

# **Pengembangan Kapasitas Petani melalui Pelatihan *Farm Recording* dan *Digital Marketing* di Desa Palon, Kabupaten Blora**

## **(Capacity Building of Farmers with Farm Recording and Digital Marketing Training in Palon Village, Blora District)**

**Anna Fariyanti, Herawati\*, Yanti Nuraeni Muflikh, Suprehatin, Vanesha Miranda**

<sup>1</sup> Departemen Agribisnis, Fakultas Ekonomi dan Manajemen, IPB University, Jl. Raya Dramaga, Kampus IPB Dramaga Bogor, Jawa Barat, Indonesia 16680.

\*Penulis Korespondensi: [hera@apps.ipb.ac.id](mailto:hera@apps.ipb.ac.id)  
Diterima September 2024/Disetujui September 2025

### **ABSTRAK**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan di Desa Palon, Kecamatan Jepon, Kabupaten Blora sebagai sentra usahaternak sapi potong. Permasalahan utama yang dihadapi masyarakat adalah pengelolaan usahaternak yang masih dilakukan secara tradisional, khususnya dalam pencatatan keuangan dan pemasaran produk. Kondisi tersebut berdampak pada rendahnya efisiensi dan efektivitas pengambilan keputusan serta terbatasnya akses pasar yang sebagian besar masih berorientasi lokal. Program pengembangan kapasitas ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan praktis kepada 27 peserta (petani, peternak, dan pembudidaya ikan) melalui pelatihan farm recording dan digital marketing. Metode yang digunakan adalah participatory dengan beberapa tahap: persiapan, pelatihan, dan evaluasi dengan pendekatan *pre-test* dan *post-test*. Hasil pelatihan *farm recording* menunjukkan peningkatan pemahaman peserta dari 29,63% menjadi 48,15%, sedangkan pelatihan digital marketing meningkatkan pemahaman dari 37,04% menjadi 88,89%. Peningkatan ini berdampak positif pada dua aspek utama. Pertama, peserta mampu melakukan pencatatan keuangan secara lebih terstruktur untuk memantau biaya dan pendapatan usaha. Kedua, peserta memperoleh keterampilan pemasaran digital yang memungkinkan perluasan jangkauan pasar dan peningkatan pendapatan melalui platform daring. Hasil ini menunjukkan keberhasilan program dalam meningkatkan literasi dan keterampilan manajerial dan pemasaran dari petani untuk menghadapi era digital.

Kata kunci: pencatatan usahatani, pemasaran digital, pengembangan kapasitas petani, Kabupaten Blora

### **ABSTRACT**

Community service activities were carried out in Palon Village, Jepon District, Blora Regency, a center for beef-cattle production. The initiative responded to the continued reliance on traditional practices, especially manual financial record-keeping and product marketing, which limit efficient, evidence-based decision-making and constrain market access to mostly local buyers. The capacity-building program equipped 27 participants (farmers, livestock keepers, and fish cultivators) with practical skills in farm recording and digital marketing through a participatory approach covering preparation, training, and evaluation with pre-test and post-test. Results show substantial gains: understanding of farm recording rose from 29,63% to 48,15%, while digital marketing comprehension increased from 37.04% to 88.89%. Two primary benefits followed: participants adopted structured financial records to track costs and revenues, and they gained digital-marketing skills that expanded market reach and increased income via online platforms. These outcomes demonstrate the program's effectiveness in enhancing financial and digital literacy and equipping farmers with managerial and marketing capabilities aligned with the demands of the digital era.

Keywords: farm recording, digital marketing, farmer capacity building, Blora District

### **PENDAHULUAN**

Kabupaten Blora merupakan salah satu sentra produksi ternak sapi potong dengan populasi terbesar di Provinsi Jawa Tengah, dan urutan kedua di Indonesia dengan total populasi

sebanyak 172. 884 ekor pada tahun 2023. Sementara itu salah satu kecamatan sentra produksi ternak sapi potong di Kabupaten Blora yaitu Jepon dengan total populasi sebanyak 14.755 ekor atau sekitar 8,5% dari total ternak sapi di Blora. Selain sub sektor peternakan,

kegiatan usaha sub sektor pertanian juga mendominasi di Blora yaitu usahatani padi dan palawija (BPS 2023).

Desa Palon merupakan salah satu desa di Kecamatan Jepon. Dilihat dari kinerja usahatani menunjukkan rata-rata produktivitas untuk komoditas padi sawah mencapai 5,6 ton/ha lebih rendah dari rata-rata di Blora sebesar 6,5 ton/ha. Sementara itu untuk jumlah sapi yang dijual di pasar hanya sebanyak 3.729 ekor atau 25,3% dari total ternak yang ada. Berdasarkan Fariyanti *et al.* (2024) kepemilikan sapi rata-rata berkisar antara 1 hingga 3 ekor per keluarga. Hal tersebut dapat disebabkan oleh beberapa faktor diantaranya mayoritas petani masih mengandalkan metode tradisional dalam mengelola usahatani baik untuk tanaman maupun peternakan. Sebagian besar petani tidak memiliki sistem pencatatan usahatani yang memadai sehingga keputusan usahatani, seperti penggunaan input dan analisis pendapatan, lebih sering didasarkan pada ingatan atau perkiraan kasar. Hal ini tidak hanya berpotensi menimbulkan kesalahan dalam pengelolaan, tetapi juga membatasi kemampuan petani untuk meningkatkan produktivitas dan merencanakan pengembangan usahatani di masa mendatang.

Selain permasalahan tersebut, tantangan yang dihadapi petani khususnya Desa Palon dan sekitarnya adalah pendekatan pemasaran yang masih bersifat konvensional. Produk hasil usahatani umumnya hanya dipasarkan di wilayah lokal, dengan pembeli yang terbatas di sekitar Kabupaten Blora. Akibatnya, petani sering kali menghadapi keterbatasan dalam memperluas pasar mereka dan meningkatkan pendapatan.

*Farm recording* (pencatatan usahatani) dan Digital marketing (pemasaran digital) merupakan dua elemen penting yang semakin relevan dalam pengelolaan usahatani modern, terutama di tengah dinamika pertanian saat ini. Di banyak negara, penerapan teknologi digital dan pencatatan yang terstruktur telah terbukti mampu meningkatkan kinerja usaha seperti efisiensi, profitabilitas usahatani, dan jangkauan pasar dengan biaya lebih efisien (Prasada *et al.* 2023).

