

Pelatihan Pemasaran Digital Berbasis *Green Economy* Untuk Meningkatkan Nilai Tambah Produksi Hasil Tani Desa Pematang Johar

Pesta Gultom¹, Jeudi Agustina Taman Parulian Sianturi², Sipnarong Kanchawongpaisan³, Mhd. Ihsan⁴

^{1,4} Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya, ² Universitas Methodist Indonesia, ³ Shinawatra University Thailand

*Corresponding author

E-mail. pestanatalingultom@gmail.com (Pesta Gultom)*

Article History:

Received: Desember 2025

Revised: Desember 2025

Accepted: Desember 2025

Abstract: Dalam rangka melaksanakan salah satu pilar penting pendidikan tinggi Indonesia di kancah internasional, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya berkolaborasi dengan, Universitas Methodist Indonesia, Shinawatra University Thailand, dan mahasiswa melaksanakan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) Internasional. Yang menjadi mitra PkM internasional ini para ibu-ibu PKK desa Pematang Johar. Kegiatan PkM Internasional ini sudah menjawab kebutuhan ibu-ibu PKK desa Pematang Johar, khususnya untuk memperkenalkan produk kreatif hasil keterampilan para ibu-ibu PKK dan memasarkannya secara online melalui penggunaan platform digital yang berbasis ekonomi hijau (*green economy*).

Keywords:

Berbasis Green Economy; Pelatihan; Pemasaran Digital

Pendahuluan

Dalam rangka melaksanakan salah satu pilar penting pendidikan tinggi Indonesia di kancah internasional, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya berkolaborasi dengan Universitas Methodist Indonesia, Shinawatra University Thailand, dan mahasiswa melaksanakan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) Internasional. Program Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) merupakan salah satu implementasi Tri Dharma Perguruan Tinggi yang berfokus pada penerapan ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni dalam kehidupan masyarakat. Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan solusi nyata terhadap berbagai permasalahan sosial, ekonomi, pendidikan, lingkungan, dan kesehatan yang dihadapi oleh masyarakat, baik di tingkat nasional maupun internasional.

Untuk meningkatkan kesejahteraan dan keadilan masyarakat dalam jangka panjang yang disertai dengan mengurangi risiko kerusakan ekologi dan lingkungan

merupakan konsep dari ekonomi hijau (*green economy*). Dengan adanya ekonomi hijau (*green economy*) ini dapat dimanfaatkan untuk memacu inovasi dan investasi dalam mewujudkan pembangunan berkelanjutan. Ekonomi hijau (*green economy*) berlandaskan pada tiga pilar, yaitu lingkungan, sosial, dan ekonomi. Konsep ekonomi hijau ini juga dijadikan sebagai salah satu upaya untuk mengatasi permasalahan kemiskinan, mendukung berjalannya pertumbuhan ekonomi di Indonesia yang berkelanjutan, serta memperluas berbagai jenis lapangan pekerjaan untuk Masyarakat. (Kadek Richadinata et all, 2024).

Desa Pematang Johar merupakan salah satu dari 5 (lima) desa yang ada di Kecamatan Labuhan Deli Kabupaten Deli Serdang. Masyarakat Desa Pematang Johar memiliki mata pencaharian mayoritas adalah bertani. Tanaman pertanian berupa padi sawah dan ladang, yang hasil panennya cukup untuk dikonsumsi dan sebahagian dijual untuk keperluan rumah tangga lainnya. (Gultom, Pesta, Nainggolan, Elisabet, Manik, 2024). Pemerintahan Desa Pematang Johar untuk meningkatkan potensi daerahnya membuka destinasi wisata alam yaitu Kampung Wisata Sawah Pematang Johar.

Gambar lokasi kampung wisata sawah pematang Johar seperti gambar di bawah ini.



