

## PELATIHAN PEMASARAN PENJUALAN HASIL TANI MENGUNAKAN PLATFORM *E-COMMERCE*, MEDIA SOSIAL, DAN MARKETPLACE PADA KELOMPOK TANI SUMBER MAKMUR KARIANGAU

***Gilang Rahmattillah Ramadhan<sup>1</sup>, Adinda Kristasya Salsabila<sup>1</sup>, Agung Gihon  
Simanjuntak<sup>1</sup>, Aisyah Nevalia Balqis<sup>1</sup>, Mervin Eky Richman<sup>1</sup>, Putri Permata Sari  
Syamtah<sup>1</sup>, Sherwin Fernanda Putra<sup>1</sup>, Muhammad Azka<sup>\*1</sup>, Kartika Nugraheni<sup>2</sup>***

<sup>1</sup>Program Studi Ilmu Aktuaria, Institut Teknologi Kalimantan, Jl. Soekarno Hatta KM 15, Balikpapan, Indonesia 76127

<sup>2</sup>Program Studi Matematika, Institut Teknologi Kalimantan, Jl. Soekarno Hatta KM 15, Balikpapan, Indonesia 76127

*\*E-mail: muhammad.azka@lecturer.itk.ac.id*

Pengabdian masyarakat telah dilaksanakan pada Kelompok Tani Sumber Makmur Kariangau. Kegiatan pengabdian bertujuan untuk meningkatkan daya saing produk. Masalah yang dihadapi oleh Kelompok Tani Sumber Makmur Kariangau adalah pemasaran yang masih dilakukan dengan cara tradisional sehingga jangkauan pemasaran rendah. Diberikan solusi kepada Kelompok Tani Sumber Makmur Kariangau yaitu memberikan program pelatihan pengembangan media pemasaran yang bertujuan untuk memperluas jangkauan promosi produk dan memberikan pelatihan terkait pengelolaan media pemasaran tersebut. Adapun target dari kegiatan pengabdian ini adalah kelompok Tani Sumber Makmur Kariangau dapat meningkatkan daya saing terutama di bidang pemasaran sehingga dapat meningkatkan pula kesejahteraan kelompok.

**Kata kunci:** e-Commerce, Pemasaran, Pengabdian Masyarakat, Pertanian

*Community service has been conducted for the Sumber Makmur Kariangau Farmers Group with the goal of boosting their product competitiveness. The group struggles with limited marketing reach due to their reliance on traditional marketing methods. To address this issue, a training program was implemented to help them develop and manage marketing media, thereby extending their promotional reach. This community service initiative aims to enhance the marketing capabilities of the Sumber Makmur Kariangau Farmers Group, ultimately improving their overall competitiveness and welfare.*

**Keywords:** e-Commerce, Marketing, Community Service, Agriculture

### 1. Pendahuluan

Pertanian merupakan salah satu mata pencaharian yang biasa dilakukan masyarakat di daerah dataran rendah yang ada di Balikpapan. Beberapa permasalahan yang sering dihadapi petani dari segi produksi berupa kegagalan panen dan dari tingkat harga yang relatif sangat rendah. Oleh karena itu petani tidak bisa memenuhi kekurangan biaya produksi pertanian dan biaya kebutuhan hidup karena adanya kerugian. Organisasi petani diharapkan sebagai komponen pokok dalam pembangunan pertanian, namun kondisinya saat ini kurang memuaskan (Syahyuti et al., 2016). Organisasi petani yang dimaksud dalam penelitian ini adalah kelompok tani. Kelompok tani adalah kumpulan petani yang terikat secara non formal dan dibentuk atas dasar kesamaan, kepentingan, kesamaan kondisi lingkungan (sosial, ekonomi, sumberdaya), keakraban dan keserasian, serta mempunyai pimpinan untuk mencapai tujuan bersama (Nainggolan & Harahap, 2014). Hal ini salah satu usaha pemerintah bersama petani dalam rangka membangun upaya kemandiriannya dengan membentuk kelompok-kelompok tani di pedesaan. Kelompok tani menghendaki terwujudnya pertanian yang baik, usahatani yang optimal dan keluarga tani yang sejahtera dalam perkembangan kehidupannya. Para anggota dibina agar berpandangan sama, berminat yang sama dan atas dasar kekeluargaan (Nainggolan & Harahap, 2014).

