

“Penguatan Ketahanan Masyarakat dalam Menghadapi Era New Normal melalui Penerapan Teknologi Tepat Guna Bidang Pertanian”

Strategi Penguatan Ekonomi dan Edukasi Pertanian Melalui Digital *Marketing* Bagi UMKM Jasa Konveksi Seragam dan Pelatihan Pembuatan Pestisida Nabati (Studi KKN Tematik UNS di Desa Sidomulyo, Kabupaten Purworejo)

Suminah, Naufal Akbar Gifary, dan Karenina Billy Nikensari

Universitas Sebelas Maret

Email: suminah@staff.uns.ac.id

Abstrak

Kegiatan sosialisasi digital *marketing* bagi UMKM jasa konveksi seragam sekolah ini bertujuan untuk mengenalkan lebih dalam terkait teknologi digital sebagai suatu inovasi dalam usaha skala rumahan sekaligus memberikan peluang bagi UMKM konveksi seragam sekolah untuk bertransformasi menjadi UMKM berbasis digital yang saat ini menjadi sektor perekonomian baru. Kegiatan ini dilaksanakan secara tatap muka langsung dengan menerapkan protokol kesehatan yang dimulai dari pengenalan digital *marketing* hingga cara memasarkan produk di platform *Shopee* yang meliputi cara membuka akun dan toko secara *online*. Pelatihan pembuatan pestisida nabati juga dilakukan sebagai *edukasi* pertanian kepada anak-anak usia sekolah dasar. Pembuatan pestisida nabati ini dilakukan untuk memberikan pengenalan kepada anak-anak sekolah dasar, bahwa pestisida dapat dibuat dengan bahan yang murah dan sederhana serta ramah lingkungan. Program ini diikuti dengan penuh antusias dan aktif oleh empat pelaku UMKM, dan siswa sekolah dasar di wilayah RW IV, Desa Sidomulyo, Kabupaten Purworejo sebagai rangkaian program kerja KKN tematik UNS di daerah tersebut.

Kata kunci: digital *marketing*, UMKM, pestisida nabati, bawang putih

Pendahuluan

Pandemi Covid-19 yang sudah berlangsung sekitar 2 tahun di Indonesia mengharuskan pemerintah untuk menerapkan berbagai kebijakan yang dapat mengurangi jumlah penyebaran virus, angka positif, maupun angka kematian pasien yang terpapar virus Corona dengan varian baru. Fokus kebijakan didasarkan pada pengurangan aktivitas interaksi secara fisik dan sosial, sehingga mendorong diciptakannya anjuran *physical and social distancing*. Program pembatasan fisik dan sosial tersebut diwujudkan melalui berbagai kegiatan seperti beribadah, bekerja dan belajar dari rumah. Setiap kebijakan yang ditetapkan memiliki dampak tersendiri baik langsung maupun tidak.

Dampak kegiatan *work from home* maupun *learning from home* yang banyak diterapkan dan sudah berlangsung kurang lebih 2 tahun sangat dirasakan berbagai lapisan masyarakat. Dari

pengusaha besar hingga kecil di berbagai sektor mengeluhkan hal yang secara umum sama yaitu penurunan permintaan produk. Salah satu sektor usaha yang paling terdampak yaitu jasa konveksi seragam sekolah dengan skala rumahan.UMKM jasa konveksi seragam sekolah untuk SD-SMA baik atasan maupun bawahan merupakan salah satu usaha yang sangat menjanjikan terutama saat masa-masa penerimaa siswa baru. Walaupun terbilang musiman, usaha ini dapat menghasilkan omset hingga puluhan juta dalam sekali produksi. Di Kabupaten Purworejo, khususnya yang terpusat di wilayah RW IV desa Sidomulyo terdapat setidaknya 6 *home industry* konveksi seragam sekolah yang mayoritas memproduksi seragam SD baik hanya atasan, bawahan, maupun keduanya. Usaha konveksi ini cukup menguasai beberapa segmentasi pasar yang berbeda, sehingga persaingan antarpengusaha hanya masalah kualitas produk. Metode pemasaran yang digunakan masih bersifat konvensional, karena mereka secara mandiri menjualkan ke beberapa toko mitra, maupun di pasar. Beberapa ada yang langsung dipasarkan ke beberapa sekolah yang sudah langganan, maupun langsung diambil ke rumah oleh penjual grosiran.

