



**PELATIHAN PEMBUATAN TOKO ONLINE PADA PRODUK
PERTANIAN DI PEKON SUKARAJA KECAMATAN GUNUNG ALIP
KABUPATEN TANGGAMUS**

Roby Rakhmadi^{1)*}, Muhammad Guntur Purboyo²⁾, Junaidi³⁾

¹⁾Jurusan Hubungan Internasional Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung

^{2,3)}Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung

* Corresponding authors: robby.rakhmadi007@fisip.unila.ac.id.

ABSTRAK

Potensi pertanian di Pekon Sukaraja, Kecamatan Gunung Alip, Kabupaten Tanggamus harus ditanggapi dengan pelatihan terhadap masyarakat di kawasan sekitarnya agar mampu memanfaatkan potensi tersebut. Kegiatan pengabdian dilakukan dengan metode ceramah dan demonstrasi berupa pelatihan toko online terhadap produksi pertanian dalam pemasaran produk. Ekonomi digital akan menunjang kegiatan pertanian sehingga akan memberikan kesejahteraan pada kehidupan manusia. Agar pertanian mampu dikelola dengan baik, para petani harus mampu beradaptasi di tengah perubahan pola ekonomi akibat pandemi Covid 19. Ekonomi digital melalui e-commerce diharapkan menjadi solusi bagi permasalahan yang ada. Produk pertanian yang ada dapat dipasarkan kepada konsumen sehingga nantinya akan memberikan dampak kesejahteraan langsung pada petani.
Kata kunci: ekonomi digital, Pekon Sukaraja, e-commerce

ABSTRACT

The existence of agricultural potential in Pekon Sukaraja, Gunung Alip District, Tanggamus Regency needs to be addressed by training the community in the surrounding area to be able to utilize this potential. Pekon Sukaraja has a youth group that is quite active in empowering youth in its area. Service activities are carried out using lecture and demonstration methods. The service will be carried out through online shop training on agricultural production. The digital economy will support agricultural activities so that it will provide prosperity to human life. So that agriculture can continue to be managed properly, farmers must be able to adapt in the midst of changing economic patterns due to the Covid 19 pandemic. The digital economy through e-commerce is expected to provide solutions to existing problems. Existing agricultural products can be marketed to consumers so that they will have a direct welfare impact on farmers.

Keywords: digital economy, Sukaraja Village, e-commerce

PENDAHULUAN

Revolusi Industri 4.0 mewajibkan elemen inti pada setiap lini bidang target untuk membentuk fondasi yang berteknologi dan berdaya saing global. Penerapan IoT (*Internet of Thinking*) menjadi salah satu inovasi dalam penerapan program di revolusi Industri 4.0. Penggunaan teknologi mutakhir saat ini juga semakin dimaksimalkan dalam menyukseskan revolusi industry salah satunya dalam bidang pertanian. Pada era digital dunia pertanian bisa ditautkan dengan Industri 4.0 di mana pertanian diharapkan dapat melibatkan dunia digital dalam proses pengembangan dan pemasarannya. Selain itu, terbatasnya jaringan pemasaran produk hasil pertanian belum memberikan ruang bagi masyarakat lokal untuk menemukan cara dalam memperluas jaringan pemasaran dan memanfaatkan pasar digital. Keterbatasan ruang pemasaran bagi masyarakat lokal karena adanya pandemi menyebabkan hasil panen produk pertanian menjadi menumpuk sehingga tidak memberikan dampak kesejahteraan yang maksimal bagi para petani.

Permasalahan yang ada saat ini adalah pertumbuhan teknologi yang terlalu cepat sehingga mengakibatkan kurangnya sumber daya manusia yang cukup kompeten dalam menerapkan *e-commerce*. Pelatihan terhadap para petani dalam menghadapi pola perubahan pasar yang terjadi harus dilakukan agar mereka mampu bertahan dalam menghadapi tren yang terjadi. Mengingat terjadinya perubahan dalam pola konsumsi masyarakat, pelatihan pembuatan toko online terhadap petani di Pekon Sukaraja menjadi hal penting yang harus dilakukan agar mereka mampu memanfaatkan peluang ekonomi digital di masa pandemi di tengah melimpahnya hasil pertanian yang ada di wilayah tersebut.