Gambar 1. Lokasi Kampung Wisata Sawah Pematang Johar

Kesuksesan sebuah bisnis seringkali ditandai dengan banyaknya pengunjung, yang mencerminkan kemampuan bisnis untuk berkreasi dan inovatif dalam mencari peluang bisnis. Di tengah kemajuan teknologi dan persaingan pasar yang ketat, para pelaku bisnis dituntut untuk terus beradaptasi dan mengembangkan strategi pemasaran yang tepat. (Rolyesh & Gultom, 2025). Banyak produk kreatif yang ada di desa Pematang Johar, seperti : batik sawah, batik mangrove, dan beberapa produk kuliner berbahan beras, namun dari produk unggulan tersebut belum terdapat produk kreatif yang berbahan baku beras yang bisa dijadikan sebagai produk khas daerah (ikon), padi yang dihasilkan hanya diolah sampai produk beras yang ditujukan untuk konsumsi rumah tangga dan produk jadi yang dijual di pasar output.

Dalam proses penggilingan padi menjadi beras terdapat menir yang oleh masyarakat Desa Pematang Johar hanya dijadikan makanan ternak ayam sementara menir ini memiliki kandungan yang sama dengan beras utuh sehingga bila dikelola dapat menjadi produk bernilai ekonomis. Menir bisa dijadikan ide kreatif untuk pembuatan susu beras fortifikasi. (Nainggolan et al., 2024)

Dengan semakin canggihnya teknologi informasi dan komunikasi, pemasaran digital (*digital marketing*) memiliki peran dalam memfasilitasi interaksi antara individu, dunia industri, dan lingkungan sekitarnya. Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah paradigma dalam cara memasarkan produk atau layanan kepada konsumen. Pemasaran digital (*digital marketing*) merupakan strategi bisnis yang sering dilakukan oleh pebisnis selain memaksimalkan pemasaran secara konvensional dan penting juga menjadi kompetitif dan relevan dalam dunia industri.

Pemasaran digital merupakan strategi pemasaran dalam banyak bentuk yang menggunakan perangkat elektronik dan umumnya terhubung ke internet. (Gultom et al., 2023). Ada beberapa jenis platform pemasaran digital yang saat ini banyak digunakan oleh para marketer untuk menjual produk mereka dengan cara menjangkau lebih banyak audiens. Banyak keuntungan yang diperoleh dengan menggunakan strategi pemasaran digital, seperti : perusahaan dapat mencapai audiens yang lebih luas dan lebih tersegmentasi dengan biaya yang lebih efisien, memungkinkan perusahaan untuk menjangkau konsumen potensial di berbagai lokasi geografis, tanpa batasan waktu dan ruang. (Hasyim et al., 2024).

Melihat kurangnya pemanfaatan platform digital kepada pelaku bisnis, perlu dilakukan intervensi melalui kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) yang berfokus pada pemberdayaan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam pemanfaatan teknologi informasi. (Lina et al., 2025).

Keterbatasan ibu-ibu PKK desa Pematang Johar dalam mengadopsi teknologi informasi menjadi salah satu faktor penghambat dalam upaya memperkenalkan produk kreatif para ibu-ibu PKK desa Pematang Johar. Kurangnya pemanfaatan *platform* digital juga menyebabkan keterbatasan dalam jangkauan pasar. Kreatifitas dan keterampilan yang sudah dibina oleh ibu PKK Desa Pematang Johar dan sudah memproduksi batik sawah, batik mangrove, dan beberapa produk kuliner berbahan beras, namun ide memasarkan produk melalui media sosial masih minim, sehingga produk-produk kreatifitas mereka tidak diketahui banyak orang di luar sana. Melalui internet pelaku usaha dapat dengan mudah berkomunikasi dan surat menyurat melalui email, chating, dan lain sebagainya. Dapat mempromosikan produk melalui iklan online. (Gultom et al., 2023)

Tujuan dari PkM Internasional ini adalah untuk membantu para ibu-ibu PKK

desa Kampung Johar melakukan transformasi digital, khususnya dalam memperkenalkan produk-produk kreatif dan memasarkannya secara *online* melalui penggunaan *platform* digital seperti media sosial. Pelatihan tentang penggunaan *platform* digital juga menjadi bagian penting dalam mendukung keberlanjutan implementasi teknologi desa Pematang Johar. Diharapkan melalui pendekatan yang dilakukan, diharapkan para pemangku desa Pematang Johar khususnya para ibu-ibu PKK mampu menciptakan model pemasaran produk kreatifnya yang lebih adaptif dan responsive yang berbasis ekonomi hijau. Kedepannya pemanfaatan teknologi informasi dalam kegiatan promosi dan penjualan dapat memberikan efisiensi dalam operasional bisnis dan meningkatkan interaksi dengan masyarakat luas lebih efektif.

