



PENERAPAN DIGITAL MARKETING FROZEN VEGETABLES DI DIENG

**Mohamad Irhas Effendi¹, Muhamad Kundarto², Sri Dwi Ari Ambarwati³,
Windy Anindya Pamuji⁴**

^{1,2,3,4} Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta

E-mail address : m_irhaseffendi@upnyk.ac.id; mkundarto@upnyk.ac.id ;
dwiari.ambarwati@upnyk.ac.id ; windyanindya10@gmail.com

Abstract

The Dieng plateau is one of the regions in Indonesia where the majority of the people have a livelihood as farmers. The geographical location of Dieng in the highlands supports farmers in Dieng to grow many plants, especially vegetables. However, with limited knowledge of digital marketing technology, farmers in the Dieng plains still cannot optimize the sale of their agricultural products properly. This community service aims to develop skills and understanding of technology to encourage business success. PT Dieng Agro Mandiri is an industry engaged in, among others, the freezing of fruits and vegetables, the fruit and vegetable processing and preservation industry, an industry engaged in horticultural agriculture of root vegetables, leaf vegetables, fruits and other vegetables. There are problems such as low market awareness, lack of digital marketing strategies, and low human resource capacity in understanding technology. The solutions provided are marketing workshops, utilization of online marketing technology and training and assistance in digital-based marketing communications, training and assistance in digital-based advertising and promotion strategies and training and assistance in technology-related brainstorming.

Keywords: frozen vegetables; digital marketing; marketing

Abstrak

Datarang tinggi Dieng merupakan salah satu wilayah di Indonesia dengan mayoritas masyarakatnya memiliki mata pencaharian sebagai petani. Letak geografi Dieng yang berada di dataran tinggi mendukung para petani di Dieng untuk menanam banyak tumbuhan terutama sayur mayur. Namun dengan keterbatasan pengetahuan mengenai teknologi pemasaran digital, para petani di dataran dieng masih belum bisa mengoptimalkan penjualan hasil pertaniannya dengan baik. Pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk mengembangkan keterampilan dan pemahaman mengenai teknologi guna mendorong keberhasilan usaha. PT Dieng Agro Mandiri merupakan industri yang bergerak antara lain bidang pembekuan buah-buahan dan sayur, industry pengolahan dan pengawetan buah dan sayuran, industri yang bergerak di bidang pertanian hortikultura sayur umbi, sayur daun, buah dan sayuran lainnya. Terdapat permasalahan yaitu Kesadaran Pasar yang Rendah, Kurangnya Strategi Pemasaran Digital, dan rendahnya kapasitas SDM dalam

pemahaman teknologi. Solusi yang diberikan yaitu Workshop pemasaran, Pemanfaatan teknologi pemasaran online dan pelatihan dan pendampingan komunikasi pemasaran berbasis digital, Pelatihan dan pendampingan strategi iklan dan promosi berbasis digital dan pelatihan dan pendampingan brainstorming terkait teknologi.

Kata Kunci: sayuran beku; pemasaran digital; pemasaran

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara agraris, dimana sumber mata pencaharian utama masyarakatnya adalah di bidang pertanian. Hal ini dilatarbelakangi oleh letak geografis Indonesia yang berada di daerah tropis. Sehingga keadaan cuaca, tanah dan sumber daya lainnya di setiap daerah di Indonesia memiliki potensi yang tinggi untuk dapat mengembangkan sektor pertanian (Putri, 2017). Salah satu dataran tinggi di Indonesia yaitu Dieng memiliki kapasitas pertanian yang sangat besar dengan tersedianya lahan pertanian seluas kurang lebih 10.000 hektar (Sugandini, dkk, 2020). Di samping itu petani Dieng juga belum mampu untuk memasarkan hasil kebun mereka selain kentang, kapasitas pengelolaan jaringan pasokan sayuran dan hortikultura belum memadai. Kesulitan dalam pemasaran produk pertanian inilah yang menyebabkan petani tidak bisa memasarkan produknya dengan baik dan menyebabkan petani enggan untuk menanam komoditas lain selain kentang. Sehingga kondisi ekonominya tidak semakin membaik tetapi menurun.

