
SOSIALISASI *DIGITAL MARKETING* UNTUK HASIL PERTANIAN BAGI MASYARAKAT DESA GIRIREJO

Galuh Witantri¹

Tri Hartini²

Miftachussurur³

Laili Khoirul Nisa⁴

Universitas Tidar^{1,2,3}

galuh.witantri@students.untidar.ac.id¹

trihartini790@gmail.com²

miftachussurur@students.untidar.ac.id³

lailikn19@gmail.com⁴

History Artikel

Received: 21-10-2023; *Revised:* 30-10-2023; *Accepted:* 11-12-2023; *Published:* 30-12-2023

ABSTRAK

Program Pemberdayaan Kapasitas Organisasi Mahasiswa (PPK ORMAWA) ini bertujuan untuk memberikan motivasi dan menumbuhkan kepedulian mahasiswa dalam implementasi bela negara dan menumbuhkan cinta tanah air. Permasalahan yang dihadapi sektor pertanian Desa Girirejo adalah metode pemasaran yang belum terdigitalisasi. Selain itu, posisi harga tawar produk pertanian di Desa Girirejo sangat rendah, hal ini dikarenakan sebagian besar petani sudah berusia lansia serta hanya berpendidikan SD dan SMP. Kelembagaan sanggar tani muda melaksanakan program yang dapat membantu petani Desa Girirejo dalam pemanfaatan digital marketing. Digital marketing dapat membantu para petani dalam menjangkau pasar yang lebih luas sehingga dapat menciptakan peluang penjualan serta produk pertanian dapat dengan mudah dikenal masyarakat di berbagai wilayah serta dianggap lebih lebih murah, efektif, dan memiliki beberapa kelebihan lain seperti kecepatan penyebaran informasi hingga dapat membangun nama brand. Pelaksanaan Program Pemberdayaan Kapasitas Organisasi Mahasiswa dilakukan dengan metode sosialisasi dan edukasi serta forum group discussion. Program ini berusaha mengatasi permasalahan pemasaran hasil pertanian yang belum terdigitalisasi. Pembekalan dan pemahaman yang benar membantu para petani dalam menerapkan digital marketing yang baik.

Kata Kunci: Digital Marketing, Sanggar Tani Muda, Sosialisasi, Teknologi

ABSTRACT

The program Pemberdayaan Kapasitas Organisasi Mahasiswa (PPK ORMAWA) aims to provide motivation and foster student awareness in implementing national defense and fostering love for the country. The problem faced by the agricultural sector in Girirejo Village is that marketing methods have not been digitalized. Apart from that, the bargaining price position for agricultural products in Girirejo Village is very low, this is because most of the farmers are elderly and only have elementary and middle school education. The Sanggar Tani Muda is implementing a program that can help Girirejo Village farmers use digital marketing. Digital marketing can help farmers reach a wider market so that they can create sales opportunities and agricultural products can be easily known to the public in various regions and are considered cheaper, more effective, and have several other advantages such as the speed of disseminating information and being able to build a brand name. The implementation of Pemberdayaan Kapasitas Organisasi Mahasiswa program is carried out using socialization and education methods as well as group discussion forums. This program seeks to overcome the problem of marketing agricultural products that have not been digitized. Correct provision and understanding will help farmers implement good digital marketing.

Keywords: Digital Marketing, Sanggar Tani Muda, Socialization, Technology

PENDAHULUAN

Kecamatan Kaliangkrik yang merupakan wilayah pertanian, memiliki potensi tinggi dalam produksi komoditas sayuran. Melansir dari data Badan Pusat Statistik (2021), Kecamatan Kaliangkrik memiliki produksi cabai sebesar 12.675 kuintal, produksi bawang putih 10.797 kuintal, dan bawang daun sebesar 9.027 kuintal. Desa Girirejo menjadi salah satu wilayah desa di Kecamatan Kaliangkrik merupakan daerah pertanian subur yang sebagian besar lahannya melakukan produksi tanaman cabai. Hasil melimpah dari panen yang didapatkan petani dan kelompok tani mempunyai produk unggulan, akan tetapi dalam praktiknya mempunyai persoalan yang sama dalam hal pemasaran produk. Angipora (2002) dalam Desiana, dkk. (2017), pemasaran hasil pertanian merupakan kegiatan bisnis menjual produk berupa komoditas pertanian sesuai kebutuhan konsumen dan mendapatkan kepuasan konsumen. Umumnya produk petani dijual secara lokal saja, karena minimnya informasi mengenai lokasi penyaluran produk hasil pertanian mereka. Metode pemasaran yang belum terdigitalisasi memang masih menjadi masalah bagi komunitas petani di Desa Girirejo.

