

Sosialisasi Peranan Digital Marketing dalam Upaya Peningkatan Pemasaran Produk Pandai Besi Rumbio Jaya

Agus Sutikno*, Angga Pramana, Yelly Zamaya, Harsanto Mursyid, Tito Handoko, Yelmira Zalfiatri, Laode Burhanuddin

Universitas Riau

*agus.sutikno@lecturer.unri.ac.id

Abstrak Provinsi Riau merupakan provinsi dengan perkebunan kelapa sawit terluas di Indonesia, dan memiliki produksi minyak sawit terbesar. Dalam setiap proses pengolahan kelapa sawit pasti terdapat alat yang mampu menunjang setiap tahapan produksi dan pengolahan kelapa sawit. Masyarakat Desa Teratak Kecamatan Rumbio Jaya Kabupaten Kampar Produk sebagian besar berprofesi sebagai pandai besi yang memproduksi alat-alat pertanian, khususnya alat yang digunakan dalam proses pemanenan kelapa sawit. Pemasaran produk yang dihasilkan oleh pandai besi masih menggunakan cara tradisional. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan dengan cara memberikan sosialisasi tentang peranan dari digital marketing dalam rangka peningkatan pemasaran produk pandai besi yang dapat meningkatkan pendapatan para pandai besi. Kegiatan pengabdian ini memberikan manfaat kepada para pengrajin besi karena pemberian informasi dan transfer ilmu pengetahuan tentang pemasaran digital. Hasil dari kegiatan pengabdian ini adalah bertambahnya pengetahuan kelompok pandai besi tentang digital marketing. Pasca pelaksanaan kegiatan pengabdian ini, para pandai besi diharapkan dapat mengubah pola pemasaran tradisional ke digital marketing.

Kata kunci: digital marketing; pandai besi; Rumbio Jaya

Abstract. Riau Province is the province with the largest palm oil plantations in Indonesia and has the largest palm oil production. In every palm oil processing process, there must be tools that can support every stage of palm oil production and processing. The people of Teratak Village, Rumbio Jaya District, Kampar Produk Regency, mostly work as blacksmiths who produce agricultural tools, especially tools used in the palm oil harvesting process. The marketing of products produced by blacksmiths still uses traditional methods. This community service activity is carried out by providing outreach about the role of digital marketing in the context of increasing the marketing of blacksmith products, which can increase the income of blacksmiths. This service activity provides benefits to iron craftsmen by providing information and transferring knowledge about digital marketing. The result of this service activity is an increase in the blacksmith group's knowledge about digital marketing. After implementing this service activity, the blacksmiths are expected to be able to change traditional marketing patterns to digital marketing.

Keywords: digital marketing; blacksmith; Rumbio Jaya

To cite this article: Sutikno, A., Pramana, A., Zamaya, Y., Efawani, Mursyid, H., Handoko, T., Zalfiatri, Y., & Burhanuddin, L. 2023. Sosialisasi Peranan Digital Marketing dalam Upaya Peningkatan Pemasaran Produk Pandai Besi Rumbio Jaya *Online. Unri Conference Series: Community Engagement* 5: 438-443. <https://doi.org/10.31258/unricsce.5.438-443>

© 2023 Authors

Peer-review under responsibility of the organizing committee of Seminar Nasional Pemberdayaan Masyarakat 2023

PENDAHULUAN

Sektor pertanian khususnya subsektor perkebunan kelapa sawit merupakan salah satu penyumbang penerimaan negara terbesar di Indonesia. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS), Provinsi Riau merupakan provinsi dengan perkebunan kelapa sawit terluas di Indonesia, dan memiliki produksi minyak sawit terbesar. Dalam periode 11 tahun (2011 – 2021), luas kebun kelapa sawit di Provinsi Riau meningkat sebesar 49,07%. Saat ini Provinsi Riau memiliki kebun seluas 3,38 juta hektar atau mencakup 20,68% dari total luas perkebunan kelapa sawit yang tersebar di 26 provinsi se-Indonesia (BPS, 2023).

