

PENINGKATAN PENGETAHUAN DAN KEMAMPUAN PETANI DI KABUPATEN MAROS UNTUK BERTRANSAKSI JUAL-BELI SECARA DARING DI MARKETPLACE

Iin Karmila Yusri^{1*}, Eddy Tungadi², Rini Nur³, Irfan Syamsuddin⁴, Fuad Azhim Abdullah^{5**}
^{1,2,3,4,5}Jurusan Teknik Elektro Politeknik Negeri Ujung Pandang, Makassar

ABSTRACT

The internet and social media have become entrenched in the social life of the Indonesian people, but the number of farmers who use this information technology to support agricultural and marketing activities is limited. Whereas by the usage of this technology such as marketplace applications, farmers can market their agricultural products directly to consumers. The marketing distribution chain can be cut so that it has the potential to increase farmers' profits. This community service program aims to develop farmers' knowledge and ability in using marketplace application. In this program, farmers who are members of Harapan Jaya Farmer Group in Maros Regency are given knowledge on marketplace for online buying and selling transactions especially in agriculture field. The farmers are taught from how to get a marketplace account, develop the shop to ship goods. Farmers are also providing with tips and tricks to do the online financial transaction safely.

Keywords: *Farmers, marketplace, online transactions*

ABSTRAK

Internet dan media sosial sudah membudaya di kehidupan sosial masyarakat Indonesia, namun jumlah petani yang memanfaatkan teknologi informasi untuk mendukung kegiatan pertanian dan pemasaran masih sedikit. Padahal dengan pemanfaatan teknologi informasi seperti aplikasi *marketplace*, petani dapat memasarkan hasil pertanian mereka secara langsung ke konsumen. Rantai distribusi pemasaran dapat dipotong sehingga berpotensi meningkatkan keuntungan petani. Program pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan kemampuan petani untuk menggunakan aplikasi *marketplace*. Melalui program ini, petani yang tergabung dalam Kelompok Tani Harapan Jaya Kabupaten Maros diberikan pengetahuan tentang *marketplace* untuk transaksi jual-beli daring khususnya untuk produk pertanian mereka. Petani diajarkan dari membuat akun di *marketplace*, membangun toko, hingga mengirimkan barang. Petani juga diberikan tips dan trik untuk bertransaksi finansial secara daring dengan aman.

Kata Kunci: *Petani, marketplace, transaksi daring*

1. PENDAHULUAN

Walaupun harga produk pertanian terus mengalami peningkatan, petani sebagai produsen mendapatkan harga jual yang rendah yang tentu saja merugikan petani. Penyebab terjadinya ketimpangan harga tersebut adalah panjangnya rantai distribusi dan ketergantungan petani pada tengkulak [1]. Penyebab lain adalah banyaknya lembaga tataniaga atau pedagang yang terlibat dalam proses distribusi sehingga harga jual konsumen akhir cukup tinggi [2]. Bahkan, seringkali petani terpaksa menjual hasil sawahnya sebelum panen tiba.

Hasil penelitian [3] menyebutkan bahwa teknologi informasi seperti aplikasi *marketplace* dapat digunakan oleh petani untuk memasarkan hasil pertanian mereka secara langsung ke konsumen. Rantai distribusi pemasaran dapat dipotong sehingga berpotensi meningkatkan keuntungan petani. 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 ditentukan lebih tinggi daripada harga yang biasanya ditentukan oleh tengkulak [4].

Pemanfaatan teknologi informasi untuk perniagaan bukan hanya menyediakan fitur penjualan namun juga pembelian barang dan jasa secara daring [5]. Penjualan dan pembelian barang dan jasa secara daring dilakukan dalam tiga model yaitu *online shop*, *e-commerce*, dan *marketplace* [6]. *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 [7].

* Korespondensi penulis: Iin Karmila Yusri, email iin.yusri@poliupg.ac.id

** Mahasiswa tingkat Sarjana (S1)

Menurut [8] manfaat penggunaan transaksi secara daring dapat mengurangi biaya transaksi dan harga, menghemat waktu, bisa mendapatkan barang berkualitas, dan meningkatkan perdagangan secara global. Selain itu. Dengan penjualan dan pembelian barang secara daring, pilihan jenis produk banyak sehingga meningkatkan daya saing, penjualan dapat dilakukan di mana dan kapan saja, karena transaksi penjualan dan pembelian dilaksanakan melalui media daring, dan jangkauan pemasarannya sangat luas [9].