Salah satu pemecahan masalah dari pemasaran tersebut adalah dengan strategi pemasaran. Menurut Darsana, dkk. (2023), melalui pemahaman strategi yang tepat, usaha mampu mengarahkan upaya dan sumber daya dengan efektif. Hal tersebut nantinya dapat meningkatkan penjualan, memperluas pasar, dan mencapai tujuan usaha lainnya. Strategi pemasaran yang dilakukan tepat dan sesuai, juga membuat produk akan mudah diterima calon konsumen, sehingga calon konsumen dapat membeli produk yang dijual. Selain dengan adanya strategi pemasaran, penerapan strategi pemasaran yang dapat dilakukan adalah dengan memanfaatkan saluran-saluran pemasaran yang lain. Saluran pemasaran adalah tempat penciptaan nilai pelanggan dalam rantai pasokan pemasaran. Secara khusus, saluran pemasaran adalah bagian terakhir dari rantai pasokan, namun merupakan penggerak masukan (*input*) yang diperlukan untuk memberikan nilai pelanggan (Kozlenkova, *et al.*, 2015).

Penggunaan beberapa saluran pemasaran yang lain (*multichannel marketing*) ditujukan untuk memperluas, menjadi kunci pemecahan masalah pemasaran yang dapat dibantu dengan bantuan kemajuan teknologi. Kemajuan teknologi saat ini, tentu diharapkan dapat

membantu proses ekonomi yang ada. Melalui sistem pengembangan rekayasa perangkat lunak, tentu dapat membuat perkembangan pasar jauh lebih pesat. Pemanfaatan teknologi yang paling menguntungkan dan menyebar di kalangan masyarakat pada bidang ekonomi adalah pemasaran digital (*digital marketing*). Digital marketing atau yang sering disebut juga pemasaran digital adalah bentuk pemanfaatan teknologi digital untuk menciptakan komunikasi yang terintegrasi, relevan, dan terukur serta membantu memperoleh dan mempertahankan pelanggan hingga keterlibatan yang mendalam (Royle and Laing, 2014). Digital marketing melibatkan teknologi digital seperti internet, website, e-mail, media sosial, hingga periklanan untuk menjangkau konsumen. Digital marketing memiliki banyak kelebihan dan kekurangan dalam praktiknya.

Pembentukan harga di pasar sebagian besar dipengaruhi oleh jalur distribusi dari petani ke konsumen. Jalur distribusi yang panjang akan memakan biaya yang besar dan kegiatan distribusi menjadi tidak efisien. Efisiensi pasar adalah kondisi ekuilibrium di mana semua peluang yang menguntungkan dapat dimanfaatkan oleh masing-masing pelaku pemasaran sesuai dengan biaya yang dikeluarkan (Kustiari *et al.*, 2018). Efisiensi pasar perlu diperhatikan agar petani dan konsumen dapat diuntungkan, efisiensi pasar dapat dibentuk dengan memperpendek jalur distribusi salah satunya dengan digital marketing. Digital marketing dapat memperpendek jalur distribusi yang awalnya melalui tengkulak, distributor, penjual dan konsumen menjadi penjual, distributor dan konsumen dapat juga dari penjual langsung ke konsumen. Selain itu, dengan digital marketing penjual dapat memberikan pelayanan langsung kepada pelanggan dan memberikan kesempatan yang luas kepada pengusaha untuk melakukan *branding* terhadap produknya sehingga dikenal masyarakat tidak mudah beralih ke produk lain (Rebecca, 2016 dalam Utami *et al.*, 2022).