Berdasarkan hasil survey dan wawancara yang dilakukan, ada beberapa faktor yang memengaruhi penurunan permintaan produk, seperti kurangnya inovasi dan kreasi dalam produk tersebut. Adanya inovasi menurut Ayyagari *et al.* dalam Trinugroho *et al.* (2020) berdampak positif dalam mengelola pembiayaan eksternal. Belum digunakannya teknologi terutama untuk memasarkan produk juga turut menghambat proses pengembangan *home industry* konveksi tersebut. Hal tersebut dikarenakan keterbatasan sarana atau handphone yang dimiliki, serta faktor usia yang sudah lanjut sehingga kurang terlatih dalam mengoperasikan teknologi. Berdasarkan hal di atas, diperlukan suatu inovasi cara memasarkan produk sebagai salah satu aspek utama untuk meningkatkan penjualan melalui program Sosialisasi Digital *Marketing*. Tujuan utama dilaksanakannya program ini adalah mengenalkan lebih dalam terkait teknologi digital sebagai suatu inovasi dalam usaha skala rumahan sekaligus memberikan peluang bagi UMKM konveksi seragam sekolah untuk bertransformasi menjadi UMKM berbasis digital yang saat ini menjadi sektor perekonomian baru. Program ini juga membekali pelaku UMKM melalui langkah-langkah membuka akun dan membuka toko online di platform *Shopee* sebagai salah satu *marketplace* terbesar di Indonesia. Selain itu, diharapkan akan secara bertahap meningkatkan penjualan produk seragam sekolah agar lebih dikenal sampai luar Purworejo, sehingga pangsa pasar lebih besar. Hal tersebut seperti yang dijelaskan Kotler dan Keller dalam Febriyantoro dan Arisandi (2018) melalui digital *marketing* proses komunikasi dan transaksi dapat dilakukan secara real time dan dapat diakses sampai ke seluruh dunia, serta hamper Sebagian besar informasi produk sudah tersedia, serta konsumen lebih mudah melakukan pemesanan maupun membandingkan produk satu dengan lainnya. Oleh karena itu, Papadopoulos *et al.* dalam Trinugroho (2020) menjelaskan bahwa penggunaan digital menjadi sangat diperlukan dalam proses bisnis selama Pandemi Covid-19.

Digital *marketing* sendiri merupakan hasil dari pengembangan Web 2.0 yang memuat teknologi mobile (*mobile technology*), sehingga setiap orang yang memiliki jaringan internet berkesempatan mengakses teknologi digital termasuk saat bertransaksi. Digital *marketing* menurut Febriyantoro dan Arisandi (2018) merupakan pemasaran yang memanfaatkan teknologi digital, salah satunya yaitu media elektronik atau internet *marketing*, sehingga bisa disebut *e-marketing*. Karakteristik digital *marketing* menurut Hasan dalam Febriyantoro dan Arisandi (2018) mencakup beberapa hal seperti (1) meningkatkan interaktivitas bisnis dengan pelanggan yang sudah melek teknologi, (2) merupakan dialog elektronik yang berisi informasi kepada konsumen, (3) bertujuan untuk menemukan, menarik, dan mempertahankan pelanggan lama maupun baru, dan (4) sebagai upaya meningkatkan akselerasi jual beli barang dan jasa, serta pertukaran informasi melalui internet. Inti dari kegiatan digital *marketing* adalah menjadikan usahanya mudah dijangkau dan *accessible* oleh para pelanggan, sehingga terbentuk suatu hubungan horizontal yang diharapkan akan mendorong terciptanya kepuasan pelanggan. Transformasi dari pemasaran konvensional ke modern atau digital membentuk suatu *new wave of marketing* yang memiliki pola pikir *low budget but high impact*. Hal tersebut merupakan upaya untuk mengefektifkan dan mengefisienkan pengeluaran biaya produksi yang rata-rata lebih besar jika menggunakan metode konvensional.

