

**PEMASARAN PRODUK HASIL PERTANIAN DESA PASURUHAN KECAMATAN
MERTOYUDAN MELALUI MEDIA SOSIAL: STRATEGI PENDAMPINGAN
TERSTRUKTUR**

Besty Trymastuty¹
Hernanda Rizqi Alfannisa²
Firstya Evi Dianastiti³
Universitas Tidar
bestytry@gmail.com¹
ndalvanisa03@gmail.com²
firstya@untidar.ac.id³

History Artikel

Received: 18-09-2020; *Revised:* 20-09-2020; *Accepted:* 20-09-2020; *Published:* 26-09-2020

ABSTRAK

Produktivitas pertanian yang tinggi dan teknologi yang semakin maju merupakan hal penting dalam membantu ketahanan pangan. Munculnya berbagai macam teknik penjualan juga menjadi cara untuk mempercepat pemasaran hasil pertanian. Salah satu teknik pemasaran yang saat ini sedang tren adalah pemasaran melalui online. Adanya teknologi yang berkembang pesat menumbuhkan laju pertumbuhan ekonomi, sayangnya masih banyak yang belum memanfaatkan kemajuan teknologi ini terutama untuk pemasaran hasil tanam. Penelitian ini akan mensosialisasikan pemanfaatan teknologi informasi (internet) dalam meningkatkan pemasaran hasil pertanian. Lokasi penelitian di Desa Pasuruhan Kecamatan Mertoyudan Kabupaten Magelang, yang merupakan salah satu penghasil beras dan palawija. Penelitian ini dilakukan dengan diskusi serta tanya jawab melalui sosialisasi. Masih banyak petani di Desa Pasuruhan yang kurang menguasai teknologi berbasis internet. Sarana dan prasarana yang masih kurang dan buruk dapat menghambat proses terdistribusinya hasil ataupun produk pertanian sehingga peningkatan perekonomian petani tetap rendah, serta pencanangan swasembada pangan dalam menyongsong ketahanan pangan negara tidak mengalami peningkatan.

Kata Kunci: internet, pemasaran online, pertanian.

ABSTRACT

High agricultural productivity accompanied by increasingly developed technology is important in helping food security. The emergence of various sales techniques is also one way to accelerate the marketing of agricultural products. One of the marketing techniques that is currently attacking the trend is online marketing. The existence of rapidly developing technology can increase the rate of economic growth. Unfortunately, there are still many people who have not taken advantage of this technological advancement, especially for marketing agricultural products. This research socializes the use of the internet in improving its marketing. The location of this research is in Pasuruhan Village, Mertoyudan District, Magelang regency, which is one of the producers of rice and secondary crops. This research was conducted with discussion and question & answer through socialization. There are still many farmers in this village who do not master technology. Inadequate facilities and infrastructure can hamper the process of distribution agricultural products, so that the increase in the economy of farmers is still low, as well as the country's food security has not increased.

Keywords: Agriculture, internet, online marketing.

PENDAHULUAN

World Health Organization (WHO) mengumumkan kasus pneumonia baru yang terjadi di Wuhan, Cina pada 31 Desember 2019. Kasus pneumonia ini terjadi karena munculnya virus corona baru bernama Covid-19, yang berarti *Coronavirus Disease-2019* (WHO, 2020). Pandemi Covid – 19 telah menyebar ke seluruh dunia, tidak terkecuali Indonesia. Kasus pertama yang terjadi di Indonesia muncul sejak Pemerintah Indonesia mengumumkan bahwa dua Warga Negara Indonesia (WNI) dipastikan terinfeksi virus ini. Orang yang terinfeksi virus Covid-19 di Indonesia semakin hari semakin meningkat.

Virus ini membawa dampak yang sangat besar di berbagai aspek kehidupan mulai dari kesehatan, sosial, ekonomi, dan beragam lain sebagainya, di sebagian besar belahan dunia khususnya di Indonesia (Diwangkara, 2020). Perekonomian di Indonesia adalah salah satu yang terkena dampaknya, termasuk bidang pertanian. Sektor pertanian juga sangat berperan penting dalam mengentaskan kemiskinan di Indonesia.

