

Pemanfaatan Pemasaran Digital sebagai Media Penjualan Produk Pertanian Perkotaan oleh Kelompok Tani Empelan Terbin

¹Kadek Dwi Pradnyani Novianti, ² Ni Kadek Sukerti

Politeknik Negeri Bali¹, ITB STIKOM Bali²

*Email: pradnyaninovianti@pnb.ac.id

ABSTRAK

Pertanian perkotaan menjadi solusi dari menyempitnya wilayah perkotaan yang dikarenakan laju pertumbuhan populasi yang terus meningkat secara signifikan. Krisis pangan yang mungkin terjadi kedepannya dapat diatasi dengan pelaksanaan pertanian perkotaan dengan memanfaatkan lahan perumahan ataupun lahan-lahan sempit yang tidak digunakan. Kelompok Tani Empelan Terbin merupakan salah satu kelompok penggiat pertanian perkotaan yang terletak di Kota Denpasar. Kelompok Tani ini memiliki kegiatan budidaya sayuran dan budidaya ikan lele. Namun, hasil produk pertanian ini belum didistribusikan secara maksimal untuk dijual. Hasil produk pertanian yang dihasilkan hanya dibagikan kepada masyarakat sekitar dan terkadang dibuang karena hasil panen yang berlebih. Maka dari itu solusi yang dapat diberikan berupa pelatihan pemasaran digital melalui media sosial yaitu facebook sehingga produk hasil pertanian Kelompok Tani Empelan Terbin dengan tujuan untuk memperkenalkan produk ke masyarakat luas. Selain itu, Kelompok Tani Empelan Terbin memperoleh profit dari penjualan produk pertanian untuk pengelolaan lahan pertanian secara berkelanjutan. Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian ini terdiri dari beberapa tahapan yaitu penyuluhan, pelatihan dan pendampingan. Hasil dari kegiatan pengabdian masyarakat ini berupa pemahaman peserta pelatihan terkait pemasaran digital melalui facebook dan peningkatan kemampuan dalam pengimplementasian hasil materi pelatihan. Evaluasi kepuasan peserta pelatihan terhadap pelaksanaan program pengabdian masyarakat dilakukan melalui kuesioner dan diolah menggunakan skala likert. Hasil indeks kepuasan yang diperoleh sebesar 86,36% yang menyatakan sangat puas.

Kata kunci : pertanian perkotaan, kelompok tani empelan terbin, pemasaran digital

ABSTRACT

Urban agriculture is a solution to the shrinking of urban areas due to the significant increase in population growth. The food crisis that may occur in the future can be overcome by the implementation of urban agriculture by utilizing unused residential land or narrow lands. Empelan Terbin Farmer Group is one of the urban agriculture activist groups located in Denpasar City. This farmer group has vegetable cultivation and catfish farming activities. However, the results of these agricultural products have not been maximally distributed for sale. The agricultural products produced are only distributed to the surrounding community and sometimes discarded due to excess harvest. Therefore, the solution can be provided in the form of digital marketing training through social media, namely Facebook, so that the agricultural products of the Empelan Terbin Farmer Group aim to introduce products to the wider community. In addition, the Empelan Terbin Farmer Group makes a profit from the sale of agricultural products for sustainable agricultural land management. The method used in this community service activity consists of several stages, namely counseling, training and

mentoring. The results of this community service activity are in the form of training participants' understanding of digital marketing through Facebook and increased ability to implement the results of training materials. Evaluation of training participants' satisfaction with the implementation of the community service program was carried out through a questionnaire and processed using a Likert scale. The results of the satisfaction index obtained were 88.33% which stated that they were very satisfied.

