

PENGEMBANGAN WEBSITE SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA KELOMPOK TANI MAKMUR JAYA DESA SOPET KECAMATAN JANGKAR KABUPATEN SITUBONDO

*Puryantoro*¹, *Moh. Furqan*², *Ahmad Wildan Maulana*³, *Ainul Yakin*⁴
¹Fakultas Pertanian Universitas Abdurachman Saleh Situbondo, Situbondo
^{2,3,4}Fakultas Teknik Informatika, Universitas Nurul Jadid, Probolinggo
¹puryantoro@unars.ac.id, ²moh.furqan@unuja.ac.id

Abstract

In the current digital era, it is a challenge for business actors to market their products so that their market share becomes wider. The Makmur Jaya I Farmer Group as a service partner has superior products that need to be marketed using website media by utilizing e-commerce to support promotional activities. The implementation approach uses the Rational Unified Process (RUP) method, which is one of the methods used to solve marketing problems by using a website application. The website that has been created for partners with the address prosperousjayasatu.id provides online ordering facilities. By using this website promotion media, it will be able to increase the number of consumers so that it will have an impact on the welfare of partners.

Keywords: *e-commerce, farmer groups, website*

Abstrak

Di era digital saat ini menjadi tantangan tersendiri bagi pelaku usaha dalam memasarkan produknya agar pangsa pasar menjadi semakin luas. Kelompok Tani Makmur Jaya I sebagai mitra pengabdian memiliki produk unggulan yang perlu dipasarkan menggunakan media website dengan memanfaatkan e-commerce untuk mendukung aktivitas promosi. Pendekatan pelaksanaan menggunakan metode Rational Unified Process (RUP) yaitu salah satu metode yang digunakan untuk penyelesaian masalah pemasaran adalah menggunakan pembuatan aplikasi website. Website yang telah dibuat untuk mitra dengan alamat makmurjayasatu.id menyediakan sarana pemesanan secara online. Dengan menggunakan media promosi website ini akan mampu meningkatkan jumlah konsumen sehingga akan berdampak pada kesejahteraan mitra.

Kata Kunci : *e-commerce , kelompok tani, website*

PENDAHULUAN

A. ANALISIS SITUASI

Mitra sasaran pengabdian ini adalah masyarakat yang produktif secara ekonomi yaitu Kelompok Tani Makmur Jaya I. Kelompok Tani Makmur Jaya I merupakan kelompok tani yang fokus pada budidaya tanaman mangga beranggotakan 25 petani dibentuk berdasarkan Keputusan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia Nomor AHU-

0002888.AH.01.07.Tahun 2020 tentang Pengesahan Pendirian Badan Hukum Perkumpulan Kelompok Tani Makmur Jaya Satu Desa Sopet Kecamatan Jangkar Kabupaten Situbondo. Sekretariat beralamat di Kp. Galingan RT 001/RW 011 Desa Sopet Kecamatan Jangkar Kabupaten Situbondo.

Pendidikan anggota kelompok tani 4% tidak sekolah, 68% adalah lulusan SD, 24% lulusan SMP dan hanya 4% lulusan sarjana. Padahal petani dengan tingkat pendidikan tinggi cenderung lebih cepat menerima inovasi dan pengetahuan baru yang sedang berkembang dalam bidang pertanian, sehingga diharapkan dapat meningkatkan produksi dan pendapatan petani. Kelompok Tani Makmur Jaya I dalam berusahatani padi hanya mengandalkan keterampilan bertani secara turun temurun. Rata-rata umur anggota kelompok Tani Makmur Jaya I yaitu 36 tahun dengan rentang usia terendah yaitu berusia 24 tahun sedangkan umur tertua yaitu 71 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa anggota kelompok Tani Makmur Jaya I sebagian besar tergolong pada usia produktif (antara 15 sampai 64 tahun), sehingga akan mempengaruhi pola pikir dan kekuatan fisik dalam berusahatani. Kelompok tani hanya mempunyai 1 anggota atau 4% yang ada pada kategori usia tidak produktif yaitu berusia 71 tahun. Anggota Kelompok Tani Makmur Jaya I didominasi oleh petani yang memiliki jumlah anggota keluarga 3 hingga 4 orang yakni sebanyak 15 orang petani. Jumlah anggota keluarga 1 sampai 2 sebanyak 7 orang petani dan 3 orang petani mempunyai jumlah anggota keluarga 5 hingga 6 anggota keluarga.