Posisi harga tawar produk pertanian di Desa Girirejo sangat rendah, hal ini dikarenakan sebagian besar petani sudah berusia lansia serta hanya berpendidikan SD dan SMP. Generasi muda lebih memilih pergi merantau dan berprofesi diluar bidang pertanian. Namun, terdapat sebagian generasi muda yang tertarik dengan pertanian. Generasi muda ini diharapkan dapat mengembangkan sektor pertanian desa melalui sistem kelembagaan tani muda yang

berfokus pada program *digital marketing*. Generasi ini dapat menjalin mitra dengan petani konvensional dalam menjual produk pertanian unggulan Desa Girirejo berupa padi, jagung dan cabai. Implementasi *digital marketing* di pedesaan pasti memerlukan waktu yang lama dan memerlukan sarana dan prasarana yang memadai. Maka dari itu, dengan adanya sosialisasi *digital marketing* dan pembentukan kelembagaan sanggar tani muda dapat membantu pengembangan *digital marketing* di Desa Girirejo

METODE

Program peningkatan kapasitas organisasi kemahasiswaan ini diawali dengan survei dan wawancara terhadap kepala desa untuk mendapatkan hasil data yang pasti. Berdasarkan hasil survei dan wawancara tersebut maka kemudian di putuskan bersama dengan mitra untuk melaksanakan kegiatan sosialisasi *digital marketing* untuk hasil pertanian di Desa Girirejo.

2.1 Sosialisasi dan Edukasi

Masyarakat Desa Girirejo umumnya para pemuda dari setiap dusun diberikan kesempatan untuk memilih Ketua Sanggar Tani Muda “Anagata Gala Tani” dan struktur organisasi yang lain dengan cara *votting*. Setelah struktur organisasi selesai dibentuk, terdapat pembahasan bersama mengenai program kerja apa saja yang dapat dilakukan oleh Sanggar Tani Muda kedepannya.

2.2 Forum Group Discussion (FGD)

Masyarakat Desa Girirejo umumnya para pemuda dari setiap dusun diberikan kesempatan untuk memilih Ketua Sanggar Tani Muda “Anagata Gala Tani” dan struktur organisasi yang lain dengan cara *votting*. Setelah struktur organisasi selesai dibentuk, terdapat pembahasan bersama mengenai program kerja apa saja yang dapat dilakukan oleh Sanggar Tani Muda kedepannya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan sosialisasi *digital marketing* mengenai hasil pertanian dilaksanakan pada tanggal 20 Juli 2023 dan kegiatan pembentukan kelembagaan sanggar tani muda pada tanggal 22 Agustus 2023. Kegiatan sosialisasi *digital marketing* ini dilaksanakan secara *offline* dan dihadiri peserta sebanyak 30 orang yang terdiri dari para petani masyarakat Desa Girirejo dan

anggota Gapoktan (Gabungan Kelompok Tani). Sedangkan, kegiatan pembentukan kelembagaan sanggar tani muda dihadiri sebanyak 20 orang yang terdiri dari perwakilan pemuda tiap dusun yang ada di desa girirejo.



Gambar 1. Dokumentasi Sosialisasi



Gambar 2. Dokumentasi FGD

Rangkaian kegiatan diawali dengan sosialisasi dan edukasi mengenai peran pemasaran digital untuk produk pertanian dilanjutkan dengan sesi diskusi tanya jawab, serta dilakukan pemaparan mengenai penggunaan *website* dan aplikasi Agromaret sebagai media pemasaran produk hasil pertanian masyarakat Desa Girirejo. Pada kegiatan Forum Group Discussion membahas mengenai struktur keorganisasian, tugas dan tanggung jawab, serta pemilihan kepengurusan sanggar tani muda.

3.1 Sosialisasi *Digital Marketing*

Pada kegiatan sosialisasi *digital marketing* yang diberikan kepada para petani dan masyarakat Desa Girirejo membahas mengenai penggunaan *digital marketing* yang dapat membantu para petani dalam menjangkau pasar yang lebih luas sehingga dapat menciptakan peluang penjualan serta produk pertanian dapat dengan mudah dikenal masyarakat di berbagai wilayah. Selain itu, *digital marketing* ini dipilih karena lebih murah dan efektif serta memiliki