Digital marketing memanfaatkan berbagai sarana digitalisasi, seperti media sosial, untuk memfasilitasi proses promosi dan pencarian pasar. Media sosial saat ini tidak hanya menghubungkan orang dengan perangkat, tetapi juga menghubungkan orang dengan orang lain di seluruh dunia. Digital marketing terdiri dari pemasaran interaktif dan pemasaran terpadu, yang dapat memudahkan interaksi antara produsen, perantara pasar, dan konsumen. Pemanfaatan teknologi informasi tidak hanya terfokus pada bidang administrasi yang ada di sebuah instansi, perusahaan, maupun organisasi (Hidayati, dkk 2020). Namun pemanfaatan teknologi informasi sudah merambah ke bidang digital marketing bagi para pelaku usaha. Hal ini disebabkan karena pemanfaatan teknologi informasi sebagai alat digital marketing memudahkan masyarakat dalam melakukan penyebaran promosi yang jangkauannya lebih luas dan memudahkan bagi para pelaku usaha dalam melakukan transaksi penjualan produk (Ispandiyyah & Hidayah, 2023)

PT Dieng Agro Mandiri merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang pertanian organik. PT Dieng Agro Mandiri mempunyai usaha bidang perdagangan dan pertanian sayur mayur. PT Dieng Agro Mandiri merupakan industri yang bergerak antara lain bidang pembekuan buah-buahan dan sayur,

industri pengolahan dan pengawetan buah dan sayuran, industri yang bergerak di bidang pertanian hortikultura sayur umbi, sayur daun, buah dan sayuran lainnya. Produk-produk yang dihasilkan PT Dieng Agro Mandiri dapat dipasarkan secara online, namun rendahnya pemahaman digital marketing oleh SDM PT Dieng Agro Mandiri yang menjadi hambatan bagi perusahaan.



Gambar 1. Bibit tanaman PT Dieng Agro Mandiri

METODE DAN PELAKSANAAN

Metode

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diawali dengan survey lapangan dan melakukan wawancara dengan mitra dan sebagai narasumber adalah direktur PT Dieng Agro Mandiri yaitu Slamet Rahman. Selanjutnya tim pengabdian dan koordinator UMKM merumuskan permasalahan yang timbul, yaitu permasalahan pada Kesadaran Pasar yang Rendah, Kurangnya Strategi Pemasaran Digital, dan Rendahnya kapasitas SDM dalam pemahaman teknologi. Solusi yang dilakukan yaitu:

1. Tim PbM memberikan workshop pemasaran dan pengetahuan teknis terkait, dalam workshop ini, berikan pemahaman tentang strategi pemasaran digital, penggunaan media sosial, analisis data, dan teknik pemasaran lainnya.
2. Tim PbM memberikan pelatihan dan workshop terkait strategi pemasaran digital.

Pelaksanaan Kegiatan

Program pengabdian masyarakat ini dilakukan di PT Dieng Agro Mandiri dengan peserta yaitu masyarakat dieng dan pegawai PT Dieng Agro Mandiri. Adapun untuk beberapa kegiatan yang telah dilakukan sebagai berikut:

1. Workshop Pemasaran Digital

Pada kegiatan ini, tim pengabdian memberikan pelatihan dan workshop kepada para pegawai PT Dieng Agro Mandiri yang dihadiri oleh 15 peserta. Materi yang disampaikan mencakup pengenalan strategi pemasaran digital, penggunaan media sosial sebagai alat promosi, dan pembuatan konten yang menarik untuk meningkatkan jangkauan pasar. Peserta diberikan pemahaman mengenai pentingnya pemasaran digital dalam pengembangan bisnis mereka. Pada akhir workshop, peserta telah mampu membuat akun media sosial untuk bisnis mereka serta mulai menyusun konten dasar yang menarik untuk promosi produk secara online.

2. Workshop Analisis Data dan Teknik Pemasaran Lanjutan

Kegiatan kedua dilaksanakan pada tanggal 28 Agustus 2024, di Aula Pertemuan PT Dieng Agro Mandiri. Kegiatan ini merupakan kelanjutan dari workshop pertama, dengan fokus pada Analisis Data Pasar dan Teknik Pemasaran Lanjutan. Dalam sesi ini, peserta diberikan materi mengenai cara menganalisis data pasar dan konsumen, serta bagaimana memanfaatkan data tersebut untuk mengoptimalkan strategi pemasaran. Mereka juga diperkenalkan dengan teknik pemasaran digital yang lebih kompleks seperti penggunaan iklan berbayar di media sosial (Facebook Ads, Instagram Ads) serta dasar-dasar SEO (Search Engine Optimization). Selain itu, peserta diajarkan cara mengukur efektivitas kampanye pemasaran digital melalui insight dan metrik yang tersedia di platform digital. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan peningkatan pemahaman peserta dalam membaca dan menganalisis data pemasaran, serta beberapa peserta mulai mencoba strategi iklan berbayar untuk meningkatkan interaksi dan penjualan produk mereka.