---

Pembentukan kelompok tani yang diatur oleh Surat Edaran Menteri pertanian, membuatnya cenderung merupakan kelompok formal. Hal ini berdampak, kelompok tani yang semula bersifat kelompok sosial terpaksa berkembang menjadi kelompok tugas, karena terlampaunya banyaknya intervensi luar terhadap kelompok tani tersebut. Selain itu pembentukan kelompok tani lebih diarahkan untuk memudahkan pelaksanaan tugas pemerintah menyalurkan sarana produksi kepada petani, yang memang lebih mudah dikoordinasikan dalam satuan kelompok dibanding perseorangan petani. Hasil penelitian berkenaan dengan pengorganisasian petani, ditemukan bahwa tindakan kolektif melalui organisasi formal seharusnya hanya dipandang sebagai sebuah opsi belaka, sehingga tak dipandang sebagai suatu keharusan (Syahyuti et al., 2016). Selain itu penting untuk memperhatikan keberadaan institusi sosial lokal dan modal sosial lokal karena telah berdampak positif pada upaya peningkatan dan pemberdayaan masyarakat miskin perdesaan (Sukmana, 2005). Berdasarkan Peraturan Menteri Pertanian Nomor.67/Permentan/SM.050/12/2016, dalam (Hasan et al., 2021) kelompok tani memiliki ciri-ciri sebagai berikut: (a) Saling mengenal, akrab, dan saling percaya diantara sesama anggota; (b) Mempunyai pandangan dan kepentingan yang sama dalam berusaha tani; (c) Memiliki kesamaan dalam tradisi dan atau pemukiman, hamparan usaha, jenis usaha, status ekonomi maupun sosial, bahasa, pendidikan dan ekologi; (d) Ada pembagian tugas dan tanggung jawab sesama anggota berdasarkan kesepakatan bersama.

Kariangau yang memiliki luas wilayah 1.279 Ha, terdiri dari 13 Rukun Tetangga dan pada tahun 2018 memiliki jumlah penduduk 5.744 jiwa. Kariangau merupakan salah satu kelurahan yang ada di Kecamatan Balikpapan Barat, Kota Balikpapan, Kalimantan Timur. Lokasi daerah Kariangau terletak di sebelah barat Kota Balikpapan. Daerah tersebut merupakan penghasil sayur yang memenuhi kebutuhan masyarakat Kota Balikpapan. Program kegiatan ini memiliki target yang sudah ditentukan yaitu Kelompok Tani Sumber Makmur 2 berlokasi di Kelurahan Kariangau yang terletak di KM.05 tepatnya di Jalan Sultan Hasanuddin RT.004 (Sebelah SMPN 16 Balikpapan). Masyarakatnya tergolong dalam masyarakat yang sebagian besar bermata pencaharian petani dan peternak. Tanaman yang ditanam berupa berbagai jenis sayuran, buah, dan ternak yang dimiliki adalah sapi, kambing dan walet. Selain itu terdapat warga yang bekerja sebagai karyawan di perusahaan tetapi bukan warga asli atau warga lokal. Berdasarkan survey yang telah dilakukan dengan salah satu warga, tumbuhan yang ditanam dan dipasarkan oleh kelompok tani yang berlokasi di KM.05 tepatnya di Jalan Sultan Hasanuddin RT.004 (Sebelah SMPN 16 Balikpapan) yaitu terdiri dari sayuran yang berjenis buncis, cabai, timun, ubi ungu, ubi merah, terong, tomat, dan pare. Untuk peternakan, terdapat ternak sapi, kambing, walet, dan sebagian lahan dekat peternakan memiliki pepohonan durian Kalimantan.

