

Empowering the Manimbahoi Village Community through Digital Marketing Training

Pemberdayaan Masyarakat Desa Manimbahoi melalui Pelatihan Digital Marketing

Ansari Saleh Ahmar^{a,*}, Zulkifli Rais^a, Rizal Bakri^b, & Asmar^c

^aDepartment of Statistics, Universitas Negeri Makassar, Makassar, 90223, Indonesia

^bStatistics Research Group, STIEM Bongaya, Makassar, 90223, Indonesia

^cDepartment of Accounting, Universitas Negeri Makassar, Makassar, 90222, Indonesia

Abstract

This training was held in the Manimbahoi Village Meeting Room, Parigi District, Gowa Regency, South Sulawesi Province on August 31, 2023. Participants in this training were young people from Karang Taruna, with the aim that the community, especially young people in Manimbahoi Village, could understand the importance of digital marketing as an effort to market Manimbahoi coffee products not only in the Parigi District area but also to the National area. This community service activity went smoothly and as expected. The results of this service show that there has been an increase in the abilities and knowledge of the village community from not knowing to knowing about digital marketing for coffee marketing.

Abstrak

Pelatihan ini dilaksanakan di Ruang Pertemuan Desa Manimbahoi, Kecamatan Parigi, Kabupaten Gowa, Provinsi Sulawesi Selatan pada tanggal 31 Agustus 2023. Peserta dari pelatihan ini adalah pemuda karang taruna, dengan tujuan warga masyarakat khususnya pemuda di Desa Manimbahoi dapat memahami tentang pentingnya digital marketing sebagai upaya untuk memasarkan produk kopi Manimbahoi bukan hanya di daerah Kecamatan Parigi tetapi bisa ke kawasan Nasional. Kegiatan pengabdian ini berjalan lancar dan sesuai dengan yang diharapkan. Hasil dari pengabdian ini, terlihat bahwa terjadi peningkatan kemampuan dan pengetahuan masyarakat desa dari tidak tahu menjadi tahu tentang digital marketing untuk pemasaran kopi.

Keywords: pemberdayaan masyarakat, digital marketing, manimbahoi.

1. Pendahuluan

Pemberdayaan masyarakat desa merupakan salah satu aspek penting dalam pembangunan berkelanjutan, terutama dalam menghadapi era digital yang semakin pesat (Sakir, Mutiarin, & Afisa, 2023; Sulaiman, 2021). Salah satu produk yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan di desa adalah kopi. Indonesia dikenal sebagai salah satu penghasil kopi terbaik di dunia, dan banyak desa memiliki kebun kopi yang kaya akan kualitas dan cita rasa (Somantri, 2014; Sanaky & Nashori, 2018). Namun, tantangan yang dihadapi oleh petani kopi di desa sering kali terletak pada pemasaran produk mereka yang belum optimal.

Digital marketing menjadi solusi yang menjanjikan untuk meningkatkan daya saing produk kopi desa. Dengan memanfaatkan teknologi dan platform digital, para petani dapat menjangkau pasar yang lebih luas, meningkatkan brand awareness, serta berinteraksi langsung dengan konsumen (Darodjat & Utarie, 2022). Pemberdayaan masyarakat dalam

* Corresponding author:

E-mail address: ansarisaleh@unm.ac.id

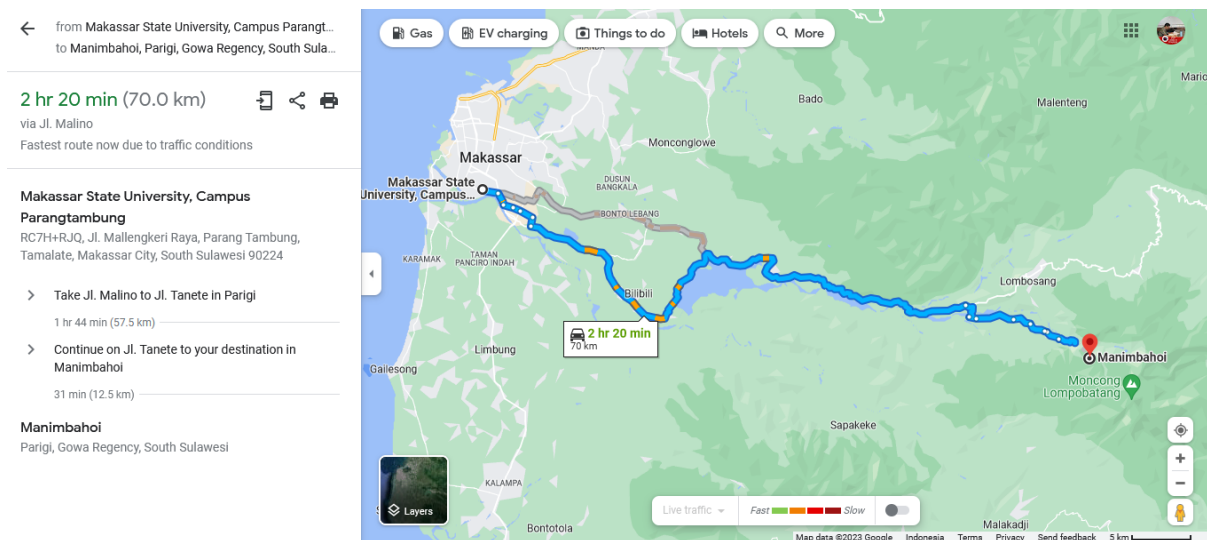
hal ini tidak hanya mencakup pelatihan teknis tentang pemasaran digital, tetapi juga membangun kesadaran akan pentingnya kolaborasi dan inovasi dalam memasarkan produk lokal.