Metode

Agar PkM Internasional ini dapat berjalan dengan baik dan mencapai tujuan, maka berikut adalah tahapan PkM yang dilakukan.

1. Identifikasi Masalah dan Kebutuhan Mitra

Pada tahap pertama tim PkM Internasional melakukan observasi ke desa Pematang Johar, dan lakukan wawancara langsung dengan kepala desa bapak Sudarman, S.Pd untuk mengidentifikasi permasalahan utama yang dihadapi. Produk kreatif ibu-ibu PKK mau di promosikan dan dipasarkan dengan digitalisasi, ternyata mitra belum memahami penggunaan media sosial. Selain itu, dilakukan juga assesmen terkait kemampuan digital mitra dan kesiapan mereka dalam mengelola platform daring. Hasil dari tahap ini diperoleh kalau mitra membutuhkan pelatihan pemasaran digital yang berbasis ekonomi hijau.

2. Persiapan dan Perumusan

Dari hasil assesmen, tim PKM Internasional mempersiapkan tools pemasaran digital yang tepat digunakan mitra, tools yang efektif, efisien dan mudah digunakan. Dari semua pemasaran digital yang tersedia, tim PkM Internasional memilih Sosial Media Marketing untuk diperkenalkan kepada mitra, yaitu pelatihan menggunakan platform media sosial seperti TikTok, dan Instagram untuk promosi dan memasarkan produk kreatif mitra. Tim PkM memilih media sosial, melihat pasar sasaran dari pemasaran produk mitra tersebut adalah ibu-ibu rumah tangga. Di era digital sekarang ini banyak para ibu-ibu menghabiskan waktu di dunia maya untuk mencari informasi hingga belanja. (Bahari, T, 2024). Promosi dan pemasaran lewat media sosial lebih efisien dan efektif dan bisa di akses kapanpun dan dimanapun. (Lesi, 2022).

Dengan sarana media sosial ini diharapkan menguntungkan bagi para mitra yang mau mempromosikan dan memasarkan produk kreatif mereka.

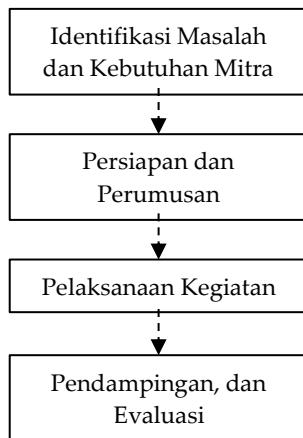
3. Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan PkM Internasional dilaksanakan pada hari Selasa, 14 Oktober 2025 pukul 9.00 s/d 12.00 WIB yang berlokasi di ruang pertemuan di lokasi wisata sawah desa Pematang Johar. Kegiatan PkM Internasional disambut baik bapak kepala desa, bapak Sudarman, S.Pd bersama jajarannya, dan para ibu-ibu PKK. Kegiatan PkM Internasional ini di awali dengan acara *Opening Ceremony*. Kegiatan dilanjutkan menyelenggarakan pelatihan kepada ibu-ibu PKK yaitu : di awali mengenalkan platform digital yang ada di media sosial. Lalu dilanjutkan memberikan pelatihan cara membuat akun tiktok, membuat video tiktok yang menarik, cara edit video dengan menambahkan musik dan efek suara. Kegiatan dilanjutkan dengan pelatihan membuat akun Instagram, cara mengunggah produk, menambahkan deskripsi, mengatur tampilan visual, hingga mengaktifkan fitur pemesanan.