Permasalahan yang diangkat pada pengabdian masyarakat ini, yaitu walaupun terdapat banyak Kebun di wilayah Kelompok Tani Sumber Makmur 2, mereka masih belum dapat meraup untung yang banyak ataupun bersaing dengan daerah penghasil pangan lainnya. Ketika waktu panen hasil perkebunan dan ternak, mereka masih mengandalkan tengkulak untuk membeli hasil panen dan ternak mereka. Sehingga harga sudah pasti ditentukan oleh tengkulak yang notabenehnya mengikuti harga pasar yang berlaku, diketahui bahwa harga bisa saja menurun drastis dan juga tengkulak pun tidak bisa menampung semua hasil panen Kelompok Tani Sumber Makmur 2 ini. Dari permasalahan tersebut, dapat disimpulkan beberapa poin penting akan tujuan yang ingin dicapai yaitu diperlukannya promosi hasil panen dan ternak Kelompok Tani Sumber Makmur 2 agar hasil panen dan ternak bisa dilihat oleh semua kalangan terkhususnya di daerah Balikpapan sehingga hasil panen dan ternak tersebut dapat terjual dengan harga yang dapat ditentukan masyarakat Kelompok Tani sumber Makmur 2, tidak bergantung pada tengkulak, memiliki peluang menjalin kerjasama dengan pihak yang membutuhkan hasil panen dan ternak mereka dalam skala besar, penyebaran hasil panen dan ternak semakin luas untuk semua kalangan dari berbagai platform dan ternak, agar para konsumen nantinya tak hanya dari ibu rumah tangga ataupun tengkulak saja tetapi dari semua kalangan.

---

Penggunaan platform *e-commerce* semakin populer dalam beberapa tahun terakhir, terutama di sektor pertanian. Platform *e-commerce* menyediakan pasar bagi petani untuk menjual produk mereka langsung ke konsumen, memotong perantara dan meningkatkan keuntungan. Namun, banyak petani yang tidak memiliki pengetahuan dan keterampilan untuk menggunakan platform ini secara efektif, yang menyebabkan rendahnya penjualan dan jangkauan pasar yang terbatas. Untuk mengatasi masalah ini, berbagai program pelatihan telah dikembangkan untuk membantu petani meningkatkan keterampilan *e-commerce* para petani. Program-program ini bertujuan untuk membekali petani dengan pengetahuan dan alat yang dibutuhkan untuk mengelola platform *e-commerce* dan akun media sosial mereka sendiri, yang memungkinkan mereka menjangkau audiens yang lebih luas dan meningkatkan penjualan.

Salah satu program tersebut adalah Pelatihan Pemasaran Penjualan Hasil Tani Menggunakan Platform *E-Commerce*, Media Sosial, dan *Marketplace Facebook* pada Kelompok Tani Sumber Makmur Kariangau. Program ini bertujuan untuk memberikan pelatihan penggunaan Platform *E-Commerce*, Media Sosial, dan *Marketplace Facebook* kepada Kelompok Tani Sumber Makmur Kariangau yang berlokasi di Kariangau. Program tersebut meliputi pelatihan pengelolaan website, pengelolaan media sosial, dan pemanfaatan marketplace online untuk meningkatkan penjualan dan keuntungan. Penggunaan platform *e-commerce* di bidang pertanian memiliki banyak manfaat, termasuk peningkatan jangkauan pasar, keuntungan yang lebih tinggi, dan peningkatan efisiensi dalam rantai pasokan. Namun, penting untuk memberi petani pelatihan dan dukungan yang diperlukan untuk menggunakan platform ini secara efektif. Program pelatihan seperti yang diberikan kepada Kelompok Tani Sumber Makmur Kariangau dapat membantu petani memanfaatkan manfaat *e-commerce* dan meningkatkan penghidupan mereka.

