

Pengenalan Digital Marketing Pada Wisma Gaharu Di Desa Senggreng Kabupaten Malang

Eka Larasati Amalia*¹, Rosa Andrie Asmara², Mustika Mentari³, Vivin Ayu Lestari⁴, Vivi Nur Wijyaningrum⁵, Farida Ulfa⁶, Natasha Dwi Pramudita⁷

^{1,2,3,4,5,6,7}Politeknik Negeri Malang; Jl. Soekarno Hatta 9 Malang 65141; telp/fax: 0341-404424/0341-404420

Program Studi Teknik Informatika, Jurusan Teknologi Informasi, Politeknik Negeri Malang

e-mail: *¹eka.larasati@polinema.ac.id, ²rosa.andrie@polinema.ac.id, ³must.mentari@polinema.ac.id,

⁴vivin@polinema.ac.id, ⁵vivinurw@polinema.ac.id, ⁶faridaulfa@polinema.ac.id,

⁷natashadwipramudita@gmail.com

Abstrak

*Pengabdian Masyarakat bertujuan untuk membantu Wisma Gaharu Kabupaten Malang dalam mempromosikan dan menjual bibit gaharu secara online melalui digital marketing. Wisma Gaharu merupakan gardu penangkaran dan pembibitan pohon gaharu *Gyrinops Versteegii* yang memiliki potensi tinggi, terutama dalam menghadapi tantangan penjualan akibat pembatasan sosial dan perubahan perilaku konsumen akibat pandemi. Dengan adanya keterbatasan akses offline, pendekatan digital marketing diusulkan untuk meningkatkan penetrasi pasar. Pendekatan ini mencakup melalui platform digital berupa Facebook untuk mempromosikan dan menjual bibit gaharu, serta pelatihan penggunaan media digital kepada pemilik Wisma Gaharu. Diharapkan bahwa langkah ini akan membantu pemilik usaha dalam beradaptasi dengan tren perdagangan yang semakin bergeser ke ranah digital online dan meningkatkan daya saing usaha pada sektor usaha yang sama. Melalui digital marketing, Wisma Gaharu dapat meraih pelanggan di dalam dan luar daerah dengan lebih efektif. Dengan adanya program ini, diharapkan penjualan bibit gaharu akan meningkat, mendukung keberlanjutan bisnis serta kontribusi terhadap pelestarian alam dan ekonomi lokal.*

Kata kunci—pengabdian, Wisma Gaharu, digital marketing

1. PENDAHULUAN

Gaharu adalah sebuah produk yang berbentuk gumpalan padat berwarna coklat kehitaman sampai hitam dan berbau harum yang terdapat pada bagian kayu atau akar tanaman pohon inang yang telah mengalami proses perubahan fisika dan kimia akibat terinfeksi oleh sejenis jamur[1]. Secara tradisional gaharu dimanfaatkan antara lain dalam bentuk pengharum tubuh dan ruangan, bahan kosmetik dan obat-obatan sederhana[2]. Manfaat daun gaharu sebagai obat-obatan dapat digunakan untuk mengatasi penyakit lainnya, seperti sakit kepala, diabetes, asam urat, peredaran darah, kelelahan kronis, masalah ginjal, masalah lambung, atau, gangguan kulit[3]. Saat ini pemanfaatan gaharu telah berkembang demikian meluas antara lain untuk parfum, aroma terapi, sabun, body lotion, bahan obat-obatan yang memiliki khasiat sebagai anti asmatik, antimikroba, dan stimulan kerja saraf dan pencernaan[4].

Wisma Gaharu Kabupaten Malang yang beralamatkan di Desa Senggreng Kab. Malang merupakan sebuah gardu penangkaran dan pembibitan pohon penghasil gaharu dengan spesies *Gyrinops*

Versteegii. Wisma Gaharu tersebut merupakan binaan Dinas Kehutanan Kabupaten Malang dengan No. 552/323/421.116/2013. Usaha ini merupakan milik seorang petani bernama Dwi Prihanto yang di rintis mulai tahun 2010 kemudian pada tahun 2013 menjadi binaan Dinas Perhutani Kabupaten Malang. Usaha yang dilakukan oleh Bapak Dwi pada Wisma Gaharu adalah penyemaian dan pembibitan tanaman Gaharu serta inokulasi pada tanaman Gaharu. Jenis tanaman gaharu yang dibudidayakan adalah spesies *Gyrinops Versteegii* karena merupakan salah satu spesies langkah gaharu tetapi memiliki permintaan pasar tinggi[5]. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh pemilik wisma gaharu yaitu Bapak Dwi Prihanto bahwa beliau lebih berfokus pada budidaya penyemaian dan pembibitan. Pembibitan biasanya yang dijual adalah bibit tanaman gaharu yang didistribusikan kepada petani gaharu lainnya baik di wilayah Malang atau di luar kota Malang.