4. Pendampingan, dan Evaluasi.

Desa Pematang Johar merupakan desa binaan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya, jadi kolaborasi antar Desa dan Perguruan Tinggi tetap berkelanjutan. Kegiatan PkM ini bukan hanya berorientasi pada transfer pengetahuan, tetapi juga sebagai upaya kolaboratif untuk menciptakan kemandirian digital pada pelaku bisnis dalam hal ini ibu-ibu PKK desa Pematang Johar. Setelah pelatihan ini selesai, tetap menjalin kolaborasi antara institusi pendidikan tinggi dan desa Pematang Johar, tim PkM Internasional tetap melakukan pendampingan untuk memastikan mitra dapat memperbaharui konten dan mengelola jualan online mereka. Evaluasi juga tetap berkelanjutan dengan melakukan diskusi dan pengumpulan umpan balik dari mitra terkait manfaat dan kemudahan menggunakan media sosial sebagai sarana promosi dan pemasaran produk mereka.

Tahapan kegiatan yang telah di uraikan pada metode di atas, digambarkan sebagai berikut :



Gambar 2. Gambaran Tahapan PkM Internasional

Hasil

Tahap demi tahapan kegiatan PkM di desa Pematang Johar telah berhasil dilaksanakan sesuai dengan rencana. Kegiatan di awali dengan melakukan observasi ke Lokasi disini ditemukan identifikasi permasalahan, dimana diketahui ibu-ibu PKK desa Pematang Johar mengalami kendala untuk mempromosikan dan memasarkan produk-produk kreatif mereka di media sosial. Ibu-ibu PKK tidak mengetahui menggunakan platform digital dalam memasarkan produk mereka.

Kegiatan selanjutnya, dilakukan pelatihan menggunakan platform digital tiktok, dan Instagram. Pelatihan mencakup membuat akun tiktok, membuat video tiktok yang menarik, dan cara mengedit video yang menarik baik tampilan produk dan suara yang bagus. Dan dilanjutkan dengan membuat akun Instagram, pelatihan mencakup cara mengunggah produk, menambahkan deskripsi, mengatur tampilan visual, hingga mengaktifkan fitur pemesanan. Selama kegiatan berlangsung para peserta PkM menunjukkan antusiasme tinggi dan mampu mengikuti seluruh rangkaian pelatihan dengan baik. Kegiatan PkM Internasional dapat dilihat pada gambar 3 berikut.



Gambar 3. Foto Kegiatan PkM Internasional

Diskusi

Pengabdian kepada masyarakat Internasional ini dilaksanakan oleh dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya, bersama Universitas Methodist Indonesia, dan Shinawatra University Thailand, juga mahasiswa. Secara kolaboratif sebagai bentuk sinergi antara pengalaman akademik dan semangat pengabdian generasi muda. Melalui kegiatan ini, dosen berperan sebagai pembimbing dan fasilitator yang mengarahkan penerapan ilmu sesuai bidang keahliannya, sementara mahasiswa berperan aktif sebagai pelaksana, inovator, serta agen perubahan di lapangan. Sinergi ini diharapkan mampu menghasilkan program yang berkelanjutan, berdampak, dan berorientasi pada pemberdayaan masyarakat.

Kesimpulan

Kegiatan PkM Internasional ini menjawab kebutuhan nyata ibu-ibu PKK desa Pematang Johar dalam beradaptasi terhadap perubahan perilaku konsumen yang kini lebih memilih belanja secara *online*. Kini bisnis sudah memasuki era yang modern. Era di mana hampir seluruh penduduk di berbagai belahan dunia kerap memanfaatkan teknologi untuk menyelesaikan kebutuhannya. Berkat hadirnya teknologi, maka lahirlah juga platform digital yang dapat digunakan sebagai ladang penghasil uang. Nah, pemanfaatan teknologi digital inilah yang dinamakan dengan Pemasaran digital. (Manik, D.E.M, 2022). Digitalisasi bisnis menjadi langkah strategis dalam

memperluas jangkauan pasar, meningkatkan daya saing, dan menciptakan keberlanjutan usaha. Dalam konteks ini, pemanfaatan *platform digital* sangat tepat karena mudah diakses dan tidak membutuhkan kemampuan teknis yang kompleks.

Para peserta ibu-ibu PKK yang merupakan ibu rumah tangga yang sangat sibuk untuk keluarga, namun masih memberikan waktu untuk belajar karena memiliki jiwa belajar yang tinggi untuk mengetahui akan hal yang baru. Para peserta sangat antusias untuk menambah pengetahuan, dan meningkatkan kreativitas, terlihat dari para ibu bergantian melontarkan pertanyaan dan cepat tanggap akan jawaban yang diberikan dosen.