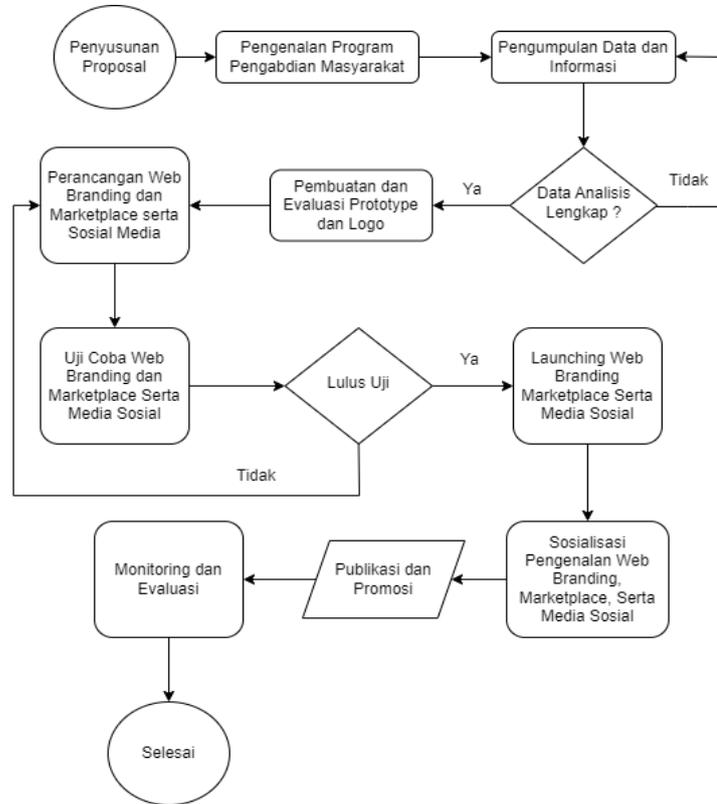
## 2. Metode Pelaksanaan

Terdapat beberapa metode yang dilakukan pada kegiatan pengabdian, antara lain:

1. Observasi, dilaksanakan oleh anggota Kelompok KKN C7 ITK dengan tujuan menganalisa kondisi penjualan pada Kelompok Tani Sumber Makmur Kariangau.
2. Perencanaan dan pengembangan website, dilaksanakan oleh anggota Kelompok KKN C7 ITK, kegiatan dimulai dari perancangan desain UI/UX website yang disesuaikan dengan masalah pemasaran hasil tani dari Kelompok Tani Sumber Makmur Kariangau.
3. Pengujian website, dilakukan oleh tim pengembang bersama pihak mitra hingga sistem pemasaran melalui website berjalan.
4. Ceramah atau sosialisasi, Tenaga pengajar menyampaikan materi secara verbal kepada peserta pelatihan. Metode ini cocok untuk memberikan pemahaman dasar tentang penggunaan media sosial dan marketplace.
5. Diskusi, Peserta pelatihan diajak untuk berdiskusi dan bertukar pikiran tentang penggunaan media sosial dan marketplace. Metode ini dapat membantu peserta untuk memahami lebih dalam tentang penggunaan media sosial dan marketplace.
6. Praktik langsung, Peserta pelatihan diberikan kesempatan untuk langsung mencoba menggunakan media sosial dan marketplace. Metode ini dapat membantu peserta untuk mempraktikkan langsung penggunaan media sosial dan marketplace. Metode ini juga membantu peserta untuk lebih memahami dan menguasai penggunaan media sosial dan marketplace.

Selain itu, fasilitas seperti akses internet dan perangkat komputer atau *smartphone* juga perlu disediakan untuk memudahkan peserta dalam mengakses media sosial dan marketplace. Dalam pelatihan dan pendampingan, perlu juga dilakukan evaluasi untuk

mengevaluasi efektivitas pelatihan dan memperbaiki kekurangan yang ada. Pelaksanaan program kegiatan yang telah disesuaikan dengan masalah dan kondisi Perkebunan Kelompok Tani Sumber Makmur 2 Kariangau di Jalan Sultan Hasanuddin RT.004 KM.05 Kariangau, Kecamatan Balikpapan Barat, Kota Balikpapan ditampilkan pada Gambar 2.1



