
IMPLEMENTASI PENDEKATAN ANDRAGOGI DALAM PELATIHAN PEMASARAN DIGITAL PRODUK BIOSAKA PADA KELOMPOK WANITA TANI BINANGKIT DI DESA SUKASARI

Rima Dwi Puspita¹, Ika Rizqi Meilya², Pujiarto³

^{1,2,3} Universitas Singaperbangsa Karawang, Jawa Barat, Indonesia

¹ 2110631040069@student.unsika.ac.id, ² ika.rizqi@fkip.unsika.ac.id, ³ pujiarto.new@gmail.com

Received: Juni, 2025; Accepted: September, 2025

Abstract

This study aims to describe the results of the digital marketing implementation of Biosaka products through an andragogical approach among the Women Farmers Group (Kelompok Wanita Tani, KWT) Binangkit in Sukasari Village, Purwasari District, Karawang Regency. The training was designed to enhance participants' skills in digital product marketing, focusing on three main indicators: packaging design, economic impact, and target market understanding. A qualitative descriptive approach was employed, with data collected through field observations, in-depth interviews, and activity documentation. The results indicate that the training significantly improved participants' knowledge and skills, particularly in creating more attractive and informative product packaging. Economically, participants actively marketed their products via social media, maintained simple transaction records, and showed an increase in income. Regarding the target market, participants demonstrated the ability to identify potential consumers and develop promotion strategies aligned with digital trends. Overall, the digital marketing training based on andragogy proved effective in empowering rural women to develop local businesses. Support from the village government and UPTD strengthened the program's sustainability, contributing to community-based economic empowerment efforts.

Keywords: Training, Andragogy, Digital Marketing

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan hasil implementasi pemasaran digital produk Biosaka melalui pendekatan andragogi pada Kelompok Wanita Tani (KWT) Binangkit di Desa Sukasari, Kecamatan Purwasari, Kabupaten Karawang. Pelatihan dirancang untuk meningkatkan kemampuan peserta dalam memasarkan produk secara digital dengan fokus pada tiga indikator utama, yaitu desain kemasan (packaging), dampak ekonomi, dan pemahaman terhadap target pasar. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi lapangan, wawancara mendalam, dan dokumentasi kegiatan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelatihan telah mendorong peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta, khususnya dalam membuat kemasan produk yang lebih menarik dan informatif. Dari segi ekonomi, peserta mulai aktif memasarkan produk melalui media sosial, mencatat transaksi secara sederhana, dan menunjukkan peningkatan pendapatan. Sementara itu, indikator target pasar menunjukkan bahwa peserta mampu mengidentifikasi konsumen potensial serta menyusun strategi promosi yang sesuai dengan tren digital. Secara keseluruhan, pelatihan pemasaran digital berbasis andragogi terbukti efektif dalam meningkatkan kapasitas perempuan desa dalam mengembangkan usaha lokal. Dukungan dari pemerintah desa dan UPTD turut memperkuat keberlanjutan program ini sebagai bagian dari upaya pemberdayaan ekonomi berbasis komunitas.

Kata Kunci: Pelatihan, Andragogi, Pemasaran Digital

How to Cite: Puspita, R.D., Meilya, I.R. & Pujiarto. (2025). Implementasi Pendekatan Andragogi Dalam Pelatihan Pemasaran Digital Produk Biosaka Pada Kelompok Wanita Tani Binangkit Di Desa Sukasari. *Comm-Edu (Community Education Journal)*, 8 (3), 553-562.

PENDAHULUAN

Pendidikan orang dewasa (andragogi) kini menjadi pilar penting dalam mendukung pembelajaran sepanjang hayat (lifelong learning), seiring dengan dinamika sosial, ekonomi, dan teknologi modern. Seperti dikemukakan oleh Malcolm Knowles (1984), pendekatan andragogi menekankan pembelajaran berbasis pengalaman, relevansi materi, serta partisipasi aktif peserta. Dalam konteks komunitas seperti Kelompok Wanita Tani (KWT), pendidikan orang dewasa berperan dalam meningkatkan kapasitas individu dan pemberdayaan kolektif, termasuk dalam sektor pertanian, pemasaran digital, dan keberlanjutan lingkungan. Namun, tantangan seperti rendahnya motivasi belajar, keterbatasan akses informasi dan teknologi, serta minimnya fasilitator terlatih menjadi hambatan serius dalam pelaksanaan program andragogi. Permasalahan ini tampak jelas di KWT Binangkit, Desa Sukasari, Karawang, di mana para anggota menghadapi kendala dalam memahami dan mengadopsi teknologi elisitor Biosaka yang ramah lingkungan, serta belum mampu memanfaatkan pemasaran digital untuk mendukung usaha tani mereka.