Gambar 1. Pertemuan Anggota Kelompok Tani Makmur Jaya I

Pohon mangga yang diproduksi oleh Kelompok Tani Makmur Jaya I terdiri dari varietas arum manis 43, gadung 21 serta 250 garifta Merah di atas lahan seluas 40 hektar dengan produksi mencapai 1 ton mangga. Kelompok Tani Makmur Jaya I belum menggunakan teknologi informasi yang maksimal khususnya dalam melakukan penjualan hasil panen yang masih dengan cara manual dengan lingkup pasar lokal hanya dengan cara pemesanan melalui WhatsApp ketua kelompok tani. Selain itu pemasaran mangga juga dilakukan setiap ada pameran di alun-alun Situbondo yang diselenggarakan sekali dalam setahun. Padahal produksi mangga yang dihasilkan cukup melimpah sehingga

perlu pasar yang lebih luas agar hasil panen dapat terdistribusi dengan cepat kepada konsumen mengingat sifat komoditas pertanian yang satu ini adalah mudah busuk. Pada musim panen harga mangga akan turun dan jumlah mangga sangat melimpah menjadi permasalahan bagi petani karena hasil panen terjual dengan harga yang sangat rendah bahkan banyak terbuang begitu saja. Pengeluaran pangan petani mangga anggota Kelompok Tani Makmur Jaya I lebih tinggi dibandingkan dengan pengeluaran non pangan sehingga menghasilkan $GSR > 1$ yaitu 1,28 yang artinya rata-rata rumah tangga petani mangga ada pada kategori kurang sejahtera [1]

B. Permasalahan Mitra

Permasalahan prioritas mitra yang telah disepakati bersama mitra bidang manajemen khususnya manajemen pemasaran yaitu masih rendahnya ruang lingkup pemasaran mangga yang hanya dijual di sekitar kota Situbondo saja. Pada saat ini sangat mungkin sekali suatu UKM atau bidang usaha memanfaatkan *ecommerce* untuk mendukung aktivitas promosi. Begitu juga dengan mitra, dapat memanfaatkan *ecommerce* untuk mengenalkan profil usaha dan produknya kepada masyarakat luas. Cara yang dilakukan bisa dengan menggunakan *social media*, *market place*, atau membangun website. Melalui *e-commerce* ini mitra juga dapat melakukan transaksi online dengan pelanggannya secara mudah, baik skala nasional ataupun internasional. Dengan demikian, masalah media promosi yang sedang dihadapi oleh mitra dapat terselesaikan dengan baik.

METODE PELAKSANAAN

Berkaitan dengan permasalahan yang dialami oleh mitra, tim pelaksana pengabdian kepada masyarakat memberikan pelatihan dan pendampingan penggunaan website sebagai media pemasaran buah mangga hasil produksi Kelompok Tani Makmur Jaya I. Pendekatan pelaksanaan menggunakan metode *Rational Unified Process* (RUP) [2], yaitu salah satu metode yang digunakan untuk penyelesaian masalah pemasaran adalah menggunakan pembuatan aplikasi website

1. Inception. Fase ini telah dilakukan, yaitu merupakan analisis awal (observasi) pada mitra dan mencari solusi dari masalah tersebut. Target dari fase ini memperoleh masalah mitra dan menentukan solusinya
2. Elaboration, yaitu menganalisa berbagai persyaratan dan risiko kemudian menetapkan base line. Fase ini adalah dengan Focus Group Discussion (FGD) kepada mitra (secara parsial) untuk mengumpulkan informasi lebih lengkap guna menentukan rancangan aplikasi e-commerce, mulai bentuk, desain dan cakupan dari aplikasi yang akan dibuat oleh pelaksana, sehingga diharapkan aplikasi e-commerce yang dibuat sesuai dengan kebutuhan mitra. Target dari fase ini adalah terkumpulnya informasi lengkap sebagai acuan pembuatan aplikasi.
3. Construction, fase ini adalah pembuatan aplikasi e-commerce berdasarkan data dari fase 1 dan 2. Testing aplikasi hingga siap untuk digunakan oleh mitra.

Target dari fase ini adalah terbangunnya aplikasi e-commerce sesuai dengan kebutuhan mitra.

4. Transition. Fase ini dimulai dengan pelatihan pegawai mitra dalam menggunakan aplikasi ecommerce, transfer knowledge kepada mitra, kemudian dilanjutkan pada fase pendampingan, upload data produk baru, dan perawatan aplikasi e-commerce.

