

Penggunaan Platform Digital Untuk Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat Petani

Mujiyana*, Nanik Prasetyoningsih

Program Studi Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
 Jl Brawijaya, Kasihan, Bantul, Yogyakarta, 0274 387656 / 0274 387464
 Email: mujiyana@umy.ac.id, nanikprasetyoningsih@umy.ac.id
 DOI: <https://doi.org/10.18196/ppm.51.1009>

Abstrak

Program Pengabdian Masyarakat KKN-PPM dengan tema "Penggunaan Platform Digital untuk Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat Petani", dengan mitra program merupakan kelompok masyarakat yang tidak produktif. Masyarakat mengandalkan hasil alam yaitu pertanian dan perkebunan di lereng Gunung Merbabu lokasinya di wilayah Kabupaten Boyolali. Masyarakat di lereng Gunung Merbabu memiliki permasalahan yaitu usaha dan perkebunan tradisional yang sudah lama ditekuni tetapi tidak mengalami kemajuan atau perkembangan. Masalah yang dihadapi oleh mitra: (1) pengenalan hasil usaha masih menggunakan cara promosi tradisional yaitu komunikasi dari orang ke orang yang telah menggunakan usaha; (2) tingkat pengetahuan dalam pemanfaatan teknologi informasi untuk meningkatkan hasil pertaniannya juga masih rendah. Masalah masyarakat tersebut diatasi melalui pelatihan cara pemasaran yang efektif menggunakan media sosial dan untuk masalah kedua diselesaikan melalui peningkatan kemampuan TI untuk meningkatkan hasil pertanian yang maksimal. Monitoring dan evaluasi kegiatan yang diperlukan untuk dapat mengukur kinerja tersebut adalah pemahaman masyarakat tentang penggunaan TI untuk memaksimalkan produk pertaniannya.

Kata kunci: Pemanfaatan, Konten Digital, Pertanian

Abstract

KKN-PPM Community Service Program with the theme "Use of digital platforms to improve the welfare of farming communities and negative effects on children", with program partners who are unproductive community groups. The community relies on natural products, namely agriculture and plantations on the slopes of Mount Merbabu, located in the Boyolali Regency. Communities on the slopes of Mount Merbabu have problems, namely traditional businesses and plantations that have been occupied for a long time but have not progressed or developed. Problems faced by partners: (1) The level of partners in introducing business results is still using the traditional way of promotion, namely communication from person to person who has used the business. (2) The level of knowledge in the use of information technology to increase agricultural yields is also still low. The community problems were solved through training on effective marketing methods using social media and the second problem was solved through increasing IT capabilities to increase maximum agricultural yields. Monitoring and evaluation of activities needed to be able to measure this performance is the community's understanding of the use of IT to maximize their agricultural products.

Keyword: Use, Digital Content, Agricultural

Pendahuluan

Dukuh Tonolayu, Desa Ngagrong adalah sebuah desa yang terletak di sebelah timur puncak Gunung Merbabu yang berada dalam wilayah Kecamatan Gladaksari, Kabupaten Boyolali Jawa Tengah. Masyarakat lokasi pengabdian masyarakat ini sebagian besar penghidupannya adalah bertani dan berkebun. Pada umumnya, keadaan sosial masyarakat Dusun Tonolayu, Desa Ngagrong masih bersifat tradisional perdesaan. Desa ini sedang berbenah terus untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakatnya dengan melakukan pembangunan-pembangunan di segala bidang yang sampai saat ini masih terus berjalan. Masyarakat Dusun Tonolayu, Desa Ngagrong pada umumnya bermata pencaharian sebagai petani, sebagian sebagai pekerja pabrik, buruh, dan PNS. Pada bidang wiraswasta, terdapat sebagian berupa warung kecil untuk keperluan rumah tangga.