Strategi pemasaran produk pertanian sangat penting untuk meningkatkan kesejahteraan petani dan menjamin ketersediaan produk (Pellokila 2020). Pendidikan masyarakat melalui penyuluhan dapat meningkatkan pemahaman petani tentang pemasaran hasil pertanian, yang berpotensi meningkatkan pendapatan keluarga (Pellokila 2020). Dalam era digital, dimana akses

informasi dan teknologi semakin meluas, petani perlu diberdayakan dengan keterampilan digital untuk memanfaatkan peluang pasar yang lebih luas. Digital marketing, yang mencakup penggunaan media sosial, platform e-commerce, serta aplikasi khusus pertanian, dapat menjadi solusi efektif untuk memperluas jangkauan pasar produk tani dan meningkatkan nilai tambahnya.

Pelatihan *farm recording* bertujuan untuk membantu petani mencatat seluruh proses usahatani mereka secara terstruktur, mulai dari penggunaan input seperti pupuk, bibit, tenaga kerja, hingga hasil panen dan pendapatan. Dengan adanya pencatatan yang jelas, petani dapat melakukan evaluasi terhadap kinerja usahatani, menganalisis titik-titik efisiensi maupun inefisiensi, serta merencanakan langkah-langkah pengembangan yang lebih baik di masa mendatang. Lebih jauh lagi, *farm recording* juga dapat mendukung petani dalam mengakses program-program pembiayaan dan bantuan dari pemerintah atau lembaga keuangan, karena data usahatani yang terstruktur sering kali menjadi syarat untuk mendapatkan dukungan tersebut. Manajemen keuangan menjadi lebih baik dengan pencatatan yang tepat, karena petani dapat melacak pendapatan dan pengeluaran, memfasilitasi perencanaan keuangan yang lebih baik dan akses yang lebih mudah terhadap kredit (Israelsen & Feuz 2014). Selain itu, pencatatan yang terstruktur membantu memonitor proses produksi, yang pada akhirnya meningkatkan produktivitas dan profitabilitas (Carrillo 2010; Vuksa *et al.* 2022).

Selain itu, pelatihan pemasaran digital dapat membuka akses petani terhadap pasar yang lebih luas, baik di dalam negeri maupun di luar negeri. Platform digital memungkinkan petani untuk langsung berinteraksi dengan konsumen tanpa melalui banyak perantara, sehingga margin keuntungan yang mereka peroleh bisa lebih besar. Penelitian menunjukkan bahwa petani yang menerapkan metode pemasaran digital memiliki pendapatan yang jauh lebih tinggi dibandingkan dengan petani yang menggunakan pendekatan pemasaran konvensional (Prasada *et al.* 2023). Studi menunjukkan bahwa *digital marketing* berpotensi meningkatkan efisiensi pemasaran hingga 20–30% dibandingkan dengan metode pemasaran konvensional. Dengan menggunakan media sosial, situs web, atau platform *e-commerce*, petani dapat menampilkan produk mereka kepada audiens yang lebih luas, sekaligus memanfaatkan fitur analitik untuk memantau performa pemasaran

dan preferensi konsumen. Hal ini sangat penting dalam dunia pertanian yang semakin terhubung secara global dan kompetitif. Namun, masih banyak petani yang tidak memiliki akses dan pemahaman tentang alat pemasaran digital (Setiawan 2022; Pakpahan *et al.* 2023).

Tujuan utama dari program pengembangan kapasitas ini adalah untuk memberikan pengetahuan dan keterampilan praktis kepada petani agar mampu mengelola usahatani lebih efisien dan profesional, baik dari aspek pencatatan usahatani maupun pemasaran produk secara digital. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa penerapan teknik pemasaran dan pembukuan digital dapat secara signifikan meningkatkan operasi dan jangkauan pasar UKM (Pramartha *et al.* 2024; Shintawati *et al.* 2023). Dengan meningkatkan kapasitas tersebut, diharapkan petani di Desa Palon, Kabupaten Blora, tidak hanya dapat meningkatkan pendapatan melalui manajemen yang lebih baik, tetapi juga mampu menghadapi tantangan pasar yang terus berkembang. Program ini juga mendukung upaya pemerintah dalam meningkatkan kesejahteraan petani dan memperkuat ketahanan pangan nasional, sebagaimana tercantum dalam berbagai kebijakan pembangunan pertanian di Indonesia. Berdasarkan uraian di atas, tujuan penulisan ini untuk mengevaluasi pelaksanaan pelatihan *farm recording* dan *digital marketing* terhadap peningkatan kapasitas petani.

## METODE PELAKSANAAN KEGIATAN

### Tempat dan Waktu Kegiatan

Kegiatan pengabdian masyarakat dilaksanakan di Desa Palon, Kecamatan Jepon, Kabupaten Kabupaten Blora. Kegiatan dimulai dari persiapan, identifikasi permasalahan hingga pelaksanaan pelatihan *farm recording* dan *digital marketing* pada bulan Mei-Juli 2024. Pelatihan *farm recording* dan *digital marketing* dilaksanakan di sekretariat kelompok ternak Lembu Joyo. Kegiatan pelatihan ini diikuti sebanyak 27 orang peserta yang terdiri dari peternak sapi potong, peternak kambing, pembudidaya ikan, petani hortikultura, dan petani tanaman pangan yang berada di Desa Palon dan sekitarnya. Setiap sesi pelatihan dilaksanakan selama 90 menit, yang mencakup penyampaian materi serta praktik pencatatan usahatani, pembuatan akun Google Bisnis, dan pengelolaan Instagram Bisnis.

### Alat dan Bahan

Alat yang digunakan dalam kegiatan ini diantaranya adalah infocus/proyektor, LCD, dan alat tulis. Sementara bahan yang digunakan adalah modul pelatihan *farm recording*, modul pelatihan *digital marketing*, kuesioner *pre-test*, kuesioner *post-test*, dan kuesioner evaluasi kegiatan.

### Tahap Pelaksanaan Kegiatan

#### • Persiapan

Desa Palon merupakan salah satu desa yang mendapat perhatian khusus karena potensi besar dalam bidang peternakan yang dimilikinya. Desa ini juga menjadi lokasi strategis untuk kegiatan pengabdian masyarakat dari berbagai universitas, salah satunya IPB University melalui program Kuliah Kerja Nyata Tematik (KKNT). Persiapan kegiatan pelatihan dimulai dengan serangkaian diskusi yang melibatkan Dinas Pangan, Pertanian, Peternakan, dan Perikanan Kabupaten Blora, perwakilan kelompok tani Desa Palon, serta tim dari IPB University. Diskusi ini bertujuan untuk mengidentifikasi keterampilan yang diperlukan atau ditingkatkan guna membekali para petani dan peternak di Desa Palon dan sekitarnya dengan pengetahuan yang lebih baik.

