

## Pengelolaan Pemasaran *Online* Produk Pertanian Desa Pelaga

<sup>1</sup>I G K G Puritan W A, <sup>2</sup>I Gusti Agung Ngurah Indra Muliawan, <sup>3</sup>I Putu Kusa Satrialandipa Putra, <sup>4</sup>Ni Wayan Eka Puput Novianti, <sup>5</sup>Ida Bagus Jatem Kamandalu, <sup>6</sup>I Putu Wardhiana, <sup>7</sup>Rai Dwiki Purwa Mahendra, <sup>8</sup>Dewa Putu Adi Krisna Dewantara, <sup>9</sup>Komang Nova Triana Cipta, <sup>10</sup>Ni Made Damayanti, <sup>11</sup>Tri Aditya Agustiawan, <sup>12</sup>Ida Ayu Candra Pradnya Dewi, <sup>13</sup>Ni Putu Ady Oka Anjani, <sup>14</sup>I Gede Suardika

Institut Teknologi dan Bisnis STIKOM Bali

puri@stikom-bali.ac.id, ngurahindra@gmail.com, kusasatrialandipa@gmail.com, ekapuput44@gmail.com, gjatem@gmail.com, wardhianaagus@gmail.com, raidwiki373@gmail.com, krisnaadi15@yahoo.com, nova.cipta26@gmail.com, mddamayanty@gmail.com, triadityaagustiawan@gmail.com, candrapradnya11@gmail.com, okaanjani02@yahoo.com, gdsuardika19@gmail.com

---

### ABSTRAK

Desa Pelaga memiliki potensi alam yang baik. Pemanfaatan perkebunan sebagai agrowisata sangat berpotensi dalam perkembangan pariwisata desa tersebut. Konsep agrowisata yang menawarkan panorama perkebunan yang tertata rapi dan berbagai macam tanaman yang bernilai ekonomis tinggi. Ketika pembelian dari hotel dan restoran terhenti, pembelian dari konsumen lokal justru meningkat, terutama yang menggunakan aplikasi pasar daring (*online market*). Persoalannya masih belum banyak anggota komunitas tani yang mengetahui cara penggunaan pemasaran produk-produk taninya melalui online market terutama di Desa Pelaga Kecamatan Petang. Bersamaan dengan persoalan itu, penjualan online cukup berpengaruh terhadap pendapatan UMKM. Edukasi pengelolaan dalam pasar online diperlukan untuk produk mereka agar dikenal masyarakat luar daerah, konten digital terutama promosi melalui internet sangat berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam membeli produk secara daring. Langkah-langkah dalam menyelesaikan masalah tersebut adalah melalui kegiatan-kegiatan berupa penyediaan wadah pemasaran secara daring, pelatihan pembuatan konten digital produk-produk pertanian, dan pelatihan penjualan produk melalui *e-commerce*. Hasil dari kegiatan-kegiatan tersebut berupa peningkatan 100% kemampuan para kelompok tani Green Fresh Pelaga dalam membuat konten-konten digital, peningkatan 100% kemampuan menjual produk secara daring dan komunitas tani desa Pelaga kini memiliki wadah penjualan secara daring melalui [www.plagro.id](http://www.plagro.id).

**Kata kunci** : pertanian, penjualan daring, pemasaran *online*, Pelaga

### ABSTRACT

*Pelaga Village has good natural potential. The use of plantations as agriculture has great potential in the development of tourism in the village. The concept of agro-tourism that offers panoramic views of neatly arranged plantations and various kinds of plants with high economic value. When purchases from hotels and restaurants stop, purchases from local consumers actually increase, especially those using online market applications. However, not many members of the farming community know how to use the marketing of their agricultural products through the online market, especially in Pelaga Village, Petang District. Meanwhile, online sales have quite an effect on MSME income. Management education is needed in the online market for their products to be known to the public outside the region,*

