

MEMBANGUN JIWA SOCIOPRENEURSHIP MASYARAKAT DESA RASAU JAYA 2 BERBASIS E-MARKETING SEBAGAI MEDIA PEMASARAN PRODUK HASIL PERTANIAN

**Ichsan¹, Revi Sesario¹, Dodi Radiansah¹,
Adi Marjani¹, Thomas Candra¹, Nur Fajar¹**

*Program Studi Manajemen Perkebunan, Jurusan Teknologi Pertanian, Politeknik Negeri Pontianak
Email Author: : ichanida@yahoo.com*

Abstrak

Rasau Jaya 2 merupakan desa di Kecamatan Rasau Jaya yang memiliki berbagai produk hasil pertanian. Produk pertanian meliputi kelapa dalam, kelapa hibrida, kelapa sawit, tanaman biofarmaka, buah-buahan, dan sayuran. Tujuan kegiatan ini adalah membantu masyarakat desa rasau jaya 2 memasarkan produk hasil pertaniannya berbasis e-marketing. Metode yang dilakukan adalah memberikan pelatihan bagi para pemuda desa rasau jaya 2 dengan pemasaran berbasis e-marketing. Hasil pelatihan adalah semua peserta puas terhadap pelatihan pemasaran produk berbasis online.

Kata Kunci: Jiwa Sociopreneurship, Desa Rasau Jaya 2, E-Marketing, Media Pemasaran Produk, Hasil Pertanian

Abstract

Rasau Jaya 2 is a village in the Rasau Jaya District which has a variety of agricultural products. Agricultural products include coconut, hybrid coconut, oil palm, biopharmaceutical crops, fruits and vegetables. The purpose of this activity is to help the community of Rasau Jaya 2 Village market their agricultural products based on e-marketing. The method used is to provide training for the youth of Rasau Jaya 2 Village with e-marketing based marketing. The result of the training is that all participants are satisfied with the online-based product marketing training.

Keywords: *Sociopreneurship, Rasau Jaya 2 Village, E-Marketing, Product Marketing Media, Agricultural Products*

PENDAHULUAN

Desa Rasau Jaya Dua merupakan salah satu desa di Kecamatan Rasau Jaya Kabupaten Kubu Raya yang letaknya tidak jauh dari ibu kota provinsi. Desa ini mendapatkan dukungan dari pemerintah provinsi untuk mengembangkan potensi pertanian sehingga desa ini dikembangkan oleh pemerintah pusat sebagai Kota Terpadu Mandiri. Berdasarkan data Profil Desa Rasau Jaya Dua Tahun 2018 tercatat jumlah total penduduk sebanyak 5.378 orang, dengan proporsi laki-laki 2.764 orang dan perempuan 2.614 orang. Luas wilayah Desa Rasau Jaya Dua mencapai 36,25 km², dengan topografi wilayah dataran dan curah hujan sedang menjadikan desa ini sangat berpotensi untuk pengembangan bidang pertanian dan perkebunan.

Rasau Jaya 2 dipimpin oleh Kepala Desa Lilik Suprapti, terdiri dari 5 dusun, 14 Rukun Warga, dan 43 Rukun Tetangga. Lima dusun antara lain Banjar Sari, banjar Rejo, Banjar Tengah, Banjar Laut, dan Tanjung Wangi. Di desa Rasau Jaya 2 tidak berbeda dengan kondisi di desa lainnya

di kecamatan Rasau Jaya penghasilan utama masyarakat adalah bertani. Data dari Kecamatan Rasau Jaya tahun 2018 luas lahan pertanian adalah 7.958 ha, dengan lahan perkebunan 1.560 ha. Luas tanaman produksi tahun 2017 adalah 1.916 ha, dengan produksi 5664 ton. Produksi berupa berbagai tanaman perkebunan, baik karet, kelapa dalam, kelapa hibrida, kelapa sawit, pinang, kopi, dan kakao. Selain itu masih banyak lagi potensi yang dimiliki oleh kecamatan rasau jaya.

Potensi sumberdaya pertanian yang besar akan memacu masyarakat desa Rasau Jaya Dua untuk berfikir lebih mendalam terhadap sumberdaya yang dihasilkan, sehingga masyarakat harus lebih kreatif mencari solusi agar semua produk pertanian yang dihasilkan bisa dijual dalam rangka menjaga kelangsungan hidupnya. Upaya untuk meningkatkan kreativitas masyarakat petani terhadap penggunaan teknologi informasi memerlukan pembinaan khusus agar dapat bersaing ditengah kemajuan teknologi dalam bidang pemasaran saat ini.