Tahap identifikasi ini berhasil mengungkap potensi yang dimiliki serta tantangan yang dihadapi oleh para petani dan peternak di desa tersebut. Salah satu kendala utama yang dihadapi oleh peternak adalah kesulitan dalam memasarkan hasil ternaknya secara optimal. Selain itu, baik petani maupun peternak seringkali mengalami hambatan dalam hal permodalan, yang menjadi salah satu faktor penghambat berkembangnya usaha mereka. Untuk mengatasi masalah permodalan ini, diperlukan pencatatan keuangan yang sistematis, termasuk pencatatan pengeluaran atas biaya-biaya yang dikeluarkan serta pemasukan yang diperoleh dari kegiatan usahatani maupun usahaternak. Dengan demikian, pengelolaan keuangan yang baik dapat membantu meningkatkan akses petani dan peternak terhadap sumber permodalan serta memperkuat daya saing mereka di pasar.

#### • Pelatihan *farm recording* dan *digital marketing*

Pelatihan *farm recording* dan *digital marketing* yang diadakan bagi petani dan

peternak di Desa Palon difasilitasi oleh empat dosen dari Departemen Agribisnis, Fakultas Ekonomi dan Manajemen, IPB University. Pelatihan *farm recording* bertujuan untuk meningkatkan pemahaman peserta tentang pentingnya pencatatan dalam usahatani, serta memberikan keterampilan praktis dalam pencatatan sederhana dan perhitungan laporan keuangan usahatani. Materi yang disampaikan mencakup pemahaman tentang pentingnya dokumentasi kegiatan usahatani, cara melakukan pencatatan sederhana untuk memantau biaya dan pendapatan, serta teknik menyusun laporan keuangan yang dapat digunakan untuk evaluasi kinerja usaha. Sementara itu, materi pelatihan *digital marketing* berfokus pada memberikan wawasan mengenai pentingnya penerapan strategi pemasaran digital dalam usahatani dan peternakan. Peserta diberikan pemahaman tentang mengapa pemasaran digital penting dalam era globalisasi, peluang dan tantangan yang dihadapi dalam dunia pemasaran digital, serta strategi dan aplikasi yang relevan untuk memaksimalkan pemasaran melalui platform digital.

Seluruh materi disampaikan melalui metode presentasi yang interaktif, diikuti dengan diskusi yang bertujuan untuk memperdalam pemahaman peserta. Pada pelatihan *farm recording*, peserta dilibatkan dalam latihan pengisian *form* pencatatan usahatani sesuai dengan kegiatan usahatani yang dilakukan dan perhitungan laporan keuangan secara langsung, sehingga mereka dapat memahami penerapannya dalam situasi nyata. Untuk pelatihan *digital marketing*, sesi praktik langsung diberikan, dimana peserta dilatih membuat profil Google Bisnis, menandai lokasi usaha di Google Maps, serta meningkatkan daya tarik profil bisnis melalui platform media sosial seperti Instagram. Pendekatan ini bertujuan agar peserta dapat mengaplikasikan ilmu yang diperoleh secara praktis untuk mendukung keberhasilan usaha mereka dalam jangka panjang.

- **Evaluasi kegiatan pelatihan *farm recording* dan *digital marketing***

Evaluasi kegiatan pelatihan *farm recording* dan *digital marketing* yang diikuti oleh peternak dan petani di Desa Palon dan sekitarnya bertujuan untuk menilai efektivitas kedua pelatihan dalam meningkatkan pemahaman dan

keterampilan peserta. Untuk mengukur tingkat pemahaman, digunakan metode *pre-test* dan *post-test*, dimana peserta diberikan tes sebelum dan sesudah pelatihan. Metode evaluasi *pre-test* dan *post-test*, bersama dengan pemantauan mingguan, telah digunakan untuk menilai dampak program-program pelatihan pemasaran dan pencatatan digital pada aktivitas usaha (Vasco *et al.* 2022; Pramarta *et al.* 2024).

*Pre-test* dilaksanakan sebelum pelatihan dimulai dengan tujuan mengetahui pengetahuan awal peserta terkait materi yang disampaikan. Hasil dari *pre-test* ini memberikan gambaran mengenai tingkat penguasaan awal peserta terhadap materi, yang nantinya akan menjadi dasar perbandingan dalam evaluasi setelah pelatihan. Setelah pelatihan selesai, *post-test* dilakukan dengan soal yang sama atau serupa, untuk mengukur sejauh mana peserta menyerap materi selama pelatihan berlangsung. Terdapat 10 pertanyaan pada kuesioner yang diberikan kepada peserta. Dengan membandingkan hasil *pre-test* dan *post-test*, dapat dilihat perkembangan pengetahuan peserta secara kuantitatif. Untuk menghitung peningkatan pemahaman peserta, digunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Peningkatan pemahaman (\%)} = \frac{\sum \text{Peserta dengan nilai } \textit{post test} > \textit{pre test}}{\text{Total peserta}} \times 100\%$$

Rumus tersebut menghitung persentase peningkatan dari nilai *post-test* dibandingkan dengan *pre-test*. Nilai *pre-test* mencerminkan penguasaan awal peserta, sedangkan nilai *post-test* menunjukkan pemahaman setelah pelatihan. Pada evaluasi pelatihan ini indikator yang digunakan adalah peningkatan skor dari *pre-test* ke *post-test* menjadi salah satu kriteria utama; jika sebagian besar peserta menunjukkan peningkatan yang signifikan, pelatihan dianggap berhasil. Selain itu distribusi peningkatan di antara peserta juga menjadi pertimbangan, di mana keberhasilan pelatihan dapat dinilai lebih baik jika sebagian besar peserta menunjukkan peningkatan, bukan hanya sedikit individu. Untuk menganalisis tingkat pemahaman peserta terhadap materi pelatihan, dilakukan pengelompokan berdasarkan rentang nilai tes yang diperoleh oleh peserta. Pemahaman peserta diukur berdasarkan tiga kategori yaitu: a) Sangat baik: nilai tes > 70; b) Cukup baik: nilai tes 60-70; dan c) Kurang baik: nilai tes < 50

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Profil Mitra

Desa Palon terletak di Kecamatan Jepon, Kabupaten Blora, Jawa Tengah. Desa ini terbagi menjadi dua dusun, empat RW, dan 26 RT. Dengan jumlah penduduk 2.934 jiwa yang terdiri dari 1.480 laki-laki dan 1.454 perempuan dengan kepadatan penduduk mencapai 740,91 jiwa/km<sup>2</sup> (BPS, 2023). Sumber daya alam Desa Palon mendukung berkembangnya sektor peternakan, terutama sapi potong, kambing, dan hewan ternak lainnya. Selain itu, sektor pertanian, yang mencakup padi, jagung, tembakau dan pengelolaan hutan, mendominasi aktivitas ekonomi masyarakat dan termasuk dalam kategori pertanian rakyat. Desa ini merupakan salah satu pusat penghasil sapi potong di Kecamatan Jepon, dengan hasil produksi pertanian mencapai 802,56 ton padi per tahun, 166,39 ton jagung per tahun, serta jumlah ternak sapi sebanyak 1.563 ekor dan kambing sebanyak 250 ekor. Tabel 1 menyajikan mata pencaharian penduduk di Desa Palon tahun 2023 dengan pekerjaan utama penduduk adalah bertani dan beternak.