Gambar 2.1 Diagram Alir Metode Pelaksanaan

### 3. Hasil



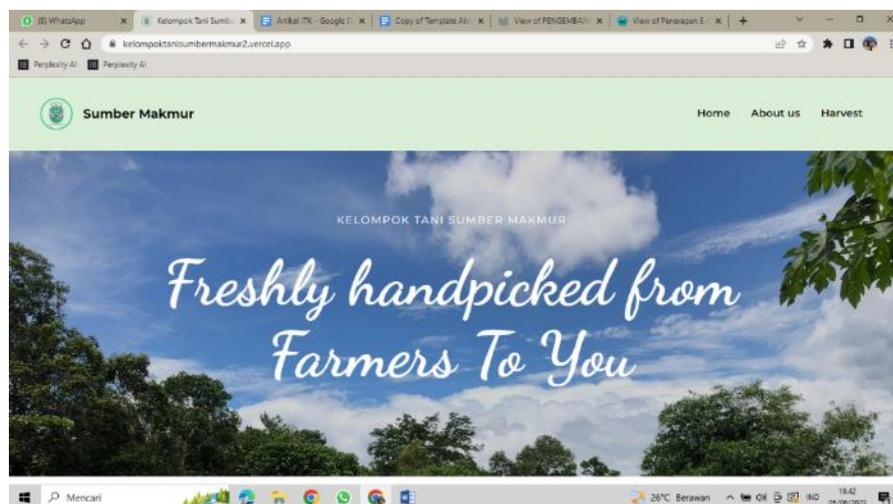
Gambar 3.1 Ladang Ubi Perkebunan Kelompok Tani Sumber Makmur 2 Kariangau

Kegiatan pengabdian dimulai dengan mengunjungi lokasi mitra untuk melakukan wawancara tentang penjualan produk dan memeriksa permasalahan yang dihadapi mitra. Kelompok KKN C7 ITK memiliki kesempatan untuk melihat secara langsung kondisi ladang dan produk yang dihasilkan oleh Kelompok Tani Sumber Makmur Kariangau. Produk yang dihasilkan termasuk

kacang panjang, tomat, cabai merah, cabai hijau, ubi merah, singkong, timun, cabai merah besar, dan banyak lagi. Ubi merah dan singkong adalah produk utama Kelompok Tani Sumber Makmur Kariangau.

Kegiatan sosialisasi diisi dengan penyampaian kebijakan pemerintah untuk mendorong UMKM melakukan pemasaran dan penjualan melalui *online* market. Selanjutnya diperkenalkan media *website* sebagai media *online* yang berpotensi. Peserta sosialisasi antusias mulai mengaplikasikan pemasaran melalui media *marketplace*. Hal ini karena tim berhasil merubah persepsi rumit menjadi mudah untuk menggunakan *marketplace*. Dalam proses pembuatan katalog produk di dalam *marketplace*, pedagang harus memasukkan foto, berat produk, deskripsi dan harga jual produk tersebut.

Solusi digital marketing ini adalah dengan memanfaatkan internet dalam pengelolaan website dan media sosial. Pada website akan ditampilkan terkait deskripsi kelompok tani, jenis-jenis produk, dan dokumentasi kegiatan kelompok tani. Selain itu, pada digital marketing juga menyajikan terkait lokasi mitra serta nomor kontak yang dapat dihubungi. Alamat web dari Kelompok Tani Sumber Makmur Kariangau yaitu <http://ktsumbermakmur2.com/>. Berikut merupakan tampilan dari website Kelompok Tani Sumber Makmur Kariangau yang di tunjukkan pada Gambar 3.2 dan Gambar 3.3



