

PEMANFAATAN E-COMMERCE DALAM PEMASARAN HASIL PERTANIAN DI KELURAHAN TERATAI KABUPATEN BATANG HARI

Epit Erwandri¹⁾, Sri Harimurti²⁾, Rusnani³⁾, Enita⁴⁾

^{1,2,3}Program Studi Agribisnis, STIP Graha Karya Muara Bulian, Jambi

⁴Program Studi Agroteknologi, STIP Graha Karya Muara Bulian, Jambi

email: epiterwandri@gmail.com

Submit : 15/07/2020 | Accept : 25/08/2020 | Publish: 30/09/2020

Abstract

In the current era of information technology, information technology has helped and facilitated human life from various dimensions. One of the products of the very rapid development of information technology is E-commerce. E-commerce is a means or place to buy and sell goods, services and information via the internet network on computers or other electronic means. E-commerce (Electronic Commerce) can be used in marketing agricultural products and has had a major influence on the growth of the social and economic order of society. The purpose of this service is so that farmers who are in the Teratai village of Batang Hari Regency can increase their knowledge of marketing agricultural products through E-Commerce, and train participants to market their agricultural products through E-Commerce and provide real time price information. The method used is counseling and training activities. The results of this service activity are to provide benefits for training participants in increasing their knowledge and skills for business development through the use of marketing agricultural products using E-Commerce. By marketing products through E-Commerce, it is hoped that in the future the business carried out by them will be more developed, and the sales volume of agricultural products will increase in a fast time.

Keywords: E-Commerce, Marketing, Agricultural product

Abstrak

Dalam era teknologi informasi sekarang ini, teknologi informasi telah banyak membantu dan mempermudah kehidupan manusia dari berbagai ragam dimensinya. Salah satu produk dari perkembangan teknologi informasi yang sangat pesat adalah E-commerce. E-commerce merupakan sarana atau tempat jual beli barang, jasa dan informasi melalui jaringan internet pada komputer atau sarana elektronik lainnya. E-commerce (Elektronik Commerce) dapat digunakan dalam memasarkan hasil produk pertanian dan telah memberikan pengaruh yang besar terhadap pertumbuhan tata sosial serta ekonomi masyarakat. Tujuan pengabdian ini yaitu agar petani yang berada pada kelurahan Teratai Kabupaten Batang Hari dapat meningkatkan pengetahuan tentang pemasaran produk hasil pertanian melalui E-Commerce, dan melatih peserta untuk memasarkan produk hasil pertaniannya melalui E-Commerce serta memberikan informasi harga secara real time. Metode yang digunakan yaitu kegiatan penyuluhan dan pelatihan. Hasil kegiatan pengabdian ini yaitu memberikan manfaat bagi para peserta pelatihan dalam menambah wawasan pengetahuan dan kemampuan untuk pengembangan usaha melalui pemanfaatan pemasaran produk hasil pertanian menggunakan E-Commerce. Dengan memasarkan produk melalui E-Commerce, diharapkan kelak usaha yang dijalani oleh mereka lebih berkembang, dan volume penjualan hasil pertanian lebih meningkat dalam waktu yang cepat.

Kata Kunci: E-Commerce, Pemasaran, Hasil Pertanian

PENDAHULUAN

Kelurahan Teratai merupakan daerah yang sangat strategis untuk pertanian sayur

di Batang Hari. Karena Kelurahan Teratai terletak di daerah dekat dengan Kawasan ibu kota Kabupaten Batang Hari dan ibu kota Provinsi Jambi. Komoditas pertanian yang dihasilkan adalah berbagai jenis sayur seperti jagung, cabai, gambas, kacang panjang, kangkung darat dan mentimun. Pemasaran hasil pertanian belum maksimal. Penjualan hasil pertanian masih melalui tengkulak sebagai perantara. Kurangnya keterampilan petani akan cara pemasaran hasil pertanian juga menyebabkan jangkauan pasar yang dicapai masih sangat sempit. Hal itu menyebabkan banyaknya hasil panen yang dibiarkan busuk dikarenakan tengkulak tidak membeli.

Dalam era teknologi informasi sekarang ini, teknologi informasi telah banyak membantu dan mempermudah kehidupan manusia. Salah satu produk dari perkembangan teknologi informasi yang sangat pesat adalah E-commerce. E-commerce merupakan sarana atau tempat jual beli barang, jasa dan informasi melalui jaringan internet pada komputer atau sarana elektronik lainnya (Shofa, dkk., 2018). E-commerce (Elektronik Commerce) dapat digunakan dalam memasarkan hasil produk pertanian dan telah memberikan pengaruh yang besar terhadap pertumbuhan tata sosial serta ekonomi masyarakat.