Potensi ekonomi yang ada di wilayah sekitar lokasi pengabdian ini cukup banyak guna memberdayakan ekonomi rakyat. Sektor yang menjadi fokus warga setempat yaitu sektor pertanian dan perkebunan. Ngargosari memiliki letak geografis di daerah perbukitan sehingga sektor pertanian dan perkebunan menjadi fokus utama warga setempat. Namun dalam pemberdayaan pertanian dan perkebunan ini terdapat suatu kendala yang sering dikeluhkan oleh para petani diantaranya sulitnya memasarkan produk kepada para masyarakat dengan harga yang sesuai

dengan kelayakan pasar. Mereka juga mengeluhkan bagaimana cara melakukan *branding* suatu produk agar terlihat menarik, sehingga pembeli pun ingin membelinya dan tentu saja akan berdampak pada peningkatan pendapatan. Pada proses pembukuan, juga mereka belum menggunakan model pembukuan yang dapat mengetahui tingkat kemajuan hasil pertanian dan perkebunannya.

Peran mitra dalam upaya untuk meningkatkan kesejahteraan tentu saja belum berjalan secara maksimal karena penjualan yang merupakan daya dorong produksi kurang luas. Apabila hasil pertanian dan perkebunannya dapat diserap oleh pasar secara luas maka tentu saja akan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Kesejahteraan pada hakikatnya adalah terpenuhinya kebutuhan pokok (sandang, papan, pangan) dengan kekayaan yang dimiliki. Kesejahteraan keluarga mencakup segala aspek dalam kehidupan keluarga baik ekonomi maupun sosialnya. Membangun kesejahteraan keluarga merupakan tanggung jawab bersama. Menurut Haryono Suyono (2005: 283-284) menyebutkan bahwa pembangunan keluarga sejahtera adalah pemberdayaan keluarga secara holistik, terpadu, dan berkelanjutan. Pembangunan itu dilakukan dengan menempatkan keluarga sebagai titik sentral pembangunan. Bagi keluarga, terutama keluarga yang tertinggal karena sesuatu alasan, akan dibantu mengembangkan seluruh fungsi keluarga yang dianggap lemah. Keluarga yang sudah mampu diberikan kesempatan seluas-luasnya untuk mengembangkan dirinya secara mandiri.

Dengan melihat peta masyarakat tersebut, pengabdian masyarakat ini diberi tema “Pemanfaatan Konten Digital untuk Peningkatan Usaha Hasil Pertanian di Dusun Tonolayu Desa Ngagrong Boyolali”. Judul ini diangkat dengan alasan masa pandemi Covid-19 telah membuat para petani mengalami masalah dalam penjualan hasil pertanian dan perkebunannya. Namun, pemanfaatan konten digital juga akan berakibat negatif bagi penggunanya termasuk anak-anak.

Upaya meningkatkan kembali hasil pertanian dan perkebunan memerlukan pendampingan sekaligus pemberdayaan masyarakat. Banyak masyarakat yang mengalami kendala dalam memasarkan hasil pertaniannya karena selama ini penjualan sangat tergantung pada tengkulak. Penggunaan teknologi informasi melalui media sosial untuk mengoptimalkan nilai penjualan menjadi langkah yang paling tepat di masa pandemi ini. Upaya ini juga memberikan pengetahuan dalam melakukan *branding* produksi dari cara-cara tradisional menuju kepada pemanfaatan teknologi informasi. Pemanfaat yang dimaksud seperti melalui cara foto produk, penyematan logo agar lebih memiliki makna jual, pembuatan *banner* sebagai pengenalan unit produksi, pemanfaatan media sosial dan platform untuk memasarkan serta memperkenalkan produksinya, hingga memperkenalkan penjualan produk lewat *e-commerce*. Para petani dan masyarakat umum pun sebisa mungkin harus beradaptasi dengan dunia yang serba digital yang sering dinamakan dengan zaman Revolusi Industri 4.0. Program pengabdian ini mencoba memberikan edukasi tentang pentingnya pemanfaatan teknologi informasi yang digunakan sebagai penunjang kehidupan masyarakat sehari-hari di era seperti sekarang ini.

