

ARTIKEL

PELATIHAN PENGELOLAAN MARKETPLACE UNTUK PENINGKATAN DAYA SAING KELOMPOK TANI KELURAHAN PRINGSEWU BARAT

Oleh: Hervin Yoki Pradikta dan Cindy Antika

Fakultas Sayri'ah UIN Raden Intan Lampung

Abstrak

Kelompok tani merupakan salah satu yang aktif di Kelurahan Pringsewu Barat. Keadaan yang ekonomi yang terdampak dengan adanya covid 19, juga berdampak pada penjualan hasil tani dari gapoktan. Untuk meminimalkan penyebaran covid 19, maka mobile marketplace merupakan salah satu alternative untuk menyiasati larangan untuk bertemu secara langsung antara penjual dan pembeli untuk mengurangi penyebaran covid-19 namun tetap mendorong pergerakan perekonomian khususnya penjualan hasil tani gapoktan. Metode dalam pengabdian ini dilakukan dengan diskusi dan demonstrasi mengenai penggunaan marketplace. Hasilnya adalah kelompok tani mulai mampu menggunakan marketplace baik untuk menjual produk yang mereka hasilkan hingga membeli kebutuhan pertanian. Dengan menggunakan marketplace di harapkan juga dapat meminimalkan rantai pasok hasil pertanian dari petani ke konsumen, sehingga dapat meningkatkan keuntungan atas penjualan dikarenakan petani dapat langsung menjual ke *end user*.

Abstract

The farmer group is one of the active ones in Pringsewu Barat Village. The economic situation that was affected by the COVID-19, also had an impact on the sale of agricultural products from the Gapoktan. To minimize the spread of covid 19, the mobile marketplace is an alternative to get around the prohibition on meeting directly between sellers and buyers to reduce the spread of covid-19 but still encourage economic movement, especially the sale of Gapoktan agricultural products. The method in this service is carried out by discussing and demonstrating the use of the marketplace. The result is that farmer groups are starting to be able to use the marketplace both to sell the products they produce to buying agricultural needs. By using the marketplace, it is also expected to minimize the supply chain of agricultural products from farmers to consumers, so as to increase profits on sales because farmers can sell directly to end users.

Keywords: *Marketplace, Farmers, Covid-19*

PENDAHULUAN

Covid-19 atau virus corona merupakan penyebab satu kasus baru penyakit pneumonia, kasus Kasus pneumonia ditemukan di Wuhan China pada akhir Desember 2019, sehingga membuat World Health Organization (WHO) menetapkannya sebagai salah satu wabah yang harus segera ditangani. Virus ini telah menimbulkan kepanikan diseluruh dunia, disebabkan penyebarannya yang cukup cepat (Azamfirei, 2020). Indonesia mulai terinfeksi Covid-19 mulai Maret 2020. Karena cepatnya penularan virus tersebut, beberapa pemerintah daerah telah memberlakukan sistem lockdown untuk membatasi kegiatan atau aktivitas perekonomiannya dan aktivitas sosial. Dampak dari pandemi Covid-19 ini dirasakan disemua sektor, tidak terkecuali sektor pertanian (Sarni & Sidaya, 2020). Dampak pandemi COVID-19 yang paling dirasakan petani ialah harga produk pertanian yang mengalami penurunan drastis disebabkan daya beli masyarakat yang turun. Hal ini tidak sebanding dengan usaha dan biaya operasional yang dikeluarkan petani saat melakukan budidaya. Selain itu, saat ini pemerintah telah memberlakukan kebijakan mensosialisasikan dan menerapkan social distancing, physical distancing, work from home (WFH), dan pembatasan sosial berskala besar

(PSBB) yang tercantum pada peraturan pemerintah RI No. 21 tahun 2020. Kebijakan tersebut dirasa sangat menyulitkan petani dalam memasarkan hasil produk budidaya mereka. Akibatnya produk pertanian banyak mengalami kemunduran mutu dan bahkan membusuk. Untuk menangani hal tersebut maka para petani perlu mengetahui tentang Marketplace.

Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) melalui penyediaan fasilitas penjualan dan pembelian barang dan jasa secara daring merupakan salah satu lompatan besar pemanfaatan TIK yang mampu mengubah pola kehidupan manusia dan membuat bisnis lebih kompetitif (Setiawan & Irawan, 2019). Ada tiga model yang digunakan dalam kegiatan penyediaan fasilitas penjualan dan pembelian barang/jasa secara daring, yaitu (1) online shop, (2) e-commerce, dan (3) marketplace (Sandhusen, 2008; Shaw, Blanning, Strader, & Whinston, 2012). Marketplace merupakan sebuah situs jual beli yang memungkinkan pembeli untuk memilih produk yang diinginkan pada situs tersebut, dan dapat melakukan diskusi melalui chat yang tersedia mengenai detail produk yang diinginkan, kemudian melakukan transfer pembayaran sesuai harga yang telah ditetapkan oleh penjual, kemudian penjual mengirim pesanan kepada pembeli sesuai alamat yang dicantumkan.

Dengan menggunakan marketplace petani dapat langsung menjual hasil panennya ke pembeli tanpa melalui tengkulak, hal tersebut memotong rantai pendistribusian yang dapat menguntungkan para petani karena harga dapat di tentukan lebih tinggi daripada harga yang biasanya di tentukan oleh tengkulak. Menurut Rahmawati (2018) manfaat penggunaan transaksi secara daring, di antaranya mengurangi biaya transaksi, harga, dan menghemat waktu, mendapatkan barang berkualitas, dan meningkatkan perdagangan secara global. Beberapa kelebihan e-commerce dibanding dengan pemasaran produk pertanian offline, yaitu (i) banyak jenis produk yang bisa dipasarkan dan dijual melalui internet; (ii). tempat menjual adalah internet

yang berarti dapat menjual di mana dan kapan saja; (iii) cara menerima pesanan melalui email, telepon, sms, dan lain-lain; (iv) cara pembayaran dengan kartu kredit, Paypal, atau tunai; dan (v) Jangkauannya sangat luas (Gunawan, Nida, & Henriyadi, 2020).

Kelurahan Pringsewu Barat merupakan Kelurahan yang terletak di kecamatan Pringsewu, dimana mayoritas penduduknya bermata pencaharian berkaitan dengan bidang pertanian baik dalam hal budidaya pertanian maupun perdagangan hasil pertanian. Dengan memberikan pelatihan pada kelompok tani di Kelurahan Pringsewu Barat terkait penggunaan mobile marketplace, diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan dan pendapatan petani sayur Kelurahan Pringsewu Barat

METODE PENGABDIAN

Pada pelaksanaan pelatihan pengelolaan marketplace ini, metode yang digunakan adalah dengan penjelasan konsep dasar teori-teori penting tentang marketplace, dan pelatihan praktek langsung di smartphone. Dimana pelaksanaan praktek lebih banyak daripada penjelasan teorinya. Penjelasan teori yang disampaikan adalah penjelasan konsep dasar untuk dasar-dasar praktek pada marketplace, kemudian sesi tanya jawab, serta diskusi antara peserta dengan mahasiswa KKN-DR UIN Raden Intan Lampung. Kemudian pelaksanaan praktikum langsung, terdiri dari metode praktek, kemudian sesi tanya jawab serta implementasi praktek usaha pada marketplace.

Untuk mengetahui kebutuhan para petani, beberapa tahapan dilakukan, agar pelatihan tepat sasaran dan sesuai dengan ekspektasi para petani. Tahapan tersebut antara lain pengamatan langsung atau observasi, wawancara atau tanya jawab dengan para petani. Pengamatan langsung atau observasi (Sukmadinata, 2013) adalah cara pengumpulan data dengan melakukan pengamatan terhadap kegiatan yang sedang berlangsung. Dikutip dari buku yang diterbitkan, Sugiyono menyatakan bahwa observasi adalah dasar semua ilmu pengetahuan (Sugiyono, 2018). Observasi dilakukan untuk mendapatkan informasi yang akan dicatat untuk merekam informasi tersebut. Salah satu langkahnya mahasiswa KKN-DR melakukan pengamatan langsung ke wilayah pertanian Kelurahan Pringsewu Barat.

