Vol.3, No.1, November 2023
Available online at: https://jurnal.kdi.or.id/index.php/nr

Pemberdayaan Masyarakat Desa Melalui Pengembangan *E-Marketing* Penjualan Hasil Bumi di Desa Banjar Negeri Kabupaten Pesawaran

Suhendro Yusuf[1)*], T.M Zaini[2)], Sushanty Saleh[3)]

[1)2)3)] Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya
Jl. Z.A Pagar Alam No.93 Bandar Lampung
[1)]suhendro@darmajaya.ac.id

Jejak artikel:

Unggah artikel 7 November 2023;
Perbaikan 8 November 2023;
Diterima 8 November 2023;
Tersedia online 10 November 2023

Kata kunci:

E-Market
Pemberdayaan Masyarakat
Penjualan
Hasil Bumi

Abstrak

Kemajuan teknologi yang pesat dan menyambut era society 5.0 menuntut para petani untuk ikut memperbaharui sistem pertanian maupun penjualan hasil pertanian. Masalah yang dihadapi petani di Desa Banjar Negeri adalah harga jual pada umumnya ditentukan oleh pedagang setempat, sehingga petani sulit untuk mengembangkan hasil panennya ke pembeli serta kesusahan dalam memasarkan hasil panennya dengan harga yang sesuai. Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan untuk pendampingan dan membantu masyarakat desa dalam meningkatkan penjualan hasil bumi melalui *e-marketing*. Penjualan hasil bumi dengan merancang sebuah sistem informasi yang akan digunakan masyarakat setempat khususnya di Desa Banjar Negeri untuk memasarkan hasil panennya ke konsumen yang berupa jenis tanaman palawija. Hasil kegiatan pengabdian ini adalah masyarakat memiliki kemampuan dan keterampilan dalam kegiatan penjualan hasil bumi melalui *e market* dan dapat meningkatkan penjualan dari sebelumnya.

I. PENDAHULUAN

Eksistensi dunia pendidikan dalam menyambut *era society 5.0* memiliki peran penting dalam meningkatkan kualitas sumber daya manusia (SDM) yang dibekali tidak hanya *hard skill* akan tetapi *soft skill* yang mumpuni agar dapat bersaing. Terdapat beberapa pihak yang memiliki peranan penting seperti pemerintah, Organisasi Masyarakat (Ormas) dan seluruh masyarakat juga turut berkontribusi dalam menyambut *era society 5.0* mendatang. Upaya yang dilakukan dalam menyambut *era society 5.0* ini yaitu satuan pendidikan sangat dibutuhkan dalam mendukung perubahan paradigma pendidikan diantaranya pendidik bukan hanya berperan sebagai learning material provider, pendidik menjadi penginspirasi bagi tumbuhnya kreativitas masyarakat dan meningkatkan keterampilan masyarakat dibidang digital dan berpikir kreatif (Junaidi, et al, 2022; Hasan et al, 2022).

Pemasaran online atau *online marketing* merupakan salah satu bentuk e-marketing yang menggambarkan penggunaan website untuk memperkuat usaha pemasaran, khususnya promosi yang dilakukan oleh perusahaan, penggunaan website untuk melakukan penjualan produk (Nugroho, 2021). Menurut Andrian (2019) menjelaskan, '*digital marketing'* adalah merupakan suatu kegiatan pemasaran atau promosi sebuah *brand* atau produk menggunakan media digital atau internet untuk menarik konsumen dan calon konsumen secara cepat. dengan penerimaan teknologi dan internet di masyarakat sangat luas, sehingga tidak heran kegiatan pemasaran secara digital dijadikan pilihan utama oleh perusahaan-perusahaan. Menurut Arimbi (2020) bahwa usaha yang dilakukan untuk menjangkau calon pembeli dengan mengenalkan merek dagang atau jasa melalui media digital dapat diartikan sebagai pemasaran digital, dengan penggunaan media digital dalam memasarkan produknya, pengusaha dapat memasarkan produk secara tepat waktu, pribadi, serta lebih relevan. (Azzahra et al, 2023) Menurut Farell et al. (2019), telah dilakukan sosialisasi dan pelatihan pemanfaatan digital marketing dalam pengembangan pemasaran dan kewirausahaan sebagai upaya menghasilkan cara pemasaran dari sebuah produk hasil pemanfaatan bahan yang ada di sekitar masyarakat.