Sumber penghasilan utama penduduk Desa Palon didominasi oleh sektor pertanian, perikanan, dan perkebunan, dengan total tenaga kerja sebanyak 992 orang. Sektor ini berperan sebagai pilar ekonomi desa, karena sebagian besar lahan digunakan untuk aktivitas agraris, terutama dalam produksi komoditas utama seperti padi dan jagung. Selain itu, terdapat usaha perikanan skala kecil yang diusahakan oleh masyarakat. Sektor pertanian dan perkebunan yang menjadi tulang punggung

Table 1 Mata pencaharian penduduk di Desa Palon Tahun 2023

Mata pencaharian	Jumlah (orang)	Persentase (%)
Petani	992	42,23
Peternak	498	21,20
Karyawan	130	5,53
TNI/Polri	8	0,34
Swasta	130	5,53
Wiraswasta/pedagang	255	10,86
Buruh tani	157	6,68
Tukang	63	2,68
Jasa	12	0,51
Pengrajin	12	0,51
Pekerja seni	20	0,85
Pensiunan	12	0,51
Pengangguran	60	2,55
Total	2349	100,00

Sumber: Badan Pusat Statistik (2023)

ekonomi juga berkontribusi terhadap ketahanan pangan di wilayah tersebut. Di samping sektor pertanian, sebanyak 130 orang bekerja di sektor industri pengolahan, yang memainkan peran penting dalam menambah nilai produk lokal, khususnya produk pertanian dan peternakan. Aktivitas industri pengolahan ini meliputi produksi makanan dan kerajinan tangan, yang mendukung pengembangan ekonomi lokal serta menciptakan lapangan kerja bagi penduduk. Sektor perdagangan, yang mencakup perdagangan besar, eceran, dan usaha rumah tangga, melibatkan 257 orang. Sektor ini memfasilitasi distribusi barang dan jasa, baik di dalam desa maupun ke wilayah sekitar, sehingga menjadi sektor penting dalam menjaga sirkulasi ekonomi lokal.

Profesi petani merupakan yang paling dominan dengan 992 orang terlibat dalam kegiatan pertanian, mencerminkan ketergantungan ekonomi desa pada sektor agraris. Selain itu, terdapat 130 orang yang bekerja sebagai karyawan di berbagai perusahaan, baik lokal maupun di luar desa. Sebanyak 8 orang bekerja sebagai anggota TNI/Polri, yang berperan dalam menjaga keamanan dan ketertiban masyarakat. Pekerja swasta juga berjumlah 130 orang, tersebar di berbagai bidang seperti konstruksi dan layanan jasa, yang menandakan keberagaman jenis pekerjaan di desa ini. Sektor perdagangan, yang melibatkan 255 orang, menjadi salah satu motor penggerak ekonomi desa, terutama melalui peran pedagang dalam distribusi kebutuhan pokok dan hasil pertanian. Profesi tukang melibatkan 63 orang, yang mendukung aktivitas pembangunan infrastruktur desa. Sebanyak 157 orang bekerja sebagai buruh tani, menunjukkan pentingnya tenaga kerja harian dalam produksi pertanian di desa ini. Namun, terdapat 60 orang yang masih menganggur, yang menjadi tantangan bagi pengembangan lapangan pekerjaan di desa ini.

### Pelaksanaan Kegiatan Pelatihan

Pelatihan *farm recording* dan *digital marketing* melibatkan peternak, petani, dan pembudidaya ikan sebagai peserta. Jumlah peserta yang mengikuti kegiatan ini mencapai 27 orang, sebagian besar berusia produktif dan relatif muda. Pemilihan peserta dengan usia produktif bertujuan agar mereka lebih cepat beradaptasi dan terbiasa menggunakan teknologi seperti smartphone dan aplikasi digital yang akan diperkenalkan selama pelatihan. Dengan kemampuan tersebut, diharapkan para

peserta muda ini dapat dengan mudah mengoperasikan media digital yang didemonstrasikan serta mampu mentransfer pengetahuan yang mereka peroleh kepada anggota komunitas lainnya. Pelatihan ini dibuka secara resmi oleh Bupati Kabupaten Blora, dan turut dihadiri oleh Kepala Badan Perencanaan Pembangunan Daerah (Bappeda) Kabupaten Blora, Ketua Bidang Peternakan Dinas Pangan, Pertanian, Peternakan, dan Perikanan (DP4) Kabupaten Blora, Camat Jepon, Kepala Desa Palon, serta perangkat pemerintahan desa dan daerah lainnya. Adapun narasumber utama dalam kegiatan pelatihan ini adalah dosen dari Departemen Agribisnis, Fakultas Ekonomi dan Manajemen, IPB University.

Pelaksanaan pelatihan dibagi menjadi dua sesi utama. Sesi pertama berfokus pada *farm recording* dan sesi kedua pada *digital marketing*. Pada awal setiap sesi, peserta diwajibkan untuk menjawab *pre-test* guna mengukur pemahaman dasar mereka terkait materi yang akan disampaikan. Skor *pre-test* digunakan sebagai data awal untuk mengevaluasi peningkatan pengetahuan peserta setelah pelatihan. Pada pelatihan *farm recording* dimulai dengan penyampaian materi melalui presentasi menggunakan *Power Point* yang menjelaskan pentingnya pencatatan dalam aktivitas usaha pertanian. Setelah itu, dilakukan diskusi interaktif untuk mengidentifikasi materi yang belum dipahami oleh peserta. Peserta kemudian dipandu dalam latihan mengisi tabel-tabel yang memuat informasi penting terkait pencatatan usaha pertanian sesuai dengan jenis usaha masing-masing peserta. Selain itu, peserta diajarkan cara melakukan perhitungan sederhana yang dapat diaplikasikan dalam pengelolaan keuangan usaha mereka. Pada akhir sesi peserta diwajibkan menjawab *post-test* dan evaluasi kegiatan.