Banyaknya peminat bibit tanaman gaharu, menjadikan peluang usaha pembibitan gaharu ini memiliki kesempatan lebih besar untuk memasarkan usahanya tidak hanya di lingkup petani lokal yang ada di Malang, tetapi juga di luar daerah. Seiring dengan

perkembangan teknologi yang semakin berkembang, dunia digital dalam jual beli barang semakin canggih. Perkembangan internet dalam dekade terakhir telah membawa perubahan yang radikal pada dunia perdagangan di berbagai jenis komoditas karena konsumen saat ini dapat memilih untuk melakukan pembelian secara online atau *offline* [6]. Ketika pengusaha yang tidak mempromosikan produknya melalui media online akan merugi dan tergeser, karena melakukan komunikasi pemasaran melalui internet sangatlah efektif [7].

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan Bapak Dwi pemilik Wisma Gaharu masih melakukan penjualan bibit gaharu secara offline dan belum mempunyai media digital untuk dapat mempromosikan serta menjual secara online. Apalagi efek pandemi 2021 – 2022, penjualan bibit tanaman gaharu menurun drastis karena pembatasan sosial. Berdasarkan hal tersebut dapat diketahui bahwa wisma gaharu membutuhkan sebuah media digital untuk mempromosikan dan menjual bibit tanaman gaharu dari hasil penyemaian, sehingga dapat meningkatnya penjualan tanaman gaharu. Apalagi di Indonesia gaharu harus diproduksi dari hasil budi daya untuk menjaga kelestarian alam sekaligus keberlanjutan ekspor dan sampai saat ini pemerintah daerah beberapa provinsi yang merupakan daerah sebaran alami gaharu telah merealisasikan program penanaman gaharu [4]. Berdasarkan hal tersebut maka penjualan bibit tanaman gaharu sangat mempunyai potensi yang tinggi karena banyak dibutuhkan, mengingat Indonesia adalah salah satu negara penghasil gaharu di dunia [8].

Dalam Pengabdian Masyarakat ini maka akan dibuat sebuah digital marketing yang membantu pemilik gaharu untuk mempromosikan dan menjual bibit gaharu secara online. Selain itu akan dilakukan pendampingan pelatihan penggunaan media digital yang sudah dikembangkan, agar pemilik Wisma Gaharu bisa mengembangkan bisnisnya untuk menjual online bibit gaharu dengan mudah.

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi, terdapat beberapa masalah yang dialami oleh mitra Wisma Gaharu di kabupaten Malang dalam proses pemasaran dan penjualan bibit gaharu yaitu:

1. Belum mempunyai media digital sebagai media promosi secara online bibit gaharu agar masyarakat luas dapat mengetahui tempat dan lokasi penyemaian bibit gaharu.
2. Belum mempunyai media digital sebagai sarana memasarkan dan menjual secara online, untuk meningkatkan penjualan bibit gaharu khususnya di luar daerah.

3. Perlu adanya pendampingan pelatihan media digital, untuk memudahkan pemilik dalam mengelola media digital yang nantinya akan dikembangkan dalam kegiatan Pengabdian Masyarakat ini.

2. METODE

Pelaksanaan program kegiatan Pengabdian Polinema Kepada Masyarakat (PPM) melalui beberapa proses dan tahapan, antara lain dapat digambarkan dalam alur berikut:

2.1 Tahapan Persiapan

2.1.1 Observasi dan Perizinan

Observasi dilakukan dengan melakukan survey pada lokasi yang akan dijadikan kegiatan Pengabdian Polinema Kepada Masyarakat (PPM) yakni Wisma Gaharu di Desa Senggreng, Kabupaten Malang. Survey dilakukan untuk melakukan observasi/mencari tahu permasalahan dan kebutuhan yang dibutuhkan oleh mitra, yaitu Wisma Gaharu. Wisma Gaharu sendiri merupakan tempat penangkaran, penyemaian, dan pembibitan pohon penghasil Gaharu yang memiliki spesies *Gyrinops Versteegii*. Mitra merupakan binaan dari Dinas Perhutanan Kabupaten Malang, lebih tepatnya di Desa Senggreng. Permasalahan yang dihadapi oleh Wisma Gaharu adalah masih terbatasnya hasil penjualan yang diperoleh, dikarenakan kurangnya kemampuan untuk meraih target pasar yang lebih luas. Selain itu, proses pelestarian dan budidaya Gaharu masih sangat terbatas, hasil dari keberhasilan budidaya akan berdampak pada keberlanjutan ekspor, hingga saat ini Pemerintah Daerah beberapa provinsi di Indonesia merupakan daerah sebaran alami gaharu. Solusi dari permasalahan tersebut adalah pengenalan konsep dan penerapan *Digital Marketing* untuk meningkatkan jual beli produk Gaharu melalui promosi melalui media online. Pesatnya perkembangan teknologi menyebabkan segala aktivitas, termasuk kegiatan jual beli beralih ke proses digital. Internet sebagai sebuah jaringan komunikasi global memiliki berbagai fasilitas yang dapat digunakan untuk berbagai tujuan, baik untuk kepentingan bisnis maupun non bisnis [9]. Sementara, pihak mitra menyatakan tidak adanya media digital yang digunakan sebagai sarana untuk melakukan promosi dan transaksi jual beli.

Berikut penjabaran dari tahapan pelaksanaan kegiatan:

1. Mengidentifikasi Kebutuhan
Pada tahap mengidentifikasi, dilakukan survei dan wawancara dilakukan untuk memperoleh informasi

yang digunakan oleh tim PPM untuk menyelesaikan masalah mitra yang juga akan didiskusikan dengan mitra Wisma Gaharu.

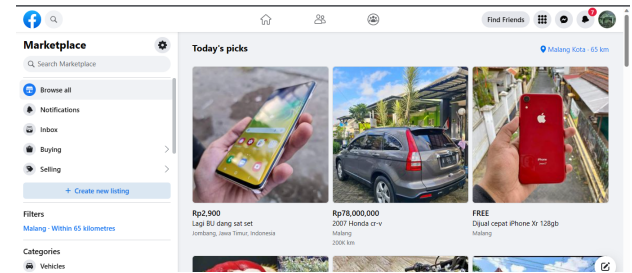
2. Menyiapkan Media Digital

Tim PPM menyiapkan media digital (media sosial) berupa Facebook sebagai media promosi Wisma Gaharu untuk menyebarluaskan informasi terkait hasil budidaya tanaman gaharu ke masyarakat wilayah Malang. Tidak hanya berhenti di media sosial, tim PPM juga memanfaatkan media digital lain berupa marketplace yaitu Facebook.

3. Melakukan sosialisasi dan pendampingan
Setelah tim PPM menyiapkan media digital berupa media sosial dan marketplace, selanjutnya sosialisasi dan pendampingan dilakukan untuk memperkenalkan media digital kepada mitra Wisma Gaharu dan membiasakan mitra untuk menggunakan media digital dalam aktivitas sehari-harinya berkaitan dengan proses jual beli secara online.

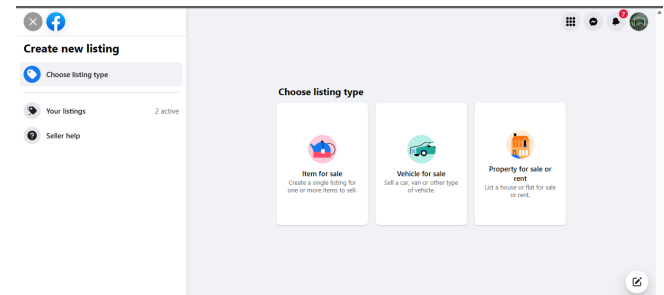
4. Melakukan evaluasi hasil kegiatan
Evaluasi hasil kegiatan dilakukan setelah mitra berhasil melakukan promosi melalui media sosial dan melakukan transaksi jual beli secara online melalui marketplace. Hal ini bertujuan untuk mengetahui perbandingan hasil jual beli produk budidaya tanaman gaharu sebelum dan setelah adanya media digital sebagai penunjang aktivitas di Wisma Gaharu.