Fenomena ini diperparah oleh dominasi penggunaan pupuk kimia, yang menurut data UPTD Pertanian Karawang (2023) masih mencapai 85%, sementara baru 15% petani yang beralih ke metode organik. Pengetahuan mengenai Biosaka sebagai alternatif alami masih terbatas, dan pelatihan yang tersedia belum menjangkau kelompok perempuan secara inklusif (Rahayu, 2019). Di sisi lain, kesenjangan dalam pemahaman teknologi digital turut membatasi potensi peningkatan pendapatan KWT Binangkit. Masalah pokoknya adalah rendahnya kesadaran masyarakat dewasa terhadap pentingnya pendidikan berkelanjutan dan minimnya program pelatihan berbasis kebutuhan lokal. Penelitian ini bertujuan mengkaji implementasi pendekatan andragogi dalam pelatihan pembuatan dan pemasaran digital produk Biosaka, sebagai upaya pemberdayaan perempuan KWT Binangkit. Sebagaimana ditegaskan Suharto (2020), pendidikan orang dewasa berpotensi besar dalam meningkatkan keterampilan produktif perempuan, namun riset yang mengintegrasikan pelatihan teknis dan digital secara holistik masih terbatas.

Istilah "andragogi" berasal dari kata "*andros*" yang berarti orang dewasa dan "*agogus*" yang berarti memimpin, berbeda dengan "pedagogi" yang berakar dari kata "*paid*" (anak) dan "*agogus*" (memimpin), yang lebih sesuai untuk pembelajaran anak-anak. Andragogi adalah pendekatan atau teori dalam pendidikan yang secara khusus dirancang untuk memenuhi kebutuhan belajar orang dewasa. Pendekatan ini berpusat pada bagaimana orang dewasa dapat belajar secara efektif, dengan menyesuaikan proses pembelajaran terhadap karakteristik dan pengalaman unik yang dimiliki peserta didik dewasa. Konsep ini pertama kali diperkenalkan oleh Malcolm Knowles, seorang tokoh yang dikenal luas atas kontribusinya dalam mengembangkan teori pembelajaran orang dewasa. (Yatimah et al., 2021), pendidikan orang dewasa memiliki tinjauan serta implikasi yang beragam, dengan nilai dasar yang dapat diterima secara luas serta pandangan integratif yang mencakup ide, sikap, dan praktik yang jelas. Para praktisi Pendidikan Orang Dewasa (POD) menekankan bahwa filosofi POD mengharuskan keterlibatan peserta didik dalam perencanaan program dan pengelolaan administrasi. Malcolm Knowles (1980) mendefinisikan andragogi sebagai seni dan ilmu membantu orang dewasa belajar, berdasarkan enam asumsi dasar yang menggarisbawahi konsep kemandirian, pengalaman, relevansi, orientasi pada masalah, kesiapan belajar, dan motivasi intrinsik.

Pelatihan merupakan suatu proses pembelajaran yang bertujuan untuk membekali individu dengan keterampilan dan kecakapan yang diperlukan dalam suatu bidang pekerjaan tertentu. Pelatihan ini tidak hanya berfokus pada peningkatan kompetensi teknis, tetapi juga pada

pengembangan kemampuan praktis yang relevan dengan dunia kerja. Program pelatihan yang dirancang secara sistematis dan terencana memiliki peran penting dalam memastikan bahwa peserta mampu menguasai keterampilan yang dibutuhkan serta dapat mengaplikasikannya secara efektif dalam tugas-tugas mereka (Syarbaini Saleh, Toni Nasution, 2020).

Utomo et al. (2024) pemasaran digital adalah strategi pemasaran yang memanfaatkan berbagai platform digital untuk mempromosikan produk atau layanan perusahaan. Strategi ini mencakup berbagai teknik, seperti penggunaan situs web, media sosial, iklan online, dan email marketing, guna menjangkau audiens secara lebih luas. Dalam perkembangannya, pemasaran digital tidak hanya berfokus pada peningkatan penjualan, tetapi juga pada pembangunan merek, interaksi dengan pelanggan, serta peningkatan kesadaran terhadap produk atau layanan. Pelatihan pemasaran digital bertujuan untuk meningkatkan keterampilan peserta dalam memasarkan produk secara lebih efektif dan kompetitif. Berdasarkan berbagai teori dalam pembelajaran orang dewasa dan pemasaran digital, hasil pelatihan ini dapat dikategorikan ke dalam tiga aspek utama: peningkatan kemampuan packaging, penguasaan penggunaan e-commerce, dan kemampuan mencari peluang di pasaran.