Pelatihan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi untuk memasarkan produk pertanian merupakan hal yang harus dipromosikan. Pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi terjadi pada hampir semua lini kehidupan manusia salah satunya pada sektor ekonomi (Siti Yuniarti, 2019). Internet mengubah cara manusia melakukan bisnis dengan Internet (*net*) dan *world wide web (web)* yang menghadirkan bentuk ekonomi baru berbasis jaringan kecerdasan manusia (*networking of human intelligence*). Pada rezim

ekonomi lama, informasi berbentuk fisik sedangkan pada era ekonomi yang baru informasi berbentuk digital (Don Tappscot, 1995).

Pelatihan ini merupakan aplikasi dari e-commerce yang merupakan perwujudan pemasaran di era revolusi industri 4.0. Pandangan populer dari e-commerce adalah penggunaan internet dan komputer dengan browser Web untuk membeli dan menjual produk (McLeod Pearson, 2008). E-commerce atau perdagangan secara elektronik adalah transaksi bisnis yang terjadi dalam jaringan elektronik dengan menggunakan internet (Shely Cashman, 2007). Pengertian dari electronic commerce adalah pembelian, penjualan dan pemasaran barang serta jasa melalui sistem elektronik seperti radio, televisi dan jaringan komputer atau internet (Jony Wong, 2010).

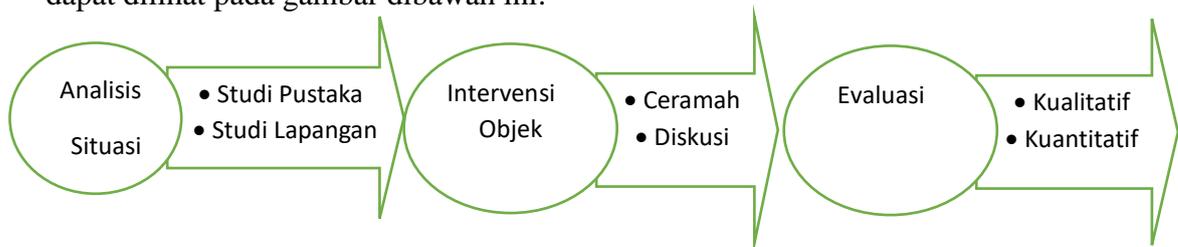
Pada masa pandemi Covid-19 Pemerintah menghimbau masyarakat untuk tinggal di rumah. Mereka tetap membutuhkan bahan makanan dari produksi pertanian/peternakan walaupun tinggal di rumah. Keinginan konsumen pada masa kini menginginkan produk pertanian dapat diantarkan langsung ke rumah. Pemasaran produk pertanian di Era Industri 4.0 melalui teknologi informasi sudah dilakukan oleh beberapa petani muda milenial dan telah mengajak petani konvensional untuk bergabung. Petani di pedesaan perlu menyiapkan produk pertanian yang diproduksi agar dapat dipasarkan dan memenuhi standar konsumen. Pengetahuan, sikap dan keterampilan petani dalam penanganan produk sangat diperlukan agar produknya memiliki daya saing. Pemasaran produk yang dilakukan pada saat ini masih dilakukan dengan cara konvensional sehingga ketika terjadi perubahan pola konsumsi banyak produk yang tidak terserap pasar. Oleh karena itu dibutuhkan strategi baru guna menyalurkan barang dari produsen kepada konsumen.

Strategi pemasaran yang dilakukan diantaranya dengan menerapkan teknologi informasi. Penerapan teknologi informasi dalam pemasaran dilakukan dengan menggunakan dunia maya untuk menjual hasil produksi, mulai dari penawaran kepada konsumen, permintaan konsumen kepada produsen, dan pembayaran online. Teknologi yang semakin maju harus meningkatkan nilai tawar petani di pedesaan agar bisa menangkap peluang ini untuk mengembangkan usahanya agar produksinya bisa diserap dengan baik. Tuntutan

kebutuhan pasar akan semakin meningkat seiring dengan semakin banyaknya petani yang dikenal menghasilkan produk pertanian yang berkualitas sehingga akan memacu para petani untuk meningkatkan produksi pertanian.