HASIL DAN PEMBAHASAN

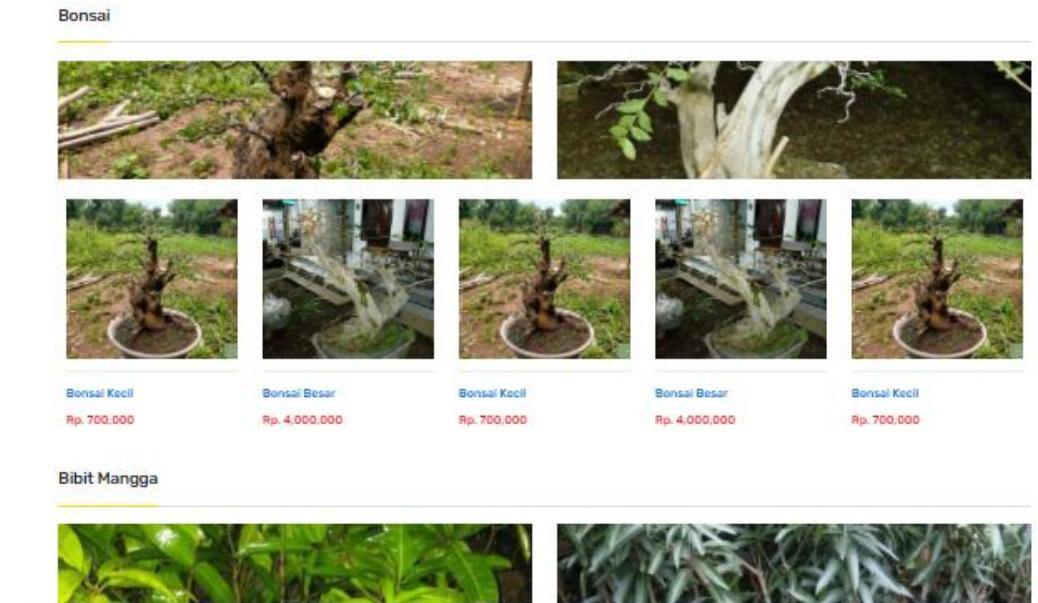
Proses pembuatan website untuk Kelompok Tani Makmur Jaya ini telah dilakukan analisis awal mengenai permasalahan mitra yang prioritas untuk diberikan solusi oleh tim pengabdian. Dari hasil observasi kemudian dilakukan fase elaboration dengan melakukan pertemuan FGD bersama kelompok tani, tujuannya adalah mengumpulkan informasi lengkap sebagai acuan untuk merancang konsep website yang akan dibuat. Berdasarkan hasil FGD diperoleh data diantaranya :

1. Produk kelompok tani
2. Alamat sekretariat kelompok tani
3. Profil
4. Proses pemesanan
5. Harga produk

Proses pemesanan merupakan hal yang perlu lebih difokuskan karena merupakan salah satu inti dari kegiatan transaksi yang dapat dilakukan oleh konsumen untuk melakukan pemesanan produk. Kelompok tani menginginkan proses yang efektif dengan cara langsung terhubung dengan whatsapp kelompok tani jika ada konsumen yang melakukan order.

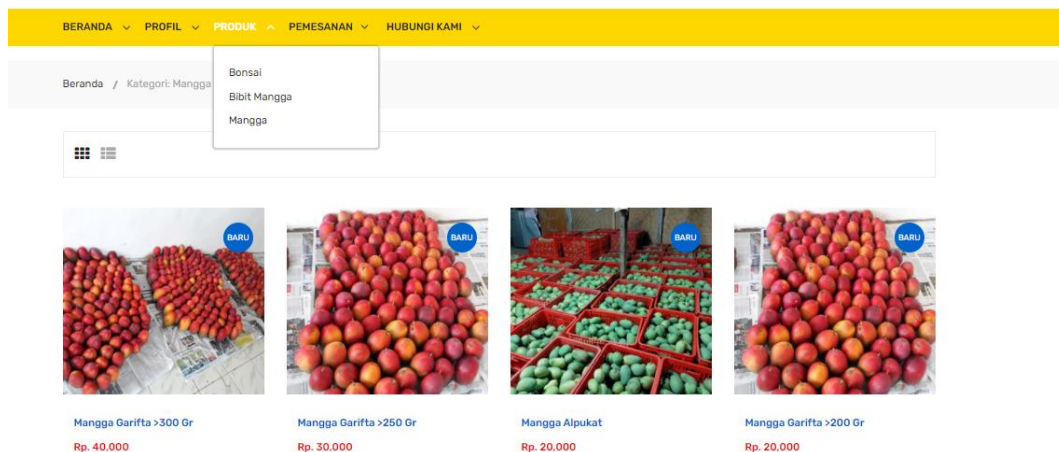
Dari kegiatan elaboration dilanjutkan dengan langkah construction pembuatan website berdasarkan data fase sebelumnya. Sistem informasi berbasis website telah *dionline*-kan dengan alamat makmurjayasatu.id. Website tersebut dapat digunakan untuk menunjang proses promosi dan pemesanan secara *online*. Selain itu, agar website dapat berjalan dan berkelanjutan, dilaksanakan pelatihan yang terkait dengan pengelolaan konten website “Makmur Jaya”. Halaman beranda website seperti yang ada pada Gambar 2.