Kelompok Wanita Tani (KWT) merupakan suatu wadah bagi perempuan, terutama yang terlibat dalam sektor pertanian, untuk meningkatkan keterampilan, mengelola usaha tani, dan berkontribusi dalam pembangunan ekonomi serta sosial di pedesaan. Beberapa ahli dan institusi memberikan definisi yang beragam mengenai KWT, yang secara umum mencerminkan tujuan utama dari kelompok ini. Menurut Kementerian Pertanian Republik Indonesia, Kelompok Wanita Tani adalah sekumpulan wanita tani yang bersifat non-formal dan dibentuk berdasarkan kesepakatan bersama untuk mencapai tujuan tertentu dalam bidang pertanian. Kelompok ini berfungsi sebagai sarana untuk meningkatkan kapasitas anggotanya dalam bertani serta dalam hal manajemen usaha tani (Kementerian Pertanian RI, 2021).

Biosaka adalah cairan hayati yang dibuat dari bahan-bahan alami, seperti tumbuhan liar, yang berfungsi sebagai alternatif ramah lingkungan untuk mendukung pertanian berkelanjutan. Inovasi luar biasa di bidang pertanian organik ini diperkenalkan oleh Muhammad Ansar, seorang petani visioner asal Blitar, Jawa Timur, pada tahun 2006. Nugraha dan Putri (2022) Biosaka menjadi solusi sederhana namun efektif dalam meningkatkan produktivitas pertanian tanpa bergantung pada bahan kimia sintetis. Teknologi ini muncul sebagai respons terhadap tantangan yang dihadapi petani, seperti ketergantungan pada pupuk kimia yang mahal, dampak lingkungan yang merugikan, dan kebutuhan untuk meningkatkan produktivitas tanaman secara berkelanjutan. Biosaka mengandalkan bahan alami berupa larutan ekstrak dari berbagai jenis tanaman sehat yang telah beradaptasi dengan baik di lingkungannya. Seiring waktu, penggunaannya telah menyebar luas di seluruh Indonesia, menjangkau petani dari Aceh hingga Papua.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif karena memungkinkan eksplorasi mendalam terhadap persepsi, pengalaman, dan pemahaman anggota Kelompok Wanita Tani (KWT) Binangkit mengenai pelatihan Biosaka dan pemasaran digital. Pendekatan ini dipilih untuk memahami konteks sosial yang kompleks, terutama dalam implementasi pendidikan orang dewasa berbasis komunitas untuk pemberdayaan perempuan. Menurut Creswell (2014), pendekatan kualitatif efektif untuk mengeksplorasi fenomena yang melibatkan interaksi manusia dalam lingkungan yang tidak dapat dikuantifikasi secara sederhana, sementara menurut (Sugiyono, 2018), metode deskriptif kualitatif digunakan untuk menggambarkan

fenomena secara sistematis dan faktual sesuai kenyataan di lapangan. Dalam penelitian ini, peneliti bertindak sebagai instrumen utama yang melakukan observasi, wawancara, dan dokumentasi serta analisis reflektif terhadap data yang diperoleh. Subjek penelitian adalah anggota KWT Binangkit di Desa Sukasari, yang merupakan komunitas perempuan petani aktif dalam pengembangan usaha pertanian. Pelatihan pemasaran digital Biosaka diharapkan dapat meningkatkan keterampilan digital, memperluas pasar, dan mendorong kesejahteraan ekonomi para peserta.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Pada bagian hasil dan pembahasan ini, akan disajikan temuan utama dari pelatihan pemasaran digital produk Biosaka yang dilaksanakan bersama Kelompok Wanita Tani (KWT) Binangkit. Hasil penelitian menggambarkan bagaimana penerapan prinsip andragogi dalam proses pelatihan mampu meningkatkan pemahaman dan keterampilan peserta dalam mengelola pemasaran digital produk mereka. Pembahasan akan fokus pada beberapa indikator kunci seperti packaging, aspek ekonomi, dan strategi penentuan target pasar, yang menjadi tolok ukur keberhasilan pelatihan. Melalui analisis data observasi, wawancara, dan dokumentasi lapangan, bagian ini akan menguraikan dampak pelatihan terhadap kemampuan peserta dalam memasarkan produk Biosaka secara efektif, sekaligus tantangan dan peluang yang muncul selama proses pelaksanaan pelatihan. Dengan demikian, hasil dan pembahasan ini diharapkan dapat memberikan gambaran komprehensif mengenai efektivitas pelatihan dan potensi pengembangan program pemberdayaan perempuan melalui pemasaran digital di desa.