Penjualan Hasil Bumi di Desa Banjar Negeri, Kecamatan Way Lima Kabupaten Pesawaran adalah sebuah kegiatan untuk memasarkan hasil panennya kepada konsumen agar konsumen tertarik membeli hasil panen yang telah

* Corresponding author

ISSN 2809-2708 (online) © The Authors. Published by Komunitas Dosen Indonesia.
doi: 10.32877/nr.v3i1.1021

diproduksi oleh petani. Dengan memasarkan hasil panen ini diharapkan menambah antusias para konsumen untuk membeli hasil panen dari mereka. Masalah yang dihadapi masyarakat di Desa Banjar Negeri adalah harga jual pada umumnya ditentukan oleh pedagang setempat, sehingga petani sulit untuk mengembangkan hasil panennya ke pembeli serta hasil panennya tidak mengalami kemajuan,sementara kebutuhan hasil pertanian meningkat. Banyaknya petani yang kesusahan dalam memasarkan hasil panennya serta harga yang ditawarkan oleh pedagang atau tengkulak setempat sering tidak seusuai dengan harga yang sebenarnya. Hal tersebut mengakibatkan petani terombang ambing dengan menjual sendiri hasil panennya ke konsumen atau menjual ke pedagang terdekat.

Berdasarkan uraian permasalahan diatas dibutuhkan pengembangan pemasaran hasil bumi tersebut dengan cara penjualan berbasis online menggunakan *e-marketinging*. Usaha-usaha untuk membuat diferensiasi dan pemisahan perhatian produk yang satu dengan yang lain adalah melakukan pemasaran secara digitalisasi. *E-marketing (Electronic Marketing),* juga dikenal sebagai Internet Marketing, Web Marketing, Digital Marketing, atau Online Marketing, adalah pemasaran yang dilakukan melalui internet pada saluran online. E-marketing adalah proses pemasaran suatu produk atau jasa yang ditawarkan menggunakan internet untuk menjangkau audiens target pada smartphone, perangkat, media sosial, danlainnya (Fauzi et al, 2023). E-marketing tidak hanya mencakup pemasaran di Internet, tetapi juga termasuk pemasaran yang dilakukan melalui email dan media nirkabel. Ini menggunakan berbagai teknologi untuk membantu menghubungkan bisnis dengan pelanggan mereka. (Dehkordi,et al, 2012)

Sistem informasi penjualan hasil bumi menggunakan aplikasi *e-marketing* berbasis web merupakan aplikasi yang dapat digunakan oleh parapetani yang bertujuan untuk mendorong dan menciptakan pasar sebagai tempat bertemunya antara pembeli dan penjual dimana di sistem tersebut bisa mengetahui harga, tawar-menawar sehingga bisa mem permudah jalannya transaksi penjualan. Sistem yang akan dibuat berupa penjualan online produksi Hasi Bumi di Desa Banjar Negeri, Kecamatan Way lima Kabupaten Pesawaran merupakan sebuah sistem informasi yang akan digunakan masyarakat setempat khususnya di Desa Banjar Negeri untuk memasarkan hasil panennya ke konsumen yang berupa jenis tanaman palawija.

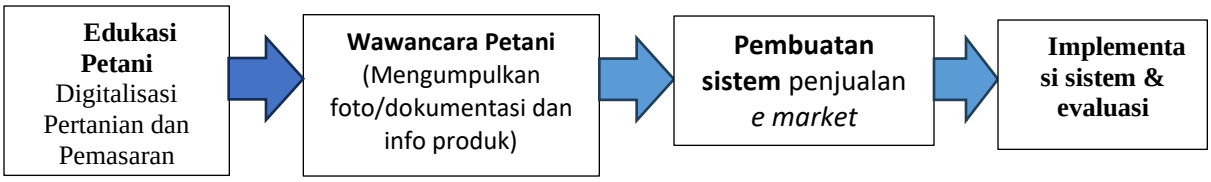
II. METODE

Kegiatan pengabdian ini dilakukan oleh Tim Pengabdian Masyarakat yang terdiri dari beberapa Dosen dan mahasiswa Informatika dan Bisnis (IIB) Darmajaya. Beberapa narasumber pada kegiatan edukasi kepada petani dilakukan oleh 2 orang dosen dan tim perancang sistem merupan tim yang dilakukan oleh pendidik (Dosen) dan mahasiswa untuk membuat sistem penjualan hasil bumi menggunakan e market.