Internet dan media sosial sudah membudaya di kehidupan sosial masyarakat Indonesia, namun jumlah petani yang memanfaatkan teknologi informasi tersebut untuk mendukung kegiatan pertanian dan pemasaran masih sedikit [10]. Begitu pula halnya dengan petani yang tergabung di Kelompok Tani Harapan Jaya Kelurahan Pettuadæ Kecamatan Turikale Kabupaten Maros. Hasil pertanian petani sudah dibeli oleh tengkulak sebelum waktu panen. Pembelian dengan sistem seperti ini merugikan petani karena petani telah dipatok harga jual tanpa memperhitungkan harga saat panen nanti. Selain masalah penjualan hasil pertanian, Petani juga seringkali mengalami kesulitan dalam menerapkan teknologi pertanian baru karena sulit mendapatkan peralatan dan bahan yang dibutuhkan.

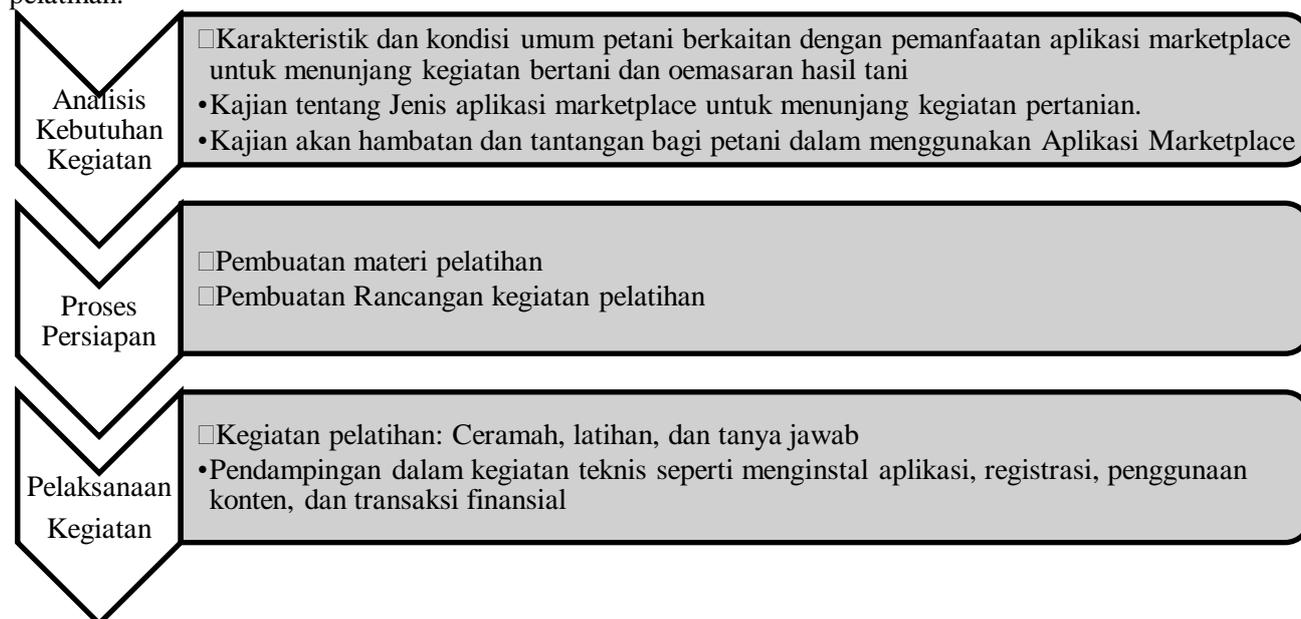
Peningkatan pengetahuan dan kemampuan bertransaksi jual-beli secara daring melalui *marketplace* bagi petani di Kabupaten Maros dirasakan sangat penting, karena dapat memudahkan petani dalam memasarkan hasil pertaniannya dan juga membeli alat dan bahan yang diperlukan untuk kegiatan bertani. Petani dapat menjual ke segmen pasar yang lebih luas tanpa perantara. Pemanfaatan teknologi informasi bagi petani ini secara tidak langsung akan meningkatkan kesejahteraan petani karena dapat memotong mata rantai distribusi dan penjualan hasil pertanian.

2. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini dilaksanakan dalam bentuk pelatihan bagi petani yang tergabung dalam Kelompok Tani Harapan Jaya Kabupaten Maros untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mereka dalam bertransaksi jual-beli secara daring melalui *marketplace*. Kegiatan PKM ini dilaksanakan dalam tiga tahap, yaitu analisis kebutuhan, proses persiapan, dan pelaksanaan kegiatan. Gambar 1 menunjukkan tahapan pelaksanaan kegiatan PKM ini.

Tahapan pertama dalam PKM ini adalah analisis kebutuhan kegiatan. Dalam tahapan ini, informasi mengenai karakteristik dan kondisi umum petani yang tergabung dalam Kelompok Tani Pappandangan berkaitan dengan penggunaan aplikasi *marketplace* dalam menunjang kegiatan Bertani dan pemasarannya digali lebih dalam. Selain itu, jenis aplikasi *marketplace* yang dimiliki dan telah digunakan oleh petani juga disurvei. Kepada anggota kelompok mitra juga akan di wawancarai tentang kendala dan hambatan yang menghalangi penggunaan aplikasi *marketplace*. Semua informasi ini dibutuhkan dalam menyusun materi pelatihan.

Tahapan berikutnya adalah proses persiapan. Di tahap ini, materi pelatihan dan rancangan kegiatan pelatihan dibuat. Setelah materi dan rancangan kegiatan diselesaikan, maka selanjutnya adalah pelaksanaan pelatihan.



Gambar 1. Metode pelaksanaan kegiatan PKM

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelatihan penggunaan *marketplace* dalam bertransaksi jual-beli daring untuk Petani di Kelompok Tani Harapan Jaya Kabupaten Maros dilaksanakan di Kantor Kelompok Tani Harapan Jaya pada 31 Juli 2022 yang berlangsung pukul 08.30 – 15.00 WITA. Kegiatan pelatihan ini diikuti oleh 15 orang petani. Narasumber kegiatan adalah tim PKM yang terdiri dari Dosen dan Mahasiswa Program Studi Teknik Komputer dan Jaringan Jurusan Teknik Elektro Politeknik Negeri Ujung Pandang.

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini dilakukan dalam tiga tahap berdasarkan metode yang digunakan yaitu metode ceramah, tutorial, dan diskusi.

Tahap 1. Metode Ceramah; pada tahap ini, peserta diberikan materi tentang *marketplace* yang berisi pengertian, fungsi, dan manfaat *marketlace* secara umum. Pada materi ini juga di jelaskan jenis-jenis *markerplace*, perbedaan *marketplace* dengan *online shop*, dan contoh *marketplace* terbesar di Indonesia, seperti Tokopedia, Bukalapak, Shopee, Lazada, dan Blibli. Setelah menjelaskan tentang *marketplace* secara umum, peserta diberikan penjelasan tentang pemanfaatan *marketplace* untuk penjualan hasil pertanian dan pembelian alat dan bahan pertanian, Beberapa jenis *marketplace* khusus bidang pertanian seperti Agromaret, Pantau harga dan LimaKilo. Tujuan dari pemberian materi ini sebagai motivasi bagi petani agar memiliki kemauan untuk menggunakan *marketplace* dalam kegiatan transaksi jual-beli hasil pertanian. Dokumentasi pelaksanaan kegiatan ini dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Pelaksanaan Tahap 1 dengan menggunakan metode ceramah.

Tahap 2. Metode Tutorial; peserta pelatihan diberikan materi khusus mengenai *marketplace* yang paling banyak digunakan di Indonesia yaitu Shopee. Di tahapan ini, peserta diberikan tutorial penggunaan Shopee sebagai penjual maupun sebagai pembeli. Tutorial dimulai dengan cara mendaftar akun Shopee, membeli produk di Shopee, membuka dan melengkapi profil toko di Shopee, cara mengupload produk dan mengatur pengiriman, melakukan transaksi penjualan hingga ke pengiriman. Dokumentasi pelaksanaan kegiatan ini dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Pelaksanaan Tahap 2 dengan menggunakan metode tutorial.

