

**Pelatihan Pengelolaan Hasil Pertanian dan Pemasaran melalui Digital Marketing di  
Desa Gonjen RT 08 Tamantirto Kasihan Bantul Yogyakarta**

Ary Subiyantoro<sup>1</sup>, Mochamad Rofik<sup>2</sup>, Andhina Ika Sunardi<sup>3</sup>, Suliantoro<sup>4</sup>, Moh. Solihin<sup>5</sup>

Akademi Manajemen Administrasi Yogyakarta

[arysub63@amayogyakarta.ac.id](mailto:arysub63@amayogyakarta.ac.id)<sup>1</sup>, [mochamadrofik@amayogyakarta.ac.id](mailto:mochamadrofik@amayogyakarta.ac.id)<sup>2</sup>,  
[andhinaika@amayogyakarta.ac.id](mailto:andhinaika@amayogyakarta.ac.id)<sup>3</sup>, [suliantoro@amayogyakarta.ac.id](mailto:suliantoro@amayogyakarta.ac.id)<sup>4</sup>,  
[sholihin@amayogyakarta.ac.id](mailto:sholihin@amayogyakarta.ac.id)<sup>5</sup>

---

**Abstrak**

Hasil pertanian yang terdapat di desa Gonjen RT 08 Tamantirto Kasihan Bantul Yogyakarta belum bisa mendistribusikan untuk dijadikan sebuah 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 wawasa kepada masyarakat di Gonjen RT 08 dalam memahami bisnis usaha dan pemasaran digital dengan baik. Peserta kegiatan merupakan masyarakat di desa Gonjen dengan jumlah 30 peserta. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini meliputi sosialisasi dan pelatihan. Kegiatan ini menambah pengetahuan masyarakat Gonjen RT 08 tentang modal berbisnis dan peluang pemasaran secara digital. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Gonjen RT 08 berjalan dengan baik dan mendapatkan umpan balik dengan kepuasan mitra dalam pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat yang mengatakan bahwa mitra menanggapi respon positif dalam kegiatan pengabdian ini.

---

Kata Kunci: Hasil Pertanian, Pemasaran Digital, Digital Marketing

---

**Pendahuluan**

Kondisi ekonomi secara global sampai dengan bulan April 2023 mengalami perlambatan setelah dihantam badai pandemi Covid-19; Indonesia sebagai salah satu negara yang terkena dampak perlambatan ekonomi secara global menurut data dari International Monetary Fund (IMF) memproyeksi Indonesia tumbuh di angka 5,0% pada tahun 2023; Indonesia diprediksi termasuk salah satu negara yang masih mampu tumbuh kuat di tahun 2023. Pertumbuhan ekonomi domestik yang relatif stabil, didorong oleh peningkatan permintaan domestik, baik konsumsi rumah tangga maupun investasi. Sektor pertanian adalah

salah satu sektor yang membutuhkan perhatian khusus dikarenakan sektor pertanian menghasilkan produk kebutuhan pokok masyarakat.

Beberapa faktor yang menjadi perhatian dalam pengelolaan sektor pertanian di era digital saat ini; Pertama, perilaku konsumen telah berubah dengan adanya teknologi dan akses internet yang semakin luas. Konsumen saat ini cenderung mencari informasi dan berbelanja secara online. Hal ini menciptakan peluang bagi para petani dan produsen untuk memasarkan produk pertanian mereka melalui platform digital; Kedua, Dalam era globalisasi, persaingan dalam industri pertanian semakin ketat. Petani dan produsen perlu mencari cara untuk membedakan produk mereka dari pesaing dan menjangkau pasar yang lebih luas; Ketiga, kemudahan memperoleh data menjadi peluang petani untuk mengumpulkan dan menganalisis data pasar dengan lebih efisien. Dengan memahami tren pasar dan preferensi konsumen, mereka dapat mengembangkan strategi pemasaran yang lebih baik dan mengoptimalkan proses produksi; Keempat, peningkatan akses internet yang sudah sampai di daerah pedesaan, memberikan peluang bagi petani dan produsen untuk menggunakan *platform online* untuk memasarkan produk mereka. Mereka dapat memanfaatkan media sosial, situs web, dan *platform e-commerce* untuk mempromosikan produk dan mencapai pasar yang lebih besar; Kelima, meningkatkan nilai tambah dan diversifikasi produk hasil pertanian, dengan pengolahan hasil pertanian, petani dapat menciptakan produk dengan nilai tambah yang lebih tinggi. Misalnya, dengan mengolah buah-buahan menjadi kue atau makanan olahan, petani dapat menghasilkan produk yang lebih menarik bagi konsumen; Keenam, di era digital petani mampu menghadapi kendala dalam mengakses pasar, terutama jika mereka berada di daerah terpencil. Dengan *digital marketing*, petani dapat menjual produk secara langsung kepada konsumen melalui *platform online*.