Peserta kegiatan ini adalah para petani penghasil hasil bumi di Desa Banjar Negeri kabupaten Pesawaran. Pada kegiatan edukasi petani dihadiri oleh 16 orang petani sedangkan pada wawancara petani dilakukan pada beberapa orang petani (7 orang petani utama), untuk memperoleh informasi yang diinginkan dalam pembuatan sistem.

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah dengan memberikan edukasi dan literasi digitalisasi kepada para petani, kemudian melakukan wawancara kepada para petani di desa Banjar Negeri tentang informasi penjualan Hasil Bumi melalui *e-marketing* untuk membantu meningkatkan penjualan dan mengembangkan usaha melalui sistem penjualan melalui *e market* yang memadai.

Kegiatan ini dilakukan melalui beberapa tahap:



Pada kegiatan Pengabdian ini dilakukan beberapa tahapan

1. Tahap pertama, yaitu edukasi Petani mengenai Digitalisasi Pertanian dan pemasaran menggunakan sistem e market dilakukan oleh narasumber dalam kegiatan penyuluhan.
2. Tahap Kedua, tim pengabdian masyarakat mendatangi petani untuk diwawancarai tentang apa hambatannya yang dialami saat ini dan menanyakan informasi produk hasil pertanian dan hasil bumi serta foto produk.
3. Tahap ketiga, membantu pembuatan sistem e-marketinging yaitu penjualan online atau marketplace dan menjelaskan cara mempergunakannya dan cara melakukan transaksi produk yang dijual.
4. Tahap keempat, *metode pengujian sistem.* Dalam tahapan ini menggunakan metode pengujian blackbox, Pengujian black-box berusaha menemukan kesalahan dalam kategori sebagai berikut :1) Fungsi-fungsi yang tidak

benar atau salah, 2) Kesalahan interface, 3) Kesalahan dalam struktur data atau data base eksternal, 4) Kesalahan kinerja

Adapun langkah-langkah pengujian dalam sistem adalah sebagai berikut:1) Buattes case dari aplikasi, 2) Uji coba data setiap form dari aplikasi Jika hasil uji coba sudah sesuai dengan harapan, maka dapat disimpulkan bahwa aplikasisudah berfungsi dengan baik (bebas dari kesalahan fungsional).

Tahap kelima, Implementasi: merupakan penerapan aplikasi dari hasil perancangan sistem yang ada untuk mencapai suatu tujuan yang diinginkan. Pada tahapan ini melakukan penjualan dengan memasarkan produk hasil bumi kepada masayarakat melalui sistem online

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

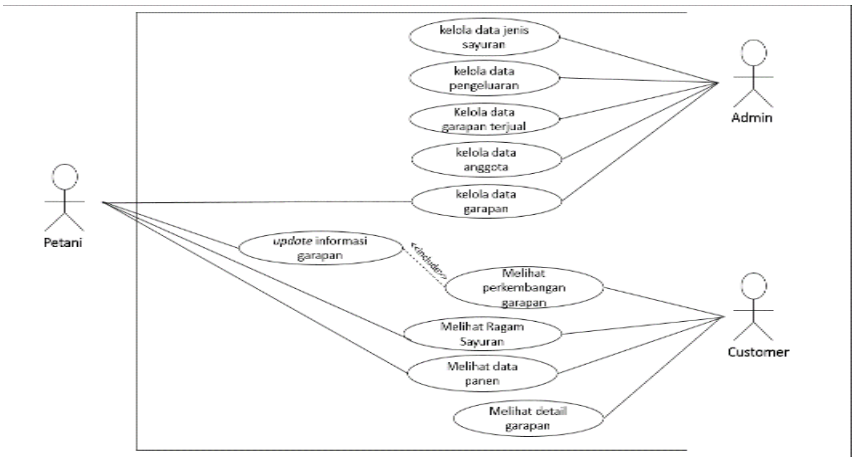
Berdasarkan hasil dari pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh Tim Pengabdian IIB Darmajaya yang bertujuan untuk membantu petani meningkatkan penjualan hasil bumi di Desa Banjar Negeri menggunakan sistem penjualan e marketing. Sistem e marketing merupakan salah satu strategi dalam meningkatkan penjualan dan memperluas pemasaran (Napitupulu, et al.2018).