Tahap 3. Metode Diskusi; peserta pelatihan diberikan kesempatan untuk mendiskusikan permasalahan yang berkaitan dengan transaksi di *marketplace*. Permasalahan dalam bertransaksi Online yang dibahas adalah alat atau cara pembayaran dan, keamanan bertransaksi. Dokumentasi pelaksanaan kegiatan ini dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 4. Pelaksanaan Tahap 3 dengan menggunakan metode diskusi.

4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa pelatihan penggunaan *marketplace* untuk transaksi jual-beli daring bagi petani di Kabupaten Maros yang diselenggarakan oleh Program Studi Teknik Komputer dan Jaringan Jurusan Teknik Elektro Politeknik Negeri Ujung Pandang mampu memberikan kontribusi positif pada peningkatan pengetahuan dan kemampuan petani dalam memanfaatkan teknologi informasi yang mendukung pemasaran hasil pertanian. Oleh karena itu, disarankan agar kegiatan serupa perlu dikembangkan dengan mencakup lebih banyak peserta dan materi keterampilan teknis sehingga terwujud pemberdayaan petani dibidang teknologi informasi dan komunikasi.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini terlaksana atas pembiayaan dari dana Rutin Politeknik Negeri Ujung Pandang Tahun Anggaran 2022. Penulis menyampaikan penghargaan kepada Direktur dan Kepala UPPM Politeknik Negeri Ujung Pandang. Apresiasi juga ditujukan kepada Kepala Kelompok Tani Harapan Jaya Kabupaten Maros sebagai mitra PKM ini.

6. DAFTAR RUJUKAN

- [1] R. H. Wuisan, "Analisis Penggunaan E-commerce Agribisnis pada Pemasaran Bawang Merah dan Cabai Merah (Studi Kasus Platform E-commerce Sikumis dan Limakilo).," 2017.
- [2] M. R. M. Slamet Joko Prasetyono, Deasy Emalia, Arochman, "Pengembangan Aplikasi E-Marketplace sebagai solusi digital terpadu yang mempertemukan petani berlahan sempit dengan pembeli akhir," *IC-Tech*, vol. XIV, no. 2, p. 39, 2019.
- [3] D. Apriadi and A. Y. Saputra, "E-Commerce berbasis marketplace dalam upaya mempersingkat distribusi penjualan hasil pertanian," *J. RESTI (Rekayasa Sist. dan Teknol. Informasi)*, vol. 1, no. 2, pp. 131–136, 2017.
- [4] A. Yashinta, "Model Bisnis E-commerce produk pertanian (studi kasus pada PT. Limakilo maju bersama petani)," *J. Manaj. dan Bisnis*, vol. 14, no. 2, pp. 138–151, 2017.
- [5] E. Setiawan and O. Irawan, "Analisis Pengembangan Bisnis Syariah Dengan Business Model Canvas Pada Toko Online Suara Muhammadiyah," *Al-Urban J. Ekon. Syariah dan Filantr. Islam*, vol. 3, no. 1, pp. 95–106, 2019.
- [6] M. Shaw, R. Blanning, T. Strader, and A. Whinston, *Handbook on electronic commerce*. Springer Science & Business Media, 2012.
- [7] D. Irawan and M. W. Affan, "Pelatihan Penggunaan Mobile Marketplace Pada Kelompok Tani Sayur Desa Torong Rejo Batu," *J. Pengabd. dan Peningkatan Mutu Masy.*, vol. 2, no. 2, pp. 90–95, 2021.
- [8] E. Rahmawati, "Consumer behavior towards e-commerce agribusiness product," *Asian Insitute Technol.*, 2018.
- [9] B. Gunawan, M. S. Mubarak, N. Anbar, and R. Sanjaya, "Strategi Pengembangan Teknologi E-Commerce Umkm Rumah Sayur Lembang Menggunakan Metode Analisis Swot," *J. Teknol. Dan Open*

Source, vol. 3, no. 1, pp. 1–13, 2020, doi: 10.36378/jtos.v3i1.526.

- [10] T. Intan, B. Revia, and A. Erwita, “Peningkatan daya saing produsen minuman herbal melalui pembuatan konten kreatif media sosial berbasis pemasaran e-marketing,” *J. Komun. Prof.*, vol. 3, no. 2, 2019.