E-commerce adalah salah satu produk dari perkembangan teknologi informasi yang sangat pesat. Dalam dunia modern ini, e-commerce (Elektronik Commerce) telah memberikan pengaruh yang besar terhadap pertumbuhan tata sosial dan ekonomi masyarakat. Elektronik Commerce telah menjadi bagian yang penting dari sektor bisnis khusus (private) dan umum (publik). Hal ini dikarenakan dengan menggunakan elektronik commerce ini, biaya operasional bisa dikurangi agar bisa bersaing dan dengan semakin banyaknya permintaan yang

mengharuskan pelayanan yang cepat dan akurat. Ini merupakan gejala sosial dari perkembangan teknologi informasi (Sengkey & Novi, 2017).

Untuk meningkatkan jangkauan pasar hasil pertanian Kelurahan Teratai dibutuhkan teknologi yang dapat menjangkau pemasaran yang lebih luas. Dapat menjual hasil pertanian langsung ke konsumen tanpa melalui perantara. Untuk permasalahan tersebut ditawarkan solusi dengan penerapan teknologi guna meningkatkan jangkauan pemasaran yang lebih luas. Penerapan teknologi yang ditawarkan adalah penggunaan e-commerce. Pemilihan e-commerce sebagai teknologi yang akan digunakan dikarenakan hal tersebut adalah solusi sederhana dan dapat dipahami dengan mudah petani. Penggunaan e-commerce di Indonesia yang berjumlah jutaan dapat dijadikan sasaran pemasaran hasil pertanian (Alridhani & Persada, 2020).

Menurut Dharanidharan et al. (2018) e-commerce berperan dalam memudahkan transaksi penjual dan pembeli melalui sistem online. E-commerce merupakan inovasi teknologi pertanian yang memudahkan penjual dan pembeli melakukan manajemen bisnis secara lebih efektif dan efisien seperti pembayaran online, pengiriman barang melalui pihak ketiga, dan transaksi yang tidak terbatas pada ruang dan waktu. Selain itu, produk yang ditawarkan pada e-commerce juga lebih bervariasi dan mengutamakan pelayanan terhadap pelanggan. Secara umum, e-commerce berfungsi sebagai media untuk memotong rantai nilai produk pertanian. Nambisan (2017) menyatakan bahwa terdapat empat manfaat e-commerce untuk sektor pertanian yaitu mengurangi biaya transaksi, intermediasi, penyedia infrastruktur bagi perusahaan, dan untuk memperluas proses bisnis internal.

Tujuan pengabdian ini yaitu agar petani yang berada pada kelurahan Teratai Kabupaten Batang Hari dapat meningkatkan pengetahuan tentang pemasaran produk hasil pertanian melalui E-Commerce, dan melatih peserta untuk memasarkan produk hasil pertaniannya melalui E-Commerce serta memberikan informasi harga secara real time.

METODE KEGIATAN

Realisasi pemecahan masalah pada petani kelurahan Teratai Kabupaten Batang Hari adalah dengan mengadakan penyuluhan yang dilakukan dibalai kelurahan Teratai Kabupaten Batang Hari dengan mengumpulkan para petani. Peserta penyuluhan mendapatkan test untuk mengetahui sampai sejauh mana mereka mengetahui, memahami, dan menguasai pengetahuan komunikasi pemasaran. Metode yang dipergunakan dalam kegiatan ini meliputi:

1. Penyuluhan
Penyuluhan dilakukan dengan ceramah dan diskusi tentang pentingnya memasarkan produk pertanian melalui website, serta bentuk-bentuk komunikasi pemasaran lainnya yang dapat dipakai.
2. Pendampingan dan konsultasi.
Kegiatan ini merupakan pasca penyuluhan untuk melakukan pendampingan dengan bekerjasama penyuluh pertanian terutama penyuluh pertanian di kelurahan Teratai Kabupaten Batang Hari. Adapun materi penyuluhan tersebut meliputi: a) Komunikasi Pemasaran: tujuan dan bauran komunikasi pemasaran, b) E-Commerce: konsep E-Commerce, dampak Ecommerce terhadap masyarakat, dan negara, c) Manfaat E-Commerce dan Jenisnya secara universal, e) E-Marketing.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Evaluasi kegiatan ini dilakukan dengan melakukan test untuk mengetahui persentase kesiapan penggunaan e-commerce. Pengumpulan data juga berguna untuk menentukan langkah-langkah dalam menjalankan pengabdian masyarakat. Objek pengumpulan data adalah 16 orang peserta yang hadir. Angka di tabel menyatakan persentase jumlah responden yang menyatakan mengetahui tentang teknologi yang akan digunakan pada pengabdian masyarakat ini.

Tabel 1. Hasil data Kualitatif

| No. | Pernyataan | Ya |
|-----|---|-----|
| 1. | Penjualan hasil pertanian secara tradisional | 90% |
| 2. | Pemasaran hasil pertanian dengan memanfaatkan teknologi | 70% |
| 3. | Mengetahui <i>e-commerce</i> dan manfaatnya dalam pemasaran | 30% |
| 4. | Memahami penggunaan <i>e-commerce</i> | 30% |

Berdasarkan Tabel 1 diketahui bahwa hasil data kualitatif menunjukkan pengetahuan peserta kegiatan tentang penggunaan teknologi dan manfaatnya dalam pemasaran. Hal tersebut berarti bahwa kegiatan penyuluhan dan pelatihan ini membawa manfaat bagi para peserta pelatihan dalam menambah wawasan pengetahuan dan kemampuan untuk pengembangan usaha melalui pemanfaatan pemasaran produk hasil pertanian menggunakan E-Commerce.