Deskripsi Hasil Penelitian Implementasi Andragogi di Pelatihan Pemasaran Digital Produk Biosaka

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan implementasi pendekatan andragogi dalam pelatihan pemasaran digital produk Biosaka yang dilaksanakan oleh kelompok wanita tani (KWT) Binangkit di Desa Sukasari, Kecamatan Purwasari, Kabupaten Karawang. Pendekatan andragogi dipilih karena sesuai dengan karakteristik peserta pelatihan yang merupakan orang dewasa, yaitu ibu-ibu KWT, yang membutuhkan pendekatan pembelajaran yang partisipatif, relevan dengan pengalaman mereka, dan dapat langsung diterapkan dalam kehidupan sehari-hari.

Dalam proses penelitian ini, deskripsi hasil difokuskan pada enam indikator utama yang merepresentasikan prinsip-prinsip andragogi menurut Malcolm Knowles (1984), yaitu: (1) kebutuhan untuk mengetahui, (2) konsep diri peserta didik, (3) pengalaman peserta sebagai sumber belajar, (4) kesiapan belajar, (5) orientasi belajar orang dewasa, dan (6) motivasi belajar. Keenam indikator ini digunakan sebagai landasan untuk menilai sejauh mana prinsip-prinsip andragogi telah diimplementasikan dalam pelatihan pemasaran digital produk Biosaka.

Melalui deskripsi hasil penelitian ini, diharapkan dapat diperoleh gambaran menyeluruh mengenai efektivitas pendekatan andragogi dalam meningkatkan pemahaman dan keterampilan peserta pelatihan, serta dampaknya terhadap kemampuan mereka dalam memasarkan produk secara digital. Selain itu, hasil ini juga dapat menjadi masukan berharga dalam pengembangan program pemberdayaan masyarakat, khususnya pelatihan berbasis andragogi bagi kelompok perempuan di pedesaan.

Kebutuhan untuk Mengetahui

Berdasarkan data observasi, wawancara, dan dokumentasi, indikator kebutuhan untuk mengetahui menjadi faktor dominan dalam keberhasilan pelatihan. Peserta, khususnya ibu-ibu KWT, terdorong oleh motivasi intrinsik yang kuat karena pelatihan menjawab langsung permasalahan nyata mereka dalam pertanian dan pemasaran. Pendekatan berbasis kebutuhan membuat pembelajaran lebih aplikatif dan relevan. Hal ini selaras dengan prinsip andragogi, di mana pembelajaran orang dewasa lebih bermakna jika terkait dengan kebutuhan riil dan tujuan pribadi. Maka, pelatihan seperti ini sangat disarankan untuk program pemberdayaan masyarakat.

Konsep Diri

Konsep diri peserta berkembang signifikan selama pelatihan. Observasi menunjukkan bahwa peserta tampak percaya diri, aktif berdiskusi, dan menunjukkan kemandirian dalam praktik pembuatan produk. Mereka tidak hanya menjadi penerima materi, tetapi juga berperan sebagai pembelajar aktif yang menyumbangkan ide. Dokumentasi berupa foto, video, dan catatan lapangan menampilkan peningkatan partisipasi dan keberanian peserta dalam berbicara dan bertindak. Wawancara juga mengungkapkan bahwa mereka merasa dihargai, lebih berani mengambil keputusan, dan mampu belajar secara mandiri, mencerminkan konsep diri yang positif.

Pengalaman sebagai Sumber Belajar

Selama pelatihan, pengalaman pribadi peserta menjadi sumber belajar utama yang sangat efektif. Diskusi berjalan dinamis karena peserta saling berbagi kisah nyata dari praktik usaha mereka, yang kemudian dikaitkan dengan materi pelatihan digital marketing. Fasilitator memberi ruang untuk refleksi dan studi kasus, yang membuat peserta lebih mudah memahami materi. Dokumentasi dan wawancara menunjukkan bahwa pembelajaran berbasis pengalaman mempercepat pemahaman dan meningkatkan keterlibatan peserta. Pendekatan ini memperkuat kepercayaan diri dan membuat pembelajaran terasa nyata serta langsung dapat diterapkan.

Kesiapan untuk Belajar

Kesiapan peserta terlihat jelas dari aspek logistik, psikologis, dan sosial. Mereka hadir tepat waktu, membawa perlengkapan sendiri, serta menunjukkan antusiasme tinggi untuk belajar. Interaksi positif dan kerja sama antarpeserta selama praktik juga menjadi indikator kesiapan sosial yang baik. Dokumentasi visual menunjukkan suasana pelatihan yang kondusif, dengan peserta fokus dan aktif dalam setiap sesi. Keseluruhan temuan ini menegaskan bahwa kesiapan belajar merupakan fondasi penting dalam menciptakan proses pembelajaran yang efektif dan berdampak.

