

---

**PENDIDIKAN DIGITAL ENTREPRENEUR DALAM MENINGKATKAN  
PEMASARAN PRODUK PADA CV CAHAYA AGRIBIZ  
CIANJUR JAWA BARAT**

**<sup>1\*</sup>Kharisma Danang Yuangga, <sup>2</sup>Denok Sunarsi, <sup>3</sup>Hastono**  
<sup>1,2,3</sup>Universitas Pamulang, Kota Tangerang Selatan, Indonesia  
Email: [\\*dosen00739@unpam.ac.id](mailto:*dosen00739@unpam.ac.id)

Manuskrip: September -2022; Ditinjau: September -2022; Diterima: November -  
2022; Online: Januari-2023; Diterbitkan: Januari-2023

**ABSTRAK**

Pengabdian Kepada Masyarakat merupakan salah satu dari tiga aspek penting dalam Tri Dharma/Perguruan Tinggi yang harus dilaksanakan oleh civitas akademika terutama dalam mengimplementasikan keilmuannya sehingga dapat memberikan kontribusi secara positif terhadap permasalahan yang ada di masyarakat. Pengabdian Kepada Masyarakat ini menggandeng Perusahaan Dagang Cahaya Agribiz Cianjur Jawa Barat dalam upaya memberikan solusi praktis/meningkatkan pemasaran produk dengan pendidikan digital entrepreneur. Hal ini juga sebagai bentuk dukungan dari geliat usaha pasca pandemic Covid 19 yang memukul rata semua kegiatan usaha, terutama UMKM. Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat dilakukan dengan metode group discussion dan workshop pada karyawan Cahaya Agribiz, diselenggarakan selama tiga hari oleh tim dosen Universitas Pamulang yang terdiri dari tiga orang dosen dari Program Studi Pendidikan Ekonomi dan Program Studi Manajemen, serta lima mahasiswa sebagai team pelaksana yang kemudian bertahap memberikan materi dalam kegiatan PKM.

**Kata Kunci; Pendidikan, Digital Entrepreneur, Pemasaran Produk**

**PENDAHULUAN**

Virus Corona yang mulai muncul di awal tahun 2020 memberikan dampak yang cukup signifikan terutama dalam keberlangsungan kegiatan usaha di semua kalangan. Bentuk usaha yang terdampak adalah UMKM yang tidak memiliki modal yang cukup kuat untuk bertahan terutama/dengan kebijakan-kebijakan Pemerintah seperti PSBB dan WFH, yang mengubah gaya hidup masyarakat, terutama gaya ekonomi. Dua tahun lebih masa pandemic Covid 19 telah mengubah banyak aspek dalam kehidupan, terutama digitalisasi pada lini usaha jasa dan dagang. Meskipun demikian kondisi yang 'memaksa' berubah ini belum dapat diikuti oleh semua bentuk kegiatan usaha. Sehingga ketika Pemerintah telah menetapkan status dari Pandemi ke Endemi, pola digitalisasi tetap ada dan sudah menjadi sistem baru yang menjadi pilihan di masyarakat dalam banyak aspek.

Mitra dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini adalah Perusahaan Dagang Cahaya Agribiz yang berkerak pada bidang perkebunan di Cianjur Jawa Barat. CV Cahaya Agribiz mengaplikasikan sistem inti plasma pada usaha

perkebunan, dengan jumlah petani plasma yang dibina hingga saat ini sebanyak 4 kepala keluarga. Jenis tanaman yang menjadi andalan utama PD Cahaya Agribiz adalah lada. Usaha ini mampu bertahan melewati Pandemi Covid 19 dengan sistem pemasaran yang baik. Sebagai bentuk kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan harus mampu memberikan dampak nyata dan kontribusi positif bagi kegiatan usaha. Pendidikan Digital Entrepreneur merupakan bentuk solusi dari permasalahan kegiatan usaha terutama mengembangkan strategi pemasaran yang lebih luas lagi dengan memanfaatkan internet dan media sosial.

