

## **Pelatihan Pemasaran Digital Kelompok Peternak Lebah Trigona Ampel Mesari Banjar Bejali Desa Berembeng**

**I Gusti Ngurah Satria Wijaya<sup>1\*</sup>, Ketut Gus Oka Ciptahadi<sup>2</sup>, Laser Narindro<sup>3</sup>**

<sup>1\*,3</sup> Fakultas Bisnis dan Vokasi, Institut Teknologi & Bisnis Stikom Bali, Indonesia

<sup>2</sup> Fakultas Informatika dan Komputer, Institut Teknologi & Bisnis Stikom Bali, Indonesia

correspondence e-mail: [ngurah\\_satria@stikom-bali.ac.id](mailto:ngurah_satria@stikom-bali.ac.id).

### **ARTICLE INFO**

#### **Article History:**

*Received August 24, 2023*

*Revised October 18, 2023*

*Accepted October 23, 2023*

#### **Keywords:**

*Lebah trigona;*

*Pelatihan;*

*Pemasaran digital*

### **ABSTRACT**

The Trigona Beekeepers Group "Ampel Mesari" is a collective of trigona beekeepers that accommodates farmers in the Banjar Be-bali region, Berembeng Village. The issue faced by this group is that the marketing process is still conducted conventionally by spreading information or promotions through word of mouth. The problem-solving approach provided by this community service program involves offering digital marketing training through a profile website. The implementation method of this community service activity includes socialization activities, core training sessions, and monitoring and evaluation. The execution of digital marketing training activities proceeded smoothly. It can be concluded that there was knowledge transfer, especially in digital marketing, indicated by improved test results. Participants responded positively and enthusiastically to the training, encountering no obstacles in comprehending the training material.



© 2023 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution ShareAlike (CC BY SA) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>).

## **A. Introduction**

Kelompok Peternak Madu Trigona “Ampel Mesari” merupakan kelompok peternak madu trigona yang mewadahi peternak-peternak yang berada di wilayah Banjar Bebali, Desa Berembeng, Kecamatan Selemadeg Kabupaten Tabanan berjarak 41,7 km dari lokasi pengusul ke lokasi mitra. Kelompok usaha produktif ini terbentuk pada tahun 2010, beranggotakan peternak-peternak di desa Bebali yang mempunyai misi untuk meningkatkan taraf hidup ekonomi keluarga dari masing-masing anggotanya. Salah satu produk yang dihasilkan dari kelompok produktif ini adalah madu kele. Kelompok Ampel Mesari diketuai oleh Putu Gede Santika, Sekretaris oleh Made Suarnaya, Bendahara I Nyoman Budiastawa, dan mempunyai anggota aktif sebanyak 11 orang anggota.

Dilihat dari kondisi alam yang masih alami dan letaknya di pesisir, Desa Bebali memiliki potensi yang besar untuk pengembangan budidaya lebah kelulut. Desa ini didominasi oleh tanaman pakan lebah seperti kelapa dan mangga, yang menjadi sumber pakan potensial bagi lebah kelulut. Kondisi alam yang subur ini menciptakan lingkungan yang mendukung bagi perkembangan kelulut baik secara liar maupun dalam pemeliharaan di rumah masing-masing warga. Sebagian masyarakat memelihara lebah kelulut sebagai hobi, sementara yang lain melakukannya secara tidak sengaja karena lebah tersebut bersarang di sekitar rumah mereka. Meskipun ada yang memelihara kelulut untuk tujuan ekonomi, kegiatan ini umumnya dianggap sebagai usaha sampingan.

Dalam konteks pemeliharaan lebah kelulut, mayoritas masyarakat cenderung melakukan praktik otodidak tanpa pengelolaan yang terstruktur. Namun, potensi ekonomi dari produk madu kelulut, yang secara luas dikenal memiliki manfaat kesehatan yang tinggi, dapat menjadi pendorong bagi masyarakat setempat untuk meningkatkan kesadaran dan pengetahuan mereka dalam budidaya lebah kelulut. Dengan dukungan dan bimbingan yang tepat, pengembangan usaha pemeliharaan lebah kelulut di Desa Bebali dapat memberikan manfaat ekonomi yang berkelanjutan sambil tetap mempertahankan keberlanjutan ekosistem alaminya.

Proses produksi dari kelompok ini sudah berjalan dengan baik pada saat ini. Namun proses pemasaran masih dilakukan secara konvensional dengan menyebarkan informasi atau promosi dari mulut ke mulut. Banyak pembeli memesan madu dengan datang langsung ke lokasi banjar Bebali. Sehingga mengakibatkan proses penjualan hanya menjangkau kawasan terdekat dan

berpengaruh langsung terhadap pendapatan yang minim sekali dikalangan anggota kelompok. Adapun situasi tempat kerja mitra seperti pada gambar 1 & 2 berikut:



**Gambar 1** Peternak Lebah



**Gambar 2** Rumah Lebah

Dari kendala atau rumusan masalah diatas, dengan kegiatan pengabdian ini dilaksanakan diskusi dengan mitra untuk mencari pemecahan masalah. Untuk pemecahan masalah dari hasil kesepakatan kedua belah pihak adalah memberikan pelatihan pemasaran digital dan pemberian bantuan website profil.