Gambar 2. Workshop Analisis Data dan Teknik Pemasaran Lanjutan



HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Hasil yang diperoleh dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah sebagai berikut:

1. Peningkatan Kesadaran Pasar dan Penggunaan Pemasaran Digital
2. Peningkatan Pemahaman tentang Analisis Data dan Teknik Pemasaran Lanjutan
3. Peningkatan Kapasitas SDM dalam Mengelola Teknologi

Pembahasan

Berdasarkan Workshop Pemasaran Digital yang telah dilakukan di PT Dieng Agro Mandiri maka diperoleh peningkatan kesadaran pasar dan penggunaan pemasaran digital untuk meningkatkan penjualan produk khususnya PT Dieng Agro Mandiri. Peserta workshop yang merupakan masyarakat sekitar dieng dan pegawai PT Dieng Agro Mandiri memahami pentingnya teknologi sebagai media pemasaran digital. Selain itu, peserta mulai memahami pentingnya strategi pemasaran digital untuk memperluas jangkauan pasar dikarenakan melalui pemasaran digital, transaksi yang awalnya hanya dapat dilakukan di sekitar Dieng, kini dapat dilakukan hingga di luar Dieng. Pemasaran di PT Dieng Agro Mandiri dan UMKM di Dieng yang awalnya mengandalkan metode pemasaran konvensional, kini telah membuat akun bisnis di media sosial, seperti Instagram dan Facebook, sebagai langkah awal untuk memperluas akses ke konsumen. Pegawai PT Dieng Agro Mandiri telah mahir mengelola akun media sosial dan konten sederhana untuk mempromosikan produk PT Dieng Agro Mandiri.

Lalu melalui Workshop Analisis Data dan Teknik Pemasaran Lanjutan, sebagian besar peserta memahami cara menganalisis data demografi dan perilaku konsumen dari *insight* di media sosial. Mereka juga diperkenalkan pada metrik seperti jumlah tayangan, *engagement rate*, dan jangkauan, yang membantu mereka menilai efektivitas kampanye pemasaran.

Melalui kegiatan workshop yang dilakukan untuk peningkatan penjualan Frozen Vegetables di Dieng melalui pemasaran digital memberikan manfaat yang besar bagi masyarakat di Dieng khususnya para pegawai di PT Dieng Agro Mandiri untuk memasarkan produk *frozen vegetables* lebih luas.

PENUTUP

Simpulan

Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian ini berhasil memberikan solusi yang tepat atas permasalahan yang dihadapi oleh UMKM di Kepakisan, Batur khususnya PT Dieng Agro Mandiri. Rendahnya kesadaran pasar yang sebelumnya

menjadi kendala berhasil diatasi melalui pelatihan pemasaran digital. UMKM yang sebelumnya cenderung fokus pada pasar lokal kini mampu menjangkau konsumen yang lebih luas melalui media sosial. Meskipun implementasi pemasaran digital masih dalam tahap awal, perubahan yang terlihat pada cara para pelaku UMKM mengelola bisnis mereka menunjukkan adanya progres signifikan.

Selain itu, pengetahuan peserta tentang strategi pemasaran digital meningkat, terutama dalam penggunaan media sosial dan analisis data. Dengan adanya pemahaman tentang bagaimana data dapat membantu mereka mengoptimalkan promosi, peserta mulai melakukan pendekatan yang lebih strategis dalam kampanye pemasaran mereka. Hasil ini menunjukkan bahwa penguasaan teknologi digital di kalangan UMKM semakin meningkat, dan hal ini akan memberikan dampak jangka panjang dalam meningkatkan daya saing mereka.

Saran

Berikut beberapa saran yang dapat diambil untuk meningkatkan keberlanjutan dan dampak positif program ini:

1. Mentoring keberlanjutan terkait pemasaran digital
2. Pelatihan Lanjutan dengan Fokus pada Teknologi Terkini

Ucapan Terima Kasih

Kami menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) UPN "Veteran" Yogyakarta atas dukungan dan kepercayaan yang telah diberikan melalui hibah pengabdian masyarakat ini. Dukungan tersebut sangat berarti dalam pelaksanaan program ini dan memberikan kontribusi yang signifikan bagi pemberdayaan masyarakat di Dieng, khususnya PT Dieng Agro Mandiri.

DAFTAR PUSTAKA

- Sugandini, D., Ghofar, A., Kundarto, M., Trestina, E., Trisna, A. (2020). Panduan master plan desa kepakisian Dieng Kulon Kabupaten Banjarnegara. Zahir publishing. ISBN 978-623-7707-82-0.
<http://eprints.upnyk.ac.id/id/eprint/23913>
- Hidayati, N., Pungkasanti, P. T., & Wakhidah, N. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Digital Marketing Umkm Di Kecamatan Tembalang Semarang.
- Ispandiyyah, W., & Hidayah, M. S. (2023). Pelatihan Digital Marketing Strategy pada Kelompok Wanita Tani "WORUTI". *Humanism Journal Of Community Empowerment Vol 5 No 03*.