

## Pemanfaatan Konten Digital Untuk Meningkatkan Daya Saing Dalam Agribisnis

R. Yadi Rakhman Alamsyah <sup>(1,a)\*</sup>, Sardjono <sup>(1,b)</sup>, Mulki Zulkarnaen Nurfalah <sup>(2,c)</sup>  
Informatika, Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia, Bandung, 40285, Indonesia  
Email : <sup>(a\*)</sup>r.yadi@unibi.ac.id, <sup>(b)</sup>sardjono@unibi.ac.id

### ABSTRAK

Pemanfaatan teknologi digital dalam agribisnis menjadi strategi penting untuk meningkatkan efisiensi, daya saing, dan jangkauan pasar, khususnya bagi pelaku usaha di wilayah pedesaan. Tujuan dari program Pengabdian kepada Masyarakat ini adalah memberdayakan siswa SMKN PP Lembang agar mampu memanfaatkan konten digital sebagai sarana promosi agribisnis. Metode yang digunakan meliputi pre-test, penyuluhan, pendampingan, dan evaluasi dengan pendekatan edukatif dan praktik langsung menggunakan aplikasi multimedia seperti Canva, CapCut, dan Google Analytics. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan peningkatan pengetahuan dan keterampilan siswa dalam membuat konten digital yang menarik dan profesional. Siswa juga menjadi lebih memahami strategi branding dan pemasaran digital melalui media sosial dan marketplace. Kesimpulannya, program ini efektif dalam meningkatkan kompetensi siswa dalam teknologi digital agribisnis dan dapat menjadi model pemberdayaan yang berkelanjutan untuk komunitas pendidikan vokasi di sektor pertanian.

**Kata kunci:** Agribisnis, Konten Digital, Teknologi Multimedia, Pemasaran Digital

### ABSTRACT

*The use of digital technology in agribusiness is a crucial strategy to enhance efficiency, competitiveness, and market reach, especially for rural entrepreneurs. This Community Service Program aims to empower students at SMKN PP Lembang to utilize digital content for agribusiness promotion. The applied method includes pre-tests, counseling, mentoring, and evaluations using educational and hands-on approaches with multimedia applications such as Canva, CapCut, and Google Analytics. The results indicate improved knowledge and skills among students in producing engaging and professional digital content. Students also gained a better understanding of branding and digital marketing strategies through social media and online marketplaces. In conclusion, this program effectively enhances students' digital agribusiness competencies and can serve as a sustainable empowerment model for vocational education communities in the agricultural sector.*

**Keywords:** Agribusiness, Digital Content, Multimedia Technology, Digital Marketing.

Submit: 28.04.2025	Revised: 10.03.2025	Accepted: 15.05.2025	Available online: 16.05.2025
-----------------------	------------------------	-------------------------	---------------------------------

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital membuka peluang besar bagi pelaku agribisnis dalam meningkatkan efisiensi dan daya saing, terutama melalui pemanfaatan konten multimedia yang dibuat menggunakan perangkat *smartphone*. Namun, masih banyak pelaku agribisnis, terutama di daerah pedesaan, yang belum memahami bagaimana cara mengoptimalkan teknologi digital untuk memasarkan produk mereka secara efektif (Mertani, 2024). Salah satu solusi yang dapat diterapkan adalah penggunaan berbagai tools multimedia di *smartphone* untuk membuat konten promosi yang menarik dan profesional.

Pembuatan konten digital yang berkualitas dapat membantu memperkenalkan produk agribisnis ke pasar yang lebih luas. Foto produk yang menarik, video edukatif tentang proses pertanian, serta infografis mengenai manfaat produk dapat meningkatkan kepercayaan konsumen (Agribiz Network, 2024). Konten multimedia terbukti mampu meningkatkan interaksi pelanggan dan memperkuat brand image dalam pemasaran agribisnis (Putri & Rachmawati, 2023). Untuk mendukung hal ini, aplikasi seperti Canva dapat digunakan dalam pembuatan infografis dan poster promosi, sementara CapCut dan InShot mempermudah pengeditan video agar lebih menarik secara visual. Bagi pelaku agribisnis yang ingin mempercantik tampilan foto produk, Snapseed dan Adobe Lightroom dapat digunakan untuk mengoptimalkan warna dan pencahayaan (Vivo Global, 2024). Selain itu, Mojo dan Pixellab memungkinkan pembuatan animasi sederhana yang dapat digunakan untuk meningkatkan daya tarik promosi di media sosial.