Tahap awal kegiatan adalah penyuluhan kepada warga dan masyarakat terutama para petani berkaitan dengan digitalisasi dan pemasaran melalui e marketing. Penyuluhan berlokasi di kantor desa Banjar Negeri Kecamatan Pesawaran yang dihadiri oleh para petani dan masyarakat.

Gambar 1. Penyuluhan kepada Petani dan masyarakat di Desa Banjar Negeri

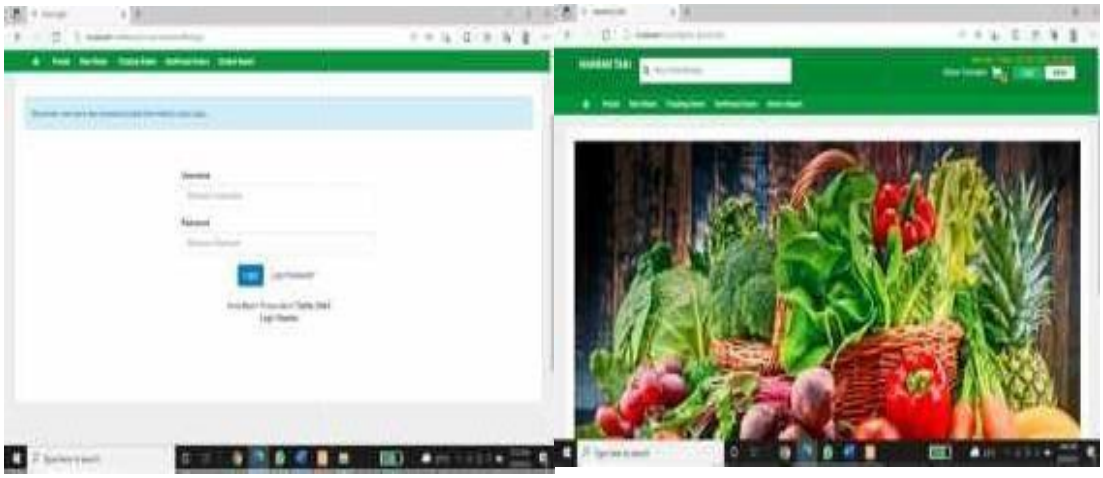
Tahapan wawancara dilakukan dengan mendatangi para petani dan warga yang memiliki kegiatan utama adalah penjualan hasil bumi. Tim pengabdian mengumpulkan berbagai informasi dari owner langsung. Informasi yang dikumpulkan adalah, produk-produk hasil bumi yang palng sering dijual oleh masyarakat serta kendala-kendala yang dialami oleh oleh petani. Pembuatan penjualan e market hasil bumi dilakukan dengan beberapa tahapan yaitu:

Sistem yang mempunyai tahapan-tahapan kerja yang tersusun secara logis, dimulai dari pengumpulan data yang diperlukan guna pelaksanaan perancangan tersebut. Perancangan proses pada sistem ini dapat dijabarkan dengan menggunakan Draw.io untuk menggambarkan *Usecase Diagram*, *Activity Diagram, Sequence Diagram* dan *Class Diagram*. Adapun diagram-diagram usulan yang saya gambarkan dalam program adalah sebagai berikut. *Use case diagram* berfungsi untuk memperlihatkan proses aktivitas secara urut dalam sistem serta menampilkan urutan aktivitas pada sebuah proses kepada orang yang berada di luar system. Pada aplikasi ini actor utama adalah pengguna itu sendiri yang menggunakan aplikasi simulasi tersebut.