Salah satu cara agar masyarakat sektor pertanian dapat memenuhi kebutuhan ekonomi adalah dengan melakukan kegiatan wirausaha baik secara mandiri maupun secara berkelompok. Aktivitas wirausaha ini akan melakukan berbagai cara yang dapat mendatangkan keuntungan sehingga kebutuhan sehari-hari dapat terpenuhi dan dampak besarnya adalah menurunkan persoalan kemiskinan.

Selama ini, pemasaran hasil panen yang dilakukan oleh masyarakat petani desa Rasau Jaya Dua masih dilakukan secara tradisional yaitu dengan dijual langsung ke pasar atau melalui tengkulak sehingga harga jual yang didapat rendah. Perlu adanya penyuluhan dan pelatihan untuk meningkatkan kreativitas dalam hal penjualan hasil panen agar dapat meningkatkan harga jual dan dapat menambah penghasilan petani.

Media pemasaran konvensional hendaknya dapat berkolaborasi dengan media pemasaran secara *modern* menggunakan *e-commerce*, sehingga petani lebih maksimal dalam memasarkan produk hasil usahataniannya. Bertambahnya angka pengguna internet merupakan potensi besar bagi petani untuk memanfaatkan sarana penjualan melalui media *online*. Sehingga petani dapat melakukan penjualan produknya melalui kegiatan *offline* maupun *online*. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan perekonomian masyarakat di Desa Rasau Jaya Dua.

METODE PELAKSANAAN

Khalayak Sasaran

Khalayak sasaran dari kegiatan PKM ini yaitu kelompok pemuda di Desa Rasau Jaya Dua, Kecamatan Rasau Jaya, Kalimantan Barat. Kelompok ini terdiri dari para pemuda yang menguasai teknologi informasi, dalam hal ini adalah media sosial dan internet, seperti whatsapp, facebook, telegram, instagram, youtube, dan lain-lain.

Para pemuda inilah yang banyak meluangkan waktu untuk memasarkan produk hasil pertanian di desa rasau jaya 2.

Pelatihan

Pelatihan yang dilakukan tiga tahap, yaitu:

1. Pelatihan pemberdayaan sosial kemasyarakatan
 - a. Inovasi dan kreativitas yang dibutuhkan dalam pemberdayaan sosial kemasyarakatan.
 - b. Strategi yang dapat ditempuh pada

pemberdayaan sosial kemasyarakatan.

- c. Memotivasi terhadap kepedulian sosial kemasyarakatan.

2. Pelatihan keterampilan dalam memasarkan hasil produksi pertanian
 - a. Inovasi dan kreativitas yang dibutuhkan dalam menjalankan wirausaha.
 - b. Strategi yang dapat ditempuh untuk memanfaatkan peluang usaha.
 - c. Memotivasi peserta dengan cara menampilkan beberapa contoh strategi yang dilakukan oleh wirausahawan sukses di Indonesia.

3. Pelatihan e-commerce untuk memasarkan produk

Salah satu e-commerce yang akan diperkenalkan kepada peserta pelatihan adalah tokopedia dan google ads. Tokopedia merupakan online marketplace/toko daring/toko online. Layanan jual beli online di tokopedia menggunakan sistem customer to customer, dan bisa dilakukan oleh siapapun, dimanapun, dan kapanpun. Sementara google ads juga merupakan iklan berbayar.

Peserta akan mendapatkan pelatihan bagaimana cara untuk menjual produk yang mereka hasilkan secara online di tokopedia dan di google ads. Urutan langkah pelatihan dijabarkan sebagai berikut:

- a. Pengenalan terhadap situs tokopedia dan google ads dengan memberikan pengetahuan bagaimana cara mendaftar di tokopedia dan google ads termasuk istilah-istilah dalam penjualan yang ada di tokopedia seperti pembeli, sistem buka dompet, dan lain sebagainya serta persyaratan yang ada di google ads.
- b. Pelatihan cara memasarkan produk yang terdiri dari menjual barang (kategori barang, membuat kalimat promosi dan upload gambar sebagai promosi produk), mengelola proses transaksi, pengemasan pesanan dan pengiriman, terima uang dan *feedback*.
- c. Pengenalan lebih lanjut tentang tatacara sebagai pembeli sehingga peserta dapat memahami alur sistem penjualan di tokopedia dan google ads.