METODE

Secara ringkas, metode dan tahapan pelaksanaan kegiatan pengabdian ini dapat dilihat pada gambar dibawah ini:



Gambar 3.1. Metode dan Tahapan Kegiatan

(Sumber: Diolah Tim, 2021)

Kegiatan pengabdian ini direncanakan dilakukan melalui tiga tahap antara lain:

- a. Analisis Situasi dilakukan melalui penelusuran penelitian dan kajian dengan tema yang berkaitan. Selain studi pustaka, analisis situasi diperoleh dari hasil studi lapangan pendahuluan (pra riset) yang telah dilakukan oleh tim pengabdian;
- b. Intervensi Objek dilakukan melalui 2 (dua) bentuk, yaitu ceramah dan diskusi. Ceramah dilakukan dengan tema-tema sebagai berikut:
 1. Pengertian ekonomi digital
 2. Manfaat penggunaan toko online
 3. Metode meningkatkan kualitas produk
 4. Jaringan pasar toko online
 5. Branding dan labeling produkKegiatan ceramah ini dilanjutkan dengan sesi tanya jawab dan berkembang menjadi diskusi intensif antara pemberi materi dan peserta pelatihan. Dengan dilakukannya tahapan ini akan terjadi peningkatan pemahaman dan pengetahuan peserta pelatihan tentang manfaat dan keuntungan memiliki toko online sebagai sarana pemasaran produk yang dimiliki.
- c. Evaluasi dan Refleksi.

Evaluasi dilakukan dalam bentuk pemberian pre dan post test sebagai metode pengukuran kuantitatif terhadap perubahan kognisi sebelum dan sesudah pelaksanaan kegiatan. Sedangkan refleksi dilakukan di akhir kegiatan dengan tujuan menguatkan komitmen dan kesadaran seluruh peserta kegiatan untuk berpartisipasi secara aktif dalam pengembangan toko online serta pemasaran produk yang dimiliki secara online. Di sisi lain, terdapat peningkatan dalam hal penyusunan rencana bisnis (*business plan*) serta pengembangan kelembagaan ekonomi desa sebagai wadah ekonomi desa dan masyarakat desa

HASIL DAN PEMBAHASAN

Guna menjamin efektifitas kegiatan pengabdian ini maka dilakukan pengukuran dengan menggunakan metode pre-test dan post-test. Pre-Test (evaluasi awal) dilakukan untuk mengukur dan mengetahui tingkat pengetahuan para peserta sebelum mendapatkan informasi dari kegiatan pengabdian ini. Evaluasi ini dilakukan dengan mengukur 14 variabel konten yang akan disampaikan yang terdistribusi dalam 53 indikator pertanyaan yang terdistribusi kedalam 12 variabel dan disusun dalam model angket Pre-Test. Hasil evaluasi pre-test ini dapat dilihat pada tabel 1 berikut ini:

Tabel 1. Persentase Tingkat Pemahaman Peserta Kegiatan

No	Kode Peserta	Pre-Test	Post-test	Peningkatan Pemahaman
1	P1	62,19	77,74	20%
2	P2	72,17	84,91	15%
3	P3	53,77	71,70	25%
4	P4	70,24	85,66	18%
5	P5	59,30	73,21	19%
6	P6	64,60	80,75	20%
7	P7	74,28	91,70	19%
8	P8	83,89	93,21	10%
9	P9	65,64	84,15	22%
10	P10	81,62	94,91	14%
11	P11	64,52	77,74	17%
12	P12	75,57	84,91	11%
13	P13	63,09	71,70	12%

14	P14	61,49	73,21	16%
15	P15	66,22	80,75	18%
Niali Rata-Rata		67,91	81,75	17%

(Sumber: Diolah dari hasil pre-test dan post-test, 2021)

Berdasarkan hasil data secara kuantitatif pada tabel 1 dapat dilihat terdapat peningkatan pemahaman peserta terhadap materi yang disampaikan pada proses pelatihan pembuatan toko online di pekon Sukaraja Tanggamus yang pesertanya terdiri dari muli-mekhanai. terjadi peningkatan pemahaman terhadap materi yang disampaikan sebesar 17%. Peningkatan pemahaman terendah ada pada peserta nomor 8 dengan peningkatan hanya 10%. Diasumsikan hal ini terjadi dikarenakan pada tingkat pemahaman pada saat sebelum mengikuti pelatihan ada pada angka 83,89% atau telah memiliki tingkat pemahaman yang cukup tinggi. Akan tetapi, dengan terlibatnya dalam pelatihan ini, tetap meningkatkan pemahaman peserta.