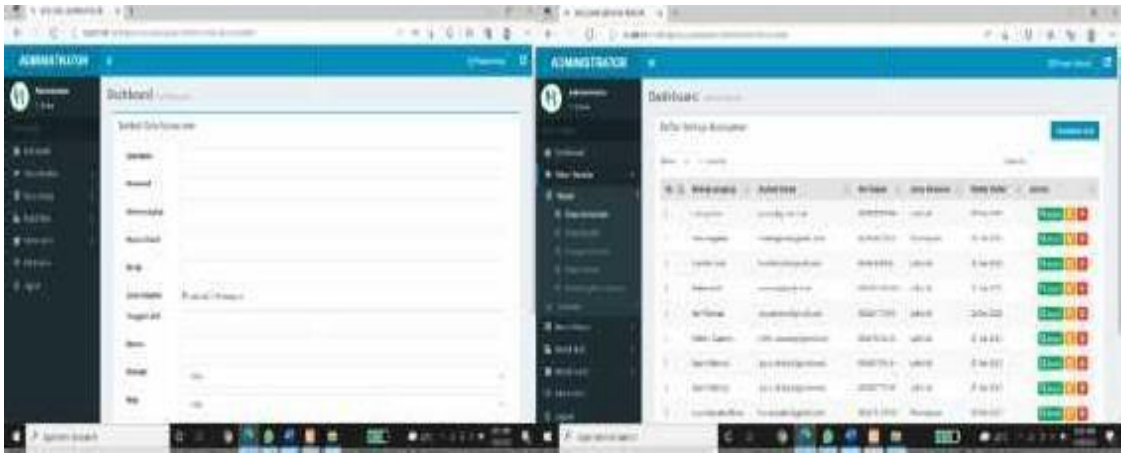
Gambar 2. *Use Case Diagram*

Tampilan *Interface* Pada Sistem Informasi Penjualan online berbasis *WEB*

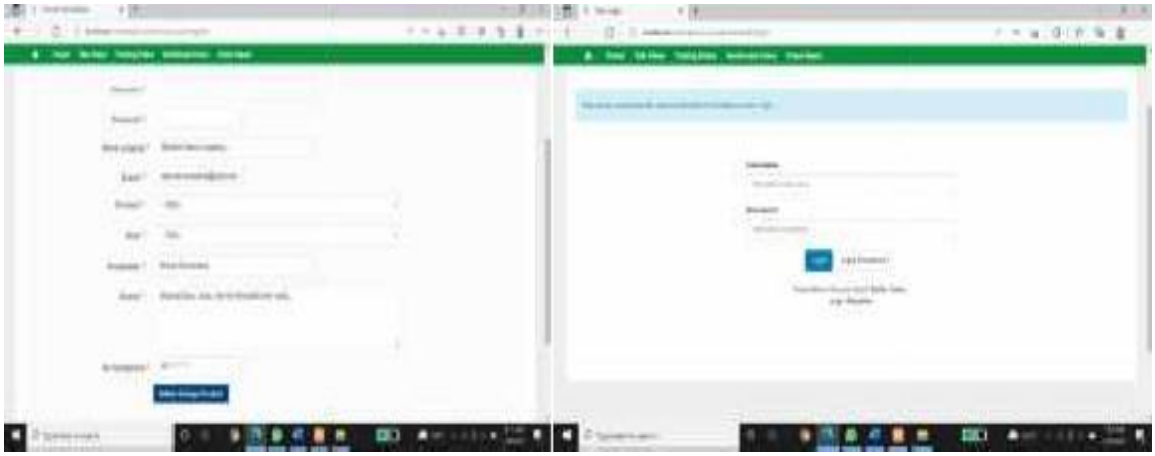


Gambar 3. Halaman *Login* dan HalamanUtama

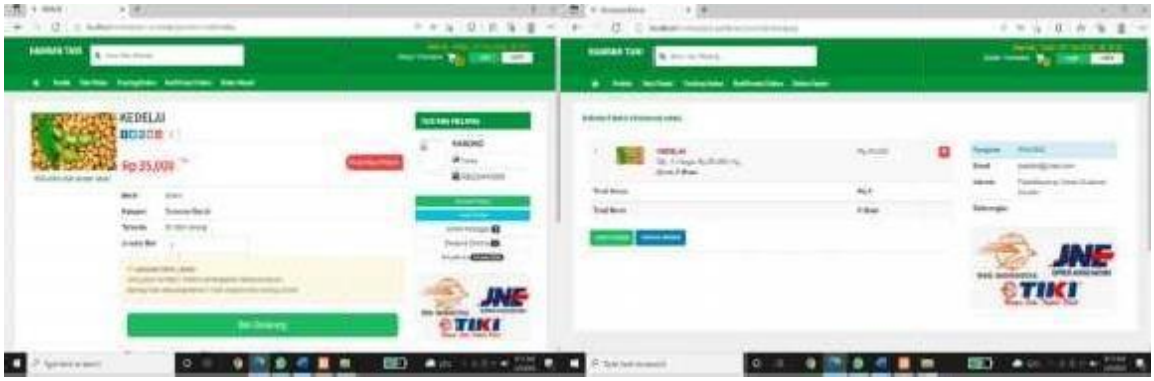
Gambar 4. Halaman *Admin* dan Petani



Gambar 3 Halaman Tambah Produk dan Lihat Data Produk

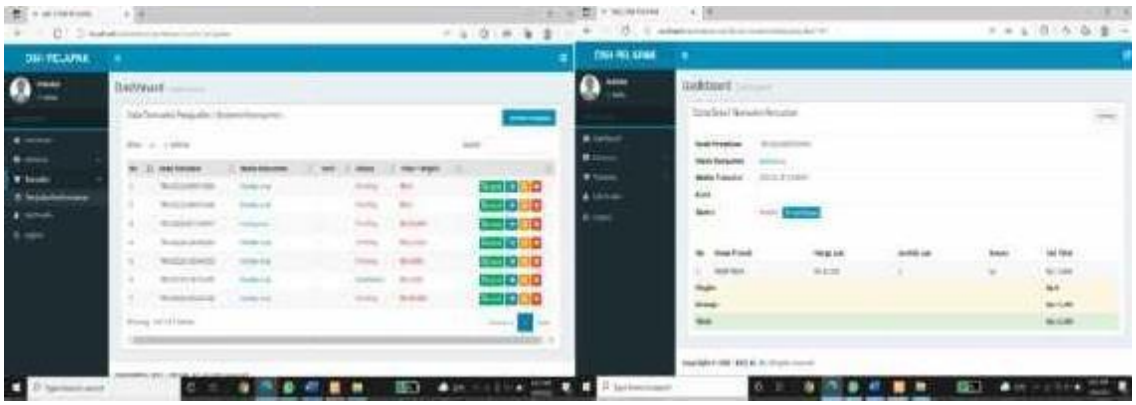


Gambar 4. Halaman Registrasi *User* dan *Login User*



Gambar 5. Halaman Pemesanan Produk dan Halaman Keranjang Produk

Gambar 6. Halaman *Check Out* dan Halaman Informasi Pembayaran



Gambar 7. Halaman Pesanan User dan Halaman Detail Pesanan Produk

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat pada Tahapan akhir yang dilakukan meliputi :

1. Implementasi pemasaran produk penjualan hasil bumi secara online (e-marketing) melalui e-commerce marketplace yang menggunakan prinsip *business to consumer (B2C)* dan *consumer to consumer (C2C)* yang efektif dan efisien dalam memasarkan dan menjual produk langsung dengan konsumen mulai pesanan barang, pembayaran, sampai dengan proses pengiriman barang yang terintegrasi dalam sistem yang dikelola perusahaan marketplace.
2. Implementasi penjualan produk melalui mentoring dari tim dosen dan mahasiswa dalam membuat toko online yang menarik dan diminati konsumen karena beragamnya variasi produk dan promosi produk yang berkelanjutan.
3. Implementasi pemanfaatan marketplace dalam mengembangkan usaha lebih kreatif dan inovatif dalam menampilkan penawaran produk yang menawarkan layanan secara online.