Kelapa sawit merupakan pohon dengan hasil minyak nabati per hektar dengan jumlah yang sangat besar. Setiap hektar produksinya membutuhkan keterampilan yang tinggi, pengelolaan yang hati-hati, dan harus memiliki pekerja yang disiplin dan tekun. Dalam setiap proses pengolahan kelapa sawit pasti terdapat alat yang mampu menunjang setiap tahapan produksi dan pengolahan kelapa sawit. Salah satu ciri pertanian modern adalah penggunaan alat dan mesin dalam sistem usahatani baik dari budidaya dan juga pasca panen (Rosalina, 2022).

Peran strategis mekanisasi atau penggunaan alat-alat pertanian dalam sektor pertanian antara lain mempercepat proses dalam melakukan pengolahan tanah, pemanenan, dan pasca panen. Selain itu juga dapat meningkatkan intensitas produksi, membuat lebih efisien dari segi biaya jika dibandingkan cara tradisional atau manual. Penggunaan alat-alat pertanian yang baik dan benar juga mengurangi kehilangan produktivitas dan meningkatkan nilai tambah sehingga akan dapat meningkatkan pendapatan petani (Sudirman, et al, 2017). Mekanisasi juga membantu dalam prasyarat kelembagaan dan sumber daya manusia yang harus disempurnakan.

Pemanfaatan mesin pertanian merupakan salah satu dari cara untuk meningkatkan produktivitas dan efisiensi pertanian, meningkatkan kualitas dan nilai tambah produk, serta memberdayakan petani. Pada dasarnya penggunaan mesin pada bidang pertanian ditujukan untuk meningkatkan tenaga kerja manusia pada proses produksi pertanian. Mekanisasi pertanian akan mempunyai kemampuan untuk meningkatkan efisiensi tenaga kerja manusia, taraf dan taraf hidup petani, serta kuantitas dan kualitas produksi pertanian, sehingga memungkinkan mengembangkan berbagai jenis produksi pertanian (Sarah, 2022).

Desa Teratak Kecamatan Rumbio Jaya Kabupaten Kampar sebagian masyarakatnya berprofesi sebagai pandai besi. Pandai besi adalah pengrajin produk-produk yang terbuat dari besi. Kecamatan Rumbio Jaya memiliki sentra besi, yaitu tempat para pengrajin dan pemahat besi, mulai dari besi yang belum dibentuk hingga besi yang bisa digunakan untuk semua kegiatan pertanian maupun kegiatan sehari-hari. Keahlian pandai besi Desa Teratak pada awalnya fokus pada pembuatan senjata tradisional seperti keris, pedang, dan pedang yang diwariskan secara turun temurun dengan memanfaatkan seluruh potensi keluarga dan masyarakat sekitar. Seiring waktu dalam perkembangannya terjadi peralihan dari pembuatan senjata tradisional menjadi alat pertanian/bertani yang memiliki macam ragam dan jenis.

Produk yang paling banyak diproduksi adalah alat-alat yang digunakan dalam proses pemanenan kelapa sawit. Setiap pandai besi, panggilan untuk pengrajin besi memiliki keterampilan dan kecerdasan masing-masing dalam membuat atau mendesain alat yang akan diproduksi. Berbagai cara dilakukan untuk meningkatkan produktivitas dari para pandai besi. Salah satu caranya memberikan penyuluhan atau sosialisasi kepada masyarakat yang menjadi pengrajin maupun orang-orang yang terlibat dikegiatan tersebut. Kesuksesan dari profesi pandai besi ditentukan oleh berbagai faktor, diantaranya keterampilan, manajemen bisnis, pemasaran, dan teknologi. Sentra Pandai Besi Desa Teratak Rumbio Jaya harus terus melakukan inovasi dan penjagaan kualitas agar menjadi usaha yang semakin maju di Kabupaten Kampar dan Provinsi Riau.