Wawancara atau tanya jawab, merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang bertujuan menganalisa kebutuhan para petani, menganalisa masalah, serta jika ingin mengetahui beberapa hal mendalam dari responden yang jumlahnya tidak banyak (Sugiyono, 2018). Dalam bukunya, Nazir (Nazir, 2014) mengemukakan untuk mencapai tujuan penelitian, peneliti memperoleh informasi yang dibutuhkan dengan melalui tanya jawab langsung dengan responden. Dalam melakukan wawancara ini, dapat menggunakan alat bantu yaitu panduan wawancara. Dalam tahapan kegiatan ini, saya selaku mahasiswa KKN-DR UIN Raden Intan Lampung melakukan wawancara kepada para petani Kelurahan Pringsewu Barat dengan tujuan memperoleh informasi tentang kebutuhan pelatihan.

Dalam bukunya, (Firmansyah, 2020) Anang menjelaskan dalam lima tahun terakhir, transaksi penjualan online atau e-commerce terus mengalami peningkatan, sehingga dapat dikatakan

bahwa e-commerce memiliki masa depan yang bagus dengan adanya peningkatan nilainya. Salah satu produk terbesar dalam dunia e-commerce di Indonesia adalah marketplace. Salah satu penghubung antara penjual dan pembeli dalam internet, adalah marketplace. Marketplace menyediakan tempat untuk menjual produk dan terdapat fasilitas pembayaran melalui situs nya.

Sedangkan Aldrin Akbar (Mohammad Aldrin Akbar & Alam, 2020) menjelaskan bahwa e-marketplace atau marketplace adalah media online berbasis internet (berbasis web) tempat aktivitas bisnis dan transaksi antara pembeli dan penjual. Marketplace adalah bagian dari e-commerce

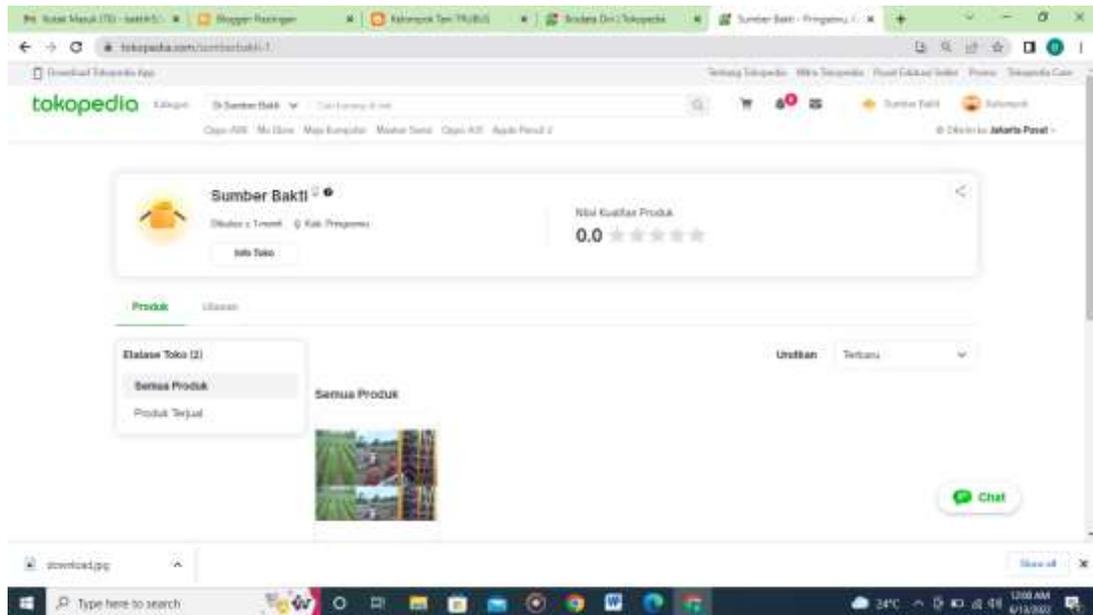
HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian ini diawali dengan kunjungan lokasi para petani untuk menganalisa dan melakukan wawancara terhadap permasalahan yang terjadi pada para petani. Pada saat kunjungan yang disambut oleh ketua dan beberapa anggota kelompok tani Kelurahan Pringsewu Barat. Pengabdi dapat menyimpulkan beberapa poin permasalahan. Setelah tergambaran permasalahan yang terjadi, pengabdi mengajukan kesediaan mitra untuk menyelesaikan permasalahan melalui program pengabdian. Lebih lanjut, pengabdi dan mitra bersepakat untuk menerima kegiatan pengabdian dengan mengundang seluruh anggota gapoktan untuk mengikuti kegiatan pengabdian.

Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan pada tanggal 07 Juli 2022 dan 08 Juli 2022 di Aula Kelurahan Pringsewu Barat Kecamatan Pringsewu Kabupaten Pringsewu. Kegiatan ini dihadiri oleh anggota Kelompok Petani Kelurahan Pringsewu Barat sebanyak 8 orang petani. Pelaksanaan ini diawali pada tanggal 07 Juli 2022 dengan sosialisasi kebijakan pemerintah untuk mendorong UMKM Go Online salah satunya hasil dari panen masyarakat. Sosialisasi ini sangat diperhatikan oleh mitra karena informasi ini dirasa sangat untuk keberlangsungan hidup dari hasil panen. Selain itu juga dilakukan sosialisasi mengenai pengertian marketplace, dan jenis-jenis marketplace. Salah satu info dalam sosialisasi ini, masyarakat khususnya gapoktan dituntut untuk paham mengenai kemajuan teknologi yang dapat digunakan sebagai sarana pemasaran atas produk yang dihasilkan.

Selanjutnya pada tanggal 08 Juli 2022 dilakukan pemaparan mengenai bagaimana pola dan cara agar dapat mengikuti kebijakan pemerintah tersebut, salah satunya adalah melalui media pemasaran marketplace. Materi pelatihan yang disampaikan oleh pengabdi adalah seputar pendaftaran, penggunaan dan mendapatkan hasil dari menggunakan marketplace. Hal ini penting untuk dijelaskan dikarekan mitra tidak melakukan pemasaran melalui marketplace dirasa susah terutama untuk memulai menggunakan marketplace. Online marketplace yang digunakan dalam pendampingan diantaranya adalah tokopedia dan facobook. Dalam menggunakan marketplace hal yang perlu di perhatikan adalah saat registrasi awal, karena saat registrasi awal ini calon pedagang diminta untuk memasukkan data pribadi ke dalam system. Setelah mendapatkan user dan login, kemudian pedagang diminta untuk membuat katalog produk. Dalam proses pembuatan

katalog produk, pedagang harus memasukkan foto dan juga berapa harga jual produk tersebut. Menggunakan marketplace cukup mudah, karena semua telah ada templatnya masing-masing. Tahap berikutnya adalah bagaimana merespon order dari konsumen dan bagaimana merealisasikan pendapatan.





Setelah melakukan pemaparan materi dan mendiskusikan dengan anggota mitra, mitra sangat tertarik untuk memulai mengaplikasikan pemasaran melalui media marketplace. Hal ini dipengaruhi oleh kegiatan pemaparan oleh pengabdian yang merubah persepsi susah menjadi mudah untuk menggunakan marketplace. Oleh karena itu, tim pengabdian memberikan pendampingan untuk dapat menjalankan aplikasi online marketplace. Banyak hal yang dilakukan dalam pelaksanaan penggunaan marketplace mulai dari bagaimana menggunakan teknologinya seperti laptop maupun handphone, bagaimana jaringan yang ada disekitar, sampai bagaimana

untuk dapat membuat iklan yang baik di marketplace agar dapat menarik konsumen sebanyak mungkin. Hal ini sangat disambut baik dengan banyaknya permintaan diskusi melalui sosial media untuk hal-hal yang mungkin tidak dapat tertampung pada saat pelaksanaan.