Pertanian yang maju sangat berpengaruh dalam mempercepat pengentasan kemiskinan. Dimana saat ini modernisasi pertanian sangat dibutuhkan oleh para petani salah satunya dalam memasarkan hasil pertanian mereka. Pemasaran yang saat ini berlangsung masih bersifat tradisional serta memunculkan adanya orang ketiga sehingga merugikan petani. Untuk itu penting adanya perubahan dalam memasarkan hasil pertanian baik itu dalam bentuk siap makan atau harus diolah terlebih dahulu. Pemasaran produk pertanian ini dapat di terapkan pada salah satu desa di kabupaten magelang sebagai wilayah yang masih memiliki lahan pertanian yang cukup luas serta lokasi yang strategis.

Magelang adalah salah satu kabupaten yang ada di Jawa tengah dengan ibu kota yaitu Kota Mungkid. Kabupaten Magelang memiliki cukup banyak daerah yang mata pencaharian warganya sebagian besar menjadi petani, salah satunya adalah Desa Pasuruhan, yang terletak di Kecamatan Mertoyudan.

Desa Pasuruhan adalah salah satu desa di kecamatan Mertoyudan yang sebagian besar warganya bekerja sebagai petani. Luas desa Pasuruhan ialah 388,972 Ha dengan jumlah penduduk sebanyak 7.134 jiwa dimana 60% nya

adalah petani. Desa Pasuruhan terbagi menjadi 14 dusun, yaitu Bayanan Wetan, Bayanan Kulon, Kedon, Tulung, Pasuruhan, Plandi, Wuni, Dudan, Jagan Wetan, Jagan, Prangko'an, Gentan, Semampir, dan Wayuhrejo. Wilayah desa Pasuruhan sendiri dibagi menjadi dua wilayah pertanian yaitu sebelah utara dengan produksi padi dan wilayah selatan untuk produksi palawija. Belakangan ini timbul sebuah masalah pertanian dari mulai menentukan bibit atau tanaman yang sesuai dengan ketinggian dimana desa Pasuruhan terletak pada ketinggian rata rata dibawah 300 meter dpl (diatas permukaan laut) atau berada pada dataran rendah , mahal nya pupuk yang dibeli dalam operasionalnya , perawatan yang berbeda pada setiap tanaman, dan pemasaran yang cenderung menggunakan cara tradisional sehingga memunculkan kendala pemasaran serta adanya campur tangan tegkulak yang membuat harga menjadi lebih rendah. Tidak adanya identitas (merek dagang) dan tidak berkembangnya penjualan secara modern berbasis teknologi juga menjadi bagian dari kendala pemasaran di era digital ini. Sebagian dari masyarakat Desa Pasuruhan juga memiliki kendala terhadap penggunaan teknologi. Adapun permasalahan Desa Pasuruhan antara lain: pertumbuhan ekonomi yang cenderung lambat, rumah tangga miskin dan pengangguran semakin bertambah, akses dan kualitas Pendidikan masih rendah terutama bagi masyarakat miskin, pemanfaatan sumber daya alam belum optimal dan fungsi lingkungan hidup semakin berkurang, pengamalan nilai-nilai agama dan sosial budaya belum berperan maksimal dalam rangka meningkatkan masyarakat yang agamis, ketentraman dan ketertiban belum sepenuhnya terwujud, dan pelayanan public belum memuaskan serta sumber pembiayaan sangat terbatas. Masalah-masalah tersebut menjadikan rendahnya pendapatan dan perkembangan hasil pertanian di desa Pasuruhan. Kalaupun persaingan dalam bidang iklan dan strategi promosi dari petani membuat produk-produk berkualitas tinggi desa Pasuruhan kurang dikenal baik di lingkungan masyarakat. Hal tersebut diperparah dengan adanya wabah virus corona yang melanda seluruh dunia khususnya Indonesia.