Orientasi Pembelajaran

Orientasi pembelajaran dalam pelatihan ini berfokus pada pemecahan masalah nyata dan praktik langsung. Materi disusun berdasarkan kebutuhan peserta dan dikaitkan dengan aktivitas usaha mereka. Peserta aktif menerapkan ilmu ke dalam media promosi yang mereka gunakan, seperti akun bisnis di media sosial. Dokumentasi kegiatan menunjukkan keterlibatan nyata peserta dalam tugas praktik. Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan keterampilan, tetapi juga memberikan dampak langsung pada pengembangan usaha peserta dan komunitasnya. Orientasi seperti ini terbukti sangat efektif dalam konteks pendidikan orang dewasa.

Motivasi Intrinsik

Motivasi intrinsik peserta terlihat dari inisiatif mereka untuk ikut pelatihan tanpa paksaan dan antusiasme dalam belajar. Mereka aktif bertanya, berdiskusi, dan mencoba hal baru meskipun menghadapi tantangan teknis. Dokumentasi menunjukkan bahwa peserta terlibat secara aktif, bahkan melakukan eksplorasi tambahan di luar sesi. Hal ini membuktikan bahwa pelatihan tidak hanya dipandang sebagai kewajiban, tetapi sebagai kesempatan untuk berkembang. Motivasi internal ini menjadi kekuatan utama dalam menciptakan proses belajar yang mandiri, berkelanjutan, dan bermakna.

Deskripsi Hasil Pemasaran Digital Produk Biosaka pada Kelompok Wanita Tani Binangkit

Pelatihan pemasaran digital merupakan salah satu upaya strategis dalam meningkatkan kapasitas ekonomi masyarakat, khususnya kelompok perempuan di pedesaan. Dalam konteks ini, Kelompok Wanita Tani (KWT) Binangkit di Desa Sukasari menjadi sasaran program pelatihan digital marketing yang bertujuan untuk memperkenalkan metode pemasaran modern bagi produk ramah lingkungan, yaitu Biosaka. Produk ini memiliki potensi besar untuk dikembangkan, namun sebelumnya belum memiliki strategi pemasaran yang terstruktur dan berbasis teknologi.

Melalui pendekatan andragogi, pelatihan dirancang agar peserta aktif belajar berdasarkan pengalaman, kebutuhan, dan permasalahan nyata yang mereka hadapi dalam memasarkan produk. Dengan memanfaatkan media sosial, peserta diarahkan untuk mengenali target pasar, membuat konten promosi, serta memahami pentingnya kemasan dan visualisasi produk dalam menarik konsumen. Seluruh proses pelatihan didokumentasikan melalui observasi lapangan, wawancara, serta dokumentasi kegiatan, yang menjadi dasar dalam mendeskripsikan hasil implementasi pemasaran digital ini.

Bagian ini akan menguraikan hasil penelitian terkait implementasi pemasaran digital pada KWT Binangkit melalui beberapa indikator penting seperti desain kemasan (*packaging*), dampak ekonomi, dan pemahaman terhadap target pasar. Setiap indikator dianalisis berdasarkan data yang diperoleh selama pelatihan berlangsung, baik dari segi peningkatan pengetahuan, perubahan sikap, maupun praktik nyata yang dilakukan oleh peserta dalam mengembangkan usaha mereka secara mandiri dan berkelanjutan.

Packaging

Hasil observasi, dokumentasi, dan wawancara menunjukkan bahwa indikator *packaging* memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan kualitas visual produk Biosaka. Para peserta pelatihan, khususnya anggota KWT Binangkit, mulai memahami pentingnya desain kemasan dalam menarik minat konsumen dan memperkuat identitas produk. Mereka aktif berdiskusi mengenai unsur visual seperti warna, logo, dan informasi produk, serta mulai mencoba membuat desain kemasan baru yang lebih menarik dan profesional, meski dengan peralatan terbatas. Dokumentasi berupa foto dan video menunjukkan perubahan kemasan sebelum dan sesudah pelatihan, serta testimoni peserta yang merasa lebih percaya diri dalam memasarkan produk. Dengan adanya pelatihan ini, peserta menunjukkan peningkatan kreativitas, keterampilan teknis, dan kesadaran akan pentingnya kemasan sebagai strategi pemasaran, meskipun masih terdapat tantangan seperti keterbatasan alat dan biaya produksi.