Selain memberikan pelatihan digital *marketing* kepada para pelaku UMKM konveksi seragam, hal lain yang perlu diperhatikan adalah penguatan edukasi pertanian dengan membuat pestisida nabati kepada anak-anak usia sekolah dasar. Organisme Pengganggu Tanaman (OTP), adalah salah satu hal yang serius dalam sektor pertanian. Sebagian besar petani dalam upaya pengendalian hama umumnya masih menggunakan pestisida kimia yang berbahaya bagi manusia maupun lingkungan (Ratna, 2009). Berakar dari masalah tersebut, pestisida nabati adalah solusi yang tepat dalam mengendalikan hama yang ramah lingkungan. Pestisida nabati adalah pengendalian organisme pengganggu tanaman yang dibuat dengan bahan dasar alami seperti tanaman atau tumbuhan, yang kemudian dibuat berupa larutan, perasan, rendaman, maupun ekstraksi (Novizan, 2002). Pemanfaatan pestisida nabati juga memiliki prospek yang menjanjikan karena kandungannya yang bersifat racun terhadap pathogen, bahannya mudah ditemukan di alam sekitar, dan proses pembuatannya mudah dan murah (Wiratno, 2018). Selanjutnya bawang putih adalah bahan yang tepat dalam pengendalian hama khususnya insektisida, yang memiliki kecenderungan untuk mengusir serangga yang berbahaya bagi tanaman (Yeni *et al.*, 2013). Peta potensi desa yang dimiliki oleh desa Sidomulyo, Purworejo ini memiliki potensi yang baik dalam sektor pertanian. Dalam wawancara terbatas dengan narasumber kepala desa setempat, desa Sidomulyo memiliki wilayah yang strategis, dengan wilayah 60% berada di dataran tinggi, dan 40% berada di dataran rendah. Selanjutnya, sektor pertanian menjadi mata pencaharian utama masyarakatnya, dengan perbandingan luas lahan pertanian yang begitu besar. Oleh sebab itu,

kelompok KKN Tematik UNS yang beranggotakan 10 orang, membuat program dalam edukasi dasar pertanian kepada anak-anak siswa sekolah dasar, supaya memiliki pengetahuan dalam pembuatan pestisida yang ramah lingkungan.

Metode

Kegiatan sosialisasi digital *marketing* bagi UMKM jasa konveksi dan pelatihan pembuatan pestisida nabati di desa Sidomulyo, Kabupaten Purworejo dilaksanakan secara langsung (*offline*) yang bertempat di salah satu rumah warga. Kegiatan ini tetap menerapkan protokol kesehatan secara ketat, dan hanya dihadiri oleh 4 orang pelaku UMKM, dan dihadiri oleh 20 anak usia sekolah dasar pada kegiatan pelatihan pembuatan pestisida nabati. Pelaku UMKM jasa konveksi seragam sekolah dipilih sebagai mitra atas rekomendasi Kepala Desa Sidomulyo, serta merupakan UMKM yang paling banyak melibatkan partisipasi warga sekitar sehingga dipandang memiliki pengaruh dalam meningkatkan perekonomian lokal. Pelatihan pembuatan pestisida nabati dilakukan oleh anak-anak di sekitar Desa Sidomulyo.

Hasil, Pembahasan, dan Dampak

A. Hasil

Hasil dari Sosialisasi Digital *Marketing* UMKM Seragam Sekolah dan Pelatihan Pembuatan Pestisida Nabati bersifat kualitatif atau lebih memfokuskan peningkatan skill atau kemampuan, seperti:

1. Masyarakat pelaku UMKM seragam menjadi lebih mengerti cara memasarkan produk secara digital melalui berbagai *platform online* sehingga dapat berpotensi memperluas pasar UMKM seragam.
2. Antusiasme pelaku UMKM dalam mengdigitalisasi pemasaran produkseragam sekolah sangat tinggi dilihat dari banaknya pertanyaan yang diajukan pada saat sosialisasi.
3. Anak-anak di desa Sidomulyo memiliki pengetahuan dalam pembuatan pestisida nabati yang ramah lingkungan.

B. Pembahasan

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan pemeran penting dalam pengembangan ekonomi lokal di Indonesia. Para pelaku UMKM hendaknya dapat menguasai perkembangan teknologi yang semakin modern dikarenakan semakin derasnya perkembangan teknologi digital dalam bisnis terutama aspek pemasaran yang cenderung beralih dari *offline* ke *online*. Oleh sebab itu, perlu adanya peningkatan pengetahuan tentang perkembangan teknologi informasi seperti digital *marketing*. Digital *Marketing* merupakan usaha dalam

memperkenalkan produk menggunakan media digital dengan tepat sehingga dapat menjangkau konsumen secara luas. Media sosial mempunyai peranan penting dalam hal ini. Media sosial yang sering digunakan oleh pengusaha saat ini sebagai media promosi seperti *e-commerce*, *Tokopedia*, *Shopee*, *Lazada*, *Instagram*, dan lainnya.