Sesi pelatihan *digital marketing* juga diawali dengan pengisian kuesioner pre test, diikuti dengan pemaparan materi oleh narasumber. Materi ini mencakup pentingnya pemasaran digital, strategi pemasaran online, dan aplikasi yang relevan untuk memperkuat kehadiran bisnis di dunia digital. Setelah presentasi, peserta langsung melaksanakan praktik, termasuk pembuatan profil Google Bisnis, penandaan lokasi usaha di Google Maps, serta pengelolaan profil bisnis di Instagram. Dalam pelatihan ini, peserta dibagi menjadi enam kelompok, dimana masing-masing kelompok dipimpin oleh seorang peserta yang sudah terbiasa menggunakan *smartphone* atau memiliki platform Instagram. Setiap kelompok kemudian membuat profil bisnis sebagai studi kasus berdasarkan usaha salah satu peserta, yang diharapkan dapat menjadi contoh nyata dalam penerapan *digital marketing*. Sama halnya dengan pelatihan *farm recording*, di akhir sesi pelatihan pemasaran digital peserta harus mengisi kuesioner post test dan evaluasi kegiatan.

### Analisis Hasil Kegiatan

Pelatihan *farm recording* dan *digital marketing* ini melibatkan 27 peserta. Sebanyak 92,59% atau 25 peserta berjenis kelamin laki-laki, dengan mayoritas peserta sebesar 29,63% atau 8 peserta tidak pernah melakukan pencatatan usahatani, dan sebanyak 44,44% atau 12 peserta menggunakan WhatsApp sebagai sosial media yang digunakan. Keterangan lengkap terkait karakteristik peserta dapat dilihat pada Tabel 2.

Berdasarkan hasil *pre-test* dan *post-test*, adapun indikator pengukuran tingkat pemahaman materi dilihat dari 50% dari jawaban yang benar dengan kategori kurang baik untuk nilai di bawah 50, cukup baik untuk rentang nilai 60-70, dan sangat baik untuk nilai di atas 70.

Tabel 2 Karakteristik peserta berdasarkan jenis kelamin, kegiatan *farm recording* dan sosial media yang digunakan

	Jenis kelamin		Melakukan pencatatan usahatani		Sosial media yang digunakan			
	Jumlah (orang)	%	Jumlah (orang)	%	Jumlah (orang)	%		
L	25	92,59	Pernah, tetapi sekarang tidak	6	22,22	WhatsApp	12	44,44
			Pernah sampai sekarang	6	22,22	Instagram	2	7,41
P	2	7,41	Tidak pernah	8	29,63	Facebook	4	14,81
			Tidak mengisi	7	25,93	Tidak mengisi	9	33,33
Total	27	100,00		27	100,00		27	100,00

Keterangan: L=laki-laki ; P=perempuan

Secara statistik, hasil penilaian *pre-test* dan *post-test* peserta pelatihan *farm recording* dan *digital marketing* dapat dilihat pada Tabel 3.

Sebaran rata-rata nilai *pre-test* untuk pelatihan *farm recording* dan *digital marketing* masing-masing sebesar 61,11 dan 60,02. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata pengetahuan peserta terhadap *farm recording* dan *digital marketing* sebelum pelatihan berada pada rentang nilai cukup baik. Sedangkan untuk nilai *post-test* pelatihan *farm recording* dan *digital marketing* masing-masing sebesar 70,77 dan 84,26 yang menunjukkan bahwa rata-rata pengetahuan peserta terhadap *farm recording* dan *digital marketing* meningkat menjadi sangat baik setelah mendapatkan pelatihan. Nilai standar deviasi yang kecil, menunjukkan bahwa nilai rata-rata yang diperoleh akurat dan konsisten dalam mewakili data peserta pelatihan.

Evaluasi keberhasilan pelatihan tidak hanya ditinjau dari proses pelaksanaannya, tetapi juga dari perubahan pengetahuan peserta. Selanjutnya hasil analisis nilai *pre-test* dan *post-test* sebagai instrumen untuk mengukur perbedaan tingkat pemahaman peserta sebelum dan setelah mengikuti pelatihan, baik pada aspek pencatatan usahatani (*Farm Recording*) maupun pemasaran digital (*Digital Marketing*). Hasil evaluasi terhadap pelatihan *farm recording* dan *digital marketing* menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam pemahaman peserta setelah mengikuti pelatihan. Berdasarkan Tabel 4, pada tahap *pre-test*, sebagian besar peserta berada

pada kategori kurang baik (nilai<50) dengan persentase 48,15%, sementara kategori sangat baik (nilai>70) hanya mencapai 29,63%. Kondisi ini menunjukkan bahwa sebelum pelatihan, mayoritas petani masih memiliki keterbatasan dalam memahami pentingnya pencatatan usahatani secara sistematis.

Setelah pelatihan, hasil *post-test* menunjukkan pergeseran positif, dimana kategori sangat baik meningkat menjadi 48,15% atau mengalami kenaikan sebesar 62,50%. Peningkatan ini sekaligus menandakan keberhasilan metode pelatihan dalam mendorong pemahaman yang lebih baik, khususnya dalam aspek teknis pencatatan data produksi, biaya, dan hasil usaha. Pada saat yang sama, jumlah peserta dengan kategori kurang baik menurun dari 13 orang menjadi hanya 6 orang, atau turun sebesar 53,85%. Temuan ini menjadi indikator kuat bahwa pelatihan memberikan dampak nyata dalam meningkatkan kualitas pengetahuan dan keterampilan peserta.

Sementara itu berdasarkan Tabel 5, hasil analisis mengenai tingkat pemahaman peserta terhadap pelatihan *digital marketing* di Desa Palon tahun 2024 menunjukkan peningkatan yang signifikan setelah dilakukannya pelatihan. Pada tahap *pre-test*, sebagian besar peserta berada pada kategori *kurang baik* (nilai<50) sebanyak 12 orang (44,44%), sementara kategori *sangat baik* (nilai>70) hanya diisi oleh 10 orang (37,04%) dan kategori *cukup baik* (nilai 60-70) sebanyak 5 orang (18,52%). Kondisi ini mengindikasikan bahwa sebelum pelatihan,

Tabel 3 Statistik deskriptif nilai *pre-test* dan *post-test* peserta pelatihan *farm recording* dan *digital marketing*

Statistik deskriptif	Pelatihan <i>farm recording</i>		Pelatihan <i>digital marketing</i>	
	Nilai <i>pre-test</i>	Nilai <i>post-test</i>	Nilai <i>pre-test</i>	Nilai <i>post-test</i>
Mean (nilai tes)	61,11	70,77	60,19	84,26
Max	100,00	100,00	100,00	100,00
Min	20,00	30,00	10,00	50,00
St. Dev	2,15	1,96	2,05	1,41