*digital content, especially promotion via the internet, greatly influences consumer decisions in buying products online. In overcoming this problem, activities have been carried out in the form of providing online marketing platforms, training on creating digital content for agricultural products, and training on product sales through e-commerce. The results of these activities are in the form of increasing the ability of farmer groups to create digital content, increasing the ability to sell products online and the Pelage village farming community now has an online sales platform through www.plagro.id..*

**Keywords:** agriculture, online sales, online marketing, Pelaga

## PENDAHULUAN

Desa Pelaga memiliki potensi alam yang baik. Pengelolaan secara berbasis teknologi juga sudah banyak diterapkan di Bali pada umumnya (ADH, 2018). Pemanfaatan perkebunan sebagai agrowisata sangat berpotensi dalam perkembangan pariwisata desa tersebut. Kelompok tani yang aktif dan mengembangkan pertanian Desa Pelaga salah satunya desa Pelaga adalah kelompok Tani Green Fresh Pelaga. Konsep agrowisata yang menawarkan panorama perkebunan yang tertata rapi dan berbagai macam tanaman yang bernilai ekonomis tinggi.

Tanaman pertanian Desa Pelaga dikelompokkan menjadi tiga komoditas yaitu kelompok sayur-sayuran, bunga dan buah-buahan. Awal tahun 2020 Pandemi menghantam Bali dan pariwisata terpuruk. Wacana lama pun kembali muncul, Bali sebaiknya kembali ke pertanian sebagai penopang utama pembangunan ekonominya. Pertanian Bali memiliki keterkaitan dengan pariwisata berupa pasokan produk-produk pertanian untuk hotel dan restoran di destinasi wisata. Akibat pandemi COVID-19, petani-petani (muda) Bali menghadapi sejumlah masalah seperti berhentinya pembelian sayuran dari hotel dan restoran maupun ekspor sayur dan buah-buahan.

Ketika pembelian dari hotel dan restoran terhenti, pembelian dari konsumen lokal justru meningkat, terutama yang menggunakan aplikasi pasar daring (*online market*). Namun masih belum banyak warga Desa yang

mengetahui cara penggunaan pemasaran produk-produk taninya melalui *online market* terutama di Desa Pelaga Kecamatan Petang, sementara penjualan *online* cukup berpengaruh terhadap pendapatan UMKM (Setiawati and Widyartati, 2017).

Penduduk desa setempat terutama petani muda memanfaatkan teknologi informasi yang ada untuk memasarkan produk-produk hasil tani mereka. Kualitas dari produk hasil tani menjadi tantangan bagi mereka dalam pemasaran produk mereka dengan daerah luar desa. Produk-produk pertanian Desa Pelaga berkualitas dan memiliki nilai ekonomis baik, sehingga berpotensi dipasarkan secara daring. Perubahan gaya hidup melalui pembelian produk pertanian secara daring telah menjadi hal yang berpengaruh besar dalam industri agribisnis (Utami and Firdaus, 2018) disamping dukungan pengiriman hasil produk-produk transaksi daring sudah cukup diakomodir pengirimannya apabila dilihat dari fasilitas pengiriman barang di Denpasar (Pratami Ni W C, 2016).

Edukasi pengelolaan dalam pasar *online* adalah penting agar produk dikenal masyarakat luar daerah, konten digital terutama promosi melalui internet sangat berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam membeli produk secara daring (Mujiyana and Elissa, 2013).

