

Penyuluhan Sistem Pemasaran *Online* Paktani Digital Sebagai Upaya Perluasan Pasar Produk Lokal Di Desa Bukit Lingkar Kabupaten Indragiri Hulu

Roza Yulida¹, Rosnita², Yulia Andriani*³, Fanny Septya⁴

^{1,2,3}Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Riau

*e-mail: yulia.andriani@lecturer.unri.ac.id

Article history

Received : 27/5/2022

Revised : 4/6/2022

Accepted : 10/6/2022

Published: 29/6/2022

Abstrak

Penggunaan teknologi komunikasi dan informasi (TIK) tidak dapat dipungkiri dapat mempercepat arus akses informasi dan komunikasi di masyarakat, termasuk petani. Oleh karena itu tujuan kegiatan ini adalah meningkatkan pengetahuan petani dalam menggunakan aplikasi pemasaran produk pertanian. Peserta kegiatan penyuluhan ini adalah petani hortikultura yang menanam komoditi ubi kayu, timun, pepaya. Kegiatan ini dilakukan dalam bentuk penyuluhan penggunaan aplikasi pemasaran online (Pak Tani Digital) di Desa Bukit Lingkar. Hasil dari kegiatan ini telah mampu meningkatkan pengetahuan dan keterampilan petani dalam menggunakan aplikasi pemasaran online. Diharapkan pemasaran produk pertanian lebih luas dengan harga yang lebih bersaing, sehingga dapat meningkatkan pendapatan petani. Perlu pembinaan lebih lanjut supaya petani benar-benar dapat menggunakan aplikasi dalam pemasaran produk pertaniannya.

Kata Kunci: Pemasaran Online; Perluasan Pasar; Produk Pertanian

PENDAHULUAN

Penyuluhan merupakan unsur yang sangat dibutuhkan dalam keberhasilan pertanian. Pelaksanaan penyuluhan menggunakan metode yang sesuai dengan kondisi sasaran dengan pencapaian yang diharapkan yakni perubahan kognitif, afektif dan psikomotorik pada petani sasaran (Martina & Praza, 2020). Keberhasilan tersebut tidak terlepas dari peran penyuluh pertanian. Peran penyuluh pertanian yakni sebagai mentor bagi petani dalam mengelola usahatani sehingga kesejahteraan petani meningkat (Khairunnisa et al., 2021).

Perkembangan teknologi informasi di semua lini mengharuskan dunia penyuluhan beradaptasi dengan cepat. Kegiatan penyuluhan pertanian sudah mulai memperkenalkan dan membiasakan petani dengan teknologi informasi dalam pengelolaan usahatani. Dewasa ini, perlu dilakukan upaya untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan teknologi informasi sehingga penyuluhan pertanian berbasis teknologi dapat direspon dengan baik oleh petani (Moonti et al., 2022).

Pengaruh digitalisasi yang cukup besar pada agribisnis terdapat pada subsistem pemasaran. Dalam rangka mempersingkat rantai pemasaran, perluasan pasar serta keterbukaan informasi pasar, pemasaran online hadir sebagai solusi. Salah satu dampak positif dari pemasaran dengan media online adalah peningkatan penjualan (Nurani & Widhajati, 2019). Hal ini menjadi motivasi bagi para petani sasaran untuk beralih ke media pemasaran online. Digital marketing atau pemasaran melalui media online memudahkan pelaku usaha untuk berinteraksi dengan konsumen, memperluas pasar dan meningkatkan kesadaran untuk meningkatkan kualitas usaha (Febriyantoro & Arisandi, 2018).