Partisipasi peserta dalam ipteks

Partisipasi dari peserta dalam kegiatan ini adalah melaksanakan semua kegiatan yang telah dirancang bersama. Peserta menyiapkan sumber

daya manusia yang akan terlibat dalam kegiatan pemasaran produk hasil pertanian.

Pengumpulan Data

Kegiatan ini diikuti oleh enam peserta. Jumlah peserta dibatasi karena harus memenuhi

protokol kesehatan covid-19. Setiap peserta diberikan fotokopi materi, diberikan penjelasan, dan diberikan angket analisis kepuasan untuk diisi. Selain itu dilengkapi pula dengan wawancara pada semua peserta.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Survey Kepuasan Peserta Pelatihan

No.	Pernyataan	Skala Penilaian			
		SS	S	TS	STS
1.	Materi PKM sesuai dengan kebutuhan mitra/peserta	4	2		
2.	Kegiatan PKM yang dilaksanakan sesuai dengan harapan mitra/peserta	3	3		
3.	Cara menyajikan materi PKM menarik	4	2		
4.	Materi yang disajikan jelas dan mudah dipahami	5	1		
5.	Waktu yang disediakan sesuai untuk penyampaian dan kegiatan PKM	2	4		
6.	Mitra berminat untuk mengikuti kegiatan PKM selama sesuai dengan kebutuhan mitra/peserta	3	3		
7.	Anggota PKM yang terlibat dalam kegiatan pengabdian pada masyarakat memberikan pelayanan yang sesuai kebutuhan	4	2		
8.	Setiap keluhan/pertanyaan/permasalahan yang diajukan ditindaklanjuti dengan baik oleh narasumber/pemateri	4	2		
9.	Kegiatan PKM dilaksanakan secara berkelanjutan	3	3		
10.	Mitra mendapatkan manfaat langsung dari kegiatan PKM yang dilaksanakan	4	2		
11.	Kegiatan PKM dapat meningkatkan kesejahteraan/kecerdasan mitra	4	2		
12.	Secara umum, mitra puas terhadap kegiatan PKM	6			

Semua peserta pelatihan setuju, bahkan empat orang sangat setuju dengan materi pelatihan. Hal ini karena menurut peserta pemasaran berbasis e-marketing sesuai dengan keadaan masyarakat dan perkembangan jaman.

Kegiatan PKM sesuai dengan harapan peserta, karena setelah beberapa bulan pandemi Covid-19 berjalan, pemasaran lokal cukup terganggu karena permerlakukan sosial distancing. Penjual tidak mudah berinteraksi dengan konsumen.

Dalam menyajikan materi nara sumber, yang adalah salah satu dosen di Program Studi Manajemen Perkebunan menyajikan materi dengan baik, sehingga menarik perhatian peserta. Tampilan presentasi yang menarik, dan sistematis menambah daya tarik penyajian.

Selain itu materi disampaikan dengan terurut dan sistematis. Beberapa materi merupakan pengalaman yang benar-benar baru bagi peserta. Penjelasan yang disampaikan santai, komunikatif, dan jelas. Membuat peserta mudah memahami materi yang disampaikan.

Waktu dalam penyampaian materi melebihi dari waktu yang tersedia. Hal ini karena menariknya materi dan ketertarikan peserta pada

materi. Sehingga waktu yang disediakan satu jam, kegiatan baru selesai setelah berjalan dua jam.

Peserta antusias mengikuti pelatihan, semuanya ingin segera mempraktekkan apa yang sudah diperoleh dan siap datang ke kampus untuk bertanya hal-hal yang belum jelas di kemudian hari.

Di samping nara sumber, anggota PKM yang lain, ikut membantu peserta dalam diskusi, memberikan gambaran tambahan tentang kemudahan memasarkan produk pertanian menggunakan e-marketing.

Selain penyajian, tanya jawab juga berlangsung dengan lancar. Para peserta, mengeluhkan tentang sulitnya jaringan di daerah mereka. Semua bisa didiskusikan secara terbuka dan jelas, sehingga peserta merasa puas.

Kegiatan ini akan terus dimonitor oleh program studi manajemen perkebunan. Oleh karena itu peserta diminta untuk terus berkomunikasi dengan program studi. Evaluasi terhadap peserta terus dilakukan berkelanjutan, sampai peserta benar-benar dapat memasarkan produk pertanian berbasis e-marketing.

Peserta merasa bahwa apa yang telah disampaikan bermanfaat langsung bagi mereka. Peserta adalah para pemuda, yang aktif di media

sosial dan internet. Mereka siap melakukan apa yang telah diperoleh dari pelatihan untuk dipergunakan di masyarakat.