Tabel 1. Analisis Situasi

No	Bidang	Permasalahan	Solusi
1	Tempat Penjuala	Belum memiliki	Pembuatan website

	n produk hasil pertanian	wadah pemasaran daring	penjualan daring dan akun <i>e-commerce</i> - Pelatihan pembuatan konten digital
2	Pemasaran produk pertanian	Komunitas Petani belum memiliki kemampuan pemasaran menggunakan media daring	Pelatihan penjualan produk pada akun <i>e-commerce</i>

### RUMUSAN MASALAH

Kurangnya pengetahuan, keterampilan serta motivasi usaha dalam pemanfaatan teknologi informasi yang dimiliki masyarakat sekitar dalam pemasaran Desa Pelaga sebagai desa wisata menyebabkan rendahnya tingkat penjualan hasil produksi dan pengunjung daerah tersebut. Berdasarkan uraian pada pendahuluan, dapat dirumuskan dua permasalahan pokok yaitu:

1. Bagaimana pemberdayaan masyarakat dalam memasarkan produk masyarakat dalam masa pandemi menggunakan Teknologi Informasi di desa Pelaga, Kecamatan Petang?
2. Bagaimana kemampuan masyarakat dalam memasarkan produk pertanian dalam menggunakan Teknologi Informasi dengan *e-commerce* di desa Pelaga?

### METODE

Pelaksanaan Pengabdian Masyarakat pelatihan dan penyuluhan dilakukan pada kelompok pemuda tani desa Pelaga yang bernama Green Fresh Pelaga, Komunitas tani ini memiliki anggota pada seluruh Banjar (setara RW) Desa Pelaga. Lokasi Kelompok Tani Green Fresh Pelaga berjarak 54 Km dari kampus Institut Teknologi dan Bisnis STIKOM Bali (ITB STIKOM Bali), jarak tersebut dapat

ditempuh dalam waktu kurang lebih 90 menit.

Langkah-langkah metode dalam pelaksanaan kegiatan ini adalah seperti terlihat pada Gambar 1.



Gambar 1 Tahapan Pelaksanaan kegiatan

Para anggota kelompok tani Green Fresh Pelaga dibuatkan sebuah wadah penjualan daring berupa website ([www.plagro.id](http://www.plagro.id)), juga akun-akun *e-commerce* Tokopedia, [bibli.com](http://bibli.com), dan bukalapak dan dilatih dalam mengelola akun-akun penjualan daring tersebut. Pada hari berikutnya akan dilakukan Pelatihan pembuatan konten digital yaitu berupa pelatihan fotografi produk pertanian

Para anggota dilatih sesuai kebutuhan dengan jadwal sebagai berikut pada Tabel 2 adalah susunan kegiatan pelatihan.

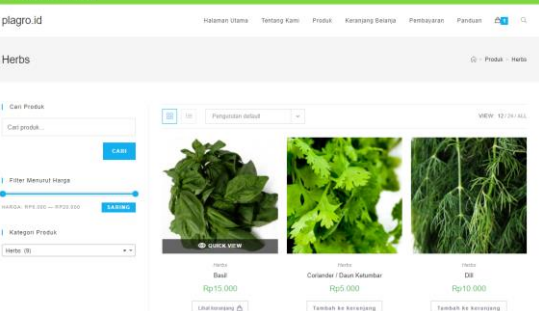
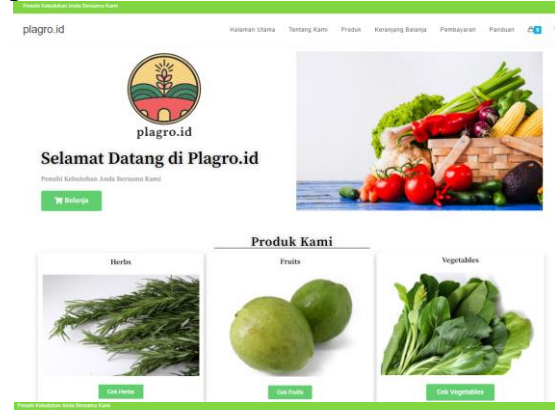
Tabel 2

No	Acara Pelatihan 1	Durasi
1.	Perkenalan	5 Menit
2.	Pelatihan pembuatan konten digital	Hari Ke-1 (60 Menit)
3.	Pelatihan pengelolaan produk pada akun <i>e-commerce</i>	Hari Ke-2 (90 Menit)
4.	Penutup	30 Menit