3. Klik menu + untuk membuat list baru.



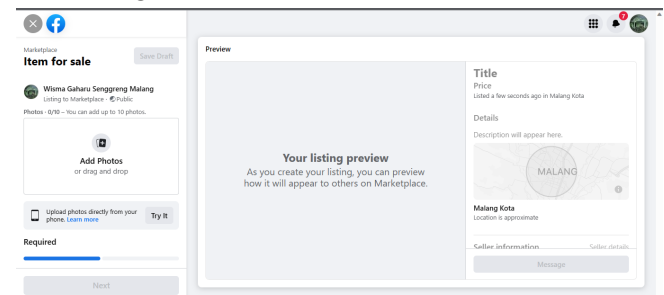
Gambar 2 Halaman marketplace

4. Pilih Jenis Tawaran untuk jenis barang yang akan dijual.



Gambar 3 Halaman jenis tawaran barang yang akan dijual

5. Klik Tambahkan Foto untuk mengunggah foto barang.



Gambar 4 Halaman tambah foto produk

6. Masukkan informasi terkait barang yang dijual termasuk harga barang.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

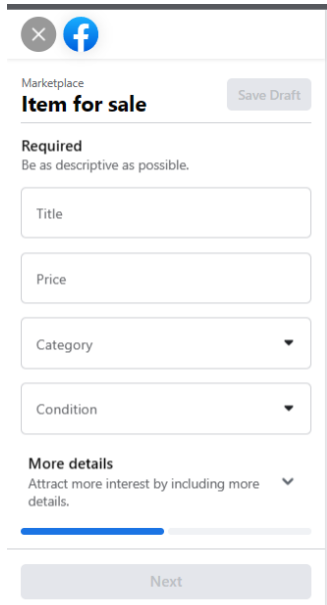
3.1 Pembuatan Marketplace di Facebook

Berikut ini langkah-langkah yang dilakukan untuk membuat marketplace di facebook:

1. Login akun Facebook menggunakan aplikasi atau website.
2. Pada halaman Beranda, klik ikon Marketplace di menu bagian atas.

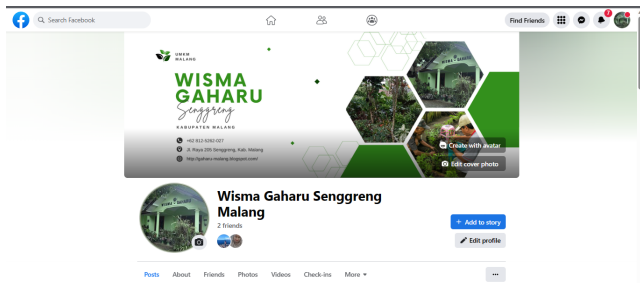


Gambar 1 Halaman beranda marketplace Facebook



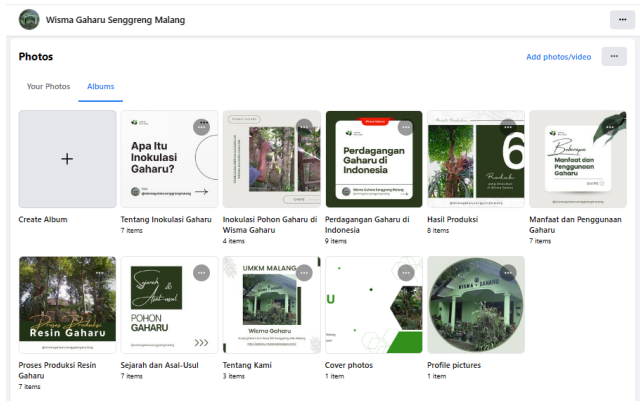
Gambar 5 Halaman hasil produk

7. Setelah berhasil membuat akun marketplace di Facebook maka kita dapat menambahkan profil picture, cover photos, ataupun artikel sesuai kebutuhan seperti pada Gambar 3.6 di bawah ini.



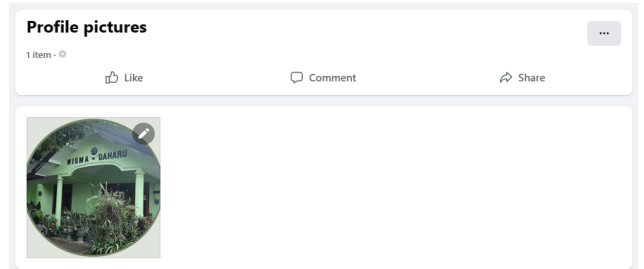
Gambar 6 Tampilan akun Facebook Wisma Gaharu Senggreng Malang

8. Pada marketplace juga terdapat album yang berisi produk yang dijual, seperti yang terlihat pada Gambar 3.7 di bawah ini.