Agar strategi pemasaran digital lebih efektif, pelaku agribisnis perlu mengelola konten dengan baik. Meta Business Suite membantu dalam mengatur jadwal posting serta menganalisis performa konten di Facebook dan Instagram, sementara Google Analytics dapat memberikan wawasan tentang perilaku konsumen dan efektivitas kampanye pemasaran (Universitas Terbuka, 2024). Penggunaan analitik digital secara konsisten terbukti mendukung pengambilan keputusan strategis dalam pengembangan usaha agribisnis berbasis data (Nasution & Halim, 2022). Dengan kombinasi konten multimedia berkualitas dan strategi pemasaran digital yang tepat, agribisnis dapat menjangkau pasar yang lebih luas, meningkatkan daya saing, serta menciptakan model bisnis yang lebih modern dan berkelanjutan. Melalui program Pengabdian kepada Masyarakat (PkM), diharapkan siswa dan kelompok usaha kecil dapat menguasai keterampilan ini untuk mengembangkan usaha agribisnis mereka secara mandiri dan inovatif. Penguatan literasi digital juga berperan penting dalam meningkatkan adopsi teknologi oleh pelaku usaha kecil dan menengah (Kurniawan et al., 2021).

## IDENTIFIKASI MASALAH

Meskipun perkembangan teknologi digital membuka peluang besar bagi pelaku agribisnis untuk meningkatkan daya saing, masih banyak kendala yang dihadapi, terutama di wilayah pedesaan. Pelaku agribisnis, termasuk siswa di SMKN PP Lembang, umumnya belum memahami secara optimal cara memanfaatkan teknologi digital, khususnya dalam membuat konten promosi yang menarik dan profesional. Kurangnya keterampilan dalam menggunakan aplikasi multimedia seperti Canva, CapCut, Snapseed, dan Meta Business Suite menjadi hambatan dalam menciptakan strategi pemasaran digital yang efektif. Selain itu, pengetahuan tentang teknik branding dan pemanfaatan media sosial serta marketplace online untuk menjangkau pasar yang lebih luas juga masih terbatas. Kondisi ini menunjukkan perlunya pelatihan terstruktur dan pendampingan teknis agar siswa dan pelaku usaha kecil dapat meningkatkan kemampuan dalam pembuatan konten digital, sehingga mampu memperkuat daya saing agribisnis secara berkelanjutan.

## METODE PELAKSANAAN

Tahapan kegiatan pengabdian kepada siswa SMKN PP Lembang dimulai dengan pre-test untuk mengukur pemahaman awal siswa terkait teknologi multimedia. Selanjutnya, dilakukan penyuluhan dan pendampingan untuk mentransfer pengetahuan mengenai pemanfaatan teknologi multimedia dan penggunaan aplikasi pendukung seperti Canva dan CapCut. Penyuluhan dilaksanakan di ruang kelas atau aula, dilanjutkan dengan sesi pendampingan selama satu jam guna memperkuat keterampilan siswa dalam praktik. Kegiatan ini dibantu oleh tiga mahasiswa untuk memastikan kelancaran dan efektivitas pelatihan. Setelah itu, dilakukan evaluasi melalui post-test yang hasilnya dibandingkan dengan pre-test guna menilai peningkatan pemahaman siswa.