Keberadaan pengetahuan tentang pengolahan hasil lahan pertanian dan pemasaran melalui *digital marketing* dibutuhkan oleh warga masyarakat yang tinggal di Dusun Gonjen RT.08, Kelurahan Tamantirto, Kecamatan Kasihan, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta, khususnya ibu-ibu yang tergabung dalam Kelompok Wanita Tani (KWT) yang sudah menghasilkan hasil pertanian dari kegiatan bercocok tanam yang dilakukan oleh KWT. Dengan memperhatikan latar belakang tersebut, memberi gagasan untuk membuat program kegiatan pengabdian masyarakat yang berbentuk penyuluhan atau ceramah untuk meningkatkan pengetahuan dan menambah wawasan bagi warga masyarakat dalam bidang manajemen pemasaran. Adapun tema dari pemberian materi penyuluhan atau ceramah dalam kegiatan pengabdian masyarakat adalah “Pelatihan Pengolahan Hasil Lahan Pertanian dan Pemasaran melalui *Digital Marketing*” menjadi penting untuk memberikan pengetahuan dan

keterampilan yang dibutuhkan bagi warga masyarakat yang tinggal di Dusun Gonjen RT.08, Kelurahan Tamantirto, Kecamatan Kasihan, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta.

Desa Gonjen merupakan salah satu desa yang berada di Kecamatan Kasihan Kabupaten Bantul. Desa Gonjen yang memiliki luas 64,010 Ha dan mata pencarian penduduk Desa Gonjen Rt 8 mayoritas dibidang pertanian. Hasil bumi di desa Gonjen mayoritas berupa sayuran. Daerah yang luas dan sumber daya alam tersedia merupakan potensi untuk dikembangkan dalam pembangunan dan ekonomi masyarakat (Akbar et al., 2023).

Di Desa Gonjen mempunyai berbagai aktivitas seperti bertani dalam hal penanaman dan pengelolaan dalam bidang pertanian, serta pemasaran. Dalam hal pemasaran hasil pertanian yang ada di Desa Gonjen masih manual, yaitu hasil panen hanya diperjualbelikan di pasar saja. Masyarakat juga lebih mengutamakan hasil panen hanya untuk konsumsi makan sehari-hari dan sisanya baru dijual.

Hasil panen yang ada di desa Gonjen sebagian besar adalah Sayuran. Sayur-sayuran yang ditanam di lahan sangat sedikit, karena lahan yang di gunakan sebagian hanya di rumah atau tempat tinggal warga. Hasil panen sayuran memiliki kualitas yang baik seperti cabe, wortel, dan terong.

Masalah pertanian di Indonesia mayoritas terkait dengan kesejahteraan kondisi para petani, hal ini pun juga terjadi di Desa Gonjen Kabupaten Bantul Propinsi Yogyakarta. Indonesia merupakan Negara agraris terbesar 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 dan observasi diperoleh dari 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.

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 & Ardhi Khairi, 2020). Esensi dari Revolusi Industri 4.0 sendiri adalah penerapan teknologi pada seluruh bidang, salah satunya penerapan di bidang pertanian (Catur Yuantari et al., 2016). Selain itu, para pelaku bisnis di bidang pertanian harus dapat mengimplementasikan teknologi ini pada usahanya (Santi & Guntarayana, 2022). 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 Gonjen harus dapat mengadaptasi teknologi dalam kegiatan KWT (Kelompok Wanita Tani) yang mereka lakukan saat ini. Berdasarkan hasil observasi sebagian besar pelaku usaha di desa Gonjen 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 Gonjen. Maka kegiatan ini diharapkan mampu meningkatkan pengetahuan, pemahaman serta motivasi kepada Masyarakat di Desa Gonjen untuk melakukan pemasaran produk usahanya secara digital sehingga dapat dikenal luas di luar desa.

## **Metodologi**

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 2023. Pelaksanaan kegiatan ini dilakukan dalam dua tahap, yaitu tahap persiapan dan pelaksanaan. 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.