## B. Metode

Teknik tata cara yang dipakai pada program ini yang terlihat pada gambar 3 adalah pengenalan awal atau sosialisasi kegiatan kepada mitra Kelompok Peternak Ampel Mesari, pelatihan pemasaran digital dan pemberian bantuan website profile (Saragih & Silalahi, 2022). Kegiatan ini akan dilaksanakan dengan tatap muka dan di berikan oleh tim pengabdian kepada anggota-anggota kelompok. Selanjutnya akan dimonitoring dan dievaluasi pada tahap akhir kegiatan(Anggraeni et al., 2022).



**Gambar 3.** Alur Kegiatan

### **C. Hasil dan Pembahasan**

Adapun rincian kegiatan pengabdian adalah seperti dibawah ini:

#### **Sosialisasi ke Kelompok Peternak Kele Ampel Mesari**

Sosialisasi dilakukan pada tanggal 01 maret 2023 pukul 08.00-09.00 WITA. Dilakukan dengan Ketua Kelompok Peternak untuk menyampaikan informasi-informasi mengenai latar belakang, target, sasaran dan tujuan kegiatan berupa pelatihan pemasaran digital dan pemberian bantuan website profile. Serta membahas mengenai jumlah peserta, waktu, peralatan dan tempat pelatihan(Buana & Wardana, 2019).

#### **Pelatihan pemasaran digital dan pemberian bantuan website profile**

Kegiatan ini akan dilaksanakan secara tatap muka dibalai banjar Bebali dengan penerapan protocol kesehatan yang ketat di masa pasca pandemi dan di berikan oleh tim pengabdian kepada 7 anggota-anggota kelompok. Poin-poin materi yang diberikan pada pelatihan ini adalah pengertian, media pemasaran digital, manfaat dan strategi pemasaran digital, serta tutorial penggunaan website untuk admin. Untuk menunjang penjualan produk madu kele juga dilaksanakan pemberian bantuan website profile kelompok. Kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 21 Mei 2023 pukul 14.00 -16.00 yang ditunjukkan pada gambar 4 & 5 berikut.



**Gambar 4** Pelatihan pemasaran digital



**Gambar 5** Pelatihan pemasaran digital

### **Evaluasi Kegiatan**

Hasil evaluasi kegiatan pelatihan pemasaran digital adalah peserta sangat antusias dan senang dengan pelatihan sehingga dalam proses pelatihan, peserta

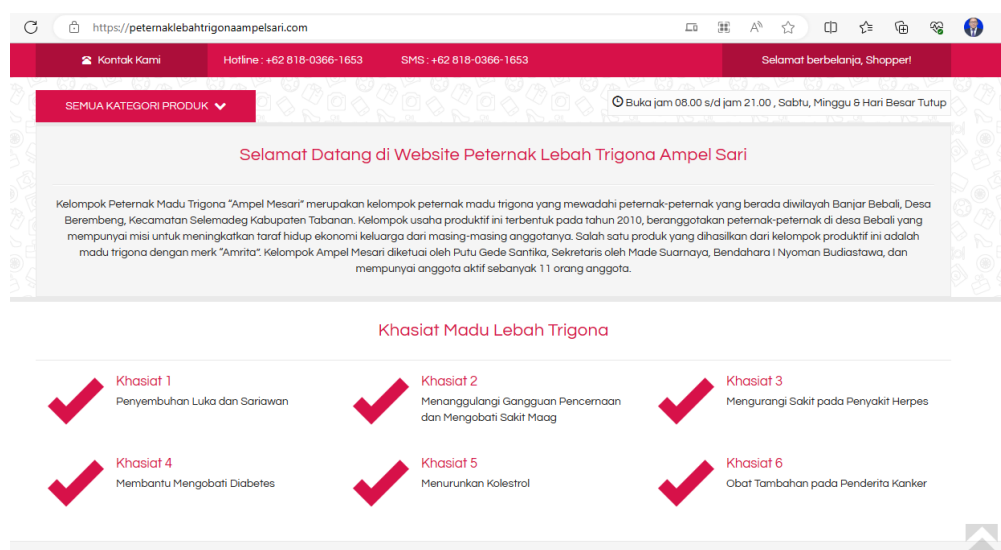
tidak mengalami kesulitan untuk memahami materi pelatihan untuk menambah pengetahuan teknik marketing terkini

Untuk luaran kegiatan pelatihan pemasaran digital adalah berupa hasil pretest dan posttest peserta pelatihan seperti tertera pada tabel 1 (Widiastuti et al., 2022). Hasil penilaian dari pretest dan posttest mengalami peningkatan dari nilai rata-rata saat kegiatan akan dilaksanakan sebesar 58,57 sampai pada saat kegiatan sudah dilaksanakan sebesar 91,42.