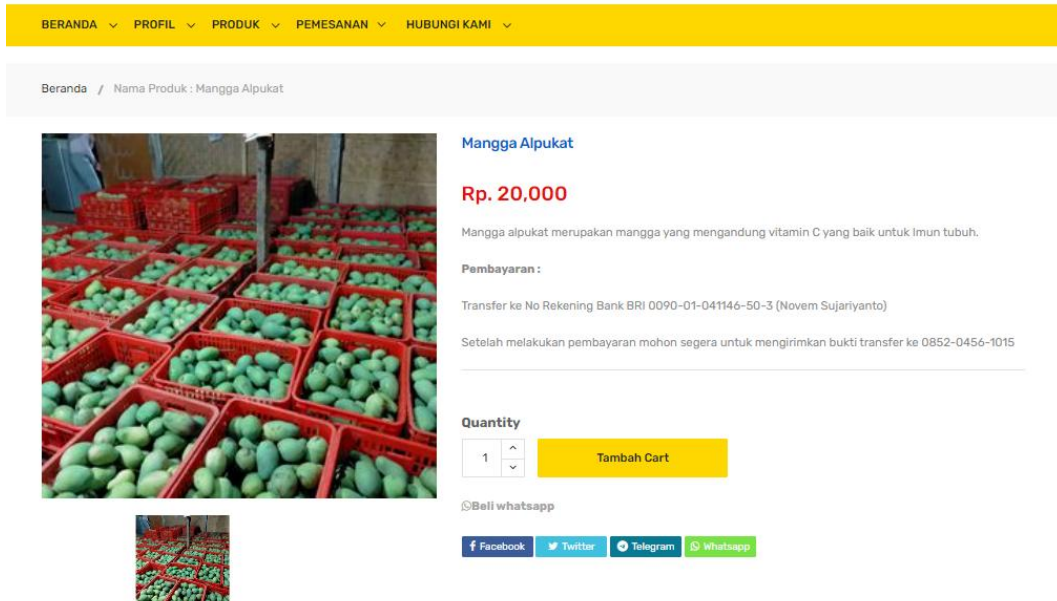


Gambar 2. Tampilan Beranda Webiste

Website dapat digunakan untuk melihat produk-produk yang dijual oleh kelompok tani, jenis-jenis produk, dan melakukan proses pemesanan online. Terdapat halaman produk (Gambar 3) yang memberikan daftar produk apa saja yang ditawarkan oleh Kelompok Tani Makmur Jaya. Selanjutnya pengunjung dapat melihat detail produk (Gambar 4) sekaligus dapat melakukan proses order pada halaman tersebut jika pengunjung tertarik untuk membelinya. Jumlah order dapat disesuaikan kebutuhan pembeli.