Disisi lain, peningkatan presentase pemahaman tertinggi ada pada peserta nomor 3 dengan angka peningkatan sebesar 25% dari total materi yang diterima, artinya pada level pemahaman yang cukup rendah pelatihan ini dapat memberikan tingkat pemahaman yang cukup signifikan bagi pesertanya. Secara rata-rata nilai pre-test yang diperoleh ada pada angka 67,91% sedangkan nilai rata-rata post-test ada pada angka 81,75% sehingga dapat dikatakan pelatihan ini cukup efektif dalam meningkatkan pemahaman peserta terkait dengan konten yang disampaikan. Secara kuantitatif hasil evaluasi ini memperlihatkan gambaran secara umum dari hasil evaluasi kegiatan. Adapun instrumen yang digunakan untuk pengukuran ini terlampir pada bagian lampiran di dokumen laporan ini.

Secara kualitatif, pasca dilakukannya kegiatan pengabdian ini, Pemerintah Desa dan organisasi muli-mekhanai Desa Sukaraja memiliki rencana untuk mengembangkan keripik selada air. Selada Air merupakan salah satu produk khas pertanian di lokasi pengabdian ini dilakukan. pengembangan produk pertanian ini direncanakan akan dijadikan makanan olahan yang diberi nama Keripik Selada Air Way Bekhak, nantinya produk ini akan di pasarkan melalui *e-commers*

Shopee dan Tokopedia sebagai representasi dan implementasi dari hasil pelatihan toko online yang telah diikuti.

SIMPULAN

Berangkat dari hasil evaluasi yang dilakukan secara kualitatif dan kuantitatif menunjukkan bahwa kegiatan pelatihan pembuatan toko online pada produk pertanian di pekon sukaraja kecamatan kabupaten tanggamus, telah berhasil memberikan peningkatan pemahaman terhadap mekanisme dan tata cara meningkatkan nilai produk pertanian serta membuat toko online. peningkatan ini terlihat secara kuantitatif dengan melihat meningkatnya persentase pemahaman daro peserta melalui post-test dan pre-test yang telah dilakukan

Secara kualitatif, hadirnya inisiatif untuk pengembangan produk unggulan yang dimiliki desa oleh pemerintah desa dan organisasi dibawah karang taruna yang dikenal pada lokasi ini dengan sebutan Muli-Mekhanai merupakan bukti kongkrit dari hasil pengabdian ini. munculnya ide tentang bagaimana mempromosikan produk unggulannya (Selada Air) dikolerasikan dengan lokasi wisata way Bekhak sebagai branding dan labeling produk menjadi suatu inisiatif yang baik yang diperoleh oleh peserta pelatihan. Disisi lain, Pemerintah Desa (dalam hal ini Sekeretaris Desa, Bagian Keuangan Desa, dan Bagian Pemerintahan Desa) memiliki ide untuk mengintegrasikan produk lokal desa dengan BUM Desa pekon sukaraja. integrasi ini akan diawali dengan membangun rencana bisnis desa yang akan menjadi dasar bagi Pengelola Oprasional BUM Desa dalam mengembangkan dan menjalankan bisnisnya merupakan langkah kongkrit yang perlu diapresiasi.

Mencermati manfaat dan efektifitas dari implementasi kegiatan ini maka disarankan untuk dilakukan secara berkelanjutan dengan pengembangan konten dan tema. untuk kegiatan serupa perlu dilakukan pada lokasi lain secara berkelanjutan dan bergulir pada masyarakat yang berada di lokasi-lokasi lainnya. Hal ini perlu dilakukan untuk memastikan tersosialisasinya manfaat dari pemanfaatan ekonomi digital untuk meningkatkan nilai tambah pada produk pertanian. Dengan demikian, informasi dan metode ini dapat tersebar luas dan memberikan manfaat pada masyarakat dalam sekala yang lebih luas pula.

DAFTAR PUSTAKA

- Siti Yuniar, <https://business-law.binus.ac.id/2019/08/26/internet-dan-ekonomi-digital/>.
- Tapscott, Don .(2015, The Digital Economic – Rethinking Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence, McGraw-Hill Education.
- Varmaat, Shelly Cashman.(2007) Discovering Computers: Menjelajah Dunia Komputer Fundamental Edisi 3, Salemba Infotek, Jakarta
- Wong, Jony.(2010). Internet Marketing for Beginners, Elex Media Komputindo, Jakarta.