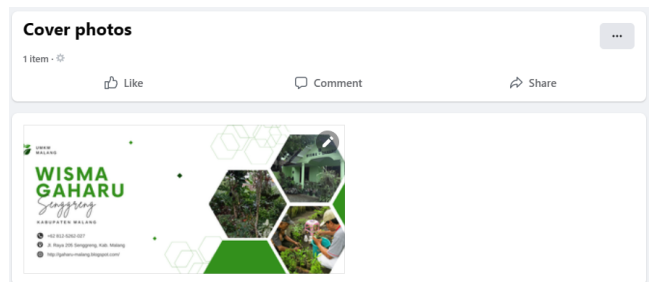


Gambar 7 Tampilan beberapa album foto di akun Wisma Gaharu Senggreng Malang

9. Pada Gambar 3.8 dan 3.9 merupakan contoh profile picture dan cover foto yang digunakan pada marketplace Wisma Gaharu Senggreng Malang.

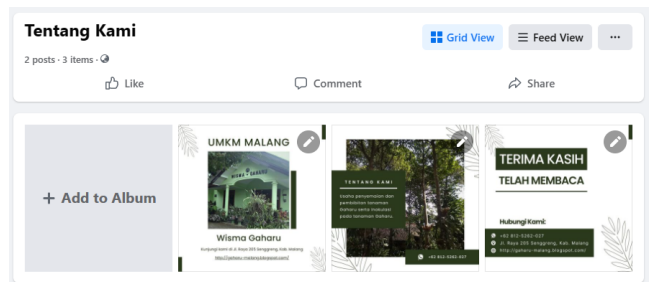


Gambar 8 Profile picture



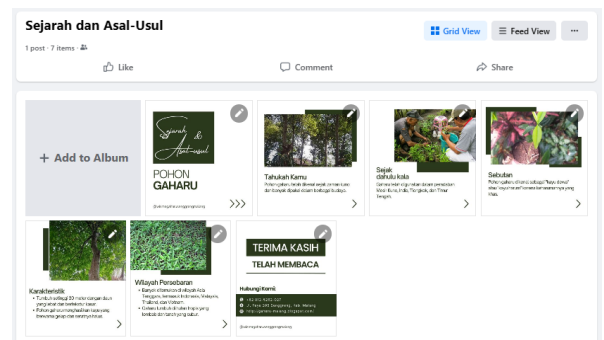
Gambar 9 Cover photo

10. Pada marketplace juga dapat menambahkan informasi Tentang Kami.

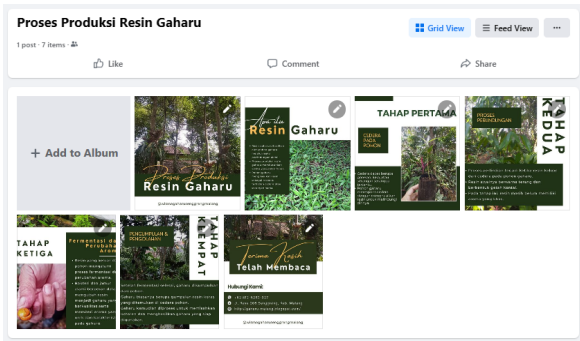


Gambar 10 Halaman Tentang Kami

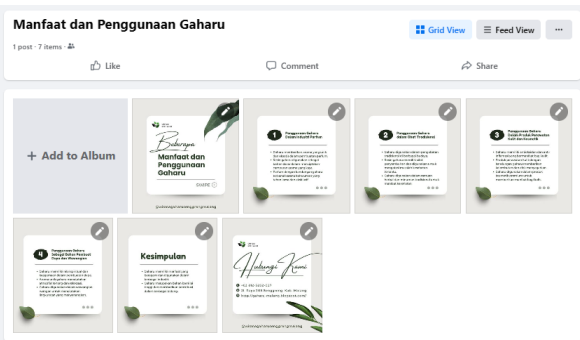
11. Pada Gambar di bawah ini beberapa artikel yang kami tambahkan pada marketplace Wisma Gaharu Senggreng Malang.