Key words: *urban agriculture, empelan terbin farmer group, digital marketing*

PENDAHULUAN

Wilayah perkotaan yang cenderung memiliki laju pertumbuhan populasi yang terus meningkat setiap tahunnya menyebabkan lahan yang ada semakin berkurang karena digunakan sebagai pemukiman. Apabila kondisi lahan digunakan sebagai pemukiman maka lahan untuk melakukan pertanian akan semakin berkurang yang mengakibatkan kemungkinan terjadinya krisis pangan. Hal ini membutuhkan solusi yang tepat guna dalam rangka penyiapan kebutuhan pangan paling tidak untuk masyarakat dalam suatu lingkungan. Salah satu yang dapat dilakukan adalah dengan pengembangan pertanian perkotaan. Pertanian perkotaan adalah sebuah kegiatan yang dapat dilakukan dalam bentuk pertumbuhan, pengolahan, dan pendistribusian hasil pangan dan produk lainnya melalui kegiatan budidaya tanaman serta peternakan di wilayah perkotaan dan sekitarnya (Fauzi, Ichniarsyah, & Agustin, 2016).

Denpasar merupakan berkembang yang terletak di Pulau Bali memiliki beragam kelompok tani yang bergerak di berbagai bidang. Salah satu kelompok tani yang berkembang di kota ini adalah Kelompok Tani Empelan Terbin. Kelompok Tani ini terletak di Jalan Hayam Wuruk Gang XX yang dimulai pada Tahun 2018. Kelompok Tani ini terdiri dari anggota masyarakat sekitar yang saling berbagi lahan perumahan yang tidak digunakan (dalam bahasa Bali sering disebut dengan *teba*) untuk lahan pertanian kelompok tani ini. Keuntungan yang dimiliki adalah lahan yang mereka

gunakan terdapat aliran sungai yang dapat membantu proses irigasi atau pengairan di lahan mereka. Kelompok tani ini diketuai oleh Bapak I Wayan Wijaya melakukan budidaya tanaman sayur mayur sebagai salah satu kebutuhan pangan masyarakat sekitar. Komoditi yang dikembangkan oleh Kelompok Tani Empelan Terbin ini adalah berbagai macam sayuran seperti kale, pokcoy, terong dan tomat. Kale sebagai komoditi prioritas merupakan ide yang cemerlang dari kelompok tani ini karena kale merupakan superfood yang memiliki kandungan beragam. Selain itu, jenis sayuran ini biasanya hanya terdapat pada supermarket besar yang menjual sayur-sayur impor dengan harga yang kurang terjangkau bagi masyarakat.



Gambar 1. Lokasi dan Kondisi Lahan Pertanian Kelompok Tani Empelan Terbin

Disamping membudidayakan berbagai macam jenis sayuran, Kelompok Tani

Empelan Terbin ini juga memanfaatkan sisa lahannya untuk membudidayakan ikan lele. Saat ini, pada lahan pertanian yang ada sudah terdapat empat kolam besar yang digunakan untuk membudidayakan ikan lele.



Gambar 2 Kolam Budidaya Ikan Lele

Keberagaman jenis budidaya bahan pangan yang dilakukan oleh Kelompok Tani Empelan Terbin tidak dibarengi dengan distribusi hasil pangan atau produk yang baik untuk memperoleh profit yang dapat digunakan untuk pengembangan lahan pertanian ataupun hasil sampingan dari pengelolaan lahan pertanian. Produk hanya dipanen dan dibagikan kepada masyarakat sekitar bahkan terkadang apabila hasil panen terlalu banyak tidak jarang menjadi busuk dan harus dibuang. Ini menjadi permasalahan bagi Kelompok Tani Empelan Terbin apabila kondisi ini terjadi secara berulang.

Berdasarkan pada pemaparan masalah tersebut diatas maka akan dilakukan kegiatan pengabdian masyarakat pada Kelompok Tani Empelan Terbin dengan memanfaatkan teknologi informasi untuk kegiatan pemasaran produk pangan yang dihasilkan. Dengan melakukan strategi pemasaran dengan pemanfaatan teknologi informasi yang dapat memperluas jangkauan pasar bagi produk Kelompok Tani Empelan Terbin. Persentase pengguna internet di sektor bisnis dan ekonomi sekitar 37,82% - 45,14% membuktikan bahwa transaksi bisnis secara digital berkembang sangat pesat. Dengan menggunakan strategi pemasaran yang tepat, diharapkan *trust* atau rasa