Program pengabdian yang dilakukan memiliki dampak positif bagi masyarakat, sebagai berikut.

1. Meningkatnya hasil pertanian dan perkebunan, sehingga secara otomatis juga akan meningkatkan taraf perekonomian masyarakat.
2. Menaikkan *branding* hasil pertanian dan perkebunan supaya dapat dikenal oleh masyarakat

secara luas melalui media sosial. Adanya *branding* yang baik dan menarik akan membuat masyarakat tergerak untuk mencari dan membeli hasil pertanian dan perkebunannya di Dusun Tonolayu, Desa Ngagrong, Kecamatan Gladagsari, Kabupaten Boyolali, Provinsi Jawa Tengah.

Berdasarkan hasil pengamatan, permasalahan yang dialami oleh mitra pengabdian dalam pemasaran atau pengenalan produk sebagai berikut.

1. Tingkat pengetahuan mitra dalam memperkenalkan hasil usahanya masih rendah. Hal ini dibuktikan dengan pengenalan produk yang masih dilakukan dengan cara tradisional. Pengenalan produk dilakukan dari mulut ke mulut orang yang telah menggunakan produk tersebut.
2. Tingkat pengetahuan dalam bidang teknologi informasi juga masih rendah. Hal ini dibuktikan dengan pemasaran hasil pertanian dan perkebunan yang belum memanfaatkan media sosial. Padahal sebagian besar masyarakat sudah menggunakan media sosial untuk mempromosikan produk atau hasil pertanian dan perkebunan mereka.

Metode Pelaksanaan

Metode yang digunakan dalam pengabdian masyarakat dalam rangka mengatasi permasalahan rendahnya tingkat pengetahuan mitra dalam memperkenalkan produk masyarakat sebagai berikut.

1. Pelatihan *Branding*

No.	Materi	Peserta
1	Apa itu <i>Branding</i>	Ketua RT, Bayan, Masyarakat Dusun Tonolayu, Ngagrong
2	Tujuan dan Fungsi <i>Branding</i>	Ketua RT, Bayan, Masyarakat Dusun Tonolayu, Ngagrong
3	Sosial Media Berfitur Bisnis	Ketua RT, Bayan, Masyarakat Dusun Tonolayu, Ngagrong

2. Pendampingan Teknik Digitalisasi Pengolahan Keripik Sawi

No.	Materi	Peserta
1	Teknik Pengambilan Foto	Ketua RT, Bayan, Masyarakat Dusun Tonolayu, Ngagrong
2	Teknik <i>Display</i> dan <i>Editing</i>	Ketua RT, Bayan, Masyarakat Dusun Tonolayu, Ngagrong
3	Unggahan ke Media Sosial dan Perluasan Jejaring	Ketua RT, Bayan, Masyarakat Dusun Tonolayu, Ngagrong

Hasil dan Pembahasan

Lokasi Dusun Tonolayu, Desa Ngagrong, Kecamatan Gladagsari, Kabupaten Boyolali, dilihat dari beberapa aspek tinjauan sebagai berikut (Gambar 1).

1. Iklim

- Curah hujan : 99 mm per tahun
- Jumlah bulan hujan : 6 Bulan
- Suhu rata-rata harian : 19 °C - 24 °C

- Tinggi tempat : 950 - 1300 mdl mdpl
- Bentang Wilayah : Berbukit/lereng gunung

2. Orbitasi

- Berada di Ibu Kota Kecamatan : Ya/Tidak
- Jarak ke Ibu Kota Kecamatan : 7 Km
- Lama tempuh ke Ibu Kota Kecamatan : 10 - 30 Menit
- Jarak ke Ibu Kota Kabupaten : 17 Km
- Lama tempuh ke Ibu Kota Kabupaten : 30 Menit