Petani di Desa Bukit Lingkar mengelola usahatani komoditi pangan dan hortikultura dengan hasil panen seperti ubi kayu, timun dan pepaya. Permasalahan karakteristik produk pertanian yakni mudah rusak, harga yang fluktuatif dan memerlukan ruang penyimpanan yang memadai serta permasalahan akses petani

terhadap pasar yang terbatas menjadi kendala dalam pengembangan usahatani lokal. Kehadiran Pak Tani Digital sebagai *startup* sosial yang dirancang sebagai media pemasaran online bagi produk pertanian serta berperan sebagai penghubung petani dengan stakeholder terkait dalam suatu aplikasi dapat menjadi solusi permasalahan petani tersebut. Latar belakang Pak Tani Digital adalah permasalahan yang dihadapi petani di berbagai subsistem agribisnis, termasuk subsistem pemasaran. Rendahnya posisi tawar petani, *asymetric* informasi pasar, akses pasar petani yang terbatas, keterbatasan fasilitas pendukung pemasaran seperti transportasi serta penguasaan teknologi membutuhkan solusi komprehensif dalam suatu sistem aplikasi yang mampu diterapkan petani. Keterbatasan kemampuan petani dalam mengakses kemajuan teknologi perlu diselesaikan dengan penyuluhan. Kegiatan penyuluhan sistem pemasaran online Pak Tani Digital bertujuan sebagai media pembelajaran petani dalam memanfaatkan teknologi sebagai upaya perluasan pasar produk lokal Desa Bukit Lingkar Kabupaten Indragiri Hulu.

METODE

Tempat dan Waktu Kegiatan

Kegiatan ini dilaksanakan di Desa Bukit Lingkar Kabupaten Indragiri Hulu. Desa ini memiliki potensi di sektor pertanian seperti kelapa sawit, tanaman pangan dan hortikultura dan merupakan salah satu desa mahasiswa kukerta Universitas Riau. Hal ini sesuai dengan program lembaga penelitian dan pengabdian Universitas Riau, dimana kegiatan pengabdian dosen melibatkan mahasiswa yang sedang melakukan kegiatan kukerta. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan kompetensi mahasiswa kukerta dengan kegiatan yang secara nyata bermanfaat dimasyarakat.

Kegiatan pengabdian ini terintegrasi dengan kegiatan kukerta Universitas Riau, sehingga kegiatan pengabdian ini dilaksanakan sesuai dengan pelaksanaan kukerta yaitu pada Juli hingga Agustus, yang dimulai dengan menetapkan target kegiatan sampai pelaksanaan, serta pendampingan.

Metode Pelaksanaan

Adapun tahapan dan metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini yaitu:

1. Kegiatan diawali dengan diskusi tim dengan mahasiswa kukerta tentang rencana kegiatan. Mahasiswa kukerta sebagai pelaksana yang akan banyak dilapangan diberikan pemahaman dan kemampuan, tentang pelaksanaan kegiatan, berdampingan hidup dimasyarakat dan etika serta perilaku yang perlu dijaga dan berkomunikasi yang baik dengan masyarakat.
2. Mencari target sasaran penyuluhan.
Kegiatan diawali dengan mencari target sasaran penyuluhan, yang mana target sasaran adalah petani-petani yang memiliki perkebunan hortikultura seperti: ubi kayu, timun, pepaya, dan lain-lain.
3. Kegiatan ini diawali dengan melakukan diskusi dengan petani yang bersedia untuk mengikuti kegiatan pengabdian. Survey lokasi kukerta terkait tepat atau tidaknya dilakukan program *Memperkenalkan Teknologi Internet Kepada Petani Melalui Aplikasi Pemasaran Online (Pak Tani Digital)* ini ke desa tersebut. Selanjutnya tim kukerta mendatangi target sasaran yang akan dijadikan sebagai audiens dalam penyuluhan memperkenalkan teknologi internet kepada petani. Setelah tim kukerta mendapatkan target sasaran,

penyuluhan pun dilakukan dengan memberikan penjelasan singkat tentang aplikasi PAK TANI DIGITAL serta tim kukerta juga mempraktekan bagaimana cara kerja dan cara penggunaan aplikasi PAK TANI DIGITAL tersebut. Sehingga para petani dapat menggunakannya dalam kehidupan sehari-hari.