Tabel 4 Tingkat pemahaman peserta terhadap materi pelatihan *farm recording* berdasarkan nilai *pre-test* dan *post-test*

Tingkat pemahaman materi	<i>Pre test</i>		<i>Post test</i>		Peningkatan pemahaman	
	Jumlah (orang)	%	Jumlah (orang)	%	Jumlah (orang)	%
Sangat baik (>70)	8	29,63	13	48,15	5	62,50
Cukup baik (60-70)	6	22,22	7	25,93	1	16,67
Kurang baik (<50)	13	48,15	6	22,22	-7	-53,85
Tidak mengisi	0	0,00	1	3,70		
Total	27	100,00	27	100,00		

Keterangan: sangat baik = nilai test lebih dari 70; cukup baik = nilai test antara 60-70, kurang baik = nilai test kurang dari 50

pemahaman peserta terhadap konsep dan strategi pemasaran digital relatif terbatas, khususnya dalam hal pemanfaatan media sosial, pengelolaan konten, serta pemanfaatan platform digital sebagai sarana promosi dan pemasaran produk.

Setelah pelatihan, hasil *post-test* memperlihatkan perubahan yang substansial. Jumlah peserta dengan kategori *sangat baik* meningkat menjadi 24 orang (88,89%), atau mengalami peningkatan sebesar 51,85% dibandingkan sebelum pelatihan. Sebaliknya, jumlah peserta pada kategori *kurang baik* menurun dari 12 orang menjadi hanya 1 orang (3,70%), menunjukkan penurunan sebesar 40,74%. Adapun pada kategori *cukup baik* juga terjadi penurunan dari 5 orang menjadi 2 orang (7,41%) atau menurun sebesar 11,11%. Penurunan pada kategori menengah ini menunjukkan adanya pergeseran positif, dimana sebagian besar

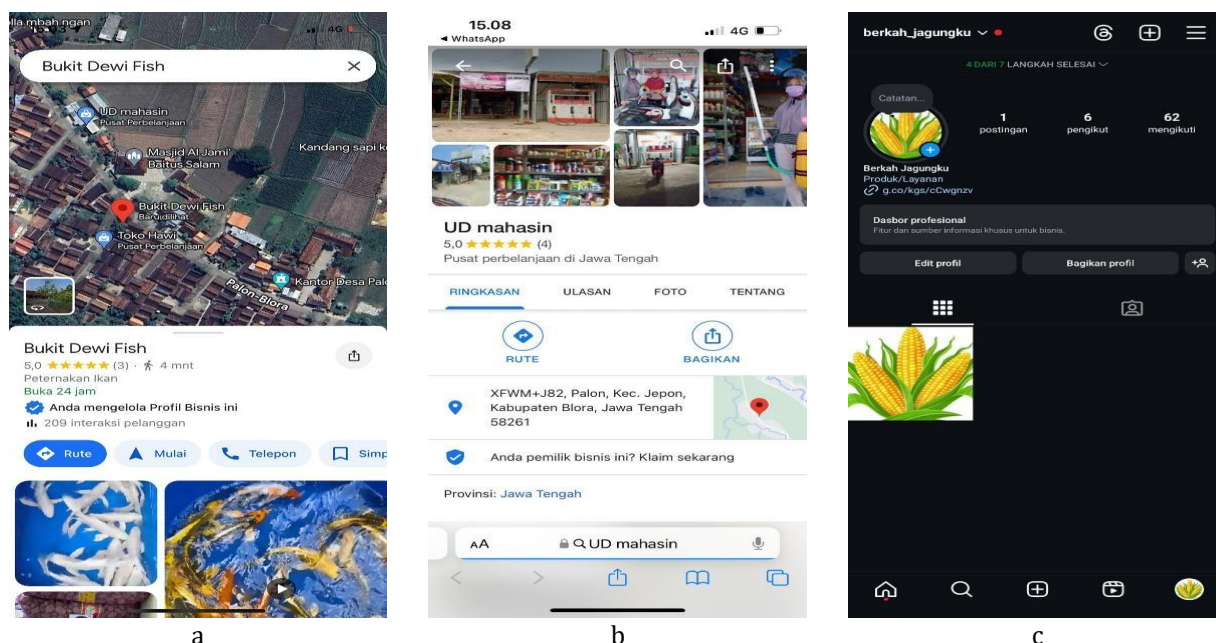
peserta yang sebelumnya berada pada tingkat pemahaman cukup berhasil terdorong menuju tingkat pemahaman yang lebih tinggi.

Secara keseluruhan, kedua pelatihan ini dapat dinilai efektif dalam mencapai tujuan pembelajaran yang telah ditetapkan. Peningkatan hasil *post-test* dibandingkan dengan *pre-test* mencerminkan keberhasilan pelatihan dalam meningkatkan pemahaman peserta. Ini juga menunjukkan bahwa metode pengajaran, yang meliputi presentasi, diskusi, dan praktik langsung, memberikan kontribusi dalam membantu peserta memahami dan menerapkan materi pelatihan. Dari segi evaluasi, keberhasilan pelatihan dapat diukur tidak hanya dari peningkatan pemahaman, tetapi juga dari kemampuan peserta untuk mengaplikasikan pengetahuan yang diperoleh ke dalam praktik nyata di lapangan. Gambar 1 menunjukkan hasil praktik digital marketing yang dibuat oleh para peserta

Tabel 5 Tingkat pemahaman peserta terhadap materi pelatihan digital marketing berdasarkan nilai *pre-test* dan *post-test*

Tingkat pemahaman materi	Pre test		Post test		Peningkatan pemahaman	
	Jumlah (orang)	%	Jumlah (orang)	%	Jumlah (orang)	%
Sangat baik (>70)	10	37,04	24	88,89	14	51,85
Cukup baik (60-70)	5	18,52	2	7,41	-3	-11,11
Kurang baik (<50)	12	44,44	1	3,70	-11	-40,74
Total	27	100,00	27	100,00		

Keterangan: sangat baik = nilai test lebih dari 70; cukup baik = nilai test antara 60-70, kurang baik = nilai test kurang dari 50



Gambar 1 a, b, dan c) Hasil praktik pelatihan *digital marketing*.