### PEMBAHASAN

Tahap pertama dilaksanakan pembuatan akun dan wadah penjualan daring, hasil system penjualan daring bisa diakses pada alama [www.plagro.id](http://www.plagro.id). Hasil

plementasi kurang lebih dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 2 Tampilan Web [www.plagro.id](http://www.plagro.id)

Setelah website penjualan daring terimplementasi, selanjutnya para anggota kelompok komunitas tani dilatih mengelola sarana penjualan daring. Sebelum pelaksanaan pelatihan praktek serta *workshop* pembuatan konten digital serta pengelolaan produk pada akun *e-commerce* para peserta diberikan materi, yang terdiri dari:

#### a. Teknik Foto Produk



Gambar 3 Materi Teknik Fotografi

Pertama adalah teknik mengambil gambar melalui sudut yang pas dengan menggunakan kamera ponsel serta teknik editin melalui aplikasi ponsel.

#### b. Background Foto Produk



Gambar 4 Pemilihan background foto produk

Kedua adalah menggunakan latar belakang pada foto produk, latar belakang kain ataupun kertas diajarkan kepada peserta. Selain itu pengaturan produk dalam boks studio mini memerlukan kemampuan estetika dan seni sehingga mendapatkan konten produk yang menarik.

#### c. Teknik Pencahayaan



Gambar 5 Teknik pencahayaan pada foto produk

Hal ketiga yaitu memperhatikan pencahayaan pada produk. Untuk menghasilkan foto produk berkualitas, pencahayaan menjadi faktor penting. Teknik-teknik pencahayaan diberikan untuk mendapatkan hasil produk sempurna.

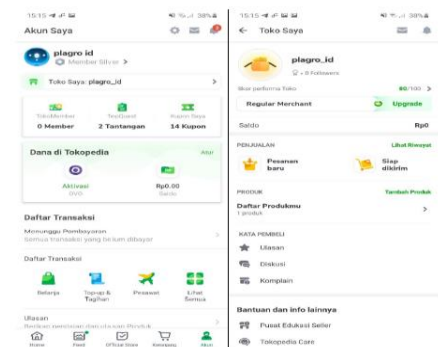
#### d. Pengaturan konfigurasi kamera ponsel



Gambar 6 Pengaturan kamera ponsel untuk fotografi produk

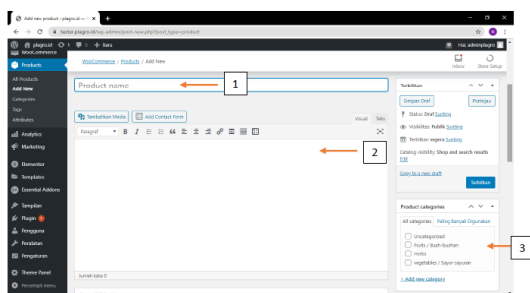
Pengaturan konfigurasi kamera pada ponsel sesuai kebutuhan menjadi poin penting mendapatkan konten produk.

e. Pengelolaan Konten produk pada *e-commerce*



Gambar 7 Unggah konten hasil fotografi produk pada akun *e-commerce*

f. Pengelolaan produk pada wadah website [www.plagro.id](http://www.plagro.id)



Gambar 8 Unggah konten hasil fotografi produk pada akun *e-commerce*

Setelah dari segei pengetahuan dilatih dan diberikan materi, selanjutnya dilakukan *workshop* pelatihan peningkatan kemampuan dalam penerapan materi yang telah diberikan, Seluruh anggota-anggota kelompok tani Green Fresh Pelaga

diberikan dan didampingi dalam pelatihan-pelatihan diantaranya adalah:

a. Pelatihan pembuatan konten digital



Gambar 9 Pelatihan Konten Digital Produk Pertanian

b. Pelatihan Branding dan Pengelolaan konten *E-Commerce* website [www.plagro.id](http://www.plagro.id) dan Instagram



c. Gambar 10 Pelatihan Branding dan Konten Instagram

Pelaksanaan pelatihan pembuatan konten dan pelatihan melakukan penjualan melalui media daring mendapatkan hasil 100% anggota kelompok tani Green Fresh Pelaga berhasil menguasai pembuatan konten digital dan pemasaran melalui media daring.