4. Pelaksanaan penyuluhan

Penyuluhan pun dilakukan dengan memberikan penjelasan singkat tentang aplikasi PAK TANI DIGITAL serta tim kukerta juga mempraktekan bagaimana cara kerja dan cara penggunaan aplikasi PAK TANI DIGITAL tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian ini dipandang perlu dilaksanakan mengingat penggunaan internet sebagai sarana yang telah mendukung banyak kehidupan masyarakat termasuk petani. Percepatan pembangunan juga sudah terbukti sangat ditopang oleh penggunaan internet sebagai media aktivitasnya. Internet merupakan sumber informasi formal dan informal yang dapat diakses setiap hari, bagi petani dapat memberi informasi tentang budidaya dan harga pasar di pasar (Christian & Subejo, 2018). Petani memanfaatkan media televisi, radio, handphone dan smartpone sebagai media untuk mendapatkan informasi tentang budidaya dan pemasaran produk pertanian (Christian & Subejo, 2018). Keterbatasan informasi produk-produk pertanian dapat diatasi dengan pemasaran produk secara online, dan pemasaran yang efektif dan efisien juga dapat dicapai (Anggraini et al., 2020). Pemasaran produk dapat dilakukan dengan menggunakan aplikasi web, yaitu *e-commerce* atau pemasaran produk secara online dimana dapat melakukan transaksi penjualan barang, jasa dan informasi (Suratno, 2012). Hasil penelitian Feryanto dan Rosiana (2021) diketahui bahwa penggunaan telepon seluler sebagai sarana pemasaran hasil pertanian secara online mampu meningkatkan pendapatan petani sebesar Rp.6.780.000 (Feryanto & Rosiana, 2021).

Realisasi Kegiatan

Tahapan kegiatan yang dimulai dari kegiatan penetapan target kegiatan, mengingat perlunya kemauan dan kesiapan petani untuk mengikuti kegiatan ini. Hal ini dirasa perlu supaya kegiatan mendapat dukungan penuh dari pesertanya. Kurangnya pengetahuan petani tentang fungsi internet, menyebabkan masih rendahnya penggunaan internet oleh petani, oleh karena itu diperlukan bimbingan dan penyuluhan dari penyuluh (Windihastuty, 2021).

Kegiatan selanjutnya adalah melakukan diskusi dengan peserta kegiatan. Dalam pelaksanaannya, memang lebih menekankan pada pendekatan personal. Selain dari kegiatan dilakukan masih pada masa pandemi untuk menghindari kerumunan, pendekatan personal ini juga dianggap lebih efektif untuk bisa meyakinkan petani dan memudahkan pemahaman petani terhadap aplikasi, karena bisa langsung berdiskusi secara personal, sehingga komunikasi dua arah dan segala kendala petani dapat diselesaikan dengan baik. Untuk pendampingan terhadap petani, didampingi oleh mahasiswa kukerta yang terintegrasi dengan kegiatan ini dan merupakan bagian dari program kegiatan kukerta mahasiswa yang dilibatkan dalam kegiatan ini.

Pelaksanaan kegiatan pendampingan memang lebih diarahkan terhadap pelatihan peningkatan keterampilan petani secara personal, dengan mempraktekan cara kerja dan cara penggunaan aplikasi PAK TANI DIGITAL. Melalui kegiatan pendampingan petani dapat meningkatkan pengetahuan petani dalam memasarkan produk secara online dan juga memahami kemungkinan resikonya

(Larasdiputra & Warmadewa, 2021). Penggunaan aplikasi telepon seluler merupakan salah satu kompetensi digital petani yang diperlukan dalam menggunakan platform promosi dan pemasaran digital agribisnis (Tanti et al., 2019).



Gambar 1. Diskusi dengan salah seorang petani tentang aplikasi pak tani digital



Gambar 2. Aplikasi Pak Tani Digital

Ketercapaian Tujuan Kegiatan

Kegiatan pelatihan penggunaan internet kepada petani dalam menggunakan aplikasi pemasaran online PAK TANI telah terlaksana dengan baik. Peserta dapat mengikuti dengan baik setiap tahap kegiatan. Komunikasi interpersonal yang dilakukan dalam kegiatan sangat membantu memudahkan pemahaman petani terhadap aplikasi. Petani lebih leluasa, mudah dan tidak malu untuk bertanya jika ada yang kurang dipahami. Peserta juga merasa senang dengan adanya kegiatan ini, karena dapat menambah pengetahuan mereka. Peserta juga dapat merasakan bahwa menggunakan aplikasi tidak sulit, yang diharapkan dapat memasarkan produk-produk pertaniannya lebih luas dan lebih mudah, sehingga dapat meningkatkan pendapatan.