### HASIL DAN PEMBAHASAN

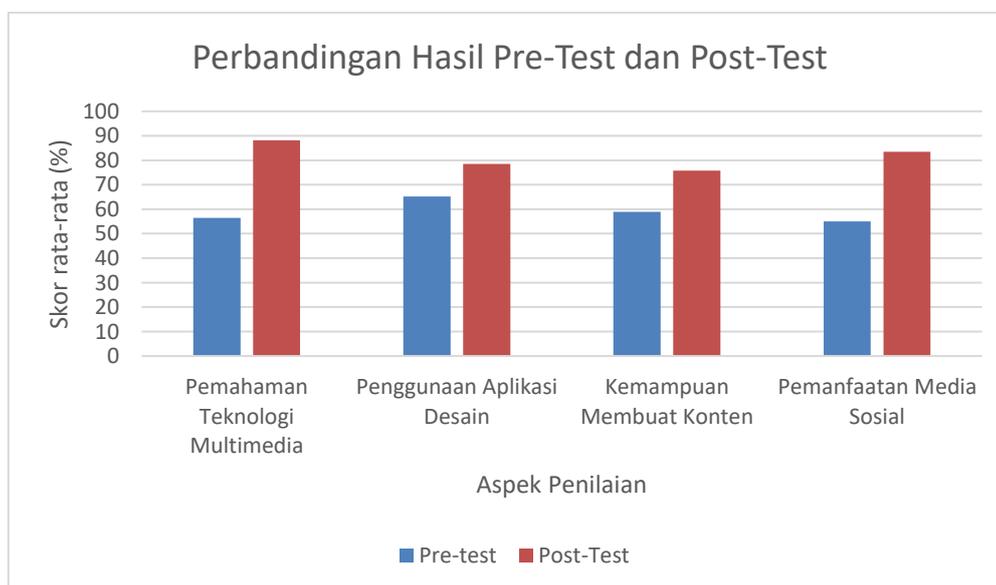
Pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat di SMKN PP Lembang menunjukkan hasil yang positif dalam meningkatkan pemahaman dan keterampilan siswa mengenai pemanfaatan teknologi digital dalam agribisnis. Berdasarkan hasil pre-test dan post-test yang dilakukan melalui Google Form, terlihat adanya peningkatan signifikan dalam pemahaman siswa terhadap materi yang disampaikan, khususnya dalam penggunaan aplikasi multimedia seperti Canva, CapCut, Snapseed, dan Meta Business Suite. Siswa menjadi lebih terampil dalam membuat konten digital seperti poster, infografis, dan video promosi produk agribisnis.



Gambar 1 Dokumentasi Kegiatan

Selama sesi penyuluhan dan pendampingan, siswa menunjukkan antusiasme tinggi, terutama saat praktik langsung menggunakan perangkat smartphone mereka untuk membuat konten. Materi yang diberikan dinilai relevan dengan kebutuhan industri agribisnis saat ini, terutama dalam aspek branding dan pemasaran digital melalui media sosial. Pendampingan oleh tim dosen dan mahasiswa juga membantu siswa yang mengalami kesulitan teknis.

Melalui kegiatan ini, siswa tidak hanya memperoleh pengetahuan baru, tetapi juga keterampilan praktis yang dapat langsung diterapkan dalam usaha agribisnis, baik secara individu maupun kelompok. Hasil ini menunjukkan bahwa pendekatan edukatif dan partisipatif sangat efektif dalam meningkatkan daya saing dan kemandirian siswa dalam menghadapi tantangan industri pertanian modern.



Gambar 2 Perbandingan hasil pre-test dan post-test

Berdasarkan grafik perbandingan hasil pre-test dan post-test, terlihat bahwa terjadi peningkatan yang signifikan pada seluruh aspek penilaian setelah dilakukan kegiatan penyuluhan dan pendampingan. Peningkatan skor paling tinggi terjadi pada aspek Pemahaman Teknologi Multimedia dan Pemanfaatan Media Sosial, yang menunjukkan efektivitas materi dan metode pelatihan yang diberikan. Aspek Penggunaan Aplikasi Desain serta Kemampuan Membuat Konten juga mengalami kenaikan yang konsisten, menandakan bahwa siswa mampu menguasai keterampilan teknis dalam membuat konten digital agribisnis secara lebih baik. Secara keseluruhan, hasil ini menunjukkan bahwa program pelatihan berhasil meningkatkan kompetensi siswa dalam menggunakan teknologi digital untuk mendukung pemasaran produk agribisnis secara efektif. Dengan demikian, program pengabdian ini dapat dikatakan berhasil mencapai tujuan utamanya, yaitu membekali siswa dengan keterampilan praktis dan strategis dalam dunia agribisnis digital.