beberapa kelebihan lain seperti kecepatan penyebaran informasi hingga dapat membangun nama *brand*. Kegiatan sosialisasi ini juga dijelaskan mengenai tantangan dalam menjalankan pemasaran secara digital. Tantangan yang sering dialami ialah kesulitan dan bingung dalam memilih media pemasaran digital. Selain itu, dijelaskan juga terkait kendala yang sering dialami pertanian seperti lemahnya atau kurangnya modal, kurangnya ketersediaan lahan dan kesuburan tanah, terbatasnya bidang teknologi, kurang aktifnya organisasi atau lembaga pertanian yang ada di desa tersebut, serta kurangnya SDM yang menggarap lahan pertanian. Kemudian ditemukan solusi-solusi dari tantangan dan kendala yang sering dialami para petani, diantaranya:

- a. Memilih media sosial yang mudah diakses oleh banyak orang dan mudah dipahami untuk mengatasi tantangan yang sering dialami. Dalam pemasaran hasil pertanian desa girirejo, media yang dipilih adalah aplikasi atau website Agromaret.
- b. Mengatasi kendala modal dapat dilakukan dengan mencari informasi mengenai bank yang menawarkan pinjaman ringan.
- c. Ketersediaan lahan masih banyak dan tingkat kesuburan tanah di desa girirejo sudah baik dengan ph 6,6 - 6,8 sehingga kendala ini tidak dirasakan petani desa girirejo untuk saat ini.
- d. Keterbatasan teknologi di desa girirejo dapat diatasi dengan mengadakan pelatihan pemasaran berbasis teknologi untuk para petani milenial dan para pemuda serta penduduk desa dapat melek teknologi dan dapat memanfaatkan teknologi untuk menunjang perekonomian masyarakat setempat.
- e. Kurang aktifnya organisasi atau kelembagaan tani di desa girirejo sudah diatasi dengan salah satu pelaksanaan program kerja PPK Ormawa HMJM FE yaitu Kelembagaan Sanggar Tani Muda "Anagata Gala Tani" desa Girirejo. Kelembagaan ini berdiri di bawah naungan Gapoktan (Gabungan Kelompok Tani) dan LKM (Lembaga Keuangan Mikro) desa Girirejo.
- f. Keterbatasan SDM dalam menggarap lahan tani ini dapat diatasi dengan mengadakan kegiatan dan sosialisasi yang dapat menggugah minat SDM baru secara mutakhir.

3.2 Pembentukan Kelembagaan Sanggar Tani Muda

Pembentukan sanggar tani muda dilakukan untuk mencapai tujuan dari pengembangan pengelolaan sistem pemasaran digital yang ada di desa girirejo, dengan diadakannya kegiatan *forum group discussion* berupa pembahasan mengenai struktur keorganisasian dan pengelolaan dari kelembagaan sanggar tani muda, setiap perwakilan pemuda dari dusun girirejo diharapkan dapat berpartisipasi dan berperan secara aktif dalam kegiatan kelembagaan ini. Dengan pengaplikasian sistem *digital marketing* yang berfokus pada hasil pertanian masyarakat desa diharapkan dapat memberikan *output* lebih terhadap pengembangan sistem pemasaran yang ada.

Selain itu, Sanggar tani muda ini dapat membantu mengatasi permasalahan yang sedang dihadapi oleh petani. Kegiatan yang dilakukan seperti pemberian program pelatihan dan penyuluhan mengenai solusi permasalahan yang dihadapi oleh petani desa dengan berkolaborasi bersama Badan Penyuluhan Pertanian desa. Banyaknya keluhan yang dihadapi para petani selain dari pemasaran produk hasil pertanian yang cenderung sulit, petani juga mengeluhkan kondisi tanaman dan lahan pertanian yang memiliki banyak permasalahan baik dari hama maupun teknik pengolahan lahan yang lebih efektif untuk pertanian. Untuk itu, sanggar tani muda dapat berperan aktif dalam membantu para petani dengan membuat suatu program yang mewadahi petani untuk melakukan proses diskusi terkait permasalahan yang sedang dihadapi oleh petani.