**Tabel 1** Hasil Pretest dan Posttest Peserta Pelatihan Pemasaran Digital

No	Nama	Status	Nilai	
			Pre Test	Post Test
1	I Made Agus Satria Wibawa	Anggota	60	100
2	I Wayan Oka Adnyana Putra	Anggota	60	90
3	I Made Yuda Prana Cita	Anggota	70	100
4	I Wayan Buda Antara	Anggota	50	70
5	I Putu Gede Santika	Ketua	70	100
6	I Nyoman Budiastawa	Bendahara	60	100
7	I Putu Endi Cahyadi	Anggota	40	80
<b>NILAI RATA_RATA</b>			<b>58,57</b>	<b>91,42</b>

Website profile yang diberikan pada kelompok peternak seperti terlihat pada gambar 6 dengan link: <https://peternaklebahtrigonaampelsari.com/>



**Gambar 6** Website Profile

#### **D. Simpulan**

Kesimpulan dari kegiatan ini adalah proses kegiatan pelatihan produksi untuk pelatihan pemasaran digital berjalan dengan baik. Dari hasil evaluasi yang telah kami lakukan dapat disimpulkan bahwa terjadi peningkatan pemahaman tentang pemasaran digital diindikasikan dengan terjadinya peningkatan nilai dari pretest dan posttest, serta peserta pelatihan sangat antusias dan senang sehingga dalam proses pelatihan, peserta tidak mengalami kesulitan untuk memahami materi pelatihan. Untuk kedepannya agar dilaksanakan program kegiatan yang lebih berkesinambungan lagi.

#### **Ucapan Terima Kasih**

Penulis memberikan ucapan terima kasih kepada Pimpinan ITB STIKOM Bali dan Direktur Penelitian, Pengabdian Masyarakat, dan Perpustakaan yang telah mensupport secara penuh kegiatan ini. Terakhir, juga mengucapkan terima kasih kepada kelompok mitra atas sambutan baiknya pada Pengabdian Masyarakat ini, sehingga program ini bisa memberikan manfaat secara langsung.

#### **Referensi**

- Anggraeni, D. I., Kusuma, P. F., & Rodhiyah, R. (2022). Pelatihan Digital Marketing Platform Marketplace Shopee dan Pembukuan Sederhana Melalui Aplikasi "Bukuwarung." *Prosiding Konferensi Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat Dan Corporate Social Responsibility (PKM-CSR)*, 5, 1–10. <https://doi.org/10.37695/pkmcsr.v5i0.1578>
- Buana, K., & Wardana, G. (2019). Pkm: Kelompok Pengerajin Berbahan Kertas Koran Di Desa Beraban Kecamatan Kediri Kabupaten Tabanan. *Majalah Aplikasi Ipteks NGAYAH*, 10(1), 77–84.
- Saragih, S. P., & Silalahi, M. (2022). Mengembangkan Usaha Melalui Website Dan Digital Marketing Pada Usaha Teralis Di Kota Batam. *Puan Indonesia*, 3(2), 203–212. <https://doi.org/10.37296/jpi.v3i2.86>
- Widiastuti, T., Widayat, G. M., Kharisma, D., Prasetyani, E. T., & Fatkhur, D. F. I. (2022). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pelatihan Pemasaran Online Bagi UMKM di Kelurahan Mlatibaru Semarang. *BUDIMAS: JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT*, 4(1), 173–180.
- Kusumawardhani, R., Kurniawan, I. S., & Ningrum, N. K. (2020). Pelatihan pemasaran digital dan manajemen usaha untuk akselerasi kinerja UKM pengrajin bambu di Desa Tirtoadi, Mlati, Sleman. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 5(1), 11-17.
- Nugrahaningsih, P., Hanggana, S., Murni, S., Hananto, S. T., Asrihapsari, A., Syafiqurrahman, M., ... & Hantoro, S. (2021). Pemberdayaan masyarakat melalui pelatihan kewirausahaan dan pemasaran digital pada BUMDES

- Blulukan Gemilang. *Kumawula: jurnal pengabdian kepada masyarakat*, 4(1), 8-14.
- Werdani, R. E., Kurniawati, N. I., Sukoco, J. B., Windriya, A., & Iskandar, D. (2020). Pelatihan pemasaran produk homemade melalui sosial media. *JPPM (Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat)*, 4(1), 1-5.
- Wasan, G. H., & Sariningsih, A. (2021). Pelatihan pemasaran produk usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) berbasis digital di Kecamatan Citeureup. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani (Jpmm)*, 1(1), 31-36.
- Hamidy, F., Pasha, D., Sulistiani, H., Rahmanto, Y., & Rahayu, M. (2023). Pelatihan Video Iklan Produk dan Strategi Pemasaran Digital di SMKN 2 Kalianda. *Journal of Social Sciences and Technology for Community Service (JSSTCS)*, 4(1), 135-141.
- Abdurrahman, G., Oktavianto, H., Habibie, E. Y., & Hadiyatullah, A. W. (2020). Pelatihan Digital Marketing Pada UMKM Sebagai Penunjang Kegiatan Promosi Dan Pemasaran. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Manage*, 1(2), 88-92.
- Wiediawati, A. M., Pratiwi, A. A., & Bimandra, G. (2019). Pelatihan Digital Marketing Strategy Untuk Mencapai Kemandirian Masyarakat. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 147-157.