Sosialisasi *Digital Marketing* UMKM merupakan kegiatan penyuluhan dan pendampingan bagaimana cara memasarkan produk UMKM. Kegiatan Sosialisasi *Digital Marketing* UMKM meliputi langkah-langkah dalam membuat akun dan toko. Untuk tahap selanjutnya, membantu para pelaku dengan melakukan *follow up* mengenai kendala yang dihadapi, sehingga produk dapat semakin berkembang dan mengalami peningkatan sebesar 10% dari rata-rata penjualan normal.

Tujuan dari Sosialisasi *Digital Marketing* konveksi seragam sekolah di desa Sidomulyo ini adalah membantu para pelaku UMKM dalam melebarkan pangsa pasar sehingga memungkinkan produk dikenal sampai luar Purworejo. Dengan Sosialisasi *Digital Marketing* ini diharapkan dapat menekankan biaya *transport* maupun resiko rugi akibat stok produk-produk lama yang tidak terjual.

Senada dengan *digital marketing* yang disosialisasikan kepada pelaku UMKM desa Sidomulyo, edukasi pertanian juga dilakukan oleh tim KKN tematik UNS untuk memperkenalkan pembuatan pestisida nabati kepada anak-anak usia sekolah dasar. Potensi desa yang memiliki keunggulan di sektor pertanian ini membuat pentingnya edukasi mengenai pengelolaan pertanian di desa Sidomulyo. Pestisida yang dibuat adalah pestisida nabati yang tentunya menggunakan alat dan bahan yang mudah ditemukan di lingkungan sekitar. Pelatihan ini secara umum memberikan wawasan kepada anak-anak, bahwa pengelolaan hama pada produktifitas sektor pertanian harus diurus dengan serius. Secara lebih mudahnya, kelompok KKN tematik UNS memberikan secara sederhana kepada anak-anak tentang pentingnya pestisida, cara membuatnya, dan bagaimana cara menggunakannya. Bawang putih (*Allium sativum* L), adalah salah satu bahan pokok pembuatan pestisida nabati yang mengandung auxin dan anti oksidan. Ekstrak bawang putih selain tidak disukai oleh serangga pengganggu tanaman, juga mampu mengendalikan penyakit pada tanaman yaitu antraknosa. Antranoksa adalah penyakit yang disebabkan oleh cendawan fusarium pada tanaman cabai sehingga membuat buah pada tanaman cabai mengering. Sebelum membuat pestisida nabati, tim kami juga memberikan deskripsi dan penjelasan kepada anak-anak apa itu pestisida, jenis pestisida apa yang akan kita buat, dan bagaimana cara menggunakannya pada tanaman.

Cara membuat pestisida nabati dari bawang putih termasuk sederhana. Pertama alat dan bahan yang dipersiapkan adalah 85 gr bawang putih, 50 ml minyak sayur, 10 ml sabun, 950 ml air, penyaring, botol kemas, dan alat penumbuk. Setelah siap, kupas kulit bawang putih dan

haluskan hingga benar-benar halus menggunakan alat penumbuk. Setelah itu, campur dengan minyak sayur dan diamkan selama 24 jam. Setelah 24 jam, tambahkan air dan sabun lalu aduk hingga merata. Pestisida nabati ini bertahan 1-3 hari dalam pemakaiannya, apabila lebih maka ada kecenderungan membuat racun bagi tanaman sehingga tanaman bisa saja mati. Cara pemakaiannya adalah campur larutan dengan air dengan perbandingan 1:20. Kocok hingga merata dan semprotkan ke seluruh bagian tanaman pada pagi hari. Tujuan dari diadakannya pelatihan pembuatan pestisida nabati ini adalah sebagai sarana edukasi dibidang pertanian, kepada anak-anak usia sekolah dasar dengan membuat pestisida nabati yang murah, mudah, dan ramah lingkungan. Antusiasme yang positif dari anak-anak dan suksesnya pembuatan pestisida nabati, membuat program ini dapat dikatakan berhasil.

C. Dampak

Dampak dari kegiatan Sosialisasi Digital *Marketing* UMKM Seragam di desa Sidomulyo adalah sebagai berikut:

1. Kegiatan sosialisasi digital *marketing* pada pemilik usaha konveksi rumahan di desa Sidomulyo, Purworejo memberikan pengetahuan lebih kepada para pelaku usaha.
2. Strategi *marketing* yang tepat dan dinamis mengikuti perkembangan jaman dapat memperluas cakupan pasar, baik pemasaran secara *offline* atau *online*.
3. Anak-anak usia sekolah dasar di desa Sidomulyo memperoleh pengetahuan dasar tentang pertanian, terkhusus pada penggunaan pestisida.

Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan dari kegiatan Sosialisasi Digital *Marketing* UMKM dan Pelatihan Pembuatan Pestisida Nabati yang telah dilaksanakan yaitu:

1. Kegiatan Sosialisasi Digital *Marketing* UMKM konveksi seragam sekolah yang dapat meningkatkan pengetahuan dalam melakukan pemasaran melalui platform digital sehingga dapat menjangkau konsumen secara luas.
2. Kegiatan Sosialisasi Digital *Marketing* UMKM konveksi seragam merupakan langkah awal digitalisasi pada UMKM warga desa Sidomulyo untuk meningkatkan pemasaran yang lebih luas.
3. Kegiatan pelatihan pembuatan pestisida nabati adalah edukasi awal kepada anak-anak, untuk memiliki pengetahuan di bidang pertanian.

Ucapan Terima Kasih

1. Rektor Universitas Sebelas Maret Bapak Prof. Dr. Jamal Wiwoho, S.H., M.Hum yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melaksanakan program Kuliah Kerja Nyata (KKN).
2. UPKKN LPPM Universitas Sebelas Maret (UNS) yang telah memfasilitasi pelaksanaan kegiatan KKN periode Juli-Agustus 2021.
3. Ibu Dr. Suminah, M.Si. selaku Dosen Pembimbing Lapangan atas bimbingan dan pengarahan yang telah diberikan.
4. Bapak Setiyono Hadi selaku Kepala desa Sidomulyo, Purworejo dan seluruh jajarannya. Terima kasih atas sambutannya, berbagai bantuannya dan pelayanan selama ini sehingga Kuliah Kerja Nyata (KKN) ini dapat selesai dengan lancar.
5. Masyarakat desa Sidomulyo, Kecamatan Purworejo, Kabupaten Purworejo, Jawa Tengah. Terimakasih banyak atas segala bantuan dan kerjasamanya sehingga Kuliah Kerja Nyata (KKN) ini dapat berjalan dengan lancar.
6. Semua pihak yang sudah berpartisipasi dan memberi dukungan baik materi maupun non materi yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Daftar Pustaka

- Febriyantoro, M., T., dan Arisandi, D. 2018. Pemanfaatan Digital *Marketing* bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah pada Era Masyarakat Ekonomi ASEAN. *Jurnal Manajemen Dewantara*, 1(2): 61-76.
- Herhausen, D., Miočević, D., Morgan, R., and Kleijnen, M., H., P. 2020. “Digital *marketing* capabilities gap.” *Industrial Marketing Management*, 90, 276-290.
- Novizan. 2002. *Membuat dan Memanfaatkan Pestisida Ramah Lingkungan*. Agro Media Pustaka. Jakarta.
- Ratna, P. W. K. B. 2009. Pengaruh Insektisida Nabati Ekstrak Bawang Putih (*Allium sativum* L.) Terhadap Mortalitas Kutu Daun (*Myzus persicae* Sulz) Tanaman Cabai Merah. Skripsi. Fakultas Teknobiologi Program Studi Biologi. Universitas Atmajaya Yogyakarta. Yogyakarta.
- Sabarudin. 2021. Aplikasi Pestisida Nabati Bawang putih (*Allium sativum* L.) untuk Pengendalian hama ulat grayak (*Spodoptera litura*) pada tanaman cabai (*Capsicum annum* L). *Jurnal Agroekoteknologi Tropika Lembab*. Volume 3, Nomor 2, Februari 2021
- Selviana M. Dkk 2015 efektifitas ekstrak bawang putih dan tembakau terhadap kutu daun (*Myzus persicae* Sulz.) pada tanaman cabai (*Capsicum* sp.)
- Tigauw, Selviana, Christina L. Salaki, dan Jusuf Manueke. 2015. Efektivitas Ekstrak Bawang Putih dan Tembakau terhadap Kutu Daun (*Myzus persicae* Sulz.) pada Tanaman Cabai (*Capsicum* sp.). *Eugenia* : Volume 21 No.3 Oktober 2015
- Trinugroho, I., Pamungkas, P., Wiwoho, J., Damayanti, S., M., and Pramono, T. 2020. “Adoption of digital technologies for micro and small business in Indonesia.” *Finance Research Letters*, 1-7.

Yenie, E., Elystia S., Calvin, A., dan Irfhan, M. 2013. Pembuatan Pestisida Organik Menggunakan Metode Ekstraksi dari Sampah Daun Pepaya dan Umbi Bawang Putih. *Jurnal Teknik Lingkungan*.