percaya masyarakat terhadap produk dari kelompok tani ini dapat tercipta sehingga produk yang dihasilkan dapat meningkat penjualannya. Strategi pemasaran dengan menggunakan website dapat menjadi salah satu cara untuk memperkenalkan perusahaan di mata masyarakat (Maxmanroe.com, 2015). Media sosial menjadi salah satu pilihan utama yang sering digunakan oleh pelaku usaha untuk melakukan pemasaran produk secara digital. Media sosial dalam hal ini merupakan sebuah media yang dapat digunakan oleh para penggunanya untuk melakukan interaksi, berkomunikasi, berbagi informasi dan bekerja sama membentuk ikatan secara virtual (Puspitarini & Nuraeni, 2019). Banyak jenis media sosial yang dapat dimanfaatkan oleh pelaku usaha untuk melakukan pemasaran secara digital, salah satunya melalui jenis media sosial yaitu *social networking* seperti facebook yang masih menjadi tren di kalangan masyarakat saat ini. Maka dari itu, pada kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan penyuluhan terkait pemasaran digital menggunakan media sosial dengan tujuan meningkatkan pemahaman Kelompok Tani tentang pemasaran digital serta meningkatkan ketrampilan Kelompok Tani Empelan Terbin untuk melakukan pemasaran digital melalui media sosial.

RUMUSAN MASALAH

Kelompok Tani Empelan Terbin belum memiliki strategi pemasaran terhadap produk pangan yang dihasilkan sehingga tidak diperoleh profit yang dapat digunakan untuk pengembangan lahan pertanian yang dikelola. Produk pertanian yang dihasilkan hanya sebatas dibagikan ke masyarakat sekitar dan tidak jarang terbuang karena hasil panen yang berlebih. Disamping itu, lahan pertanian yang dikelola merupakan lahan pertanian bersama sehingga pemanfaatan lahan harus digunakan secara maksimal sebagai lahan untuk budidaya tanaman dan budidaya ikan lele. Hal ini menyebabkan kurangnya

tempat untuk membangun etalase toko untuk meletakkan produk pertanian yang dihasilkan untuk dijual.

METODE

Metode yang diterapkan dalam kegiatan pengabdian masyarakat bekerjasama dengan anggota Kelompok Tani Empelan Terbin dimulai dengan melakukan penyuluhan, pelatihan dan pendampingan seperti pemaparan pada Gambar 3.



Gambar 3. Metode Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Masyarakat

Adapun tahapan dalam metode pelaksanaan sebagai berikut.

1. Tahapan penyuluhan merupakan tahapan yang dilakukan untuk pendekatan dan penyampaian maksud dan tujuan dari kegiatan pengabdian masyarakat yang akan dilaksanakan pada lahan pertanian Kelompok Tani Empelan Terbin. Pada tahapan ini dilakukan wawancara langsung kepada pengurus Kelompok Tani Empelan Terbin.
2. Tahapan Pelatihan dilakukan untuk menyampaikan materi terkait pemasaran digital yang dapat dilakukan oleh Kelompok Tani Empelan Terbin untuk memperoleh peningkatan profit, memperluas jangkauan pemasaran dan meminimalkan biaya pemasaran. Pada tahapan ini dilakukan dengan metode ceramah dan diskusi ke peserta.
3. Tahapan pendampingan merupakan tahapan akhir dari kegiatan pengabdian masyarakat ini. Kegiatan yang dilakukan berupa pendampingan masyarakat untuk melakukan implementasi materi hasil pelatihan untuk melakukan pemasaran digital menggunakan media sosial. Tahapan ini bertujuan untuk mengetahui peningkatan pemahaman anggota Kelompok Tani Empelan Terbin untuk menggunakan media sosial sebagai

media pemasaran digital produk pangan yang dihasilkan. Pada tahapan ini dilakukan evaluasi berupa praktek langsung oleh peserta.

PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Kelompok Tani Empelan Terbin ini dimulai dari tahapan penyuluhan dilakukan melalui wawancara langsung kepada salah satu anggota yaitu Bapak I Wayan Sudarmawan. Kelompok Tani Empelan Terbin ini memanfaatkan lahan (*tebe*) di belakang pemukiman masyarakat. Pada tahapan ini banyak disampaikan terkait sejarah, kondisi serta pendanaan terhadap pengelolaan yang dilakukan oleh Kelompok Tani Empelan Terbin. Disampaikan bahwa sampai saat ini, Kelompok Tani Empelan Terbin banyak menerima bantuan baik dari masyarakat, kelompok mahasiswa ataupun yayasan untuk pengelolaan lahan pertanian. Namun sampai saat ini, lahan tersebut belum dapat menghasilkan profit untuk pengelolaan berkelanjutan.



Gambar 4. Tahapan Penyuluhan Kegiatan Pengabdian Masyarakat

Selanjutnya dilakukan tahapan pelatihan untuk menyampaikan materi pelatihan terkait dengan pemasaran digital. Pada tahapan ini, banyak materi yang disampaikan terkait pemasaran melalui social media. Pemasaran melalui *Social Media* atau yang biasa disebut dengan

Social Media Marketing merupakan strategi, teknik atau proses pemasaran dengan memanfaatkan sosial media untuk mempromosikan produk melalui tulisan, foto, video, grafik atau postingan di akun sosial media agar diketahui oleh masyarakat secara luas (Rahadi & Zaniel, 2017). Manfaat yang dapat diberikan melalui penggunaan media sosial adalah sebagai berikut.

- a. Dapat mengetahui tren industri secara real-time
- b. Analisis Persaingan yang Lebih Komprehensif
- c. Menarik Audiens

Saat kegiatan pelatihan dihadiri oleh Ketua Kelompok Tani Bapak I Wayan Wijaya, Pengawas Kelompok Tani Empelan Terbin yaitu Bapak I Gede Agus Sastrawan dan beberapa anggota kelompok tani lainnya. Disampaikan pada kegiatan tersebut bahwa sosial media dapat menjadi branding bagi Kelompok Tani Empelan Terbin untuk mempromosikan kegiatan pertaniannya serta produk-produk yang dihasilkan. Sehingga masyarakat sekitar dengan jangkauan yang lebih luas dapat melihat dan menilai terkait produk-produk tersebut. Materi yang disampaikan difokuskan kepada penyampaian tentang Facebook dan pemanfaatannya sebagai media pemasaran digital. Disamping penyampaian Facebook secara umum, juga dijelaskan terkait penggunaan fitur marketplace pada Facebook sehingga dengan mengelola satu akun, anggota Kelompok Tani dapat melakukan penjualan secara digital dengan sangat mudah.

Pada tahapan pendampingan, peserta pelatihan sudah mahir mengimplementasikan materi yang diberikan untuk membuat Facebook untuk Kelompok Tani Empelan Terbin. Praktek secara langsung dilakukan oleh peserta pelatihan dengan didampingi oleh instruktur. Instruktur juga menyarankan kepada Kelompok Tani untuk menerapkan sistem Pre-Order (PO) produk untuk

menyesuaikan antara permintaan dan persediaan yang ada. Hal ini dilakukan untuk menjalin komunikasi yang baik antara penjual dan pembeli sehingga tidak ada pembeli yang kecewakan apabila produk yang dipromosikan atau dijual melalui sosial media telah habis.



Gambar 5. Tahapan Pelatihan Kegiatan Pengabdian Masyarakat



Gambar 5. Hasil pada tahapan Pendampingan Kegiatan Pengabdian Masyarakat

Secara keseluruhan, peserta pelatihan sudah memahami serta tertarik dengan apa yang dijelaskan oleh tim pengabdian dan ingin memanfaatkan Facebook dan Marketplace untuk memasarkan produknya sehingga jangkauan pasar dari Kelompok Tani Empelan Terbin jauh lebih luas. Banyak pertanyaan-pertanyaan menarik yang diajukan peserta untuk memanfaatkan *bussiness* fitur pada

Facebook. Proses interaksi yang aktif yang terjadi sepanjang pelaksanaan kegiatan menunjukkan perhatian dari peserta terhadap penyuluhan yang dilakukan. Dampak dari kegiatan ini berupa peningkatan pemahaman untuk *social media marketing* menggunakan Facebook sehingga jangkauan pasar semakin luas. Kesadaran kelompok tani terhadap manfaat *social media marketing* untuk media pemasaran digital menunjukkan bahwa masyarakat paham tentang pemasaran digital dapat dilakukan tidak hanya oleh pengusaha-pengusaha besar namun juga oleh usaha-usaha kecil seperti mereka.