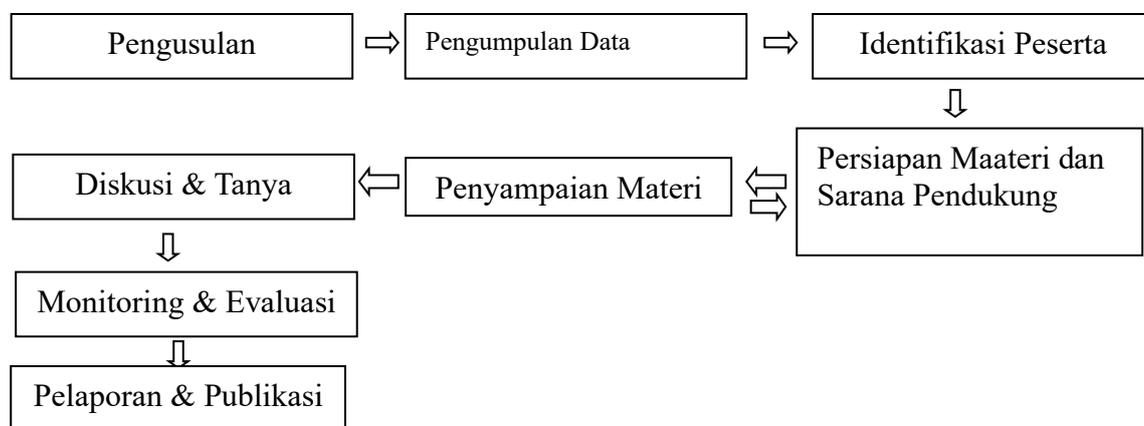
Sebagai perusahaan yang bergerak dibidang perdagangan, strategi yang digunakan oleh perusahaan dagang Cahaya Agribiz salah satunya adalah dalam menyikapi persaingan usaha. PD Cahaya Agribiz termasuk salah satu pemasok besar pada komoditas lada di wilayah Cianjur, sehingga dengan demikian olahan lada merupakan produk unggulan yang nantinya dapat dikembangkan untuk kelangsungan hidup usaha. Pemasaran produk masih menggunakan metode konvensional karena mitra terpenting bagi PD Cahaya Agribiz adalah pembeli hasil panen, dan tentu saja para petani plasma. Namun sistem pemasaran konvensional ini dapat diinovasikan lagi agar mampu memberikan kesempatan usaha untuk dapat berkembang lebih baik lagi dan meningkatkan kesejahteraan dengan memanfaatkan internet dan sosial media. Dengan demikian pasar yang dapat dijangkau oleh CV Cahaya Agribiz akan lebih luas lagi serta memacu dalam mengembangkan inovasi produk agar lebih bervariasi. Strategi lain yang dapat diterapkan adalah dengan Cahaya Agribiz memperluas pangsa pasar dengan produk olahan teh yang menjadi salah satu komoditas perkebunan di Cianjur. Sama seperti lada, teh Cianjur juga merupakan salah satu komoditas pertanian yang mampu bertahan khususnya di wilayah Jawa Barat.

Team dosen Universitas Pamulang berupaya memberikan strategi sebagai pendorong produk perusahaan dagang ini agar bisa menembus skala nasional hingga internasional dengan memberikan pendidikan Digital Entrepreneur pada CV Cahaya Agribiz./1

## **METODE**

Dalam pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat di CV Cahaya Agribiz Cianjur Jawa Barat ini akan dilaksanakan oleh tiga dosen dan lima mahasiswa./1 Kerangka pemecahan masalah merupakan serangkaian prosedur dan langkah-langkah dalam penelitian yang bertujuan untuk mendapatkan tahapan yang terstruktur secara sistematis, sehingga penelitian dapat dilakukan dengan efektif dan efisien. Kerangka pemecahan masalah atau tahapan dalam kegiatan ini adalah sebagai berikut:

