terdapat fitur mengenai foto dan artikel dari kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh Kelompok Wanita Tani (KWT) D'Shafa. *Google Sites* untuk Kelompok Wanita Tani (KWT) D'Shafa dapat diakses di <https://sites.google.com/view/kwt-dshafa>. Untuk memesan produk via *Google Sites*, akan langsung terhubung dengan *Whatsapp Business* milik Kelompok Wanita Tani (KWT) D'Shafa.

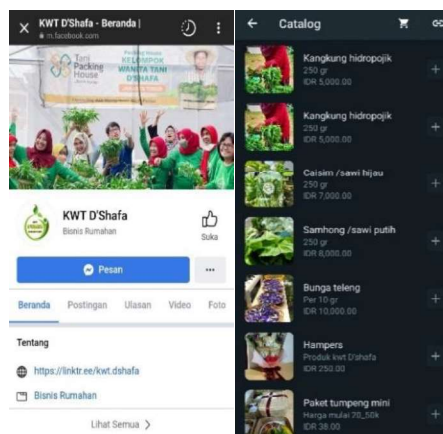


Gambar 3. Google Sites Kelompok Wanita Tani (KWT) D'Shafa

Gambar 4. Linktree, Instagram, Youtube, dan TikTik Kelompok Wanita Tani (KWT) D'Shafa
Gambar 5. Facebook dan Whatsapp

Tim PKM dan mahasiswa juga turut membuat *manual book* untuk dapat digunakan oleh Kelompok Wanita Tani (KWT) D'Shafa agar dapat mengoperasikan *Google Sites* yang sudah dibuat.

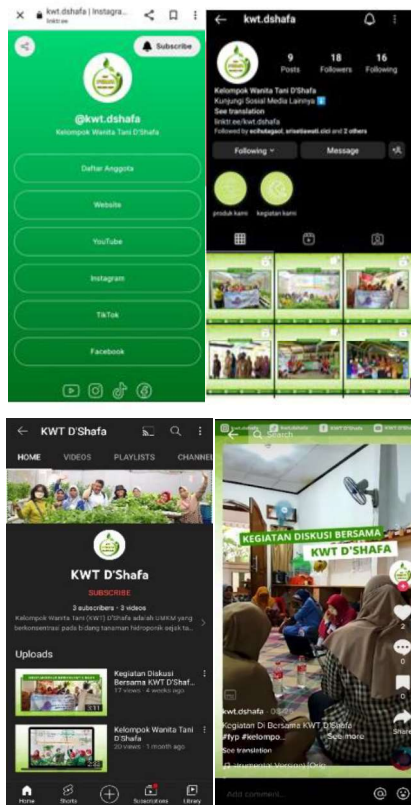
Media digital lainnya yang digunakan untuk komunikasi pemasaran Kelompok Wanita Tani (KWT) D'Shafa adalah media sosial seperti *Instagram, Youtube, TikTik, dan Whatsapp Business*. Di mana untuk mempermudah dalam menyebarkan akun Kelompok Wanita Tani (KWT) D'Shafa dibuat dalam satu *link* yaitu <https://linktr.ee/kwt.dshafa>. Dengan mengakses *link* ini, masyarakat bisa dengan mudah menuju media sosial yang dimiliki oleh Kelompok Wanita Tani (KWT) D'Shafa.



Business Kelompok Wanita Tani (KWT) D'Shafa

Adapun media digital ini berisi mengenai informasi kegiatan yang dilakukan oleh Kelompok Wanita Tani (KWT) D'Shafa dan khusus untuk *Whatsapp Business* dapat digunakan untuk memesan produk yang dihasilkan oleh Kelompok Wanita Tani (KWT) D'Shafa.