Ekonomi

Indikator ekonomi menunjukkan bahwa pelatihan produksi dan pemasaran Biosaka berdampak positif terhadap peningkatan pendapatan dan kemandirian ekonomi peserta, khususnya anggota KWT Binangkit. Pelatihan membekali peserta dengan keterampilan pemasaran digital, pengelolaan keuangan sederhana, serta strategi penjualan efektif yang langsung diterapkan dalam usaha mereka. Peserta mulai aktif memasarkan produk melalui media sosial, yang memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan transaksi. Dokumentasi kegiatan menunjukkan adanya pembukuan sederhana, kemasan yang lebih menarik, serta testimoni peserta mengenai peningkatan pendapatan dan semangat baru dalam mengelola usaha. Secara keseluruhan, pelatihan ini tidak hanya meningkatkan kapasitas individu tetapi juga memperkuat struktur ekonomi kelompok secara kolektif.

Target Pasar

Indikator target pasar menunjukkan bahwa pelatihan digital marketing berhasil meningkatkan pemahaman peserta terhadap segmentasi dan strategi penentuan pasar. Para anggota KWT Binangkit aktif mengidentifikasi karakteristik konsumen utama, seperti petani dan masyarakat peduli lingkungan, serta mulai menyesuaikan promosi produk dengan preferensi digital target konsumen melalui media seperti WhatsApp dan Facebook. Dokumentasi pelatihan menunjukkan aktivitas peserta dalam membuat konten promosi, tangkapan layar pemasaran di media sosial, dan testimoni narasumber serta perangkat desa tentang efektivitas pendekatan ini. Pelatihan ini meningkatkan keberanian dan kemampuan peserta dalam mengembangkan strategi pemasaran yang berbasis data dan tren pasar, serta memperluas jangkauan produk Biosaka ke luar desa.

Pembahasan

Penelitian ini mengkaji implementasi teori andragogi dalam pelatihan pemasaran digital produk Biosaka untuk anggota Kelompok Wanita Tani (KWT) Binangkit. Berdasarkan temuan observasi, wawancara, dan dokumentasi, pelatihan ini terbukti relevan karena berangkat dari kebutuhan nyata peserta untuk meningkatkan keterampilan pemasaran produk ramah lingkungan.

Hasil penelitian pada indikator kebutuhan menunjukkan bahwa pelatihan pembuatan dan pemasaran produk Biosaka dilandasi oleh kebutuhan nyata peserta, khususnya anggota KWT Binangkit, untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan dalam mengelola produk pertanian ramah lingkungan secara efektif. Ini sejalan dengan teori *Need to Know* dari (Knowles et al., 1984) yang menekankan bahwa orang dewasa perlu memahami alasan belajar sebelum bersedia terlibat dalam proses pembelajaran. Peserta menyadari adanya tantangan dalam menjangkau pasar, menentukan target konsumen, dan memanfaatkan media digital sebagai alat promosi, sehingga merasa perlu mengikuti pelatihan. Pelatihan berbasis kebutuhan menekankan kesenjangan antara kemampuan saat ini dan keterampilan yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan tertentu, menjadikan pelatihan ini relevan dan kontekstual. Hal ini diperkuat oleh Rosmidah (2012) yang menyatakan bahwa perencanaan pelatihan yang baik harus diawali dengan analisis kebutuhan pelatihan (*training need analysis*), untuk mengetahui kesenjangan antara kondisi saat ini dan kondisi yang diharapkan oleh masyarakat atau peserta.

Indikator konsep diri dalam pelatihan menunjukkan bahwa peserta dewasa, khususnya ibu-ibu anggota KWT Binangkit, memiliki kesadaran dan motivasi untuk belajar secara mandiri guna meningkatkan kapasitas diri mereka. Berdasarkan teori andragogi dari (Knowles et al., 1984), orang dewasa memiliki kebutuhan untuk diperlakukan sebagai individu yang mampu

mengarahkan proses belajarnya sendiri (*self-directed learner*). Hal ini tercermin dari keaktifan peserta dalam pelatihan Biosaka, mulai dari inisiatif untuk hadir, bertanya, hingga mencoba secara langsung membuat produk. Pelatihan berbasis kebutuhan peserta menempatkan peserta bukan hanya sebagai objek, tetapi juga sebagai subjek yang menentukan arah pelatihan (Destiani et al., 2023) Konsep diri orang dewasa mencerminkan kematangan sikap dan perilaku dalam mengambil tanggung jawab atas kehidupannya. Ketika pembelajaran disesuaikan dengan kebutuhan riil peserta seperti keinginan memperluas pasar dan meningkatkan penjualan maka proses internalisasi pengetahuan berlangsung lebih efektif dan langsung diterapkan. Misalnya, anggota KWT mulai berani menyampaikan ide, mengelola media sosial, dan menyusun strategi penjualan tanpa bergantung pada pihak luar. Pelatihan yang kontekstual dan aplikatif memperkuat identitas mereka sebagai pelaku usaha yang mandiri dan kompeten.

