

Pelatihan Social Media Marketing Bagi UKM Petani Bunga Desa Sidomulyo Kota Batu**Social Media Marketing Training for SME Flower Farmers in Sidomulyo Village, Batu City****Septyan Budy Cahya¹, Raya Sulistyowati², Veni Rafida³, Erta⁴, Nur Qomariyah Nawafilah⁵**^{1,2,3,4}Universitas Negeri Surabaya⁵Universitas Islam Lamongane-mail: ¹septyancahya@unesa.ac.id , ²rayasulistyowati@unesa.ac.id ,³venirafida@unesa.ac.id , ⁴erta@unesa.ac.id, ⁵nq.nawafil@unisla.ac.id

Abstrak: Kemajuan dan perkembangan teknologi yang sangat pesat memberi banyak perubahan dalam kehidupan masyarakat salah satunya dalam bidang pemasaran dan bisnis dari konvensional ke digital. Pemasaran digital yang populer dan banyak digunakan saat ini adalah social media marketing. Akan tetapi belum semua pelaku usaha bisa memanfaatkan fasilitas teknologi yang ada sebagai penunjang dalam kegiatan pemasaran. Salah satunya kegiatan pemasaran oleh UKM petani bunga di Desa Sidomulyo. Solusi yang dapat ditawarkan untuk mengatasi permasalahan yang dialami oleh mitra adalah dengan memberikan pelatihan social media marketing. Tahapan pelaksanaan terdiri dari koordinasi dengan mitra, penyusunan modul pelatihan, pelatihan, pendampingan dan review hasil, serta evaluasi dan refleksi. Hasil dari kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yang sudah dilaksanakan dirasa bermanfaat bagi para petani peserta pelatihan. Dari segi pengetahuan yang didapat setelah kegiatan, 85% peserta memberikan respon sangat setuju, sedangkan 15% peserta lainnya menjawab setuju. Para peserta mengharapkan kegiatan seperti ini dilakukan lagi, dimana ada kelanjutan kegiatan pelatihan mengenai bisnis online khususnya dalam pemasaran melalui media sosial.

Kata Kunci: marketing, social media, UKM petani bunga

***Abstract:** The very rapid progress and development of technology has brought many changes to people's lives, one of which is in the fields of marketing and business from conventional to digital. Digital marketing that is popular and widely used today is social media marketing. However, not all business actors can utilize existing technological facilities to support marketing activities. One of them is marketing activities carried out by UKM flower farmers in Sidomulyo Village. The solution that can be offered to overcome the problems experienced by partners is to provide social media marketing training. The implementation stages consist of coordination with partners, preparation of training modules, coaching, mentoring and review of results, as well as evaluation and reflection. The results of the Community Service activities that have been carried out are felt to be beneficial for partners, where in terms of knowledge competency obtained after the activity, 86% of participants responded strongly agree, and 14% answered agree. The participants hope that there will be activities like this again, where there will be continued training activities regarding online business, especially in marketing via social media.*

Keywords: marketing, social media, SME flower farmers

A. Pendahuluan

Saat ini di Indonesia mengalami peningkatan signifikan dalam proses jual beli online. Perkembangan ini menjadi fenomena yang cukup krusial dalam perekonomian (Rafida, 2023). Kemajuan dan perkembangan teknologi yang sangat pesat memberi banyak perubahan dalam kehidupan masyarakat salah satunya dalam bidang pemasaran dan bisnis dari konvensional ke digital. Adanya digital marketing memudahkan dalam transaksi, promosi, dan mengurangi biaya (Amir & Mustikawati, 2019). Salah satu pemasaran digital yang populer dan banyak digunakan saat ini adalah social media marketing. Sosial media merupakan media komunitas virtual yang digunakan untuk berbagi informasi dan saling membagi informasi pada komunitas lain. Sosial media merupakan alat pemasaran yang ampuh dikarenakan banyak orang dari berbagai latar belakang yang berbeda menggunakannya dengan sangat aktif. Media sosial berpotensi untuk membantu pelaku UMKM dalam memasarkan produknya (Stelzner, 2012). Dengan adanya sosial media pelaku usaha bisa berinteraksi secara luas dengan berbagai kalangan, melebarkan pangsa pasar untuk memasarkan produk mereka, sehingga menambah peluang untuk menjual produk yang ditawarkan.