Terdapat tiga desa yang mayoritas penduduknya adalah perajin pandai besi di Kecamatan Rumbio Jaya, Kabupaten Kampar yaitu Desa Teratak Desa Simpang Petai dan Desa Pulau Payung. Selama ini para pandai besi memasarkan produknya secara individu, mulai dari menitipkan ke toko-toko alat pertanian, hingga mengirimkannya ke luar daerah maupun luar provinsi misalnya ke Kalimantan, Aceh, dan provinsi lainnya. Menurut informasi yang diperoleh dari key informan pelaku usaha pandai besi Rumbio Jaya, industri besi ini sudah berdiri sejak tahun 1951.

Industri besi di Kecamatan Rumbio Jaya Kabupaten Kampar termasuk dalam industri rumahan swasta yang sudah tersebar dan bersertifikat Standar Nasional Indonesia (SNI). Pemasaran dan bahan baku produksi alat pertanian dibiayai dan disediakan oleh koperasi yang bekerja sama dengan PT Perkebunan Nusantara (PTPN) V yang bergerak dibidang perkebunan kelapa sawit. Kerjasama antara sentra pandai besi dan PTPN V sangat

memudahkan pandai besi dalam proses pengadaan bahan baku dan pemasaran alat pertanian, khususnya alat pasca panen kelapa sawit.

Sertifikasi SNI yang diperoleh oleh produk yang dihasilkan di Rumbio Jaya Steel Center (RJS) adalah dodos dan egrek. Dalam menunjang pemasaran produk pandai besi, kelompok pandai besi membentuk koperasi yang bertujuan untuk mengolah dan mengendalikan pendapatan yang dihasilkan oleh industri kelompok pandai besi. Proses pemasaran yang dilakukan oleh tim pandai besi Rumbio selalu bersifat pribadi dengan menggunakan akun pasar masing-masing sehingga tidak ada yang bertanggung jawab atas keseluruhan proses pemasaran. Koperasi yang bertujuan untuk pendataan dan syarat kerjasama dengan PTPN V sebagai distributor dan konsumen dari sentra pandai besi. Metode pengelolaan inovatif termasuk jaringan kolaboratif, pemasaran digital, kualitas layanan, dan manajemen rantai pasokan dapat meningkatkan potensi kinerja usaha (Kerdpitak, 2022).

Kegiatan pemasaran masih menggunakan cara tradisional menarik perhatian tim pengabdian Universitas Riau untuk melakukan sosialisasi peranan dari digital marketing dalam rangka peningkatan pemasaran produk pandai besi, dengan tujuan untuk meningkatkan pendapatan pada pandai besi. Jumlah pengguna media sosial di Indonesia saat ini mencapai hampir 100 juta. Dengan keunggulan teknologi informasi, hendaknya para pelaku usaha memanfaatkannya untuk meraih keuntungan yang optimal (Cendana, 2019). Dengan memanfaatkan perkembangan teknologi digital, digital marketing dapat menyampaikan informasi suatu produk kepada konsumen dan calon pelanggan dengan cepat dan tepat waktu melalui media digital. Kegiatan pengabdian ini berjudul sosialisasi peranan digital marketing dalam upaya peningkatan pemasaran produk pandai besi Rumbio Jaya. Tujuan dari kegiatan ini adalah memberikan informasi ke para pandai besi tentang manfaat dan peranan dari digital marketing untuk meningkatkan penjualan dan pendapatannya.

METODE PENERAPAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan dengan kegiatan sosialisasi langsung kepada para pengrajin besi di sentra besi Rumbio Jaya. Metode pelaksanaan yang dilakukan adalah:

a. Observasi dan wawancara

Metode ini dilakukan dengan pengrajin besi di sentra besi Desa Rumbio untuk melihat sejauh mana pemahaman dan pengetahuan mereka tentang digital marketing dan cara menggunakannya.

b. Ceramah dan diskusi

Metode ini dilakukan dimana tim pengabdian sebagai pembicara yang menyajikan tentang digital marketing dengan tujuan agar materi dapat dipahami dengan mudah oleh para peserta sosialisasi. Metode ceramah dilakukan dengan menarik serta relatif padat, cepat, dan mudah dapat menarik perhatian peserta sehingga aktif melakukan diskusi.

Dalam kegiatan sosialisasi ini yang dibahas adalah peranan dari digital marketing, memperkenalkan media digital yang dapat dimanfaatkan untuk pemasaran, dan memberikan akses informasi lanjutan kepada para pengrajin besi tentang digital marketing pasca kegiatan pengabdian ini dilakukan.