Gambar 3.2 Halaman Awal Website



Gambar 3.3 Halaman Kontak Website

---

Dilanjutkan pelatihan mengenai *marketplace*, materi pelatihan adalah seputar pendaftaran, penggunaan dan mendapatkan hasil omzet dari menggunakan marketplace. Konsep penjualan online berbasis marketplace ini juga mengurangi peluang petani terkena dampak akibat persaingan harga pasar ketika anjlok. Proses pemasaran dimulai dari memanfaatkan jaringan pertemanan dan anggota keluarga yang dimiliki oleh anggota Kelompok Tani Sumber Makmur Kariangau. Konsumen sasarannya adalah yang sudah melek teknologi. Serta desain website Kelompok Tani Sumber Makmur Kariangau dibuat secara simpel, jelas dan lebih modern. Penggunaan UI/UX yang sederhana namun informatif bertujuan agar pengguna lebih mudah untuk mengakses informasi Kelompok Tani Sumber Makmur Kariangau, baik tentang informasi Kelompok Tani sendiri, stok yang dihasilkan dan juga berkaitan dengan kerjasama. Hal ini berhasil meningkatkan penjualan harian produk hasil tani Kelompok Tani Sumber Makmur Kariangau melalui marketplace.



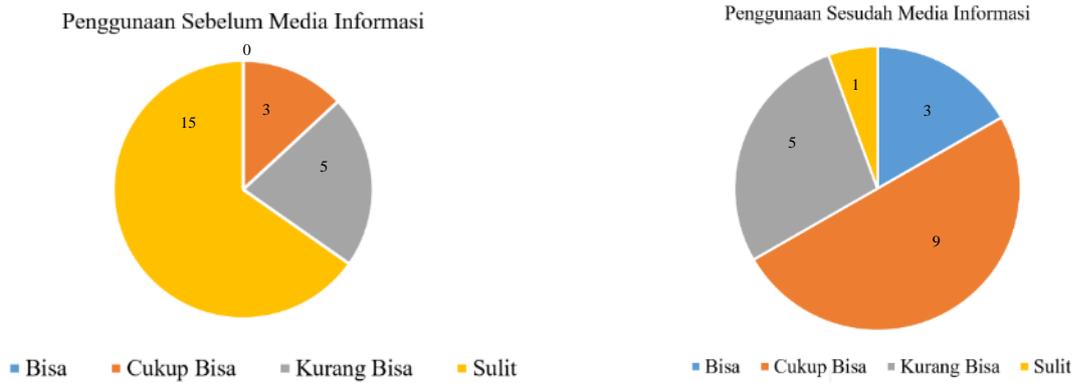
Gambar 3.4 Sosialisasi Hasil KKN



Gambar 3.5 Pelatihan Penggunaan Marketplace, Media Sosial, Website

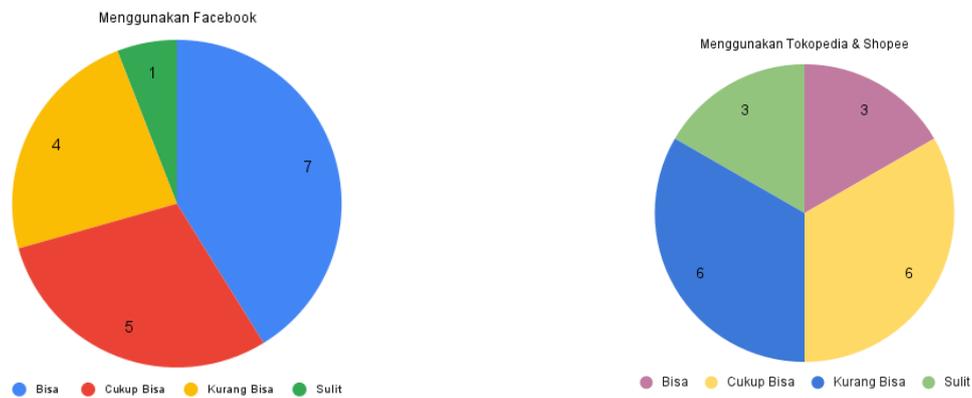
Media pemasaran ini dapat terlaksana dengan efektif jika mitra, Kelompok Tani Sumber Makmur Kariangau, berperan aktif dalam mengelola media yang telah dihasilkan melalui kegiatan KKN ini. Sehingga, pada kegiatan KKN ini juga telah dilakukan pelatihan terkait pengoperasian media pemasaran digital kepada mitra. Output dari kegiatan pelatihan ini diharapkan mitra dapat melakukan pengoperasian, pengelolaan serta pengeditan media

emasaran digital yang telah disediakan. Sehingga nantinya media pemasaran tersebut dapat terus aktif untuk digunakan serta dapat berkembang.