## **Hasil dan Pembahasan**

Akademi Manajemen Administrasi Yogyakarta bekerja sama dengan Desa Gonjen dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) yang diselenggarakan di Aula Desa Gonjen pada hari Minggu, Mei 2023. Adapun materi pelatihan kewirausahaan yang disampaikan yaitu tentang konsep-konsep penting dalam berwirausaha dan Pemasaran produk digital dengan mengundang Ibu Endah Wening Budi Ningrum, M.Sc dan Bapak Susatyo

Herlambang, SE., MM sebagai narasumber. Kegiatan ini diawali sambutan oleh Bapak Ir. Ary Subiyantoro, M.M sebagai ketua tim Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM). Kegiatan ini juga melibatkan beberapa mahasiswa Program Studi Manajemen Akademi Manajemen Administrasi Yogyakarta dalam pelaksanaannya.

Sasaran dari kegiatan ini merupakan masyarakat Desa Gonjen dari kalangan muda sampai orang tua, baik yang memiliki usaha maupun yang belum memiliki usaha. Dengan tujuan masyarakat Desa Gonjen dapat menjadi calon wirausaha yang memiliki konsep *Modality of Entrepreneur*, tidak hanya sekedar berjualan namun juga memiliki tujuan yang baik dengan memanfaatkan dan mengoptimalkan hasil kekayaan pertanian desa. Sehingga Desa Gonjen mampu berkembang menjadi salah satu Desa Wisata di Indonesia.



Gambar 1. Kegiatan pelatihan

Kegiatan ini dilakukan dengan mematuhi protokol kesehatan. Masyarakat sangat antusias dalam mengikuti pelatihan kewirausahaan ini dengan sekitar 30 masyarakat desa Gonjen yang mengikuti acara sampai selesai. Banyak dari masyarakat yang langsung terinspirasi untuk berkolaborasi dan bersinergi dalam membuat usaha dengan memanfaatkan potensi kekayaan alam desa.



Gambar 2. Kegiatan pelatihan 2

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat desa Gonjen dilaksanakan sesuai rencana yang sudah dibuat. Kegiatan ini sangat bermanfaat dan berjalan dengan baik dilihat dari respon dan antusias masyarakat saat mengikuti kegiatan ini. Masyarakat memberikan respon positif terhadap kegiatan pengabdian masyarakat ini. Kegiatan ini menambah pengetahuan masyarakat desa Gonjen tentang modal berbisnis dan peluang pemasaran secara digital dengan peningkatan.

Dengan adanya kegiatan pelatihan ini diharapkan masyarakat desa Gonjen 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 et al., 2019). 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 (Setiawati, 2020). 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 (Yusa & Risqa JL, 2018).

## **Kesimpulan**

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

## **Referensi:**

- Akbar, R. A., Fauzan, M., Asy, A., Arsyad, J., & Barki, K. (2023). *POTENTIAL-BASED ECONOMIC DEVELOPMENT*. 5(1), 65–76.
- Catur Yuantari, M., Kurniadi, A., & Kesehatan, F. (2016). Pemanfaatan Teknologi Informasi Untuk Meningkatkan Pemasaran Hasil Pertanian Di Desa Curut Kecamatan Penawangan Kabupaten Grobogan Jawa Tengah. *Techno.COM*, 15(1), 43–47.
- Hadi, A. S., & Ardhi Khairi. (2020). Pemilihan Strategi Pemasaran Di Era Digital Pada Kelompok Ibu Pkk Desa Gadingharjo. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 127–132. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v4i1.3246>
- Herawati, J., Hutami, L. T. H., & Sari, P. P. (2019). Pelatihan Kewirausahaan Pembuatan dan Promosi Digital Marketing Batik Jenggolo. *Abdimas Dewantara*, 2(1), 1. <https://doi.org/10.30738/ad.v2i1.2517>
- Santi, I. H., & Guntarayana, I. (2022). Pemanfaatan Digital Marketing Pemasaran Hasil Pertanian Berbasis Online Pada Kelompok Tani Sapto Gati Desa Pojok Garum Kabupaten Blitar. *Empowerment: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 72–80.
- Setiawati, R. (2020). Pelatihan Kewirausahaan Dan Pengembangan Jiwa Kewirausahaan Bagi Masyarakat Perkebunan/Pertanian Dan Peternakan/Perikanan Di Kabupaten Pacitan- Provinsi Jawa Timur. *E-Coops-Day Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 1–8.
- Yusa, V. De, & Risqa JL, A. (2018). Pelatihan Pemanfaatan Media Online sebagai Sarana Pemasaran. *Jurnal Dharma Bhakti Ekuitas*, 02(02), 217–223.