Tindak lanjut dari program *Memperkenalkan Teknologi Internet Kepada Petani Melalui Aplikasi Pemasaran Online (Pak Tani Digital)* ini adalah masyarakat memahami, dan mampu menerapkan aplikasi PAK TANI DIGITAL dalam kehidupan sehari-hari. Serta masyarakat juga dapat menyadari mudahnya penggunaan teknologi dalam bidang pertanian. Serta dengan adanya aplikasi ini diharapkan dapat memudahkan masyarakat dalam memasarkan hasil pertaniannya lebih luas dan dengan lebih mudah. Media internet menambah pengetahuan petani tentang

usahatani, yang dapat diterapkan petani sehingga usahatani dapat meningkat dan pemasaran produk dapat dilakukan ke tempat yang tepat (Syathori, 2017).

Kegiatan penyuluhan atau pendampingan di masyarakat memang tidak cukup hanya dengan satu kali kegiatan saja, diperlukan keberlanjutan kegiatan supaya peserta dapat menerapkan keterampilannya secara berkelanjutan. Perlu ada upaya-upaya lanjutan untuk terus menggunakan aplikasi dan menyebarkannya ke petani lain. Ada dua orang mahasiswa kukerta yang terlibat dalam kegiatan ini, sehingga diharapkan dapat terus melakukan pendampingan terhadap petani.

Selain itu kelompok tani dapat juga menjadi wadah untuk menyebarkan kemampuan ini ke petani lainnya oleh petani yang telah menerapkan. Hasil penelitian (Harmoko & Darmansyah, 2016), menunjukkan bahwa petani sayur mengakses informasi pertanian terkait pemasaran hasil pertanian. Dan untuk meningkatkan akses informasi petani, dapat dilakukan dengan menyebarkan informasi pada saat pertemuan kelompok tani (Harmoko & Darmansyah, 2016). Ketersediaan jaringan internet, keterlibatan petani melalui kelompok tani dan berbagai pihak yang terlibat, serta adanya sumberdaya sebagai pengelola media internet, sangat mempengaruhi pemanfaatan Teknologi informasi dan komunikasi oleh petani (Nur, 2015).



Gambar 3. Publikasi Media Online

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pelaksanaan program kukerta terintegrasi yang berjudul "Memperkenalkan Teknologi Internet Kepada Petani Melalui Aplikasi Pemasaran Online (Pak Tani Digital)" dapat disimpulkan bahwa dengan diperkenalkannya aplikasi PAK TANI DIGITAL masyarakat dapat menyadari mudahnya penggunaan teknologi dalam bidang pertanian. Serta dengan adanya aplikasi ini diharapkan dapat memudahkan masyarakat dalam memasarkan hasil pertaniannya lebih luas dan dengan lebih mudah.