Pengalaman sebagai sumber belajar dalam pelatihan Biosaka bagi ibu-ibu KWT Binangkit menjadi unsur penting yang memperkaya proses pembelajaran. Dalam pendekatan andragogi, pengalaman peserta digunakan sebagai titik tolak untuk memahami pengetahuan baru, seperti teknik pembuatan Biosaka dari lima jenis daun. Peserta yang sebelumnya telah terbiasa menggunakan pupuk kimia atau pernah mencoba membuat pupuk organik dari limbah rumah tangga lebih mudah memahami materi pelatihan karena dapat mengaitkannya dengan praktik yang sudah mereka lakukan. Mereka juga aktif berbagi pengalaman dan memberikan masukan berdasarkan kebiasaan bertani di lingkungan masing-masing. Kolb (1984) mengungkapkan bahwa pengalaman mereka tidak hanya memperkuat proses pemahaman, tetapi juga menjadi kontribusi penting dalam menciptakan suasana belajar yang partisipatif dan bermakna.

Kesiapan untuk belajar merupakan aspek penting dalam pendekatan andragogi, karena orang dewasa akan belajar secara optimal ketika mereka merasa pembelajaran tersebut relevan dengan kehidupan atau kebutuhan mereka saat ini. Hal ini sejalan dengan pendapat Gagné (1985), bahwa kesiapan belajar adalah prasyarat utama dalam proses pelatihan, di mana peserta harus memiliki kondisi awal dan motivasi yang mendukung agar transfer ilmu dapat terjadi secara optimal. Dalam pelatihan Biosaka, ibu-ibu KWT Binangkit menunjukkan kesiapan yang tinggi karena mereka merasa pelatihan ini dapat menjadi solusi alternatif terhadap kelangkaan pupuk kimia dan meningkatnya biaya produksi pertanian. Hal ini sesuai dengan pendapat Broad & Newstrom (1992) yang menyatakan bahwa orang dewasa siap belajar ketika mereka melihat bahwa apa yang akan mereka pelajari memiliki manfaat langsung dalam menjalankan peran sosial atau pekerjaan mereka. Kesiapan ini tercermin dari antusiasme peserta dalam mengikuti seluruh rangkaian pelatihan, mulai dari penyampaian materi hingga praktik langsung pembuatan Biosaka, serta keinginan mereka untuk mempraktikkannya secara mandiri di lahan pertanian masing-masing.

Orientasi pembelajaran pada orang dewasa cenderung bersifat *problem-centered*, yaitu berfokus pada pemecahan masalah nyata yang mereka hadapi dalam kehidupan sehari-hari. Dalam konteks pelatihan Biosaka bagi ibu-ibu KWT Binangkit, orientasi pembelajaran terlihat jelas ketika peserta lebih tertarik pada penerapan praktis pembuatan dan penggunaan Biosaka sebagai solusi terhadap permasalahan pertanian yang mereka alami, seperti ketergantungan pada pupuk kimia dan tingginya biaya produksi. Sesuai dengan teori Robbins & Judge (2013) orang dewasa belajar lebih efektif ketika materi pelatihan membantu mereka menyelesaikan persoalan konkret. Oleh karena itu, pelatihan ini tidak hanya memberikan pengetahuan teoritis, tetapi juga langsung mengarahkan peserta untuk mempraktikkan apa yang telah dipelajari agar hasilnya dapat langsung dirasakan dan diterapkan dalam kegiatan bertani mereka.

Pelatihan pemasaran digital produk Biosaka kepada Kelompok Wanita Tani (KWT) Binangkit menekankan pentingnya indikator *packaging* sebagai keterampilan utama. Packaging tidak hanya soal estetika, tetapi juga mencerminkan pemahaman peserta terhadap standar pasar dan nilai jual produk. Keberhasilan peserta dalam mengemas produk secara menarik dan siap jual menjadi indikator bahwa pelatihan telah berhasil ditransfer ke dalam praktik nyata. Hal ini selaras dengan teori Broad & Newstrom (1992) mengenai training transfer dan diperkuat oleh pandangan Rossett (2001) yang menyatakan bahwa pelatihan yang efektif harus mampu memberikan solusi praktis yang dapat langsung diterapkan di lapangan.