Pada kenyataannya belum semua pelaku usaha bisa memanfaatkan fasilitas teknologi yang ada sebagai penunjang dalam kegiatan pemasaran. Salah satunya kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh petani bunga di Desa Sidomulyo, dimana pemasaran lebih banyak dilakukan secara konvensional. Desa Sidomulyo ibaratkan surga dengan banyaknya bunga warna-warni yang terhampar luas. Pengunjung juga dimanjakan dengan adanya pemandangan alam yang indah dan sejuk. Namun meskipun desa tersebut merupakan desa pariwisata, dan menjadi andalan pariwisata di kota Batu, akan tetapi dalam hasil penjualan masih dirasa kurang oleh para petani bunga di desa tersebut. Kurangnya promosi menjadi salah satu kendala yang ada di Desa Sidomulyo (Rahma, 2017) Kegiatan seperti atraksi berupa kebun bunga tidak begitu maksimal dikarenakan kurangnya promosi. Berdasarkan hasil wawancara awal dengan mitra, ditemukan kondisi bahwa masih banyak petani bunga yang melakukan kegiatan pemasarannya secara konvensional. atau bergantung pada penjualan langsung saat wisatawan berkunjung. Sehingga hasil penjualan masih dirasa belum optimal.

Potensi Desa Sidomulyo yang sangat besar sebagai desa wisata harus tetap terjaga sehingga bisa menambah daya tarik wisatawan yang berkunjung semakin meningkat. Hal tersebut akan lebih baik lagi apabila dibarengi dengan upaya memaksimalkan kegiatan pemasaran melalui social media yang bisa meningkatkan lagi produksi dan penjualan para petani bunga. Sehingga masyarakat tetap dapat mempertahankan usaha budidaya dan penjualan tanaman hias sebagai mata pencaharian dan keunggulan desa. Dengan demikian, perlu adanya pelatihan social media marketing bagi Usaha Kecil dan Menengah (UKM) petani bunga Desa Sidomulyo Kota Batu. Mengacu kepada analisis situasi diatas, dapat dilihat permasalahan yang dialami oleh mitra Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) adalah kurangnya kemampuan kegiatan promosi dengan menggunakan social media. Oleh karena itu tim PKM menawarkan solusi untuk membantu permasalahan-permasalahan yang dialami oleh mitra, yaitu dengan

memberikan pelatihan pelatihan social media marketing. Dengan adanya pelatihan dalam bisnis online atau social media dapat meningkatkan pengetahuan dan pemahaman peserta pelatihan (Cahya, 2021). Adapun materi pelatihan yang akan diberikan mengenai pemasaran melalui social media, membuat akun social media, membuat konten pemasaran, dan strategi pemasaran melalui social media.

B. Metode

Metode pelaksanaan untuk menyelesaikan permasalahan-permasalahan yang dialami mitra dibagi menjadi beberapa tahapan, yaitu:

1. Koordinasi dengan Mitra

Dalam tahap pertama koordinasi dengan mitra, dilaksanakan pertemuan antara tim PKM dengan mitra membahas tentang permasalahan yang dihadapi mitra, solusi yang bisa ditawarkan tim PKM, kebutuhan pelatihan dan jadwal pelaksanaan pelatihan.

2. Penyusunan Modul Pelatihan

Tahap kedua dilaksanakan pertemuan tim PKM untuk menyusun materi sesuai dengan kebutuhan mitra.

3. Pelaksanaan Pelatihan

Pelaksanaan pelatihan, merupakan tahapan kegiatan inti yaitu dilaksanakannya pelatihan social media marketing kepada Petani Bunga Desa Sidomulyo Kota Batu

4. Pendampingan dan Review Hasil

Pendampingan dilakukan oleh Tim PKM terkait strategi pemasaran melalui social media.

5. Evaluasi dan Refleksi

Pada tahapan terakhir dilakukan pertemuan dengan perwakilan mitra untuk mengevaluasi hasil kegiatan PKM yang sudah terlaksana, serta memberikan angket respon kepada peserta pelatihan.

Obyek pendampingan ditujukan kepada petani bunga Desa Sidamulyo Kota Batu. Dalam usaha untuk ketercapaian program, pelatihan ini dilakukan secara offline dan diikuti oleh 20 peserta. Pelatihan dilakukan pada bulan Desember 2023 dengan Narasumber yang berasal dari dalam anggota PKM serta melibatkan 2 mahasiswa Prodi Pendidikan Bisnis, Universitas Negeri Surabaya.

C. Hasil dan Pembahasan

Koordinasi dengan mitra.

Dalam pelaksanaan ditahap awal, tim PKM melakukan koordinasi dengan mitra yaitu kelompok petani bunga dan perangkat desa guna membahas tentang permasalahan yang dihadapi mitra, selanjutnya merencanakan solusi dari tim PKM, mengidentifikasi kebutuhan pelatihan dan merencanakan jadwal pelaksanaan pelatihan. Solusi yang ditawarkan oleh tim PKM untuk mengatasi permasalahan - permasalahan yang dialami

oleh petani bunga Desa Sidamulyo Kota Batu adalah dengan mengadakan pelatihan pelatihan yang akan diberikan mengenai pemasaran melalui social media, konten pemasaran, dan strategi pemasaran melalui social media khusus nya melalui WhatsApp Bisnis dan Tiktok. Dalam tahapan ini juga disepakati jadwal pelaksanaan pelatihan, dimana kegiatan dilaksanakan secara offline di Aula Pertemuan Balai Desa Sidomulyo Kota Batu.