Melalui pendekatan yang holistik dan inklusif, pemberdayaan masyarakat desa dalam digital marketing produk kopi dapat mendorong peningkatan pendapatan, memperkuat identitas lokal, serta mendukung pertumbuhan ekonomi berkelanjutan (Haryani, 2021). Dengan memanfaatkan peluang yang ada di dunia digital, diharapkan masyarakat desa dapat lebih mandiri dan berdaya saing dalam pasar global.

2. Metode

Lokasi mitra yaitu Desa Manimbahoi adalah sebuah desa yang berupa dataran tinggi dan perbukitan yang berada pada ketinggian sekitar 1.995 m dari permukaan laut dan berada di wilayah Kecamatan Parigi, Kabupaten Gowa, Provinsi Sulawesi Selatan.

Desa Manimbahoi berjarak sekitar 70 KM dari Kampus Parangtambung Universitas Negeri Makassar yang beralamat di Jalan Mallengkeri Raya, Kelurahan Parangtambung, Kecamatan Tamalate, Kota Makassar, Provinsi Sulawesi Selatan.



Gambar 1. Jarak lokasi pelatihan dari Kampus UNM Makassar

Pelatihan ini dilaksanakan di Ruang Pertemuan Desa Manimbahoi, Kecamatan Parigi, Kabupaten Gowa, Provinsi Sulawesi Selatan pada tanggal 31 Agustus 2023. Peserta dari pelatihan ini adalah pemuda karang taruna, dengan tujuan warga masyarakat khususnya pemuda di Desa Manimbahoi.

3. Hasil

Berisi deskripsi tentang hasil dari proses pengabdian masyarakat, yaitu penjelasan tentang dinamika proses pendampingan (ragam kegiatan yang dilaksanakan, bentuk-bentuk aksi yang bersifat teknis atau aksi program untuk memecahkan masalah komunitas). Juga menjelaskan munculnya perubahan sosial yang diharapkan, misalnya munculnya pranata baru, perubahan perilaku, munculnya pemimpin lokal (local leader), dan terciptanya kesadaran baru menuju transformasi sosial, dan sebagainya. (Times New Roman, size 10, Spacing: before 0 pt; after 6 pt, Line spacing: single).

Hasil dari pelatihan ini disajikan dalam 3 kategori yaitu:

a. Teknologi Pemasaran

Pada bagian ini, masyarakat didampingi untuk memanfaatkan teknologi E-commerce (website) sebagai platform yang dapat digunakan sebagai media pemasaran online. Selain itu, masyarakat akan didukasi pula untuk melakukan pemasaran offline dengan teknologi digital tanpa harus menggunakan cara yang masih bersifat konvensional.

b. Strategi Pemasaran

Pada bagian ini, masyarakat akan dilatih untuk menyusun strategi pemasaran online dan offline dengan tujuan untuk memperluas jaringan pasar dari produk inovasi minuman kopi yang telah dibuat.

c. Pembuatan Brand

Kegiatan ini dilakukan dengan tujuan untuk meningkatkan kualitas produk inovasi dengan membuat brand. Dengan adanya Brand ini akan memberikan ciri khas tersendiri terhadap produk yang telah dibuat dan tentunya akan berpengaruh terhadap nilai jualnya.



Gambar 2. Pemaparan materi terkait strategi pemasaran



Gambar 3. Pemaparan materi terkait teknologi pemasaran

4. Kesimpulan

Pelatihan mengenai digital marketing untuk masyarakat desa dalam meningkatkan pemasaran produksinya berjalan dengan lancar dan dilaksanakan secara antusias oleh masyarakat desa. Melalui pelatihan ini, masyarakat mengalami peningkatan kemampuan dan pengetahuan mengenai digital marketing yang meliputi peningkatan pengetahuan

pemanfaatan teknologi pemasaran, strategi pemasaran, dan pembuatan brand. Masyarakat dan aparat desa memberikan apresiasi atas terlaksanakannya kegiatan ini.

Acknowledgements

Ucapan terima kasih penulis haturkan kepada Direktorat Riset, Teknologi, dan Pengabdian kepada Masyarakat (DRTPM) Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi Republik Indonesia dan Universitas Negeri Makassar atas dukungan pendanaan pelaksanaan kegiatan ini di Tahun 2024 dan penulis yang juga merupakan pengabdian menghaturkan juga terima kasih kepada mitra dan seluruh aparat desa dan masyarakat Desa Manimbahoi yang sudah bersedia mengikuti kegiatan ini, semoga Allah SWT memberikan kesehatan dan keberkahan.

References

- Darodjat, R., & Utarie, F. (2022). Optimalisasi Penjualan Bahan Pangan oleh Petani dan UMKM dengan Memanfaatkan Teknologi Digital. *Dharmakarya: Jurnal Aplikasi Ipteks Untuk Masyarakat*, 11(1).
- Haryani, P. (2021). Pelatihan Marketplace bagi Kelompok Informasi Masyarakat Kabupaten Bantul. *Jurnal Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat UNSIQ*, 8(1), 78-83.
- Sanaky, H. A., & Nashori, F. (2018). Peningkatan Dan Pengembangan Produk Olahan Kopi Di Desa Brunosari. *AJIE (Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship)*, 272-284.
- Sakir, S., Mutiarin, D., & Afisa, A. (2023). Digitalisasi Kalurahan: Pendampingan Optimalisasi Website dan Media Sosial Sebagai Layanan Berbasis Digital di Kalurahan Sendangarum Minggir Sleman. *Abdi: Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 5(2), 271-277.
- Somantri, R. (2014). *The story in a cup of tea*. TransMedia.
- Sulaiman, E. S. (2021). *Pemberdayaan masyarakat di bidang kesehatan: Teori dan implementasi*. UGM PRESS.