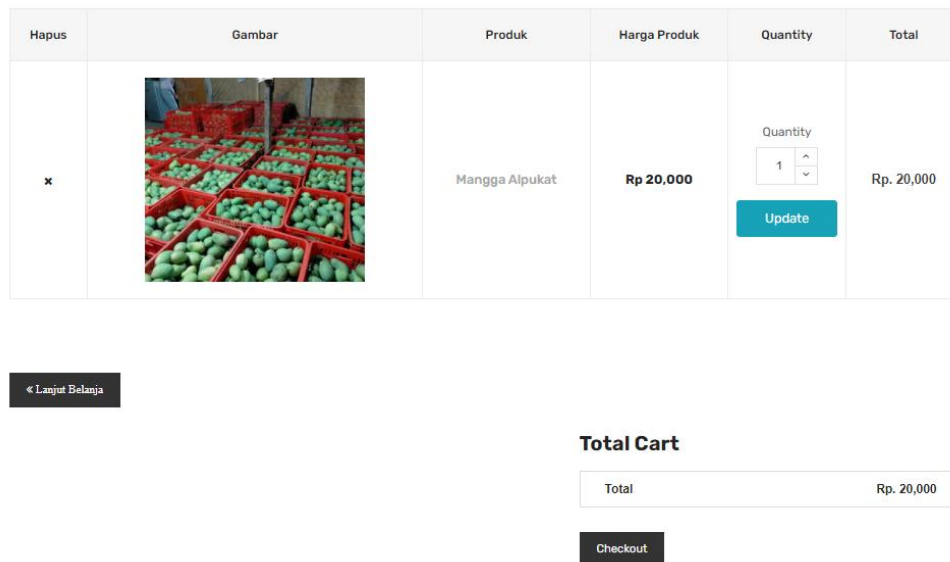


Gambar 3. Halaman Produk



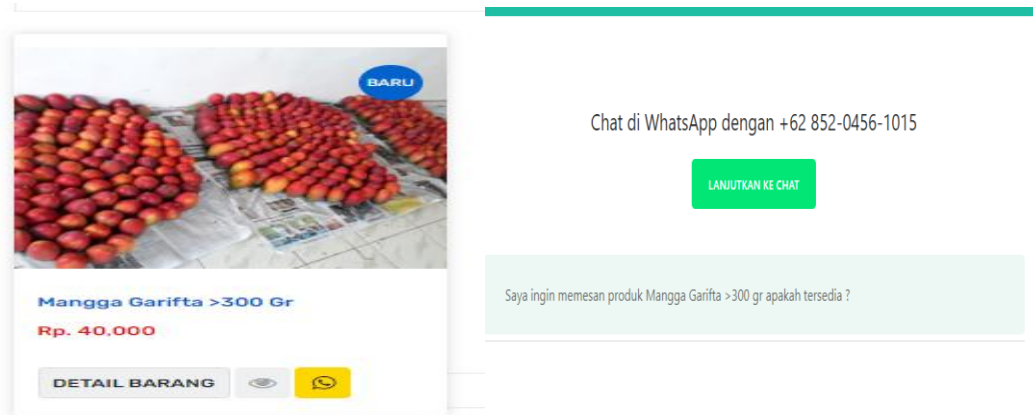
Gambar 4. Halaman Detail Produk

Selanjutnya konsumen dapat melihat detail order seperti nama produk, harga produk, quantity dan total belanja (Gambar 5). Apabila telah selesai melakukan pemesanan produk dapat dilanjutkan dengan checkout atau lanjut belanja jika masih ada produk lainnya yang akan di order.



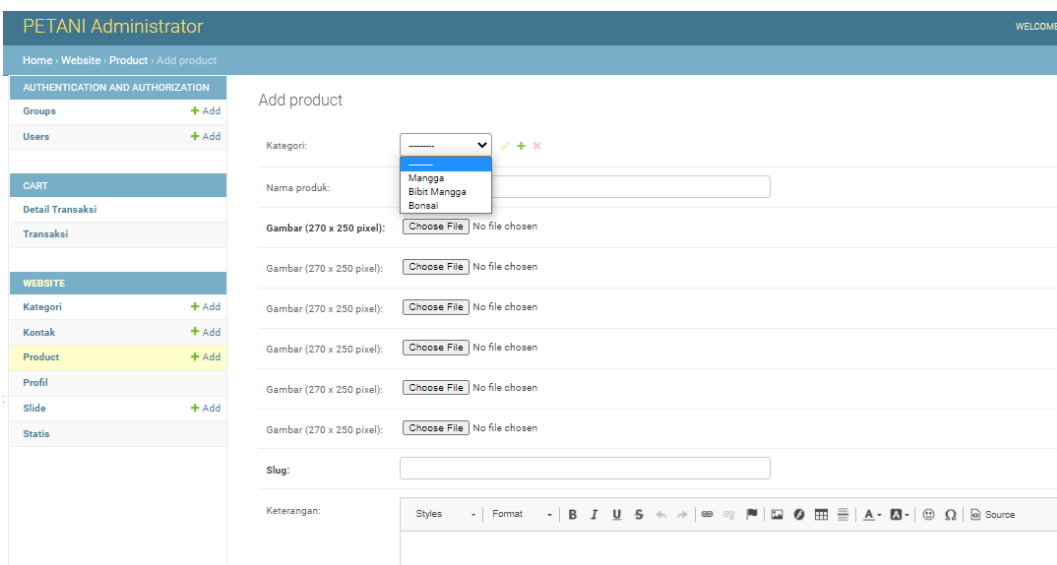
Gambar 5. Halaman Detail Order

Selain menggunakan fasilitas menu pemesanan website konsumen juga bisa menggunakan fasilitas order langsung terhubung ke no WhatsApp kelompok tani.