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan pada hari Selasa tanggal 25 Juli 2023 bertempat di Sentra Pandai Besi Desa Teratak Kecamatan Rumbio Jaya, Kabupaten Kampar. Para peserta dari kegiatan pengabdian ini adalah para pengrajin besi yang berjumlah sepuluh (10) orang dan narasumber adalah Dosen Universitas Riau, serta dibantu oleh beberapa orang mahasiswa.

HASIL DAN KETERCAPAIAN SASARAN

Kegiatan “Sosialisasi Peranan Digital Marketing dalam Upaya Peningkatan Pemasaran Produk Pandai Besi Rumbio Jaya” telah dilaksanakan pada hari Selasa, 25 Juli 2023 yang bertempat di Sentra Pandai Besi Desa Teratak Kecamatan Rumbio Jaya, Kabupaten Kampar. Pada kegiatan sosialisasi ini, tim pengabdian menjadi narasumber. Sasaran kegiatan sosialisasi ini adalah para pengrajin besi. Penetapan sasaran ini merupakan suatu upaya dalam menyampaikan wawasan serta pemahaman kepada para pengrajin besi sekaligus pelaku usaha pemasaran besi tentang manfaat dan peranan dari digital marketing, khususnya media sosial serta kegunaan pemasaran secara digital untuk mengembangkan usaha.

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui kegiatan sosialisasi peranan digital marketing ini memberikan pemahaman tentang pentingnya saat ini penggunaan teknologi dalam semua aspek kegiatan

ekonomi masyarakat. Desa Teratak memiliki potensi untuk menghasilkan alat-alat pertanian lebih baik dari segi kuantitas dan kualitas. Produk utama yang dihasilkan oleh pengrajin besi adalah egrek dan dodos yang merupakan alat pertanian kelapa sawit. Alat pertanian ini sangat diperlukan oleh masyarakat Kabupaten Kampar karena sebagian besar masyarakatnya bekerja sebagai petani kelapa sawit. Produk yang diproduksi sebagian besar telah memenuhi standar SNI, namun dalam proses komersialisasinya produk tersebut memiliki pasar yang agak terbatas karena hanya dikomersialkan secara tradisional. Salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk menaikkan penjualan adalah dengan memanfaatkan teknologi digital sebagai alat pemasaran alias digital marketing. Revolusi digital memungkinkan penerapan model hubungan baru dengan konsumen, yang merupakan tantangan bagi pelaku usaha yang ingin meningkatkan pangsa pasarnya (Sawicki, 2016).

Pada dasarnya digital marketing adalah pemasaran dengan menggunakan media digital dengan menggunakan internet dengan menggunakan media berupa web, media sosial, email, database, telepon seluler/wireless dan TV digital untuk menambah jumlah target konsumen dan untuk memberikan informasi tentang profil usaha dan produk yang dihasilkan. Perkembangan dunia digital memiliki dampak yang besar terhadap masyarakat, baik pemasaran maupun penjualan. Konsep digital marketing mencakup empat hal, yaitu:

1. Konsep dalam pemasaran digital membuat masyarakat memiliki kecenderungan memilih produk yang terjangkau.
2. Konsep dalam ide produk, masyarakat lebih menyukai produk yang berkualitas, fitur yang bagus, kinerja baik dan mampu memberikan manfaat bagi konsumen.
3. Konsep penjualan ide mengenai pilihan konsumen, dimana konsumen memiliki kecenderungan untuk memilih produk yang belum pernah ada sebelumnya. Masyarakat cenderung senang mencoba hal-hal baru.
4. Konsep dalam menguasai konsep filosofis pelaku usaha, bahwa pelaku usaha bertanggungjawab terhadap seluruh rangkaian kegiatan pemasaran secara berkelanjutan, berupaya memberikan kepuasan konsumen.
5. Konsep pemasaran berwawasan sosial. Pelaku usaha selalu mengutamakan kepentingan pelanggan, memperlakukan konsumen sebagai pihak yang utama.