Gambar 1. Persiapan dan Koordinasi dengan Mitra

Penyusunan materi pelatihan.

Tahap kedua yaitu penyusunan materi pelatihan. Dalam tahap ini setelah diketahui kebutuhan mitra dan disepakati jadwal pelaksanaan PKM, selanjutnya dilakukan pertemuan tim anggota PKM untuk berkoordinasi dan menyusun materi sesuai dengan kebutuhan mitra. Dalam tahapan kegiatan ini koordinasi berhasil dilakukan dengan baik dan hasilnya telah tersusun materi dalam bentuk Powerpoint untuk setiap materi. Materi yang tersusun yaitu: Transformasi digital marketing di era 5.0 dalam mengembangkan pemasaran, Promosi melalui media social (WhatsApp Bisnis), dan Strategi pemasaran melalui social media Tik-tok.



Gambar 2. Banner Pelaksanaan PKM

Pelatihan

Dalam tahapan ketiga yaitu pelaksanaan kegiatan, Tim PKM memberikan pelatihan kepada peserta dari kelompok Tani Bunga Desa Sidomulyo Kota Batu, yang dilaksanakan

pada tanggal 30 September 2023. Pelatihan diikuti oleh 20 peserta dari kelompok Tani Bunga di Desa tersebut.



Gambar 3. Pelaksanaan Pelatihan

Ada 3 materi yang diberikan oleh narasumber kepada peserta, yaitu materi 1) Transformasi digital marketing di era 5.0 dalam mengembangkan pemasaran, 2) Promosi melalui media social (WhatsApp Bisnis), dan 3) Strategi pemasaran melalui social media Tik-tok. Dalam pelaksanaannya kegiatan pelatihan berjalan dengan baik dan lancar, dimana kegiatan tersebut juga dibuka oleh Koordinator Program Studi Pendidikan Bisnis Unesa, dan juga Kepala Desa Sidomulyo.

Pendampingan dan Review Hasil

Memasuki tahapan ke empat, pendampingan dilakukan oleh Tim PKM terkait review dan perbaikan dari hasil tugas yang di diberikan kepada peserta pelatihan. Disini peserta diharapkan bisa berpartisipasi dalam bertanya, diskusi, dan mengerjakan tugas yang telah diberikan. Dalam pelaksanaannya, dengan adanya partisipasi peserta dalam pengerjaan dan pengumpulan tugas yang diberikan memperlancar kegiatan diskusi interaktif antara peserta dengan pendamping.

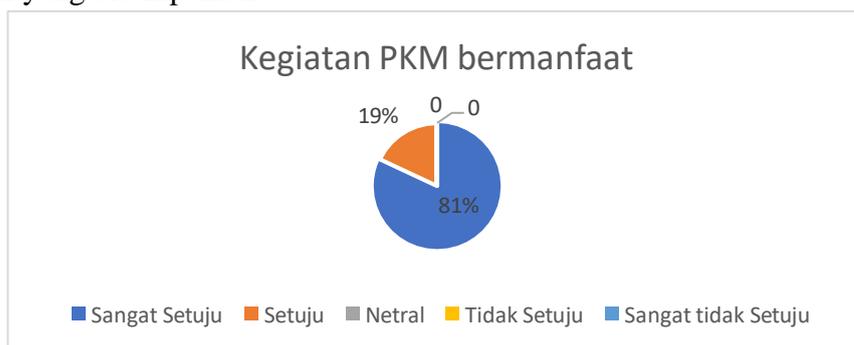
Evaluasi

Tahapan kelima yang merupakan tahapan terakhir dari kegiatan PKM ini adalah evaluasi. Dari pelaksanaan yang sudah dilaksanakan, secara keseluruhan berjalan dengan baik dan lancar. Dimana target yang direncanakan sebanyak 20 peserta dari anggota kelompok tani bunga mengikuti pelatihan yang direncanakan. Dalam tahapan evaluasi ini peserta pelatihan mengisi angket respon melalui google form.