Tahap Evaluasi Kegiatan

Evaluasi kegiatan pengabdian kepada masyarakat bertujuan untuk memahami pola pemahaman para petani dan pengguna terhadap pelatihan dan pendampingan yang diperoleh dari pelaksana kegiatan. Hasil ini diharapkan pada tahapan awal mampu mampu meningkatkan penjualan hasil bumi sebesar 30% di Desa Banjar Negeri. Peningkatan penjualan diharapkan akan terus meningkat menggunakan sistem e marketing yang telah dirancang oleh Tim pengabdian

IV. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan oleh Tim pengabdian Dosen dan mahasiswa IIB Darmajaya. Kegiatan ini dilakukan di desa Banjar Negeri Kecamatan Pesawaran dengan tujuan upaya peningkatan penjualan hasil bumi oleh para petani secara online menggunakan sistem e marketing. Beberapa tahapan dilakukan dalam kegiatan ini mulai dari penyuluhan, perancangan sistem, pendampingan, monitoring dan evaluasi implementasi sistem. Hasil kegiatan ini adalah peningkatan penjualan hasil bumi yang diharapkan akan semakin meningkat secara terus menerus. Sistem penjualan e-marketing hasil bumi ini juga perlu dukungan dari pihak pemerintah daerah maupun Kabupaten dan perlu adanya strategi penjualan yang terencana dengan baik dan fokus agar tren penjualan mengalami peningkatan secara terus menerus. Melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan juga penyuluhan dalam pemasaran digitalisasi dan memanfaatkan media sosial untuk berjualan dan membantu meningkatkan penjualan secara online.

DAFTAR PUSTAKA

Andrian, S. E. (2019). Digital Marketing dan Ragam Produk pada Minat Beli Konsumen Toko Online Shopee (Studi Kasus pada Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Angkatan 2016*). Ekspektra: Jurnal Bisnis dan Manajemen, 3*(1), 14- 24.

Arimbi, D. F. (2020). Pengaruh Digital Marketing terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus pada Pengguna Aplikasi SHOPEE) *(Doctoral dissertation, STIE YKPN)*

Azzahra, H F., Jatiningrum, C., Gumanti, M. (2023). The Effect of Working Capital and Sales on Net Profit in SMEs Frozen Food During Covid 19 Pandemic Era, *IJEBD International Journal of Entrepreneurship and Business Development, 6* (2). 667-677

Dehkordi, G. J., Rezvani, S., Rahman, M. S., Nahid, F. F. N., & Jouya, S. F. (2012). A conceptual study on E-marketing and its operation on firm's promotion and understanding customer's response. *International Journal of Business and Management, 7*(19), 114.

Farell, G., Thamrin, T., & Novid, I. (2019). Pelatihan Pemanfaatan Digital Marketing Dalam Pengembangan Pemasaran Dan Kewirausahaan UKM Pada Kota Sawahlunto. *Suluah Bendang: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat, 19*(1), 42-47.

Fauzi, Jatiningrum, Abadi, Gumanti, Sari (2023). Peningkatan Ekonomi Daerah Melalui Aplikasi Wisata Halal Berbasis Android di Kabupaten Pringsewu. *Jurdian: Jurnal Pengabdian Bakti Nusantara, 1*(2). 72-80

Hasan, S., Jatiningrum, C., Gumanti, M. (2022). The Contribution of Customer Satisfaction towards Company Image and its impact in Revolution Industry 4.0 Era. *IJEBD International Journal of Entrepreneurship and Business Development, 5* (2), 359-368.

Junaidi, M., Jatiningrum, C, Utami, B.H. S., Bhanu Prya, P. N. (2022). Pengembangan Sumber Daya Manusia Perangkat Desa Bulurejo-Kabupaten Pringsewu melalui Training Aplikasi Online Single Submission Pembuatan Nomor Induk Berusaha. *NEAR: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat, 2* (1) 57-74

Munarsih, M., Akbar, M. F., Ariyanto, A., Ivantan, I., & Sudarsono, A. (2020). Pelatihan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Kompetensi Siswa Untuk Berwirausaha Pada Smk Muhammadiyah Parung-Bogor. Jurnal Pengabdian Dharma Laksana, 3(1), 22-28.

Napitupulu, L. H., Bako, E. N., Ars, N. R., & Zein, T. (2018). A Multimodal Analysis of Advertisement of Online Marketplace Shopee. *KnE Social Sciences*, 452-460.

Raniswara, D. A. (2021). LKP: Pemanfaatan Digital Marketing untuk Membantu Meningkatkan Kegiatan Pemasaran Secara Online pada UMKM Miss Batik Collection *(Doctoral dissertation, Universitas Dinamika).*