Evaluasi program pengabdian masyarakat ini dilakukan kepada peserta yang mengikuti kegiatan melalui wawancara secara langsung. Seluruh peserta secara langsung menyatakan puas terhadap kegiatan yang dilakukan dan sangat bermanfaat bagi pengembangan Kelompok Tani Empelan Terbin baik untuk produksi produk ataupun perkembangan lahan pertanian. Selain itu dilakukan evaluasi kegiatan pelatihan pengabdian masyarakat dilakukan dengan menyebarkan kuisioner kepuasan mitra terhadap kegiatan yang dilakukan. Instrumen kuisioner disusun menggunakan skala likert dan diberikan kepada peserta pelatihan (mitra) untuk mengetahui seberapa jauh kebermanfaatan program pengabdian masyarakat yang dilakukan bagi Kelompok Tani Empelan Terbin.

Tabel 1. Hasil perhitungan Skala Likert

Responden	Jml Skor	Skor Maks	(%)	AVG (%)
I Wayan Sudarmawan	37	44	84,09	86,36
Gede Agus Sastrawan	37	44	84,09	
I Wayan Wijaya	40	44	90,91	

Hasil kuisioner kemudian dihitung menggunakan skala likert dan memperoleh indeks kepuasan sebesar 86,36% yang

termasuk ke dalam kategori Sangat Puas. Secara detail dapat dilihat pada Tabel 1.

SIMPULAN

Adapun simpulan yang dapat diperoleh setelah pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat adalah Kelompok Tani Empelan Terbin memahami bahwa pemanfaatan teknologi informasi dengan menggunakan media sosial dapat menjadi salah satu solusi untuk mendapatkan profit atas pengelolaan lahan pertanian, sehingga pengembangan lahan pertanian dapat dilakukan secara berkelanjutan. Pemahaman terhadap penggunaan media sosial Facebook meningkat pada peserta pelatihan dibuktikan dengan hasil implementasi materi yang disampaikan saat pelatihan berlangsung. Evaluasi kegiatan dilakukan untuk mengetahui kebermanfaatan progra yang dilaksanakan menunjukkan indeks kepuasan sebesar 88,33% yang menyatakan Sangat Puas.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih kami sampaikan kepada Kelompok Tani Empelan Terbin atas kesediaannya menerima kami untuk melaksanakan kegiatan Pengabdian Masyarakat serta menyambut kami dengan ramah. Selain itu juga kami ucapkan terimaasih kepada BPD Desa Tanjung Bungkal yang telah memfasilitasi pertemuan antara kami dan Kelompok Tani Empelan Terbin sebagai bagian program untuk memajukan desa.

DAFTAR PUSTAKA

- Fauzi, A. R., Ichniarsyah, A. N., & Agustin, H. (2016). PERTANIAN PERKOTAAN : URGENSI, PERANAN, DAN PRAKTIK TERBAIK Urban Agriculture : Urgency, Role, and Best Practice. *Jurnal Agroteknologi*, 10(01), 49–62.
- Maxmanroe.com. (2015). 4 Strategi Pemasaran Bisnis Melalui Website. Retrieved from <https://www.maxmanroe.com/4->

- strategi-pemasaran-bisnis-melalui-
website.html
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House). *Jurnal Common*, 3(1), 71–80. <https://doi.org/10.34010/COMMON.V3I1.1950>
- Rahadi, D. R., & Zaniel. (2017). Social Media Marketing dalam Mewujudkan E-Marketing. *Journal Marketing*, 8(4), 71–72.