3. Batas Desa

- Sebelah Utara : Desa Candisari
- Sebelah Timur : Desa Kembang
- Sebelah Selatan : Desa Jeruk, Kecamatan Selo
- Sebelah Barat : Taman Nasional Gunung Merbabu

4. Luas wilayah

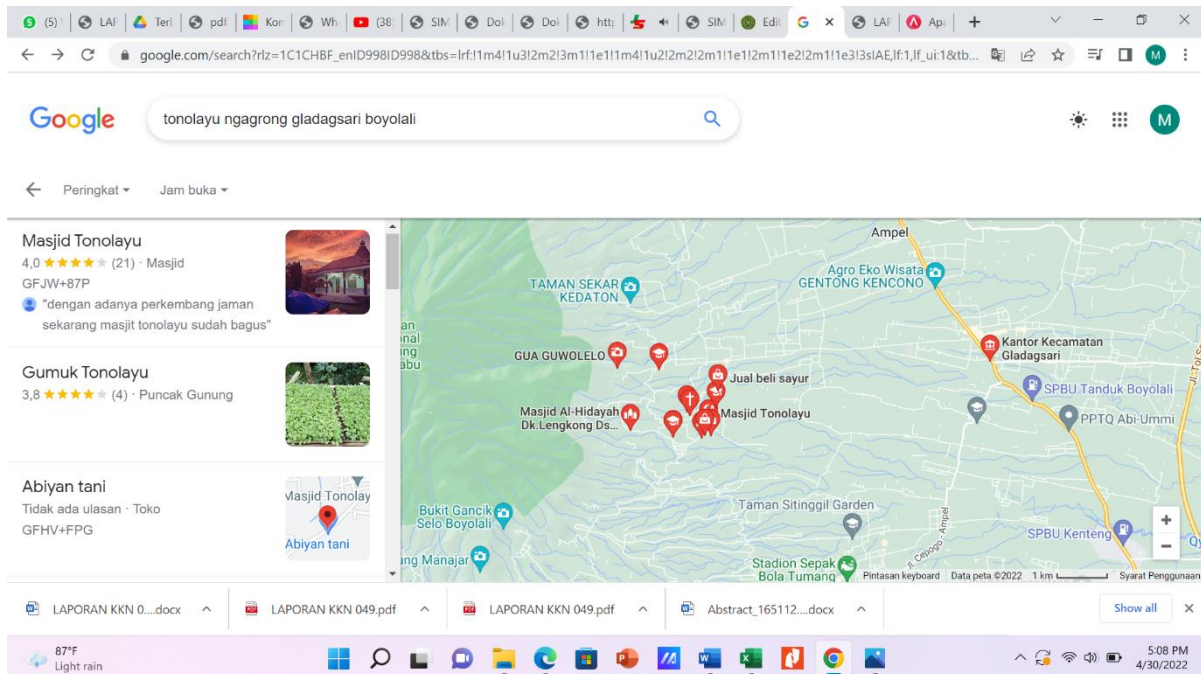
Luas wilayah Desa Ngagrang adalah 815 ha, terdiri dari dua jenis tanah sebagai berikut.

a. Tanah Kering

- Pekarangan/bangunan : 174 Ha
- Tegal/Kebun : 479 Ha
- Lainnya : - Ha

b. Tanah Kas Desa

- Tanah kas Asli Desa : 6,8 Ha
- Tanah eks Bengkok : 18,1 Ha



Gambar 1. Peta Lokasi Dusun Tonolayu, Desa Ngagrong, Kecamatan Gladagsari, Kabupaten Boyolali

Pelaksanaan program untuk mengatasi permasalahan rendahnya pengetahuan masyarakat dalam pemasaran dan teknik digital dalam memasarkan produknya di Dusun Tonolayu Kabupaten Boyolali dilakukan melalui aktivitas *branding* dan pendampingan teknik digitalisasi produk. Uraian kedua aktivitas yang telah dilakukan sebagai berikut.