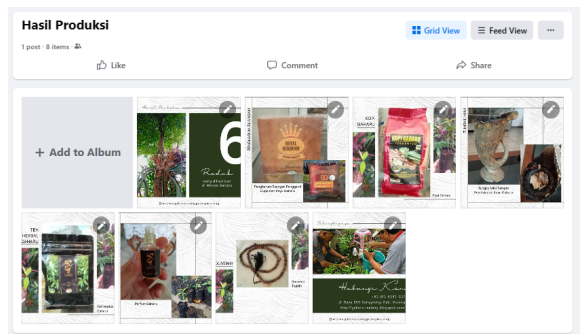
Gambar 3.11 Artikel Tentang Sejarah dan Asal-Usul Pohon Gaharu



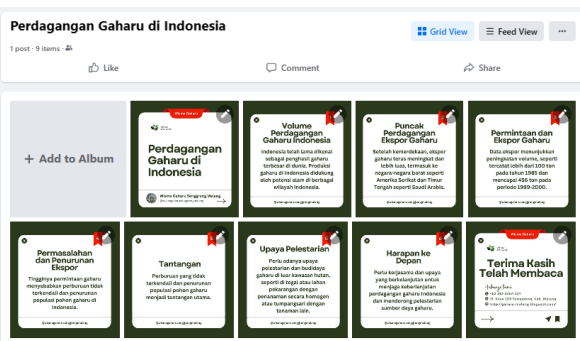
Gambar 12 Artikel Tentang Proses Produksi Resin Gaharu



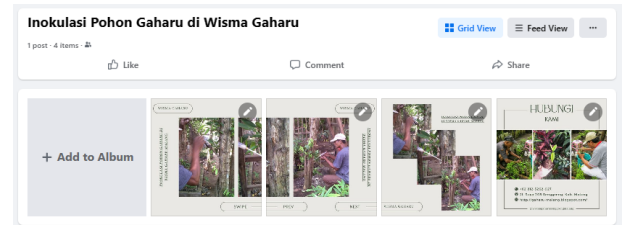
Gambar 13 Artikel Tentang Manfaat Dan Penggunaan Gaharu



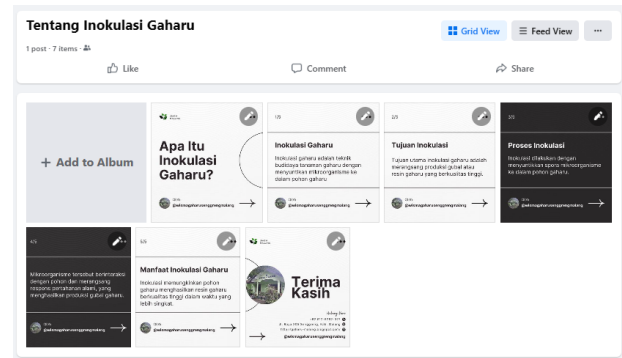
Gambar 14 Artikel Tentang Produk Hasil Produksi Wisma Gaharu Senggreng