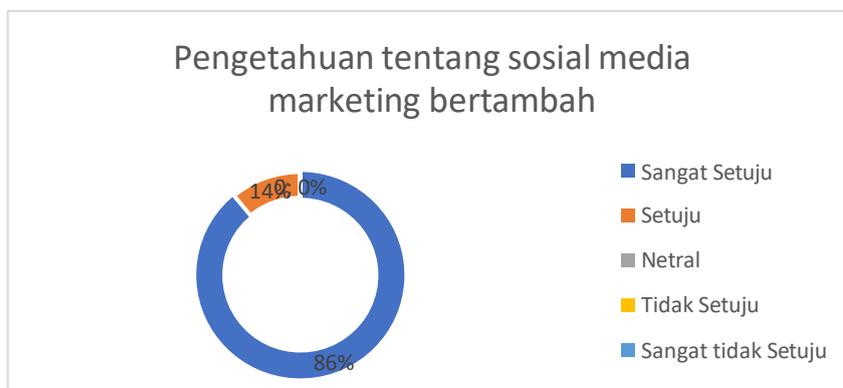
Gambar 4. Hasil Respon Peserta Pelatihan

Dalam hasil rekap respon, peserta menyatakan bahwa kegiatan yang dilaksanakan sudah baik dan materi yang disampaikan jelas, selanjutnya peserta juga menilai bahwa materi yang disampaikan update/aktual, dan juga terdapat contoh dalam penyampaian materi yang disampaikan.



Gambar 5. Hasil Respon Peserta pelatihan

Selanjutnya secara manfaat para peserta juga memberikan respon yang positif. Dari data gambar diatas bisa di lihat sebesar 81% peserta memberikan respon jawaban sangat setuju dan 19% peserta menjawab setuju terhadap manfaat kegiatan PKM yang dilaksanakan.



Gambar 6. Hasil Respon Peserta pelatihan

Sedangkan untuk pengetahuan yang didapat setelah kegiatan PKM, dari data gambar diatas bisa dilihat bahwa 85% peserta memberikan respon sangat setuju, dan 15% peserta pelatihan menjawab setuju. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pengetahuan mereka tentang pemasaran digital, khususnya social media meningkat setelah adanya kegiatan pelatihan ini. Para peserta mengharapkan adanya kegiatan seperti ini lagi, dimana ada kelanjutan kegiatan webinar atau pelatihan mengenai bisnis online. Akan tetapi dalam pelaksanaan selanjutnya peserta mengharapkan kegiatan tersebut bisa dilakukan dengan durasi waktu yang lebih lama, sehingga bisa terlaksana lebih maksimal lagi.

D. Simpulan

Dari kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yang sudah dilaksanakan dapat disimpulkan bahwa:

1. Kegiatan PKM ini berjalan lancar sesuai dengan rencana karena mendapatkan dukungan dari perangkat desa dan antusias tinggi dari kelompok petani bunga Desa Sidomulyo, Kota Batu
2. Meningkatnya pengetahuan dan pemahaman peserta pelatihan tentang bisnis online khususnya social media marketing
3. Peserta mampu meningkatkan pemahaman dan kemampuan dalam strategi pemasaran online secara tepat, terarah dan kekinian

Dari hasil evaluasi yang sudah dilakukan, diperoleh saran sebagai berikut:

1. Perlunya para petani bunga membiasakan menggunakan social media dan aplikasi pemasaran online lainnya dalam kesehariannya sehingga diharapkan bisa meningkatkan penjualan.
2. Kegiatan lanjutan berupa pelatihan dan workshop sejenis diselenggarakan secara periodik sehingga dapat membantu para petani dalam mengembangkan kegiatan pemasarannya.

Daftar Rujukan

- Amir, Nur Ocvanny & Mustikawati, Dewi (2019). Penerapan Digital Marketing dalam Meningkatkan Pendapatan Pedagang Bunga di Desa Sidomulyo Kota Batu. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*. <https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2019.003.04.3>
- Cahya, Septyan Budy., Sudarwanto, Tri., Harti., Sulistyowati, Raya., Rafida, Veni. (2021). Peningkatan Kompetensi Bisnis Online bagi Guru MGMP Bisnis Daring dan Pemasaran di Surabaya. *SELAPARANG Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*. Volume 5 No 1
- Rahma, Pamela Dinar & P, Rifky Aldila (2017). Identifikasi Potensi & Masalah Desa Sidomulyo Sebagai Upaya Pengembangan Desa Wisata Di Kota Batu. *Jurnal Reka Buana* Volume 2, No. 1
- Rafida, Veni., Sudarwanto, Tri., Harti., Sulistyowati, Raya., Cahya, Septyan Budy. (2023). Peningkatan Kompetensi Bisnis Online Berbasis Market Place bagi Guru MGMP Bisnis Online dan Pemasaran Se-Jawa Timur. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bestari (JPMB)* Volume 2, No. 1, 2023: 17-26
- Stelzner, MA (2012). *Social Media Marketing Industry Report. How Marketers Are Using Social Media to Grow Their Business.*
- Tjiptono, Fandy. (2019). *Strategi Pemasaran Prinsip dan Penerapan*, Edisi Satu. Andi, Yogyakarta
- <https://suryatravel.tribunnews.com/2022/10/27/desa-wisata-bunga-sidomulyo-masih-jadi-andalan-pariwisata-kota-batu>.