Diharapkan dengan pengetahuan serta keterampilan tentang memasarkan produk hasil pertaniannya menggunakan E-Commerce, dapat menjadi bekal bagi mereka dalam menjalani usaha pertaniannya ini dengan lebih baik lagi, mampu menembus wilayah pemasaran yang lebih luas, menarik minat beli lebih banyak lagi dari yang sebelumnya, dan

pada akhirnya semua bermuara pada peningkatan volume penjualan dan pendapatan usaha sehingga kesejahteraan ekonomi petani lebih meningkat.

Berdasarkan hasil penelitian Nurjadi (2021), e-commerce memiliki peranan penting dalam manajemen rantai pertanian, terlebih di era digital saat ini. E-commerce merupakan teknologi yang dapat memotong rantai nilai produk pertanian sehingga manfaatnya dapat dirasakan oleh aktor-aktor agribisnis, yaitu petani dan konsumen. Selain itu, e-commerce juga dapat memperluas jangkauan pasar yang dalam jangka panjang dapat menciptakan iklim agribisnis yang lebih berdaya saing. Akan tetapi, pengembangan e-commerce produk pertanian memiliki beberapa tantangan baik dari sisi internal seperti sifat produk pertanian yang mudah rusak dan tidak tahan lama dan kurangnya sumber daya manusia yang profesional serta aspek eksternal seperti regulasi yang dinilai belum menguntungkan yaitu tingginya pajak penjualan dan infrastruktur yang belum memadai.

E-commerce yang bertujuan untuk menjaga keberlanjutan usaha tani pada umumnya bergerak pada aspek pemasaran dan pendanaan. Kedua aspek tersebut merupakan permasalahan umum yang sering dialami oleh petani. E-commerce pemasaran berperan dalam memasarkan hasil pertanian langsung kepada konsumen sehingga memotong rantai nilai, sedangkan e-commerce pendanaan berperan dalam menyediakan kebutuhan finansial untuk petani yang potensial dan investor melalui skema bagi hasil usaha. Model bisnis yang dikembangkan oleh e-commerce hasil pertanian melalui penyelesaian permasalahan pokok petani tersebut merupakan upaya dalam menjaga keberlanjutan pertanian Indonesia (Nurjadi, 2021).

SIMPULAN

Kegiatan ini berhasil mengidentifikasi tingkat pengetahuan para peserta penyuluhan tentang pemasaran produk hasil pertanian melalui e-commerce, sehingga petani dapat mempromosikan dan memasarkan produk pertaniannya, dapat menarik minat beli konsumen lebih banyak lagi, volume penjualan meningkat dengan memanfaatkan fasilitas ini.

Kegiatan ini berhasil pula menumbuhkan niat para peserta untuk melakukan pemasaran produk pertanian menggunakan e-commerce, menumbuhkembangkan niat mengembangkan usaha pertaniannya menjadi lebih baik, upaya menambah luas pangsa pasar, sehingga pendapatan usaha akan lebih meningkat, dan tingkat kesejahteraan para petani juga lebih meningkat daripada kondisi sebelumnya.

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada semua pihak yang telah berperan dalam pemanfaatan e-commerce dalam pemasaran hasil pertanian di Kelurahan Teratai Kabupaten Batang Hari. Sehingga pemanfaatan e-commerce ini dapat dituangkan dalam bentuk tulisan dan dipublikasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Alridhani, D & Persada, A. G. (2020). Implementasi Media Sosial dan E-commerce untuk Meningkatkan Pemasaran Hasil Pertanian Sayur dan Peternakan (Studi Kasus: Desa Sumberejo). *Journal Automata*, 1 (2), 93-96.
- Dharanidharan S, Kumar VP, Abishek P. 2018. Adoption of e-commerce marketing on agricultural products. *Sumedha J Manag.* 7(2): 45-50.
- Nambisan S. 2017. Digital entrepreneurship: toward a digital

technology perspective of entrepreneurship. New York (AS): Sage Publication Inc.

Nurjati, E. 2021. Peran dan Tantangan E-Commerce Sebagai Media Akselerasi Manajemen Rantai Nilai Produk Pertanian. Forum Penelitian Agro Ekonomi, 39(2), 115-133.

Shofa, F., Sari, A., Ramelan, M. R., Ambarwati, D. A. S. (2018). Marketing Web Based (E-Commerce) Sebagai Strategi Pemasaran Produk Pertanian Di Desa Mulyosari Kecamatan Way Ratai Kabupaten Pesawaran. Prosiding Pengabdian Kepada Masyarakat Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.

Sengkey, R., & Novi, M. T. 2017. IbM Pemanfaatan E-Commerce Dalam Memasarkan Hasil-Hasil Pertanian. Jurnal Teknik Elektro dan Komputer, 6(3), 11-115.