1. Pemasaran

a. Pengenalan Produk

Pengenalan produk ini dilakukan untuk mendapatkan citra suatu produk yang baik sehingga dapat menarik dan melekat di benak masyarakat. Dapat dikatakan bahwa pengenalan produk bisa diartikan sebagai bentuk komunikasi perusahaan dengan masyarakat yang menjadi sasaran. Pengenalan produk ini dilakukan dengan harapan produknya mudah dikenal oleh masyarakat. Produk yang akan dipasarkan dibuat sangat bagus dan unik sehingga calon pelanggan mudah terpicat. Aktivitas pengenalan produk dapat dilakukan melalui berbagai cara, misalnya *talkshow*, iklan di media cetak maupun media elektronik, media sosial, atau dapat juga dilakukan dengan mendatangi dari pintu ke pintu (*dor to dor*).

b. Tujuan

Tujuan utama pengenalan produk yaitu untuk membangun citra positif dan reputasi perusahaan agar selalu terkesan bagus di mata konsumen. Pencitraan ini dapat membangun kepercayaan konsumen terhadap produk yang dihasilkan oleh perusahaan.

Agar produk dapat secara mudah dikenal oleh masyarakat maka harus dibuat nama, logo, dan slogan suatu perusahaan yang mudah diingat sehingga melekat di benak konsumen. Hal ini dilakukan supaya konsumen tertarik untuk membeli lagi produk yang dipasarkan. Biasanya pengenalan produk itu dilakukan oleh perusahaan baru yang belum dikenal masyarakat.

Satu-satunya tujuan pengenalan produk perusahaan adalah agar memikat konsumen sebanyak mungkin. Jika citra perusahaan sudah bagus maka perusahaan tersebut akan lebih

mudah dalam melakukan penjualan produknya dan berdampak pada meningkatnya pendapatan.

c. Fungsi Pengenalan Produk

Pada dunia usaha kegiatan pengenalan produk sangat diperlukan karena memiliki banyak fungsi dalam bisnis. Rincian fungsi pengenalan produk dapat dilihat sebagai berikut.

- 1) **Sebagai Pembeda, yaitu** menunjukkan keunggulan (unik) produknya dari pada produk pihak lain. Selain itu juga sebagai penanda dan ciri khas suatu produk sehingga produk perusahaan dapat selalu diingat oleh konsumen.
- 2) **Sebagai Daya Tarik, yaitu** kekhasan produk yang memiliki *brand* kuat akan menjadi terkenal dan pasti akan menjadi daya tarik bagi masyarakat. Produk dengan *brand* kuat sangat mudah untuk dipromosikan kepada masyarakat. Di sinilah pentingnya fungsi *branding* untuk bisnis suatu perusahaan.
- 3) **Pencitraan Perusahaan,** merupakan pengenalan produk untuk membangun citra perusahaan. Jika suatu perusahaan memiliki citra yang bagus maka produk dari perusahaan tersebut akan mudah dikenal oleh orang lain. Citra yang bagus juga dapat menunjukkan bahwa kualitas produk dari perusahaan tersebut tidak perlu diragukan.
- 4) **Pengendali Pasar,** merupakan efek dari *branding* yaitu produk perusahaan akan memiliki nama yang dikenal oleh masyarakat sehingga memudahkan perusahaan untuk mengendalikan pasar karena produk tersebut banyak diminati oleh masyarakat.

Penyampaian materi Fungsi Pengenalan Produk dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Penyampaian materi Fungsi Pengenalan Produk

d. Unsur-unsur *Branding*

Unsur *branding* terdiri atas 3 hal sebagai berikut.