SIMPULAN DAN SARAN

Desa Girirejo merupakan desa yang memiliki potensi besar untuk melakukan usaha dalam bidang pertanian. Potensi yang besar ini dapat dibuktikan dengan banyaknya lahan pertanian dan tingkat kesuburan tanah yang masih baik. Selain itu, hasil pertanian yang dihasilkan juga memiliki kualitas yang sangat baik. Adanya potensi tersebut maka *digital marketing* dapat dimanfaatkan dalam proses pemasaran hasil pertanian. Media *digital marketing* yang dipilih adalah aplikasi atau website Agromaret. Tantangan dan kendala yang sering dialami para petani dapat diatasi dengan beberapa solusi. Hadirnya Sanggar Tani Muda "Anagata Gala Tani" ini bisa menjadi langkah awal untuk memajukan sektor pertanian desa Girirejo. Saran bagi keberlanjutan kelembagaan

Sanggar Tani Muda Desa Girirejo adalah perlunya peningkatan komunikasi dengan para petani mengenai keluhan yang dihadapi dalam pertanian supaya permasalahan yang dihadapi dengan cepat mendapatkan solusi. Selain itu, penerapan pengembangan kelembagaan sebaiknya menjadi lebih spesifik dan lebih terstruktur serta mempunyai jangkauan peserta kelembagaan yang lebih luas, sehingga terjadi peningkatan pemerataan kemajuan pola kelembagaan yang telah dilakukan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Artikel ini merupakan salah satu luaran dari program PPK Ormawa HMJM FE Untidar. Tim PPK Ormawa HMJM FE Untidar 2023 mengucapkan terima kasih kepada Direktorat Jenderal Pembelajaran dan Kemahasiswaan, Kementerian Pendidikan Kebudayaan Riset dan Teknologi, serta Universitas Tidar yang telah membiayai kegiatan PPK Ormawa ini sehingga dapat berjalan dengan baik. Selain itu, terima kasih kepada Vierda Dwi Aprilia, Dimas Said Kurniawan, Devy Surya Rosiana, Nabiyla Ayu Kusumajati, Dewi Farandita Cahya Kesuma, Galuh Witantri, Laili Khoirul Nisa, Tri Hartini, Hesti Agustin, Brilian Setyo Utomo, Ael Ruhiy Favian Satyawimba, Miftachussurur, Dewi Lanjar Ibana Hutagalung, Hafidh Al Fathan Wijaya, dan Temi Ariska atas kontribusi yang telah diberikan sehingga artikel ini dapat tersusun dengan baik.

DAFTAR RUJUKAN

- Badan Pusat Statistik. 2022. *Kecamatan Kaliangkrik dalam Angka*. Magelang: BPS Kabupaten Magelang.
- Darsana, I.M., S. Rahmadani, E. Salijah, A.Y. Akbar., K.N. Bahri, N.H. Amir, S.H. Jamil, H.L. Nainggolan, S.P.D. Anantadjaya, dan A. Nugroho. 2023. *Strategi Pemasaran*. Badung: Penerbit Intelektual Manifes Media.
- Desiana, C., D. Rochdiani, dan C. Pardani. 2017. Analisis Saluran Pemasaran Biji Kopi Robusta (Suatu Kasus di Desa Kalijaya Kecamatan Banjarsari Kabupaten Ciamis). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa AGROINFO GALUH*, 4(2): 162-173.
- Kozlenkova, I.V., G.T.M. Hult, D.J. Lund, J.A. Mena, and P. Kecec. 2015. The Role of Marketing Channels in Supply Chain

Management. *Journal of Retailing*, 91(4): 586-609.

- Kustiari, R., Sejati, W. K., & Yulmahera, R. (2018). Integrasi Pasar dan Pembentukan Harga Cabai Merah di Indonesia. *Jurnal Agro Ekonomi*, 36(1), 39. <https://doi.org/10.21082/jae.v36n1.2018.39-53>
- Royle, J. and Laing, A. (2014) 'The digital marketing skills gap: Developing a Digital Marketer Model for the communication industries', *International Journal of Information Management*. Elsevier Ltd, 34(2), pp. 65-73. doi: 10.1016/j.ijinfomgt.2013.11.008.
- Utami, A., 1*, S., & Sunrawali, A. N. (2022). Digital marketing dalam pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah. *Online) KINERJA: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 19(1), 170. <https://doi.org/10.29264/jkin.v19i1.10207>