Metode pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat sebagai berikut:



Bagan 1. Alur Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat

Metode yang digunakan dalam Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini yaitu metode luring atau tanpa melalui aplikasi zoommeeting bersama anggota Sumber Daya Manusia tanpa menggunakan model virtual yang sering di selenggarakan kegiatan PKM lainnya dikarenakan adanya PSBB (pembatasan berskala besar) akibat adanya covid 19, hal ini dengan pertimbangan/ dilaksanakan dengan protocol kesehatan yang ketat dan seluruh panitia dan peserta kegiatan sudah melaksanakan vaksinasi.

Metode Pelaksanaan Pengabdian/ Masyarakat ini diantaranya : Tahap pertama yaitu Pemberian Materi Pemanfaatan Media/ Sosial Sebagai Sarana Peningkatan Perekonomian di Era Pandemi. Dalam memberikan materi pemanfaatan media sosial ini, akan dibahas mengenai peran media sosial dalam memasarkan produk, hal ini agar pihak mitra yaitu CV Cahaya Agribiz bisa menyalurkan kreatifitasnya dalam membuka usaha kreatif dan inovatif di masa pandemi covid 19 dan bisa memanfaatkan peran media sosial dengan baik untuk memasarkan produk secara online.

Menurut Suryana (2015), untuk memulai usaha baru atau merintis usaha baru, modal utama yang harus ada pertama kali adalah ide, baik itu ide untuk melakukan proses imitasi dan duplikasi, ide untuk melakukan pengembangan atau ide untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda.

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini dilaksanakan dengan bentuk talk show dan diskusi grup. Para peserta mendapat penyuluhan secara langsung dengan format diskusi yang terjadwal. Pada metode ini setiap pemateri menyampaikan materi terkait pemaksimalan dunia digital dalam pemasaran. Pembicara dalam menyampaikan penjelasan juga memasukkan unsur “*sharing*” atau berbagi pengalaman mengenai Pemasaran digital untuk mengenalkan Produk olahan lada dan teh Cianjur.

Pengembangan strategi sangat diperlukan untuk menghadapi pandemi Covid 19. Secara umum kesadaran ini juga dapat memberikan nilai manfaat jangka panjang terutama berkenaan dengan keterampilan memanfaatkan dunia digital. Pemasaran digital menjadi hal yang sangat diminati kala pandemic dan diprediksi

akan tetap digunakan pasca wabah ini. Sumber Daya Manusia/ harus menjadi pribadi yang peka dan mampu menjalankan fungsinya dengan baik, meskipun dalam masa pandemi ataupun pada pasca pandemi. Dengan melalui kegiatan PKM ini diharapkan ada penambahan wawasan dalam berpikir, bersikap dan bertindak laku terkait kesadaran dalam mengembangkan potensi diri. Saat ini situasi sangat sensitive dengan isu penyakit, wabah dan kesenjangan sosial di masyarakat. Sumber Daya Manusia CV Cahaya Agribiz harus mampu menjembatani hal-hal tersebut dengan selalu siapberinovasi dan melakukan terobosan-terobosan baru sebagai bentuk adaptasi dengan keadaan dan ketidakpastian. Harapan segala wawasan dan pengetahuan dalam PKM ini mampu diterapkan tidak hanya oleh Sumber Daya Manusia CV Cahaya Agribiz tetapi juga mahasiswa agar memiliki visi sebagai digitalpreneur di masa depan.