- 1) **Logo** merupakan gambaran produk yang dibuat untuk memudahkan masyarakat mengingat dan mengenal suatu produk. Logo sebaiknya dibuat unik supaya dapat menarik perhatian masyarakat.
- 2) **Identitas *Brand*,** logo merupakan fokus identifikasi yaitu simbol yang digunakan masyarakat untuk mengenal *brand* Anda. Oleh karena itu, logo dibuat seunik mungkin untuk membuat masyarakat selalu teringat.

- 3) **Sosial Media**, perlu dimiliki untuk mempromosikan produk. Berkembangnya penggunaan internet membuat berkembang pula berbagai sosial media di masyarakat, seperti Facebook, WA bisnis, IG bisnis,+ IG Ads, Facebook Marketplace yang akan mempermudah suatu promosi produk.

2. Pendampingan Pembuatan Kripik Sawi Hijau

Pelatihan ini didasarkan pada potensi Dukuh Tonolayu yang merupakan salah satu penghasil sayuran, terutama sawi putih. Harga sawi putih yang terbilang sangat murah membuat tim pengabdian melakukan inovasi untuk memanfaatkan sawi putih menjadi cemilan yang digemari masyarakat dan dapat menambah pemasukkan bagi warga dukuh Tonolayu. Menurut Sofyan (2004) untuk meningkatkan daya saing produk sayuran, dapat dilakukan pemantapan agrobisnis melalui cara mengolah sayuran segar menjadi sayuran kering bahkan siap santap agar mempunyai nilai tambah yang menguntungkan bagi petani. Peluang pasar ini di masa depan sangat cerah, apalagi untuk orientasi ekspor. Teknologi pengawetan sayuran dapat dilakukan dengan cara pengawetan sayur dalam bentuk segar (*fresh fruit*) maupun dalam bentuk makanan olahan. Salah satu bentuk makanan olah dari sayuran yang mempunyai peluang pasar internasional adalah dalam bentuk olahan kering. Permintaan akan makanan kering buah-buahan dan sayur-sayuran saat ini terus meningkat dikarenakan masyarakat negara-negara maju banyak menyukai makanan sehat (*healthy foods*) yang banyak mengandung serat makanan (*dietary fiber*), yang banyak ditemukan pada buah-buahan dan sayur-sayuran. Terlebih lagi jika proses pembuatannya tanpa bahan tambahan seperti pengawet.

Berdasarkan peluang yang ada, tim pengabdian memberikan inovasi berupa pemanfaatan sayur sawi putih menjadi keripik. Pelatihan ini akan diberikan kepada ibu-ibu PKK Dukuh Tonolayu. Kegiatan pertama adalah praktik membuat keripik sawi putih. Keripik ini dibuat dengan menggunakan bahan-bahan yang mudah dijumpai di setiap dapur ibu rumah tangga. Bahan-bahan tersebut ialah sawi putih, tepung beras, tepung tapioka, garam, lada, dan penyedap rasa. Keripik ini dapat disajikan dengan tambahan bumbu bubuk berbagai rasa seperti jagung bakar, keju, balado, dan rasa pedas. Respon dari ibu-ibu PKK sangat puas akan adanya inovasi tersebut. Keripik ini dapat dijadikan sebagai produk khas Dukuh Tonolayu atau bisa juga disajikan ketika ada acara rutin (Gambar 3).



Gambar 3. Hasil Olahan Keripik Sawi Putih

3. Proses Digitalisasi dan Penyimpanan.

Memproses hasil foto untuk ditampilkan di media sosial membutuhkan keterampilan khusus *editing* dan memiliki *sens of aesthetic* sehingga tampilan khas dan menarik bagi setiap yang melihatnya. Tampilan dibuat sebaik dan seunik mungkin sehingga menarik perhatian masyarakat (Gambar 4).