## KESIMPULAN

Kegiatan ini berhasil meningkatkan pemahaman dan keterampilan siswa dalam memanfaatkan teknologi multimedia untuk mendukung pemasaran agribisnis secara digital. Penyuluhan dan pendampingan yang dilakukan secara langsung dan interaktif terbukti efektif, yang terlihat dari peningkatan signifikan pada hasil post-test dibandingkan pre-test, terutama dalam aspek pemahaman teknologi multimedia, pemanfaatan media sosial, penggunaan aplikasi desain, dan kemampuan membuat konten. Kegiatan ini juga memiliki kelebihan pada pendekatan yang aplikatif dan penggunaan fasilitas yang relevan dengan kebutuhan siswa. Meskipun demikian, terdapat beberapa kekurangan seperti keterbatasan waktu pelatihan dan perbedaan tingkat kemampuan awal peserta. Secara keseluruhan, program ini telah mencapai tujuan utamanya dan memiliki potensi besar untuk dikembangkan menjadi pelatihan berkelanjutan yang dapat melibatkan komunitas yang lebih luas dalam mendukung transformasi digital sektor agribisnis.

## Ucapan Terimakasih

Dengan penuh rasa syukur, kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah mendukung dan berkontribusi dalam pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini. Secara khusus, kami menyampaikan penghargaan dan terima kasih kepada Bapak Dr. Edi Gunawan, S.Pd., M.Pd., selaku Kepala Sekolah SMKN PP Lembang, atas dukungan, sambutan hangat, serta para guru-guru yang sudah membantu kami dalam melaksanakan kegiatan ini, juga fasilitas yang diberikan sehingga kegiatan ini dapat berjalan dengan baik dan lancar. Kami berharap kegiatan ini dapat memberikan manfaat nyata bagi SMKN PP Lembang dan menjadi awal dari kerja sama yang berkelanjutan di masa mendatang.

## REFERENSI

- Agribiz Network. (2024). Peran teknologi dalam pemasaran agribisnis modern. *Agribiz Journal*, 12(1), 45-58.
- Kurniawan, D., Susanto, H., & Wijayanti, A. (2021). Literasi digital dalam penguatan UMKM berbasis teknologi informasi. *Jurnal Teknologi dan Informasi*, 10(2), 87-95. <https://doi.org/10.1234/jti.v10i2.1234>
- Mertani, R. (2024). Transformasi digital dalam agribisnis pedesaan: Tantangan dan solusi. *Jurnal Teknologi Pertanian*, 8(2), 112-127.
- Nasution, R., & Halim, Y. (2022). Analisis pemanfaatan Google Analytics dalam strategi pemasaran UMKM. *Jurnal Ekonomi Digital*, 7(1), 45-59. <https://doi.org/10.21009/jed.071.04>
- Putri, L. A., & Rachmawati, T. (2023). Pengaruh konten multimedia terhadap daya tarik konsumen pada produk pertanian lokal. *Jurnal Komunikasi Bisnis*, 5(3), 121-134. <https://doi.org/10.25077/jkb.5.3.2023.121-134>
- Universitas Terbuka. (2024). *Inovasi digital dan pengaruhnya terhadap agribisnis di Indonesia*. Jakarta: Penerbit Universitas Terbuka.

---

Vivo Global. (2024). Pemanfaatan smartphone dalam industri pertanian digital. *Teknologi Digital & Inovasi*, 15(3), 89-104.