Untuk itulah tim dosen program studi Pendidikan Ekonomi dan Manajemen Universitas Pamulang berkolaborasi mengadakan sharing mengenai pendidikan digitalpreneur yang memaksimalkan internet namun tetap mengacu pada inovasi dan orientasi akan kelangsungan hidup usaha yang berkelanjutan. Sharing ini akan dilaksanakan dengan fokus pada permasalahan lingkungan dan solusi-solusinya sehingga dapat lebih mudah dipahami oleh anggota SDM yang rata-rata adalah pemuda dan remaja yang memang memiliki semangat untuk bekerja.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Dalam 2 dekade terakhir, teknologi telah berkembang pesat dan telah membawa kita ke dalam sebuah era baru, bisnis digital. Era ini dipandang sebagai sebuah era dimana, perusahaan mengoptimalkan penggunaan alat-alat digital untuk kepentingan perusahaan. Keberadaan teknologi juga turut mempengaruhi permintaan konsumen yang lebih variatif dan menyebabkan tantangan dalam menjalani bisnis dengan strategi digital.

Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS), pengguna internet di tanah air telah mencapai 170 juta lebih pada April 2019. Jumlah pengguna internet yang bertambah banyak menarik minat orang-orang untuk menjalani bisnis di dunia digital. Kalau kamu tertarik untuk berbisnis di dunia digital, berikut 5 tantangan yang biasanya terjadi dan bagaimana mengatasinya.

Bisnis digital membutuhkan perencanaan yang baik dalam mengatasi permasalahan yang terjadi. Hal pertama yang harus dilakukan adalah, harus mengetahui masalah yang biasanya sering dihadapi. Berikut 5 tantangan yang dihadapi oleh pelaku bisnis digital.

Era digital erat kaitannya dengan peremajaan dan generasi muda. Semakin banyak karyawan dengan rentang usia muda akan lebih memungkinkan perusahaan mampu untuk beradaptasi dengan perubahan di era digital, meskipun demikian tidak menutup kemungkinan apabila kegiatan usaha yang didominasi oleh pekerja usia matang juga mampu mengikuti adaptasi terutama dalam menyiapkan strategi pemasaran digital- digital entrepreneur. Karena rentang usia ini bukan hanya fokus lagi pada perencanaan jangka pendek, namun sudah mampu memprediksikan perencanaan jangka menengah dan jangka panjang.

Kurangnya inovasi produk akan membuat perusahaan akan sulit melakukan terobosan dan perluasan pasar. Hal ini dikarenakan dalam era digital sesuatu hal yang baru akan lebih mendapatkan tempat dibandingkan bentuk yang sudah ada. Olahan lada dan the pada kegiatan usaha Cahaya Agribiz dapat diinovasikan dengan bentuk yang lebih unik, seperti dijadikan kudapan, snack atau bentuk lain yang lebih bisa diterima dan digunakan langsung. Hal ini tentunya jauh berbeda jika hanya mengandalkan produk mentah atau setegah jadi yang baru dipanen.

Tidak adanya tenaga profesional yang mampu mengembangkan dan membranding produk secara digital. Inovasi produk harus didukung dengan kemampuan membuat promosi audio visual yang baik, serta memanfaatkan influencer yang mampu mengarahkan pengguna sosial media untuk membeli produk yang ditawarkan.

#### **Cara-cara mengatasi tantangan dalam pemasaran digital**

Dengan mengetahui tantangan- tantangan yang biasanya terjadi di dunia digital, kita bisa tahu akan masalah-masalah yang kerap terjadi. Berikut cara-cara yang bisa diterapkan CV Cahaya Agribiz untuk mengatasi masalah-masalah tersebut.