Gambar 3.6a Survey Masyarakat Sebelum Pelatihan Media Informasi

Gambar 3.6b Survey Masyarakat Sesudah Pelatihan Media Informasi



Gambar 3.7a Survey Masyarakat Kemudahan Menggunakan Facebook

Gambar 3.7b Survey Masyarakat Kemudahan Menggunakan Tokopedia & Shopee



Gambar 3.8 Survey Masyarakat Kemudahan Menggunakan Website

---

Berdasarkan Gambar 3.6a dan Gambar 3.6b menunjukkan perubahan perilaku masyarakat sebelum mengenal media informasi dan sesudah mengenal media informasi. Adanya peningkatan peserta yang bisa menggunakan media sosial menunjukkan keberhasilan pelatihan media sosial. Selanjutnya pada Gambar 3.7a, Gambar 3.7b dan Gambar 3.8 menunjukkan kemudahan menggunakan facebook, tokopedia & shopee serta website. Berdasarkan hasil tersebut, masyarakat lebih merasa mudah menggunakan Facebook, dengan fitur yang lebih mudah dipahami. Selanjutnya setiap platform media sosial memiliki minimal satu masyarakat yang memahami penggunaannya. Perlunya pelatihan berkala untuk terus meningkatkan pengetahuan masyarakat terkait penggunaan media sosial.

#### **4. Kesimpulan**

Setelah melakukan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat pada Kelompok Tani Sumber Makmur Kariangau, didapatkan beberapa bahwa dalam pemasaran online, perlu dilakukan pelatihan dan pendampingan untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan petani dalam memasarkan produk mereka secara *online*. Metode pelatihan dan pendampingan yang dapat dilakukan antara lain ceramah atau sosialisasi, praktik langsung, dan diskusi. Dengan demikian, pemanfaatan media sosial dan marketplace dalam pemasaran produk pertanian secara online dapat memberikan manfaat yang signifikan bagi petani dan sektor pertanian secara keseluruhan.

#### **Ucapan Terima Kasih**

Ucapan terima kasih disampaikan kepada LPPM ITK yang telah mendanai kegiatan ini, dosen pembimbing kami yaitu Muhammad Azka, S.Si, M.Sc dan Kartika Nugrahen, S.Si, M.Si yang selalu membina dan membimbing kelompok KKN ini serta anggota kelompok KKN C7 ITK yang sudah memberikan kontribusi baik tenaga, materi, maupun pikiran. Terima kasih juga disampaikan kepada Kelurahan Kariangau. Atas izin yang diberikan, serta pengurus dan anggota Kelompok Tani Sumber Makmur Kariangau 1 & 2 yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas dalam melaksanakan kegiatan KKN ini.

#### **Daftar Pustaka**

- Ahsyar, T., Syaifullah, & Ardiansyah. (2020). E-Marketplace Media Pengembangan Promosi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Dinas Koperasi Umkm Kota Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Rekayasa Dan Manajemen Sistem Informasi*, 6(1), 43. <https://doi.org/10.24014/rmsi.v6i1.8768>
- Apriadia, D., & Saputrab, A. . (2017). E-Commerce Berbasis Marketplace Dalam Upaya Mempersingkat Distribusi Penjualan Hasil Pertanian. *Jurnal RESTI (Rekayasa Sistem Dan Teknologi Informasi)*, 1(2), 131–136.
- Cahaya, A., Aqdella, F., Jannah, A., & Setyawati, H. (2021). Memanfaatkan Marketplace Sebagai Media Promosi Untuk Meningkatkan Penjualan Di Tengah Pandemi Covid-19. *Scientific Journal of Reflection: Economic, Accounting, Management and Business*, 4(3), 503–510
- Nasikhudin, Diantoro, M., Insjaf, C., Ittikhad, A., & Tiana, S. (2020). Peningkatan Keterampilan Pemasaran Online dan Pengemasan Produk bagiKelompok Tani. *Prosiding Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat (HAPEMAS 2)*, 1(1), 486–495