Sejak munculnya pandemi Covid-19 di Indonesia, harga produk pertanian menurun drastis. Harga jual sangat murah, sehingga tidak bisa menutupi biaya operasional yang

dikeluarkan oleh para petani. Ini membuat petani yang ada di desa Pasuruhan sangat merugi. Sandi Octa Susila, Duta Petani Milenial Kementerian Pertanian (Kementan), mengatakan bahwa Coronavirus Disease 2019 (Covid-19) sebenarnya memberi peluang kepada petani Indonesia (Nidya, 2020). Peluang itu adalah untuk menjadikan produk pertanian lokal sebagai tuan rumah di negara sendiri. Menurut Farhanah (2020), disisi lain dari kondisi yang buruk karena adanya pandemic Covid-19, produk pertanian local laku keras. CEO sekaligus Founder Etanee Cecep Wahyudin mengatakan bahwa pemberlakuan wfh (work from home) membuat order pembelian produk pertanian di Food Marketplace Etanee meingkat. Oleh karena itu kami mahasiswa KKN berusaha untuk membantu dan membuat pelatihan bagaimana cara untuk memasarkan produk pertanian mereka agar lebih menarik dipasaran melalui media sosial, sehingga menutup biaya operasional.

METODE

Metode yang digunakan adalah sosialisasi dan pelatihan terhadap anggota kelompok pertanian yang ada di Desa Pasuruhan sejumlah 28 orang. Kegiatan dimulaidengan mengidentifikasi tingkat pengetahuan tingkatketrampilan anggota kelompok pertanian tentang media sosial dengan cara melakukan tanya jawabantara trainer (pelatih) dengan peserta. Setelah dilakukan tanya jawab, peserta diberikan sosialisasi tentang pemasaran digital khususnya melalui media sosial. Dilanjutkan pelatihandengan materi: cara membuat akun Instagram untuk bisnis, mengunggah foto produk, cara membuat bahasa iklan yang menarik, cara mempromosikan produk melalui video, melakukan edit foto melalui fitur dari WhatsApp dan Instagram, serta memberikan respon ke konsumen. Pelatihan dilaksanakan dengan menggunakan metode *experiential learning*, yaitu melibatkan peserta secara aktif di setiap sesi pelatihan sehingga peserta belajar dan mengalami secara langsung setiap proses selama pelatihan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis lapangan diperoleh bahwa penggunaan teknologi pada masa saat ini sangat dibutuhkan untuk

melakukan modernisasi pemasaran produk hasil pertanian sekaligus strategi ketahanan pangan. Sektor pertanian diyakini menjadi sektor utama yang berkontribusi dalam mewujudkan ketahanan pangan di Indonesia. Kementerian pertanian mendorong modernisasi pertanian untuk memasuki revolusi industri 4.0 dengan membuat aplikasi dan kebijakan untuk mengatasi kebutuhan pangan saat ini. Untuk itu pemanfaatan teknologi menjadi kunci keberhasilan swasembada pangan hasil pertanian.

Pemanfaatan teknologi pada swasembada pangan menjadi dasar dilakukannya sosialisasi penggunaan media sosial. Dimana media sosial merupakan bagian dari teknologi terkini yang marak di masyarakat. Sehingga sosialisasi sangat dibutuhkan dalam mempermudah dan meningkatkan kemampuan berteknologi seseorang.

Sosialisasi dilakukan untuk mengedukasi peserta tentang sistem pemasaran yang lebih mudah dan modern. Sosialisasi meliputi informasi pentingnya teknologi internet untuk mendukung bisnis, bagaimana mengakses teknologi internet khususnya untuk media sosial, bagaimana berkomunikasi dan mencari informasi dengan media internet. Dengan menggunakan internet memungkinkan individu memperoleh informasi apapun yang ada untuk bertukar informasi tanpa terhambat oleh batas ruang dan waktu (Bariyyah & Permatasari, 2017).

Kami melakukan sosialisasi tentang cara pembuatan akun untuk bisnis, mengunggah foto produk, cara membuat Bahasa iklan yang menarik, cara mempromosikan produk melalui video, melakukan edit foto melalui fitur dari WhatsApp dan Instagram, serta memberikan respon ke konsumen. Berdasarkan hasil dari sosialisasi dan pelatihan, menunjukkan bahwa penerapan media sosial WhatsApp lebih besar dari Instagram. Menurut hasil observasi, anggota kelompok pertanian yang ada di Desa Pasuruhan hampir semua peserta menggunakan media sosial WhatsApp daripada Instagram. Alasan hampir semua peserta pelatihan menggunakan media sosial WhatsApp adalah karena fitur-fiturnya yang lebih mudah untuk dipahami.