1. Menerapkan strategi pemasaran digital secara bertahap. Memanfaatkan sosial media dalam strategi promosi merupakan langkah tepat di masa edemi Covid 19 ini. Masa peralihan dan pemulihan ekonomi ini harus diiringi dengan perubahan pola atau bentuk strategi. Jika selama ini kegiatan usaha masih mampu untuk survive dengan bentuk konvensional, tidak ada salahnya menambahkan bentuk digital agar pasar lebih luas dapat terjangkau.
2. Meningkatkan serta mengembangkan kemampuan SDM untuk terbiasa menggunakan internet. Khususnya di bagian pemasaran, harus mulai dikembangkan dalam pelatihan pembuatan iklan digital, bentuk-bentuk promosi sosial media, dan menyiapkan sosial media atau akun khusus untuk memasarkan produk secara online. Kedepannya Cahaya Agribiz harus mengembangkan SDMnya untuk mampu membuat konten-konten produk, bisa berupa video, atau bentuk promosi digital lain yang lebih mudah diakses oleh banyak kalangan.
3. Melakukan terobosan dalam mengembangkan produk unggulan. Hasil olahan lada dapat diinovasikan menjadi produk siap pakai, seperti beberapa produk yang sudah diinovasikan seperti sabun dari daun sereh, minuman jahe merah cepat saji, masker dari daun teh dan lainnya. Produk-produk yang siap digunakan akan memiliki peluang lebih luas untuk dipasarkan karena lebih efisien.

Tentunya dalam melakukan inovasi ini Cahaya Agribiz dapat membuat video-video campaign yang menarik, video sneak peek atau behind the scene dari produk baru tersebut sehingga pengguna sosial media akan merasa penasaran dan lebih antusias untuk membeli produk, bahkan sebelum produknya tersedia di pasar.

#### **KESIMPULAN**

Perusahaan Dagang Cahaya Agribiz mengaplikasikan sistem inti plasma pada usaha perkebunan, dengan jumlah petani plasma yang dibina Jenis tanaman yang menjadi andalan utama Cahaya Agribiz adalah lada. Untuk persaingan usaha,

Cahaya Agribiz termasuk salah satu pemasok besar pada komoditas lada di wilayah Cianjur. Mitra terpenting bagi Cahaya Agribiz adalah pembeli hasil panen, dan tentu saja para petani plasma.

Adapun hal-hal yang harus dipertimbangkan dalam strategi CV Cahaya Agribiz dalam pendidikan digital entrepreneur ke depan:

1. Mengembangkan kemampuan dalam dunia digital sangat perlu dilakukan khususnya untuk mempertahankan usaha pasca hantaman Covid 19, Produk olahan lada dan teh Cianjur di CV Cahaya Agribiz memiliki peluang yang sangat besar dalam dipasarkan di dunia digital.
2. Dalam implementasinya, kreatifitas pemasaran produk olahan teh di CV Cahaya Agribiz lebih menekankan pada variasi produk untuk dapat tumbuh dan bertahan
3. Semangat berwirausaha CV Cahaya Agribiz sangatlah tinggi, terbukti beberapa produk mampu bertahan ditengah badai perekonomian pada saat pandemi Covid 19, dengan melakukan terobosan-terobosan dalam memasarkan produk.
4. Hambatan yang dihadapi para pemasaran adalah pengalokasian waktu untuk lebih menekuni dunia digital masih membutuhkan perhatian. Karena mengimplementasikan digital entrepreneur dalam usaha tidak dapat dilakukan dalam waktu yang singkat. Perlu tahapan-tahapan yang mengharuskan perusahaan mampu menyediakan waktu untuk mengembangkan karyawan.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Belch, G.E., & Belch, M.A. (2003) *Advertising and Promotion*, Sixth Edition. The McGraw-Hill Companies
- Ebdi, Sadjiman (2009). *Nirmana Elemen-Elemen Seni dan Design*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Kertamukti, Rama (2015). *Strategi Kreatif dalam periklanan*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada
- McQuail, Denis (2011). *Teori Komunikasi Massa McQuail*, Jakarta: Salemba Humanika.
- Nugroho, Sarwo (2015). *Manajemen Warna dan Design*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Pujiyanto (2013). *Iklan Layanan Masyarakat*, Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Sobur, Alex (2003). *Semiotika Komunikasi*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Tatang (2016). *Dinamika Komunikasi*, Bandung: Pustaka Setia
- Vera, Nawiroh (2015). *Semiotika dalam Riset Komunikasi*. Bogor: Ghalia Indonesia.