Gambar 4. Proses Digitalisasi dan Penyimpanan

4. Unggahan ke Media Sosial

Mengunggah hasil *editing* yang sudah jadi kemudian ditampilkan di media sosial sehingga produk yang telah dihasilkan selama ini dapat dikenal oleh masyarakat secara luas. Tim pengabdian memberikan edukasi kepada ibu-ibu PKK untuk dapat menjual produk keripik sawi putih ke *e-commerce* seperti Shopee dan Tokopedia, atau sosial media seperti WhatsApp dan Facebook. Tim pengabdian memberikan contoh pengemasan yang dapat menarik pelanggan agar harga jual keripik tersebut lebih tinggi. Produk bisa dikemas menggunakan *standing pouch* dan diberi label sebagai cara *branding* dari produk tersebut seperti pada Gambar 5.

Simpulan

Setelah kurang lebih satu bulan program pengabdian masyarakat melalui Kuliah Kerja Nyata (KKN) dilakukan, dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan pengabdian masyarakat berjalan sesuai dengan tujuan perencanaan yang telah dirancang, yaitu (1) terealisasinya program kerja yang dilakukan kepada mitra mitra UMKM WarungNadeeva, UMKM Warung Dua Putra, UMKM Warung Family yang diharapkan dapat menjadi lebih berkembang serta menjadi lebih paham terhadap apa yang dapat dikembangkan dari usaha UMKM warung yang dimilikinya sehingga terjadi peningkatan penjualan. (2) Terealisasinya program pemanfaatan media sosial sebagai wadah promosi secara *online* atau daring sehingga menjadikan masyarakat lebih tertarik dan mengenal *branding* produk mereka. Kendala yang dihadapi dalam pelaksanaan program ini adalah ketersediaan jaringan internet yang kurang stabil karena topografi lokasi pengabdian merupakan daerah pegunungan.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih disampaikan kepada pihak yang telah mendukung pelaksanaan program pengabdian masyarakat, yaitu Kepala Desa Ngagrong, Ibu Juminten dan Bapak Bayan Widodo sebagai mitra yang sudah memberikan izin lokasi untuk melaksanakan pengabdian di Dusun Tonolayu Desa Ngagrong Kabupaten Boyolali.

Daftar Pustaka

1. Edwin Agung Wibowo, 2014, Pemanfaatan Teknologi E-commerce dalam Bisnis, <https://www.journal.unrika.ac.id/index.php/equi/article/download/222/215>
2. Haryono, Suyono. (2005). *Sinergi Baru Pemberdayaan Keluarga Seri Menyegarkan Gerakan Keluarga Sejahtera*. Jakarta: Yayasan Domandi.
3. I Ketut Surya Diarta, 2016, Strategi Branding dalam Promosi Penjualan Produk Pertanian Olah PT. Hatten Bali untuk Pasar Pariwisata Indonesia, *Jurnal Manajemen Agribisnis* Vol. 4, No. 2, Oktober 2016 ISSN: 2355-0759
4. Maskur, dkk, 2019, Pemanfaatan Teknologi Informasi untuk Penjualan Produk Hasil Pertanian di Kabupaten Tulungagung, <http://ejournal.umm.ac.id/index.php/dedikasi/article/view/3133>
5. Susilo A, Rumende CM, Pitoyo CW, Santoso WD, Yulianti M, Herikurniawan, Sinto R, Singh G, Nainggolan L, Nelwan E, dkk. 2020. Coronavirus Disease 2019: Tinjauan literatur terkini. *Jurnal Penyakit Dalam Indonesia*. 7(1): 45- 67.
6. Kottler, 2001, *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan. Kontrol*. Jakarta : PT. Prehallindo.
7. Santika, Mohammad Gilang. 2015. Hubungan Antara FoMO (FEAR OF MISSING OUT) Dengan Kecanduan Internet (INTERNET ADDICTION) Pada Remaja Di SMAN 4 Bandung. Skripsi Universitas Pendidikan Indonesia. POSTED ON [FEBRUARY 29, 2016](#) BY [SEJIWA](#)