Gambar 1. Sosialisasi dengan Anggota Kelompok Tani Desa Pasuruhan

Peserta pelatihan mengaku cukup sulit menggunakan media sosial Instagram karena susah untuk dioperasikan. Kesulitan itu didominasi oleh penggunaan fitur *highlight* dan *story*. Sosial media bisa menjadi wadah kreativitas dan inovasi bagi pengguna. Selain itu, kecanggihan informasi internet sangat membantu pebisnis dalam mengembangkan usahanya (Kosasi, 2014).

Pelatihan penggunaan media sosial ini selain untuk mempermudah penjualan produk pertanian juga untuk meningkatkan pendapatan pada masa pandemi. Sesuai dengan anjuran pemerintah tentang ketahanan pangan. Pemerintah sangat berharap agar sektor pertanian lebih maju dalam menjadi penyangga ketahanan pangan. Sehingga ketersediaan pangan desa yang dituju tetap terjaga dan masyarakat tetap memiliki penghasilan dari hasil pertanian mereka. Untuk itu dilakukan sosialisasi untuk membantu masyarakat.

Setelah sosialisasi, diadakan pelatihan secara langsung yang dilaksanakan dengan menggunakan metode *experiential learning*, yaitu melibatkan peserta secara aktif di setiap sesi pelatihan sehingga peserta belajar dan mengalami secara langsung setiap proses selama pelatihan. Kegiatan ini dilakukan dengan metode ceramah, tanya jawab, demonstrasi dan praktek langsung. Kegiatan pelatihan dilakukan dalam tiga sesi, yaitu:

Sesi pertama yaitu pelatihan membuat akun Instagram untuk bisnis. Karena sebagian besar warga yang tergabung dalam anggota kelompok pertanian sudah mempunyai akun WhatsApp, jadi untuk pelatihan membuat akun dikhususkan hanya untuk Instagram. Sebanyak 25 orang atau 89,3% peserta sudah memiliki akun WhatsApp pribadi tetapi tidak memiliki akun Instagram untuk bisnis. Sisanya sebanyak 3 orang atau 10,7% tidak memiliki akun WhatsApp maupun Instagram karena tidak didukung dengan *smartphone* terkini. Selanjutnya, tim pengabdian memberi pelatihan membuat akun Instagram

untuk bisnis. Contoh Instagram untuk bisnis dapat dilihat dalam gambar berikut:



Gambar 2. Contoh Akun Instagram Untuk Bisnis

Sesi kedua yaitu pelatihan membuat konten bisnis di sosial media. Pelatihan pada sesi ini meliputi penggunaan bahasa iklan guna mempromosikan produk dan memberikan keterangan atau *caption* yang bisa menarik konsumen. Peserta juga diajari bagaimana cara mempromosikan produk melalui video. Contoh tampilan konten produk dapat dilihat berikut ini:



Besty Trymastuty, Hernanda Rizqi Alfannisa, Firstya Evi Dianastiti
Pemasaran Produk Hasil Pertanian Desa Pasuruhan Kecamatan Mertoyudan Melalui Media Sosial:
Strategi Pendampingan Terstruktur

jualbibitmameysapote Order klik >>>
<https://wa.me/6285227920000>
OPEN ORDER BIBIT MAMEY SAPOTE
Mamey Sapote (Buah Sawo Raksasa dari Meksiko).
Mamey sapote adalah buah sawo yang memiliki:
✪ ukuran besar
✪ rasanya manis
✪ mengandung banyak vitamin.
HARGA TERJANGKAU !!!
MAAF KAMI SLOW RESPONSE DI SOSIAL MEDIA,
FAST RESPONSE DI WA/SMS/TLP
Alamat Kantor Resmi : Jl. Meyjend Soetoyo no. 06,
(Samping parkir RSUD Hj. Anna Lasmanah),
Banjarnegara, Jawa Tengah, 53419.
Kunjungi kami di :
Instagram :
<https://www.instagram.com/jualbibitmameysapote/>
Facebook :
<https://www.facebook.com/jualbibitbuahmameysapote/>
Info lebih lanjut dan pemesanan mengenai bibit buah
mamey sapote langsung hubungi :
WA/TLP/SMS :
WA 1 : +62 852-2792-0000
WA 2 : +62 823-2951-7771
(FAST RESPONSE)
Atau bisa langsung klik link
>>>> <https://wa.me/6285227920000>
>>>> <https://wa.me/6282329517771>