Kegiatan selanjutnya pendampingan dan pelatihan yang dilakukan oleh Tim PKM dan mahasiswa kepada anggota aktif Kelompok Wanita Tani D'Shafa terkait penggunaan media digital yang telah dipaparkan. Pada kegiatan ini Tim PKM dan mahasiswa juga menjelaskan bagaimana membuat konten kreatif yang dapat digunakan di media-media digital tersebut guna mempromosikan hasil olahan *urban farming* ataupun kegiatan dari Kelompok Wanita Tani (KWT) D'Shafa.





Gambar 6. Pendampingan dan Pelatihan Penggunaan Media Digital untuk Komunikasi Pemasaran Digital Kelompok Wanita Tani (KWT) D'Shafa

Diketahui bahwa setelah dilakukan kegiatan pendampingan dan pelatihan kepada Kelompok Wanita Tani (KWT) D'Shafa, pengetahuan mengenai komunikasi pemasaran digital dari masing-masing anggota bertambah dan tetap perlu dilakukan pendampingan kepada anggota Kelompok Wanita Tani (KWT) D'Shafa agar pelaksanaan komunikasi pemasaran digital ini dapat berjalan dengan baik dan efektif.

5. KESIMPULAN

Pendampingan dan pelatihan komunikasi pemasaran digital kepada Kelompok Wanita Tani Dshafa memudahkan KWT dalam melakukan pemasaran produk dan promosi kegiatan menggunakan platform digital. Komunikasi pemasaran digital dalam penjualan hasil panen dan produk olahannya menggunakan Google Site. Pelatihan pembuatan konten dilakukan untuk meningkatkan kreativitas anggota dalam mempromosikan kegiatan dan produk menggunakan akun media sosial Instagram, Youtube, Facebook, hingga TikTok. Saran pada kegiatan PKM ini diharapkan pendampingan dilakukan secara rutin pada KWT Dshafa. Terutama pada pengelolaan sosial media dalam penggunaan fitur-fitur terbaru di sosial media yang terus berkembang.

6. TERIMA KASIH

Tim PKM mengucapkan terima kasih kepada Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi atas dana hibah PKM ini di tahun 2022. Serta Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Persada Indonesia YAI yang telah mendukung PKM ini dari penerimaan hibah hingga akhir laporan.

DAFTAR PUSTAKA

- Rumondang, A., Sudirman, A., Sitorus, S., Kusuma, A. H. P., Manuhutu, M., Hasdiana, D., Sudarso, A., Simarmata, J., Tasnim, T., & Arif, N. F. (2020). *Pemasaran Digital dan Perilaku Konsumen*. Yayasan Kita Menulis.
- Sarip, S., Syarifudin, A., & Muaz, A. (2020). Dampak Covid-19 Terhadap Perekonomian Masyarakat Dan Pembangunan Desa. *Al-Mustashfa: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah*, 5(1), 10–20. <https://doi.org/10.24235/JM.V5I1.6732>
- Sudiwijaya, E., & Ambardi, K. (2021). Interaksi Organik pada Komunikasi Pemasaran Digital untuk Memicu Word of Mouth. *Komuniti: Jurnal Komunikasi Dan Teknologi Informasi*, 12(2), 108–123. <https://doi.org/10.23917/KOMUNITI.V12I2.12688>
- Suwartana, A. A. E., Sonani, N., & Rosiana, A. (2021). Kajian Ekonomi Usahatani Hortikultura The Economic Study Of

Horticulture Businesses In
Urban Farming Female Groups
In Bogor. *Mimbar Agribisnis:
Jurnal Pemikiran Masyarakat
Ilmiah Berwawasan Agribisnis*,
7(1), 424–436.

Syarif, A. (2018). Pemberdayaan
Perempuan Menghadapi
Modernisasi Pertanian Melalui
Kelompok Wanita Tani (KWT)
Pada Usahatani Sayuran Di
Kecamatan Bissapu Kabupaten
Bantaeng. *ZIRAA'AH MAJALAH
ILMIAH PERTANIAN*, 43(1),
77–84.

[https://doi.org/10.31602/ZMIP.V
43I1.1074](https://doi.org/10.31602/ZMIP.V43I1.1074)

Arrow123