Dengan kegiatan ini, para peserta merasa tercerahkan. Mereka mendapat yang sebagian sudah mereka kuasai ditambah dengan ilmu baru. Sesuatu yang siap untuk digunakan dalam kehidupan nyata. Semua peserta sangat setuju bahwa mereka merasa puas dengan kegiatan PKM yang dilakukan. Kegiatan ini sesuai dengan kebutuhan mereka untuk memasarkan produk pertanian desa rasau jaya 2 saat pandemi untuk memperluas pemasaran.

Evaluasi merupakan tahapan penting yang harus dilakukan untuk memantau aktivitas sesaat dan setelah kegiatan ini dilaksanakan (Kadariah, 1986), sehingga dapat menyimpulkan tingkat keberhasilan program.

Kegiatan evaluasi dimulai/Tahap I, saat kegiatan ini berlangsung tujuannya untuk mengetahui apakah seluruh yang diberikan dapat diserap dan dilaksanakan. Kegiatan ini sudah terlaksana saat pelatihan berlangsung.

Evaluasi Tahap II dilakukan satu minggu setelah acara ini. Cara yang dilakukan adalah dengan memantau langsung pada lokasi kegiatan untuk mendata apakah para pemuda sudah memahami konsep *sociopreneur*.

Evaluasi Tahap III merupakan tahapan lanjutan untuk melihat apakah pemberdayaan sosial kemasyarakatan, keterampilan dalam memasarkan hasil produksi pertanian. *e-commerce* untuk memasarkan produk dapat menyelesaikan kendala yang dialami sebelumnya, jika belum harus terus diberikan pembinaan sampai tujuan yang dimaksud dapat dicapai.

Evaluasi Tahap IV dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui keberlanjutan program, jika tetap terjadi kendala tetap harus diberikan solusi sampai tuntas.

Evaluasi Tahap Selanjutnya dilakukan dengan waktu berkala, tujuannya untuk tetap memantau keberhasilan dan kegagalan. Keberhasilan suatu program kegiatan harus diukur dengan capaian indikator. **Indikator keberhasilan program diukur dengan:**

1. Kelompok pemuda mampu mengelompokkan data-data dan informasi yang dibutuhkan dalam penyusunan perencanaan pemasaran dari produk pertanian yang diukur dengan terpenuhinya data dan informasi dalam tahapan perencanaan dan manajemen usaha.

2. Kelompok pemuda berhasil memasarkan produk menggunakan google ads, bukalapak.com dan pontianak informasi.
3. Tersusunnya rancangan pemasaran dari kelompok Tani Desa Rasau Jaya II, yang siap memasarkan hasil pertanian mereka dengan cara digital di luar bukalapak.com dan pontianak informasi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Kegiatan pelatihan berjalan dengan lancar, seluruh peserta merasa termotivasi untuk mempraktekkan apa yang telah mereka peroleh dalam pelatihan. Semua peserta merasa puas.

Pemasaran produk pertanian berbasis e-marketing merupakan salah satu solusi dalam mengatasi masalah pemasaran di masa pandemi covid-19, karena penjual dan pembeli tidak perlu berinteraksi langsung di suatu tempat, untuk menghindari sosial distancing.

Saran

Pada pemerintah daerah dapat membantu dalam mempermudah jaringan yang akan dipergunakan untuk memasarkan produk pertanian berbasis e-marketing.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kami sampaikan kepada Jurusan Teknologi Pertanian dan UPPM Politeknik Negeri Pontianak yang mensupport dan memfasilitasi kegiatan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik Kabupaten Kubu Raya. 2019. *Kecamatan Rasau Jaya Dalam Angka 2019*.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Kubu Raya. 2019. *Kabupaten Kubu Raya Dalam Angka 2019*.
- Eliyatiningsih, Septian L, Bety E. 2017. *Pembinaan Sociopreneur sebagai Upaya Meningkatkan Kreativitas dan Kemandirian Anak Yatim di Yayasan Raudlatul Akbar Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember*. Seminar Nasional Hasil Pengabdian kepada Masyarakat 2017
- Pontianak Post, <https://pontianakpost.co.id/kemiskinan-kalbar-naik-012-persen/> di post pada tanggal 24 Juli 2019.
- Prayogo Caroline. 2017. *Studi Deskriptif Social Entrepreneur pada Pemilik Agfa di Sidoarjo, Jawa Timur, Indonesia*. AGORA Vol. 5 , No. 1 Tahun 2017.