Gambar 1. Kunjungan Tim Pengabdian ke Desa Teratak

Pengabdian yang dilakukan di Desa Teratak adalah dengan menerapkan konsep pemasaran digital pada industri pandai besi, dengan tujuan menghasilkan pangsa pasar baru dari berbagai daerah dengan memanfaatkan website dan jejaring sosial sebagai alat pemasarannya (Febriyantoro dan Arisandi, 2018). Pandai besi berikan informasi dan pengetahuan tentang manfaat pemasaran digital terhadap usaha yang mereka jalankan saat ini. Setelah memahami manfaat pemasaran digital, para pengrajin besi diharapkan dapat memahami manfaat dari pemberdayaan teknologi digital untuk mempromosikan dan menjual produknya. Pelaku usaha ini perlu diberikan pelatihan tentang pentingnya pemanfaatan digital marketing agar sistem pemasarannya menjadi lebih baik sehingga dapat memperluas cakupan target usahanya serta dapat menunjang kegiatan penjualan yang lebih baik lagi (Naimah, 2020). Pemasaran dengan cara digital (bisnis online) juga memiliki peranan dalam peningkatan pendapatan masyarakat (Putri, 2016).

Hasil dari kegiatan pengabdian ini adalah bertambahnya pengetahuan kelompok pandai besi tentang digital marketing. Berdasarkan pengamatan yang dilakukan terhadap pengrajin besi, didapat bahwa penggunaan

teknologi informasi masih berada pada tahapan dasar, yaitu mengenal dan mengoperasikan, para pengrajin besi belum memahami sepenuhnya keuntungan dalam menggunakan pemasaran secara digital dalam menjalankan usahanya. Pemasaran yang dilakukan secara digital merupakan istilah lazim terhadap semua usaha penjualan yang dilakukan dengan sistem online dengan berbagai iklan. Cara penyajian iklan pun saat ini semakin beragam. Iklan yang disajikan dengan cara naratif sedang digemari oleh pemasar dalam beberapa tahun belakangan ini. Hal ini dikarenakan konsumen saat ini lebih menyukai iklan naratif yang menghibur serta informatif (Khalisha, 2019).

Berbisnis dengan memanfaatkan akses internet secara digital melalui media sosial, situs web, juga aplikasi e-commerce dilakukan agar terhubung dengan pelanggan dan calon pelanggan dengan lebih cepat dan mudah. Lemahnya pengetahuan peserta sosialisasi terhadap pembuatan strategi pemasaran menggunakan internet menjadikan mereka belum memanfaatkan fitur pemasaran digital yang disediakan, termasuk di dalamnya penggunaan media sosial dan aplikasi e-commerce lainnya. Padahal, saat ini sangat besar manfaat dan peranan penggunaan media sosial untuk menarik konsumen, serta memperluas jangkauan bisnisnya, sehingga segmen pasar yang diraih pun semakin luas. Elemen-elemen penting dalam strategi pemasaran adalah bagaimana mengelola suatu merek dan pelanggan melalui pemasaran digital (Kannan, 2017). Kegiatan penyampaian informasi dan pemasaran dengan bantuan teknologi informasi dapat menghemat biaya dan waktu dalam pelaksanaannya (Muharam, 2020). Hubungan yang baik dengan klien dan jaringan yang baik dengan akun bisnis lainnya merupakan faktor pendukung dalam kegiatan pemasaran digital. Faktor penghambat strategi komunikasi pemasaran dalam membangun citra merek adalah kurangnya pendidikan tentang pemasaran media sosial, kurangnya sumber daya manusia, dan anggaran yang terbatas (Mulitawati, 2020).