Pengakuan/Acknowledgements

Pelaksanaan PkM Internasional ini dapat terlaksana dengan baik, tidak terlepas dari kerjasama institusi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya, Universitas Methodist Indonesia, Shinawatra University Thailand dengan Kepala Desa Pematang Johar. Dalam kesempatan ini, kami tim PkM Internasional menyampaikan apresiasi dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Kepala Desa Pematang Johar atas kerjasamanya, partisipasi aktif, serta kepercayaan yang diberikan kepada kami selama proses pelaksanaan kegiatan PkM Internasional ini.

Ucapan terimakasih juga disampaikan kepada Ketua STIE Eka Prasetya serta Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) STIE Eka Prasetya, LPPM Universitas Methodist Indonesia, Shinawatra University Thailand atas dukungan akademik, fasilitasi, dan pendampingan yang telah memungkinkan sehingga terselenggaranya PkM Internasional ini sesuai rencana. Kegiatan PkM Internasional ini juga untuk memperkuat sinergi antara perguruan tinggi dengan desa Pematang Johar dalam pengembangan pemasaran bisnis berbasis digital yang bisa dirasakan oleh semua lapisan masyarakat.

Daftar Referensi

- Bahari, T, et al. (2024). Pengaruh Customer Experience dan Peran Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Pestisida PT. Sari Kresna Taufan. *EKOMA (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi, 3, 797–805.*
- Gultom, Pesta, Nainggolan, Elisabet, Manik, D. (2024). *Pemberdayaan Ibu-Ibu Melalui Pelatihan Dan Pendampingan Dalam Mengolah Makanan Berbahan Beras Berbasis Kearifan Lokal Untuk Meningkatkan Pendapatan Rumah Tangga.* 4(2), 211–214. <https://doi.org/DOI: https://doi.org/10.46880/methabdi.Vol4No2.pp211-214 ABSTRACT>
- Gultom, P., Fenny, F., Januarty, W., Leonardi, N., & Sianturi, R. A. (2023). Pelatihan Pemasaran Berbasis E-Commerce Pada Produk Kain Ecoprint Hasil Implementasi P5 Di Perguruan

- Sma Wr Supratman 1 Medan. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat METHABDI*, 3(2), 191–194. <https://doi.org/10.46880/methabdi.vol3no2.pp191-194>
- Hasyim, S. H., Hasan, M., Kamaruddin, C. A., Arisah, N., & Subur, H. (2024). *PKM Literasi Pemasaran Digital Berbasis Green Economy Pada Kelompok Wanita Tani Perkotaan di Kota Makassar*. 5, 408–416.
- Kadek Richadinata et all. (2024). *Pemberdayaan Pemasaran Digital Guna Meningkatkan Penjualan Hasil Panen Kelompok Agro Pertwi: Upaya Mendukung Program Ekonomi Hijau Dalam Memperkuat Ketahanan Pangan*. 6, 1743–1750.
- Lesi, L. (2022). Pentingnya Pelatihan E-commerce Guna Meningkatkan Penjualan UMKM. *Jurnal Nasional Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 54–62. <https://doi.org/10.47747/jnpm.v3i2.915>
- Lina, T. N., Rumetna, M. S., & Matahelumual, F. (2025). *Digitalisasi Promosi dan Penjualan UMKM Bidadari Fashion melalui Pemanfaatan Website Wix*. 4(01), 1–11. <https://doi.org/10.58812/ejpcs.v4i01>
- Manik, D.E.M, et all. (2022). Perbandingan Pemasaran Tradisional dengan Pemasaran Digital. In *Konsep Dasar Pemasaran diEra Digital* (1st ed., p. 9). Yayasan Kita Menulis.
- Nainggolan, E., Manik D.E.M, Gultom, P., & Joni. (2024). *Workshop pembuatan susu beras fortifikasi dalam upaya perintisan usaha di desa pematang johar*. 4(2).
- Rolyesh, I., & Gultom, P. (2025). *Implementation Of Influencer Marketing And Customer Experience In Improving Consumer Purchase Decisions In Tembaga Seafood Medan*. 09(02), 1003–1010.