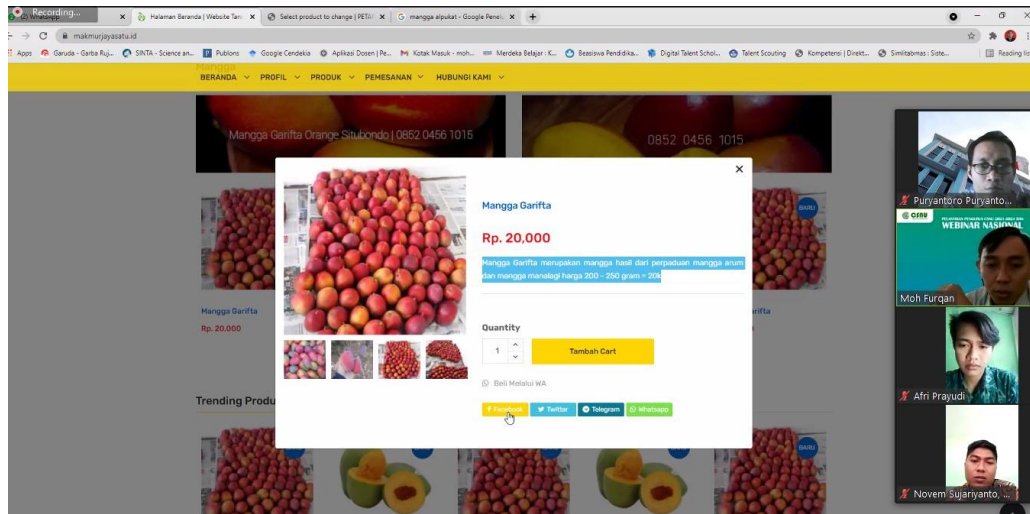
Gambar 6. Halaman Order melalui WhatsApp

Konten pada website dapat diubah dan ditambah oleh admin dengan membuka halaman admin. Halaman admin dipersiapkan ketika produk kelompok tani makmur jaya bertambah, ada terdapat perubahan sehingga informasi-informasi tertentu harus diubah seperti pada Gambar 7.



Gambar 7. Halaman Admin

Fase transition juga telah diberikan kepada Kelompok Tani Makmur Jaya pada 24 Juli 2021. Ketua kelompok tani juga telah diberi pelatihan dalam menggunakan aplikasi ecommerce dan transfer knowledge,



Gambar 8. Fase Transition Pelatihan Aplikasi ecommerce pada mitra

Kendala pada kegiatan ini adalah kondisi pandemi covid-19 sehingga pelatihan harus dilaksanakan secara daring. Keberlanjutan program kegiatan ini adalah pendampingan kepada kelompok tani secara offline agar kelompok tani dapat menguasai pemasaran secara online menggunakan website yang sudah disediakan.

SIMPULAN DAN SARAN

SIMPULAN

Dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Kelompok Tani Makmur Jaya dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Penggunaan teknologi informasi sebagai sarana informasi dan media promosi sangat penting dan dibutuhkan pada era digital
2. Website dapat membantu kelompok tani dalam memasarkan produk secara online

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi telah memberi dukungan moral dan dana terhadap pengabdian ini .

DAFTAR PUSTAKA

- [1] P. Puryantoro and A. Mayangsari, “Pangsa Pengeluaran Pangan Rumah Tangga Kelompok Tani Mangga Di Kabupaten Situbondo,” in *Prosiding Webinar Nasional Series Sistem Pertanian Terpadu dalam Pemberdayaan Petani di Era New Normal*, 2020, pp. 393–400.
- [2] A. N. Rachman and Cecep Muhamad Sidik Ramdani, “IbM Pelatihan Pemanfaatan E-Commerce Sebagai Media Pemasaran Global Untuk Peningkatan Penjualan Produk Kelom Geulis (Studi Kasus: UKM kelom geulis Tamansari Tasikmalaya),” *J. Siliwangi*, vol. 2, no. 1, pp. 64–68, 2016.