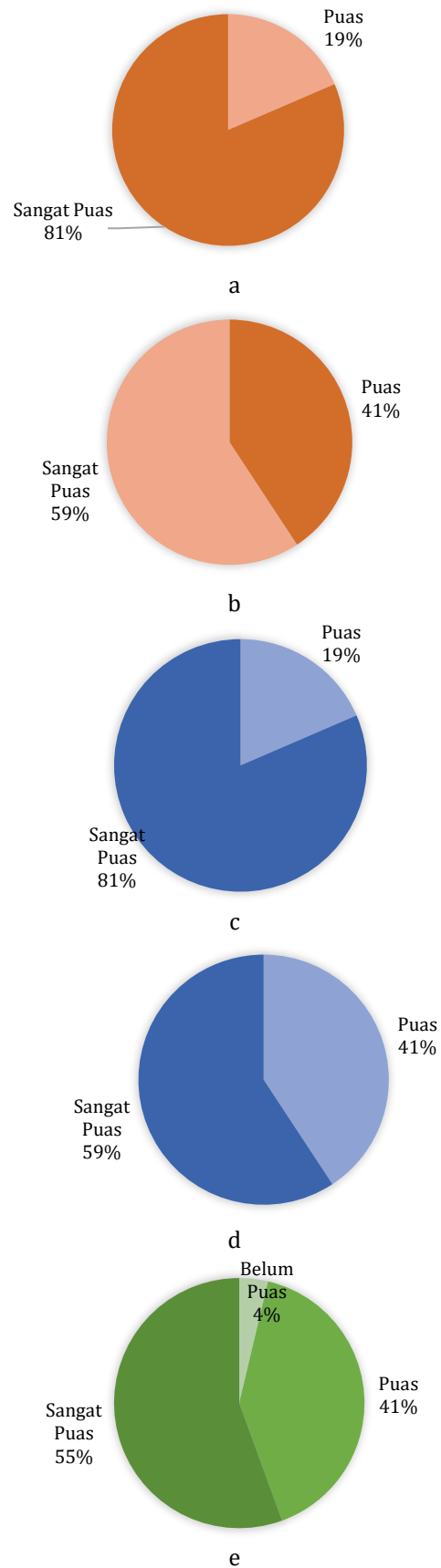
pelatihan, yaitu pembuatan akun pada Google Bisnis dan Instagram Bisnis sebagai media promosi bisnis.

### Evaluasi dan Keberlanjutan Kegiatan Pelatihan

Evaluasi terhadap pelaksanaan pelatihan *farm recording* dan *digital marketing* menunjukkan tingkat kepuasan yang tinggi di antara peserta berdasarkan lima komponen yang dinilai, yaitu materi pelatihan, lokasi, penyampaian materi, konsumsi, dan waktu pelaksanaan. Dari segi materi pelatihan, sebanyak 81% peserta merasa sangat puas, sementara 19% lainnya menilai puas. Hal ini menunjukkan bahwa materi yang disampaikan berhasil memenuhi harapan dan kebutuhan peserta. Penilaian terhadap lokasi pelatihan dan konsumsi juga menunjukkan tingkat kepuasan yang cukup tinggi, dengan 59% peserta merasa sangat puas dan 41% puas, menandakan bahwa fasilitas yang disediakan sudah memadai untuk mendukung kegiatan pelatihan (Gambar 2).

Penyampaian materi pelatihan juga mendapat tanggapan positif, dimana 81% peserta menilai sangat puas dengan cara materi disampaikan, sementara 19% lainnya puas. Evaluasi ini menunjukkan bahwa metode pengajaran, termasuk presentasi, diskusi, dan praktik, diterima dengan baik oleh peserta. Namun, dari segi waktu pelaksanaan, meskipun mayoritas peserta merasa puas (55% sangat puas, 41% puas), ada 4% peserta yang belum puas dengan durasi pelatihan. Beberapa peserta menganggap waktu pelatihan terlalu singkat, sehingga tidak cukup untuk memperdalam praktik. Mereka merekomendasikan agar pelatihan diadakan minimal dua hari untuk memberikan waktu yang lebih memadai bagi praktik langsung. Secara keseluruhan, evaluasi ini mencerminkan keberhasilan pelatihan dalam menyampaikan materi yang relevan dan berkualitas, namun ada ruang untuk perbaikan, khususnya dalam hal durasi pelatihan, untuk memberikan kesempatan lebih bagi peserta dalam mempraktikkan keterampilan yang diperoleh.

Berdasarkan hasil evaluasi pelaksanaan pelatihan *farm recording* dan *digital marketing*, dapat disimpulkan bahwa pelatihan ini telah memberikan dampak positif bagi peserta, terutama dalam meningkatkan pemahaman dan keterampilan mereka di bidang pencatatan usahatani dan strategi pemasaran digital. Tingginya tingkat kepuasan peserta, terutama dalam aspek materi pelatihan dan penyampaian materi,



Gambar 2 Evaluasi peserta terhadap lima komponen a) Materi pelatihan, b) Lokasi, c) Penyampaian materi, d) Konsumsi, dan e) Waktu pelaksanaan.

mengindikasikan bahwa pelatihan tersebut relevan dan bermanfaat bagi para peternak, petani, dan pembudidaya ikan yang terlibat. Materi yang diberikan mampu menjawab kebutuhan dan tantangan yang dihadapi oleh peserta dalam pengelolaan usaha mereka sehari-hari. Menurut Fauziyah *et al.* (2022), meskipun inisiatif pemasaran digital telah menunjukkan hasil yang positif, masih ada beberapa tantangan yang dihadapi, termasuk implementasi program yang tidak merata dan kurangnya infrastruktur pendukung. Dukungan berkelanjutan dan pendampingan yang konsisten sangat penting untuk memastikan keberhasilan implementasi teknologi digital di UKM (Pramartha *et al.* 2024).

Dampak positif dari pelatihan ini dapat dilihat dari dua perspektif utama. Pertama, dalam aspek *farm recording*, peserta diharapkan mampu menerapkan sistem pencatatan yang lebih terstruktur, yang dapat meningkatkan efisiensi usaha mereka melalui pemantauan biaya dan pendapatan secara lebih akurat. Ini tidak hanya akan membantu dalam perencanaan dan pengambilan keputusan, tetapi juga dapat membuka peluang untuk mengakses sumber pendanaan eksternal, karena pencatatan yang baik merupakan syarat penting dalam pengajuan kredit usaha. Kedua, dalam aspek *digital marketing*, peserta mendapatkan wawasan dan keterampilan dalam memanfaatkan teknologi digital untuk memasarkan produk mereka. Dengan kemampuan ini, mereka dapat memperluas jangkauan pasar, meningkatkan visibilitas usaha, dan pada akhirnya meningkatkan pendapatan melalui platform online seperti Google Bisnis dan Instagram. Mengingat semakin berkembangnya teknologi digital, kemampuan ini sangat penting untuk menjaga daya saing para pelaku usaha di sektor pertanian dan peternakan.