Dari aspek ekonomi, pelatihan menunjukkan hasil positif melalui peningkatan pendapatan peserta. Meskipun keterbatasan dalam penggunaan platform digital masih terjadi akibat rendahnya literasi teknologi dan faktor usia peserta, penggunaan media sosial terbukti dapat menghasilkan pendapatan tambahan. Berdasarkan perhitungan, KWT mampu memperoleh keuntungan sebesar Rp640.000 per bulan, yang dibagi kepada lima anggota menjadi Rp128.000 per orang. Pelatihan ini membuktikan sesuai dengan yang dikatakan (Purnomo, 2018) bahwa dengan pendekatan yang tepat, keterampilan digital dapat berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi mikro dan kemandirian perempuan, meskipun masih diperlukan penguatan dalam aspek adopsi teknologi dan pemanfaatan platform digital yang lebih luas.

Sementara itu, pemahaman tentang target pasar dan legalitas produk menjadi aspek penting lainnya dalam keberhasilan pemasaran digital. Produk Biosaka dari KWT Binangkit masih menghadapi kendala seperti belum adanya izin edar, komposisi yang belum diuji laboratorium, dan keterbatasan segmentasi pasar. Pelatihan kewirausahaan yang menekankan pentingnya pemetaan target pasar serta pemenuhan aspek legalitas seperti izin usaha, informasi produk yang jelas, dan etika penjualan digital sangat relevan dalam membangun kepercayaan konsumen. Sesuai dengan (Saraswati et al., 2006) legalitas yang jelas, produk akan lebih mudah diterima pasar digital dan membuka peluang kolaborasi dengan mitra resmi, sehingga keberlanjutan usaha dapat terjamin.

KESIMPULAN

Pelatihan pemasaran digital produk Biosaka telah berhasil menerapkan enam prinsip andragogi Malcolm Knowles, yaitu: kebutuhan untuk mengetahui, konsep diri, pengalaman, kesiapan belajar, orientasi belajar, dan motivasi. Materi pelatihan relevan dengan kebutuhan praktis peserta, disampaikan melalui metode diskusi, praktik langsung, dan studi kasus. Peserta belajar aktif dan mandiri dengan dukungan fasilitator. Kesiapan menggunakan media digital meningkat, ditopang oleh motivasi untuk menambah penghasilan keluarga. Strategi pemasaran disesuaikan dengan karakteristik pasar, seperti pembuatan konten menarik dan pemilihan platform yang tepat. Pendekatan ini terbukti efektif dalam memberdayakan perempuan di sektor pertanian. Pemasaran digital oleh KWT Binangkit menunjukkan hasil positif. Produk dikemas lebih menarik dengan label yang mencerminkan nilai ramah lingkungan. Pemasaran melalui WhatsApp dan Facebook berhasil meningkatkan jangkauan pasar, khususnya pada komunitas petani muda dan konsumen peduli lingkungan. Pendapatan kelompok meningkat secara bertahap dan berkelanjutan. Selain memperluas pasar, pelatihan juga mendorong pentingnya legalitas dan kepercayaan konsumen. Pelatihan ini tidak hanya memperkuat kapasitas anggota, tetapi juga memberi dampak ekonomi nyata bagi keluarga dan masyarakat sekitar.

DAFTAR PUSTAKA

- Broad, M. L., & Newstrom, J. W. (1992). *Transfer of Training: Action-Packed Strategies To Ensure High Payoff from Training Investments*. Addison-Wesley.
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Destiani, T., Arbarini, M., & Shofwan, I. (2023). Pendekatan Andragogi dalam Pembelajaran seTARA Daring pada Program Pendidikan Kesetaraan. *Jendela PLS*, 8(1), 32–44. <https://doi.org/10.37058/jpls.v8i1.7093>
- Gagné, R. M. (1985). *The Conditions of Learning and Theory of Instruction* (4th ed.). Holt, Rinehart and Winston.
- Kolb, D. A. (1984). *Experiential Learning: Experience as the Source of Learning and Development*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Knowles, M. S., III, E. F. H., & Swanson, R. A. (1984). The adult learner (Vol. 11, Issue 2). Elsevier 30 Corporate Drive, 4th Floor Burlington, MA 01803, USA 525 B Street, Suite 1900, San Diego, California 92101-4495, USA 84 Theobald's Road, London WC1X 8RR, UK. <https://doi.org/10.1093/elt/XI.2.50>
- Purnomo, S. (2018). *Perencanaan Pembangunan Derahan (Teori dan Aplikasi)*. 194–200.
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2013). *Organizational Behavior* (15th ed.). Pearson Education.
- Rossett, A. (2001). *Training Needs Assessment*. Educational Technology Publications. *Training Needs Assessment*. Englewood Cliffs, New Jersey: Educational Technology Publications.
- Saraswati, R., Setyorini, D., & Anwar, K. (2006). Organisme Perombak Bahan Organik. In *Balai Besar Litbang Sumberdaya Lahan Pertanian* (Vol. 1, Issue 2).
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D* (27th ed.). Bandung; CV. Alfabeta