Semoga program maupun kegiatan yang telah kami laksanakan dapat dijadikan sebagai motivasi dan masukan untuk menambah pengalaman maupun keterampilan serta mendorong agar terwujudnya masyarakat yang dinamis, aktif, sehat, dan sejahtera serta dapat menjadi desa yang mandiri dan lebih maju lagi. Diperlukan pembinaan lebih lanjut dari kegiatan ini, adanya mahasiswa kukerta yang berasal dari desa kegiatan pengabdian diharapkan dapat terus mendampingi petani dan wadah kelompok tani dapat menjadi wadah meningkatkan keterampilan dan menyebarluaskan penggunaan aplikasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, N., Fatih, C., Zaini, M., Humaidi, E., & Sutarni. (2020). Digital Marketing Produk Pertanian di Desa Sukawaringin Kecamatan Bangunrejo Kabupaten Lampung Tengah. *Pengabdian Nasional*, 1(1), 36–45.
- Christian, A. I., & Subejo, S. (2018). Akses, Fungsi, Dan Pola Penggunaan Teknologi Informasi Dan Komunikasi (Tik) Oleh Petani Pada Kawasan Pertanian Komersial Di Kabupaten Bantul. *JSEP (Journal of Social and Agricultural Economics)*, 11(2), 25. <https://doi.org/10.19184/jsep.v11i2.9233>
- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 1(2), 61–76. <https://doi.org/10.26533/jmd.v1i2.175>
- Feryanto, F., & Rosiana, N. (2021). Penggunaan Telepon Seluler Untuk Pemasaran Serta Dampaknya Terhadap Kesejahteraan Petani. *Jurnal AGRISEP: Kajian Masalah Sosial Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 20(01), 25–40. <https://doi.org/10.31186/jagrisep.20.01.25-40>
- Harmoko, & Darmansyah, E. (2016). Pertanian Melalui Media Komunikasi pada Kelompok Sambah dan Kota Singkawang. *Jurnal Komunikator*, 8(1), 1–10. <https://journal.umy.ac.id/index.php/jkm/article/view/1790>
- Khairunnisa, N. F., Saidah, Z., Hapsari, H., & Wulandari, E. (2021). Persepsi Petani Tentang Peran Penyuluh Pertanian Dalam Peningkatan Pendapatan Petani Jagung Hibrida. *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 7(1), 486. <https://doi.org/10.25157/ma.v7i1.4712>
- Larasdiputra, G. D., & Warmadewa, U. (2021). "Taniku" Sebagai Salah Satu Solusi Pemasaran Hasil Pertanian. 4(2), 61–66.
- Martina, M., & Praza, R. (2020). Identifikasi Pelaksanaan Metode Penyuluhan Pertanian pada Petani Padi Sawah di Kecamatan Dewantara Kabupaten Aceh Utara. *Jurnal Agrifo*, 5(1), 1–12.
- Moonti, A., Bempah, I., Saleh, Y., & Adam, E. (2022). Penyuluhan Pertanian Berbasis Teknologi Informasi di Kabupaten Bone Bolango. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 6(1), 62–78. <https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2022.006.01.7>
- Nur, E. (2015). Pemanfaatan TIK Dalam Menunjang Produksi Pertanian di Kabupaten Soppeng. *Jurnal Penelitian Pers Dan Komunikasi Pembangunan*, 19(1). <https://doi.org/10.46426/jp2kp.v19i1.25>
- Nurani, & Widhajati, E. (2019). Strategi Pemasaran Online Terhadap Peningkatan Penjualan UMKM Di PLUT KUMKM Tulungagung. *Jurnal BENEFIT*, 6(1), 58–66. <https://journal.unita.ac.id/index.php/benefit/article/view/267/247>
- Suratno, T. (2012). Sistem Pemasaran E-Commerce Produk Pertanian Berbasis Web Content Manajemen System. *Sosio Ekonomika Bisnis Sosio Ekonomika Bisnis*, 15(2), 72–79. <https://doi.org/https://doi.org/10.22437/jiseb.v15i2.2758>
- Syathori, A. D. (2017). Pemanfaatan Media Internet sebagai Media Informasi dan Komunikasi dalam Pemberdayaan Petani di Desa Poncokusumo Kecamatan Poncokusumo. *Agrica Ekstensia*, Vol.11 No(Vol 11 No 2 November 2017), 1–5.
- Tanti, D. S., Studi, P., Komunikasi, I., & Buana, U. M. (2019). Memetakan Kompetensi Digital Petani Pengguna Platform Promosi dan Pemasaran Digital Agribisnis Mapping Digital Farmers ' Competency as Digital Agribusiness Promotion and Marketing Platform Users. *Prosiding Seminar Nasional Peningkatan Mutu Perguruan Tinggi, Universitas Mercu Buana Jakarta*, 152–162.
- Windihastuty, W. (2021). Pemanfaatan Internet of Things (IoT) Dalam Sektor Pertanian oleh Petugas Pertanian di Kecamatan Pamijahan , Bogor Internet of Things (IoT) Utilization in the Agricultural Sector by Agricultural Officers in Pamijahan , Bogor. 1, 8–14.