Sebelum kegiatan berakhir, diadakan sesi diskusi dan tanya jawab atas materi yang telah disampaikan dan praktek yang telah dilakukan. Dalam sesi tanya jawab ini, peserta bertanya tentang beberapa langkah mengembangkan usaha online.



Tujuan dari kegiatan pelatihan marketplace ini, adalah masyarakat pada wilayah Kelurahan Pringsewu Barat mempunyai pengetahuan konsep usaha online, dan memanfaatkan marketplace berbasis internet untuk memaksimalkan pemasaran usahanya. Dengan pelatihan yang dilaksanakan di aula Kelurahan Pringsewu Barat, maka para petani dapat mempraktekan langsung pada smartphoone masing-masing, tentang fitur pada marketplace, dan saran untuk kemajuan usaha online yang diberikan.

KESIMPULAN

Dari kegiatan yang telah dilakukan, dapat diambil kesimpulan bahwa masyarakat memperoleh pengetahuan tentang marketplace, mencoba beberapa langkah pemasaran produk secara online, memanfaatkan fitur pada marketplace, untuk mengembangkan area pemasaran secara online. Hal ini akan menambah penjualan para petani, serta memaksimalkan pemasaran produk dari panen para petani melalui marketplace online.

Para petani di Kelurahan Pringsewu Barat memperoleh wawasan pengenalan marketplace dan memaksimalkan penjualan produk pertanian mereka melalui dunia maya, membantu mitra pengabdian dalam mewujudkan dari misi Kelurahan Pringsewu Barat. Selain itu, mahasiswa KKN-DR juga dapat berbagi ilmu pengetahuan dan pengalaman kepada para petani.

DAFTAR PUSTAKA

- Azamfirei, R. 2020, *The 2019 novel coronavirus: a crown jewel of pandemics? The Journal of Critical Care Medicine*, 6 (1), 3-4.
- Firmansyah, M. A. *Pengantar E-marketing*. Qiara Media, 2020
- Gunawan, E., Nida, F. S., & Henriyadi. *Peluang dan Strategi Pengembangan E-commerce Produk Pertanian Merespons Dampak Pandemi Covid-19*. 2020
- Mohammad Aldrin Akbar, & Alam, S. N. *E-COMMERCE: Dasar Teori Dalam Bisnis Digital*. Yayasan Kita Menulis. 2020
- Nazir, M. *Metode Penelitian*. In Ghalia Indonesia (Cetakan 10). Ghalia Indonesia. 2014
- Rahmawati, E. *Consumer behavior towards e-commerce agribusiness product*. Asian Insitute of Technology. 2018
- Sarni, S., & Sidaya, M. 2020 *Dampak pandemi covid 19 terhadap pendapatan petani sayuran di kota ternate*. Paper presented at the Prosiding Seminar Nasional Agribisnis.
- Sandhusen, R. *Marketing*. Hauppauge, NY: Barron's Educational Series: ISBN 0-7641-3932-0. 2008
- Shaw, M. dkk. *Handbook on electronic commerce: Springer Science & Business Media*. 2012
- Setiawan, E., & Irawan, O. 2019. *Analisis Pengembangan Bisnis Syariah Dengan Business Model Canvas Pada Toko Online Suara Muhammadiyah*. Al-Urban: Jurnal Ekonomi Syariah dan Filantropi Islam, 3(1), 95-106.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. In Alfabeta (Cetakan 10). Alfabeta. 2018
- Sukmadinata, N. S. *Metode Penelitian Pendidikan*. In Remaja Rosdakarya. Remaja Rosdakarya. 2013