Tabel 1. Perubahan yang Terjadi setelah dilakukannya Sosialisasi

No	Kriteria Pengukuran	Ketercapaian
1	Partisipasi	Terdapat 10 orang pengrajin besi yang terlibat dalam kegiatan sosialisasi
2	Kesesuaian Materi	Para pengrajin besi merasakan bahwa dengan adanya sosialisasi ini, pengetahuan mereka tentang digital marketing bertambah
3	Penerapan	Para pengrajin besi yang sudah mengikuti kegiatan sosialisasi menyatakan bahwa mereka melakukan penjualan pada koperasi sentra, dan belum melakukan secara pribadi penjualan digital
4	Keberlanjutan	Setelah melakukan kegiatan sosialisasi, para pengrajin besi tetap melanjutkan produksi produk besi dengan terus melakukan pengembangan diri tentang digital marketing

KESIMPULAN

Pengabdian yang dilakukan di Desa Teratak Kecamatan Rumbio Jaya ini memberikan manfaat tentang pemberian informasi dan transfer ilmu pengetahuan tentang pemasaran digital. Pasca pelaksanaan kegiatan pengabdian ini, para pengrajin diharapkan dapat mengubah pola pemasaran tradisional ke digital marketing.

Saran untuk kedepannya diharapkan para pengrajin besi di sentra besi Rumbio Jaya lebih termotivasi secara aktif dalam memberdayakan internet dan teknologi informasi untuk dan mendukung dan meningkatkan brand image menjadi lebih baik dan dikenal lebih luas oleh masyarakat Indonesia.

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terima kasih kepada LPPM UNRI yang telah memberi bantuan dana, dan ucapan terimakasih kepada mahasiswa Kukerta yang telah membantu dalam praktek lapangan bersama masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

Badan Pusat Statistik, (2023). Statistik Perkebunan.

Cendana, M. (2019). Pemanfaatan Sosial Media Sebagai Strategi Promosi Bagi Keberlangsungan Bisnis Umkm. *Journal Community Development and Society*. 1(1): 1–10.

- Febriyanto, M. T., and D. Arisandi. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*. 1(2): 61–76.
- Kannan, P.K., (2017). Digital marketing: A framework, review and research agenda. *International journal of research in marketing*, 34(1), pp.22-45.
- Kerdipitak, C. (2022). The effects of innovative management, digital marketing, service quality and supply chain management on performance in cultural tourism business. *Uncertain Supply Chain Management*. 10(3): 771–778.
- Khalisha, G., N. Rachmadini, and F. Kristoforus. (2019). Pengaruh Iklan Online Naratif Move On Trip Terhadap Sikap Penonton Media Sosial Youtube,. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Humaniora*. 1(2): 90–96.
- Muharam, M., and A. G. Persada. (2020). Implementasi Penggunaan Website Sebagai Media Informasi dan Media Pemasaran Hasil Pertanian dan Peternakan Desa Sumberejo. *Automata*. 1(2): 22–29.
- Mulitawati, I. M., and M. Retnasary. 2020. Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Membangun Brand Image Melalui Sosial Media Instagram (Studi kasus deskriptif komunikasi pemasaran prodak polycrol forte melalui akun instagram @ahlinyaobatmaag). *Komunikologi: Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi dan Sosial*. 4(1): 23.
- Naimah, R. J., M. W. Wardhana, R. Haryanto, and A. Pebrianto. (2020). Penerapan Digital marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM. *Jurnal IMPACT: Implementation and Action*. 2(2): 39.
- Putri, L. T. (2016). Analisis peranan usaha rumahan (bisnis online) dalam peningkatan pendapatan masyarakat Kota Bangkinang Kabupaten Kampar Provinsi Riau. *Journal of Business Studies*. 2(1): 1–14.
- Rosalina, D. I. (2022). Penerapan dalam Pembangunan Pertanian Modern Di Indonesia yang Sehat, Ramah Lingkungan dan Berkelanjutan. *SEMAGRI*, 3(1).
- Sarah, V. A. (2022). Pengelolaan Teknis dan Usaha Alsintan (Traktor Roda Dua) di UPJA Saridadi, Desa Suruhkalang, Kec. Jaten, Kab. Karanganyar, Provinsi Jawa Tengah.
- Sawicki, A., (2016). Digital marketing. *World Scientific News*, (48), pp.82-88.
- Sudirman, U., Alihamsyah, T., and Suprpto, A. (2017). Dampak Penggunaan Alsintan Terhadap Pengelolaan Lahan dan Sosial Ekonomi Petani di Lahan.