Gambar 3.15 Artikel Tentang Perdagangan Gaharu Di Indonesia

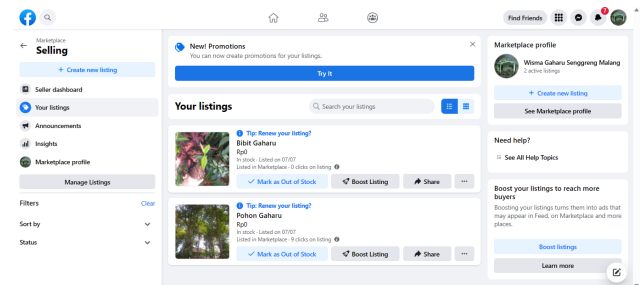


Gambar 16 Artikel Tentang Inokulasi Pohon Gaharu di Wisma Gaharu



Gambar 17 Artikel Tentang Inokulasi Gaharu

12. Pada Gambar 3.18 merupakan tampilan Marketplace dari sisi pengguna.



Gambar 18 Halaman Marketplace

4. KESIMPULAN

Pengabdian masyarakat di Wisma Gaharu Kabupaten Malang telah berhasil menghadirkan alat-alat produktivitas yang mendukung peningkatan produksi tanaman gaharu. Penggunaan alat-alat seperti Pruning Shears, Chainsaw, Sprayer, dan Tangga Lipat Aluminium telah memberikan kontribusi signifikan dalam meningkatkan kualitas dan kuantitas hasil panen. Produk olahan dari tanaman gaharu, seperti pengharum ruangan, tungku mini, teh, kopi, tasbih, dan parfum, berhasil menarik minat pengunjung dari berbagai kalangan, tidak hanya sebagai pembeli tetapi juga sebagai peminat informasi terkait pengembangbiakan dan pengolahan tanaman gaharu. Namun, tantangan terkait pengelolaan data pengunjung dan peningkatan pelayanan masih perlu diatasi. Pencatatan manual mengenai pengunjung

memiliki keterbatasan dalam hal analisis data dan kecepatan akses. Solusi berupa penggunaan absensi digital dapat memfasilitasi pengelolaan data pengunjung dengan lebih efektif.

5. SARAN

Untuk program pengabdian masyarakat selanjutnya, disarankan untuk memperkuat implementasi teknologi digital dalam pengelolaan data pengunjung dengan memanfaatkan sistem absensi digital. Diperlukan pelatihan kepada pengelola Wisma Gaharu dalam penggunaan sistem tersebut. Selain itu, perlu ditingkatkan pula strategi pemasaran melalui media digital, seperti platform jejaring sosial, untuk menjangkau lebih banyak calon pelanggan dan pengunjung. Upaya ini akan membantu memperluas dampak positif dari pengabdian ini dan meningkatkan efisiensi serta kualitas layanan kepada masyarakat yang berkunjung.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Politeknik Negeri Malang dan Wisma Gaharu Senggreng Malang yang telah memberi dukungan moral dan dana terhadap program pengabdian masyarakat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1]. Siran, S. A. (2010). *Pengembangan Teknologi Produksi Gaharu Berbasis Pemberdayaan Masyarakat Sekitar Hutan: Perkembangan Pemanfaatan Gaharu*. Pusat Litbang Konservasi Alam. Bogor.
- [2]. Fitriana, N., Muin, A., & Fahrizal. (2019). Pertumbuhan Tanaman Gaharu (*Aquilaria* spp) yang Diinokulasi Fungi Mikoriza Arbuskula (FMA) di Bawah Tiga Kondisi Naungan. *Jurnal Hutan Lestari*, 5(2), 514–520.
- [3]. Yanti, U. N., Sumping, A., Dandri, M., Dona, A., Secong, T. T., Sirhi, S., & Setiawan, B. (2020). Pemanfaatan Daun Gaharu Sebagai Pengobatan Secara Alami Penyakit Kanker Dan Hipertensi. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Khatulistiwa*, 3(2), 88–93. <https://doi.org/10.31932/jpmk.v3i2.885>
- [4]. Triadiati, T., & Miftahudin, M. (2021). Pemberdayaan Masyarakat pada Budi Daya dan Pengembangan Produk Pohon Gaharu (*Aquilaria* sp.) di Kabupaten Tolitoli, Sulawesi Tengah.

Agrokreatif: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat, 7(2), 174–184.

<https://doi.org/10.29244/agrokreatif.7.2.174-184>

- [5]. Susmianto, A., Turjaman, M., & Setio, P. (Eds.). (2014). *Rekam Jejak: Gaharu Inokulasi, Teknologi* (Cetakan Kedua). Forda Press. Bogor, Jawa Barat.
- [6]. Olii, M. R. (2020). Online Shop Sebagai Alternatif Berbelanja Masyarakat Kota Manado. *Jurnal Holistik*, 13(4), 2020. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/holistik/article/view/31554>
- [7]. Ahmadi, F., & Ardiansari, A. (2018). Pengaruh Perdagangan Online Terhadap Perilaku Masyarakat Kota Semarang. *Riptek*, 12(2), 107–118.
- [8]. Hidayat, H., Siburian, R., & Indah Yuliana, C. (2020). Gaharu Alam, Jaringan Perdagangan, dan Gaharu Budidaya: Studi Kasus Kalimantan Timur. *Jurnal Biologi Indonesia*, 16(1), 99–110. <https://doi.org/10.47349/jbi/16012020/99>
- [9]. Purwanto, D. (2006). *Komunikasi Bisnis*, Edisi 3. Erlangga. Jakarta.