## SIMPULAN

Hasil *pre-test* dan *post-test* menunjukkan bahwa pelatihan *farm recording* dan *digital marketing* mampu meningkatkan pemahaman petani terhadap kedua materi tersebut. Peningkatan pemahaman ini berdampak pada penguatan kapasitas petani dalam pengelolaan usahaternak sehingga kinerja usaha menjadi lebih optimal. Penerapan *farm recording* secara konsisten pada setiap transaksi keuangan maupun produksi menjadi instrumen penting

untuk memonitor dan mengevaluasi kinerja usaha secara berkelanjutan. Sementara itu, praktik *digital marketing* yang melibatkan petani muda mampu memperluas jangkauan pemasaran produk, baik di tingkat lokal maupun nasional. Temuan ini menggarisbawahi bahwa pelatihan berbasis kebutuhan petani dapat menjadi strategi efektif dalam meningkatkan daya saing agribisnis di era digital.

Sebagai tindak lanjut, capaian utama dari pelatihan ini perlu diperkuat melalui program yang lebih sistematis dan berkelanjutan. Pertama, penyelenggaraan pelatihan rutin secara bertahap, sehingga petani tidak hanya memahami konsep dasar, tetapi juga mampu menerapkan praktik pencatatan dan pemasaran secara mandiri. Kedua, integrasi hasil pelatihan ke dalam program pembangunan desa agar praktik ini menjadi kebiasaan kolektif, bukan hanya individu. Ketiga, dukungan pemerintah daerah diperlukan dalam bentuk fasilitasi aplikasi pencatatan digital sederhana serta platform pemasaran online yang dapat diakses langsung oleh petani.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Direktorat Pengembangan Masyarakat Agromaritim, IPB University yang telah memberikan fasilitas pendanaan pada kegiatan pelatihan ini melalui Program Dosen Pulang Kampung. Terima kasih juga disampaikan kepada Pemerintah Daerah Kabupaten Blora dan para peserta kegiatan pelatihan yang telah memberikan dukungan dan apresiasi positif terhadap kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan oleh civitas akademika IPB University di Kabupaten Blora selama 7 tahun kerjasama yang telah dijalin.

## DAFTAR PUSTAKA

- [BPS]. Badan Pusat Statistik. 2023. Jumlah Sapi Potong, Sapi Perah, dan Kerbau Menurut Kecamatan pada Usaha Pertanian di Kabupaten Blora. <https://blorakab.bps.go.id/id/statistics-table/2/NTAwIzI=/jumlah-sapi-potong-sapi-perah--dan-kerbau-menurut-kecamatan-pada-usaha-pertanian-di-kabupaten-blora--ekor---ekor-.html>

- Carrillo FV. 2010. Two dimensions of farmers' decision making on record keeping. *Agroalimentaria*. 16: 87-99
- Fariyanti A, Muladno M, Rachmina D, Suharno S, Burhanuddin B, Adhi AK, Setiadi DR, Sukmawati A, Atabani A, Dewi TG, Herawati H, Burhani AMAI. 2024. Pengembangan kapasitas agribisnis sapi potong melalui bimbingan teknis kelembagaan dalam upaya inisiasi terciptanya Sekolah Peternakan Rakyat di Kabupaten Blora. *Agrokreatif: Jurnal Ilmiah Pengabdian kepada Masyarakat*. 10(1): 67-75. <https://doi.org/10.29244/agrokreatif.10.1.67-84>
- Fauziyah AN, Engkus E, Miharja S. 2022. Evaluasi program digitalisasi marketing di Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Mikro pada Tahun 2020-2021. *Dinamika: Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi Negara*. 9(2): 191-204. <https://doi.org/10.25157/dak.v9i2.7506>
- Israelsen C, Feuz D. 2014. Farm and ranch financial statements. [https://digitalcommons.usu.edu/extension\\_curall/801/](https://digitalcommons.usu.edu/extension_curall/801/)
- Pakpahan CA, Sugiarto R, Ramadhani AR, Arianto AD, Wardana WS, Prismarini R, Setyaningsih R. 2023. Pendampingan komunikasi pemasaran digital untuk meningkatkan distribusi hasil pertanian Dusun Petung Magelang Jawa Tengah. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia*. 3(6): 1689-1698. <https://doi.org/10.54082/jamsi.972>
- Pellokila MR. 2020. Strategi pemasaran hasil pertanian dalam upaya peningkatan pendapatan petani di Desa Baumata Utara Kabupaten Kupang. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat Kepulauan Lahan Kering*. 1(1): 34-43. <https://doi.org/10.51556/jpkmkelaker.v1i1.67>
- Pramartha IMA, Aryasa IPGCA, Dewi AAIKG. 2023. Optimalisasi pembukuan dan pemasaran berbasis digital kelompok industri kecil menengah pengrajin perak di Desa Batubulan. *International Journal of Community Service Learning*. 7(3): 308-317. <https://doi.org/10.23887/ijcsl.v7i3.65047>
- Prasada IY, Sillasi NZ, Rifai AZ. 2023. Pemasaran digital dan pendapatan petani di Desa Sidoagung Kecamatan Sruweng. *Journal of Digital Business and Management*. 2(2): 55-63. <https://doi.org/10.32639/jdbm.v2i2.266>
- Setiawan J. 2022. Pengenalan digital marketing untuk petani milenial dalam memasarkan produk hasil pertanian di Desa Patok Kalianda. Dalam: *Proceedings Series on Physical & Formal Sciences*. 4: 62-67. <https://doi.org/10.30595/pspfs.v4i.485>
- Shintawati DA, Kismo K, Zaeni HPDAW, Fakhri MF, Setyaningrum A. 2023. Strategi pemasaran pupuk kompos dan sayur organik secara digital pada kelompok ternak muda Desa Melung Kecamatan Kedungbanteng Kabupaten Banyumas. *Inovasi Jurnal Pengabdian Masyarakat*. 1(3): 415-422. <https://doi.org/10.54082/ijpm.253>
- Vasco AH, Situmorang JMH, Febriyani H, Christy J, Ventyani V. 2022. Pemanfaatan digital marketing untuk pengembangan UMKM di SML UMKM Centre. *Al-Tasyree: Jurnal Bisnis, Keuangan dan Ekonomi Syariah*. 14(2): 142-148. <https://doi.org/10.59833/altasyree.v14i02.989>
- Vukša S, Milojević I, Zekić M. 2022. Farmers' bookkeeping books. *Održivi razvoj*. 4(2): 7-17. <https://doi.org/10.5937/odrraz2202007v>