Hasil pengukuran respon dari pelatihan yang telah dilaksanakan, dapat terlihat pada gambar 5, nilai ukur kepuasan terhadap materi dan keseluruhan kegiatan pelatihan dan kegiatan mencapai 100%.

Konten-konten hasil pelatihan juga sudah terpublikasi pada media pemasaran [www.plagro.id](http://www.plagro.id) juga akun-akun *e-commerce* [plagro.id](http://www.plagro.id). Seluruh kegiatan secara umum sudah direspon dengan baik oleh Kelompok tani Green Fresh Pelaga.

Sedikit nilai kurang adalah hanya pada fasilitas serta ketepatan waktu mulai dan



selesai belum mencapai maksimal hanya 95%. Hal tersebut karena kendala teknis pada peralatan serta koneksi yang diperlukan untuk mengakses penjualan daring. Tidak seluruh peserta memiliki koneksi internet yang baik.



Gambar 5. Hasil Kuesioner kegiatan pengabdian

## SIMPULAN

Antusias kelompok tani Green Fresh Pelaga sangat baik sehingga dapat meningkatkan kemampuan yang terukur sebesar 100% dalam membuat konten digital produk sayuran serta dapat memasarkannya secara daring menggunakan wadah pemasaran *e-commerce*. Meskipun sudah memiliki wadah untuk memasarkan produk mereka melalui daring *e-commerce*, kelompok tani ini masih mengalami kendala teknis dalam mengoperasikan penjualan di *ecommerce*. Tindak lanjut dari hasil kegiatan ini adalah pendampingan dan pelatihan dalam melakukan penjualan melalui daring.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih kepada Kemendikbud dalam program PHP2D, Pemerintah Desa Pelaga, Institut Teknologi dan Bisnis STIKOM Bali, Kelompok tani Green Fresh Pelaga serta UKM Himatography STIKOM Bali atas bantuan dan kerjasamanya dalam pelaksanaan kegiatan PHP2D.

## DAFTAR PUSTAKA

ADH, I. P. W. (2018) 'Sistem Pengendalian Nutrisi Tanaman Paprika

Pada Media Hidroponik Model Tetes Menggunakan Atmega238', *Jurnal Teknologi Informasi dan Komputer*. LPPM Universitas Dhyana Pura, 4(1). doi: 10.36002/jutik.v4i1.401.

Mujiyana, M. and Elissa, I. (2013) 'Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Via Internet Pada Toko Online', *J@Ti Undip : Jurnal Teknik Industri*, 8(3), pp. 143–152. doi: 10.12777/jati.8.3.143-152.

PRATAMI NI W C, W. P. (2016) 'Penerapan Bisnis Model Kanvas Dalam Penentuan Rencana Manajemen Usaha Jasa Pengiriman Dokumen Di Denpasar', *Sistem dan Informatika*.

Setiawati, I. (STMIK H. S. and Widyartati, P. (STIE S. (2017) *Seminar Nasional dan Call for Paper 2017 Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia Melalui Publikasi Jurnal Ilmiah dalam Menyikapi Permenristekdikti RI No PENGARUH STRATEGI PEMASARAN ONLINE TERHADAP PENINGKATAN LABA UMKM, PROCEEDINGS*. Available at: <http://www.ejurnal.stiedharmaputra-smg.ac.id/index.php/PRO/article/view/263> (Accessed: 16 November 2020).

Utami, H. N. and Firdaus, I. F. A. (2018) 'Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Perilaku Online Shopping: Perspektif Pemasaran Agribisnis', *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Bisnis*, 2(1), pp. 136–146. Available at: <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ecodemica/article/view/3407/pdf>.