Gambar 3. Contoh Konten dan Tampilan Foto
Produk untuk Promosi melalui Instagram
(Sumber: Akun Instagram @jualbibitmameysapote)



Gambar 4. Contoh Konten dan Tampilan Foto
Produk untuk Promosi melalui WhatsApp

Sesi keempat yaitu pelatihan cara berkomunikasi dengan pelanggan di sosial media. Materi yang diberikan yaitu cara merespon pesan dari konsumen yang baik dan benar.

Keberhasilan pelatihan ini dipengaruhi

oleh banyak hal, antara lain kelengkapan sarana atau peralatan untuk melakukan praktek dan antusiasme peserta saat mengikuti pelatihan. Hal ini diketahui dari hasil observasi selama pelatihan berlangsung. Sebagian besar peserta pelatihan terlihat aktif dalam memberikan argument terhadap materi pelatihan melalui pertanyaan-pertanyaan. Selain itu, peserta juga aktif terlibat dalam praktek dan diskusi yang diadakan. Peserta juga memberikan penilaian terhadap proses pelatihan yang berlangsung pada akhir pelatihan. Evaluasi pelatihan terdiri dari evaluasi terhadap materi pelatihan dan pelatih. Menurut peserta pelatihan, materi yang diberikan sesuai dengan kebutuhan untuk meningkatkan pemasaran hasil produk pertanian mereka.

SIMPULAN DAN SARAN

1. Petani di Desa Pasuruhan sangat kesulitan dalam memasarkan hasil pertanian karena sarana dan prasarana yang kurang baik. Untuk memasarkan hasil pertanian mengandalkan jasa tengkulak.
2. Rendahnya tingkat pengetahuan petani dalam pemasaran hasil pertanian terutama dalam pemanfaatan teknologi informasi.
3. Pemanfaatan internet dapat membantu petani dalam mempermudah pemasaran hasil pertanian serta meningkatkan nilai jual sehingga akan meningkatkan juga pendapatan petani.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih kepada Bapak/Ibu yang tergabung dalam Gabungan Kelompok Tani (GAPOKTAN) Desa Pasuruhan, Kecamatan Mertoyudan, Kabupaten Magelang yang telah mengikuti kegiatan sosialisasi. Terimakasih kepada segenap pihak-pihak yang telah membantu dalam proses kegiatan pengabdian pada masyarakat ini, sehingga pelatihan ini dapat terlaksana dengan baik.

DAFTAR RUJUKAN

Diwangkara, C. (2020). UPAYA BELA NEGARA MELALUI KETAHANAN PANGAN DIMASA PANDEMI COVID-19 (Efforts to Defend Countries through Food Security in the Pandemic COVID-19). Available at SSRN 3621404.

- Nidya, I. R. (2020). Duta Petani Milenial: Covid-19 Buka Peluang bagi Produk Pertanian Lokal. *Kompas*. Diakses pada 16 Agustus 2020 dari <https://money.kompas.com/read/2020/03/26/102910726/duta-petani-milenial-covid-19-buka-peluang-bagi-produk-pertanian-lokal>
- Farhanah, (2020). Sisi Lain Pandemi Covid-19, Produk Pertanian Lokal Laku Keras. *Kompas*. Diakses pada 16 Agustus 2020 dari <https://money.kompas.com/read/2020/03/22/172522826/sisi-lain-pandemi-covid-19-produk-pertanian-lokal-laku-keras>
- Bariyyah & Permatasari. D., (2017), Pelatihan Pemanfaatan Media Online dalam Layanan Bimbingan Konseling bagi Konselor Sekolah Menengah Pertama di Kabupaten Pamekasan Madura. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat IKIP PGRI Jember*, 1(1), 63–69.
- Kosasi, S., (2014). Pembuatan Sistem Informasi Penjualan Berbasis Web Untuk Memperluas Pangsa Pasar. *Prosiding, SNATIF Ke-1 Tahun 2014*. Fakultas Teknik –Universitas Muria Kudus, hal 225-232.