

DIGITALISASI PERTANIAN MELALUI PLATFORM ONLINE UNTUK MENINGKATKAN PENDAPATAN KWT SEDAP MALAM

Ratu Chaterine Fajri¹, Dini Safitri², Putri Irmala Sari³, Supri Yanto⁴, Valdi Mughni Budiman⁵, Winda Kartika⁶

^{1,2,3,4,5,6}Politeknik Negeri Lampung

ratuchaterine@polinela.ac.id

Article History:

Received: 15-Januari-2025

Revised: 17-Januari-2025

Accepted: 18-Januari-2025

Kata Kunci: Digitalisasi
Pertanian, Pemasaran Online,
Produk Pertanian.

Keywords: Agricultural
Digitalization, Online Marketing,
Agricultural Products.

Abstrak: Pengabdian ini bertujuan untuk menganalisis dampak pelatihan pemasaran produk pertanian melalui platform online terhadap peningkatan pendapatan Kelompok Wanita Tani (KWT) Sedap Malam. Digitalisasi pertanian menjadi langkah strategis dalam meningkatkan daya saing dan pendapatan petani di era digital. Metode yang digunakan adalah tindakan partisipatif dengan melibatkan 25 anggota KWT Sedap Malam. Pelatihan dilaksanakan dalam tiga tahap: pengenalan konsep pemasaran digital, praktik penggunaan platform e-commerce, dan evaluasi hasil penjualan online. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan analisis laporan penjualan selama satu bulan sebelum adanya pelatihan. Hasil pengabdian menunjukkan peningkatan signifikan pada pendapatan rata-rata anggota KWT sebesar 66,87% setelah mengimplementasikan strategi pemasaran online. Selain itu, terjadi peningkatan literasi digital sebesar 90,83% di kalangan peserta. Oleh karena itu, pelatihan pemasaran produk pertanian melalui platform online efektif dalam meningkatkan pendapatan dan kapasitas digital KWT Sedap Malam. Pengabdian ini merekomendasikan perluasan program serupa ke kelompok tani lainnya untuk mendorong transformasi digital di sektor pertanian.

Abstract: This dedication aims to analyze the impact of agricultural product marketing training through online platforms on increasing the income of the Sedap Malam Women's Farmer Group (KWT). Agricultural digitalization has become a strategic step in enhancing the competitiveness and income of farmers in the digital era. The method was used in participatory action, involving 25 members of the Sedap Malam KWT. The training is conducted in three stages: introduction to the concept of digital marketing, practical use of e-commerce platforms, and evaluation of online sales results. Data collection techniques include observation, interviews, and analysis of sales reports during the month prior to the training. The results of the dedication show a significant increase in the average income of KWT members by 66,87% after

implementing online marketing strategies. In addition, digital literacy among participants increased by 90,83%. Therefore, agricultural product marketing training through online platforms is effective in increasing the income and digital capacity of the Sedap Malam KWT. This dedication recommends the expansion of similar programs to other farmer groups to encourage digital transformation in the agricultural sector.

PENDAHULUAN

Era *Society* 5.0 merupakan konsep perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang menggambarkan era baru di mana telah menjadi bagian kegiatan di masyarakat (Sawitri, 2023). Teknologi di era ini tidak hanya digunakan untuk meningkatkan efisiensi dan produktivitas di masyarakat, tetapi juga dapat mengatasi berbagai tantangan sosial di masyarakat (Ningsih, 2024). Era digital adalah suatu masa yang sudah mengalami perkembangan dalam segala aspek kehidupan menjadi serba digital (Satira dan Hidriani, 2021), (Adriansah, A., 2023).

Revolusi Industri 5.0 berfokus pada penggabungan teknologi canggih seperti kecerdasan buatan yang bertujuan untuk menciptakan sistem produksi yang lebih beradaptasi terhadap perubahan permintaan pasar, lebih fokus pada pengalaman pelanggan dan mengoptimalkan penggunaan sumber daya alam yang terbatas (Ifadhilah, 2024). Perkembangan teknologi yang sangat pesat ini telah merambah ke segala bidang. Masyarakat harus dapat mengikuti kemajuan teknologi (Muh David Balya Al, 2023). Kemajuan teknologi ini merubah persepsi masyarakat terkait cara untuk memenuhi kebutuhan kehidupannya. Teknologi yang semakin berkembang memaksa para pelaku usaha untuk dapat mengikuti keinginan pasar (Ariwardhani et al., 2014), (Balya, 2023) (Hidayat et al., 2024).

Pemasaran secara online memiliki potensi yang besar untuk dapat mengembangkan usahanya (Khairunisa & Misidawati, 2024), (Jatiningrum et al., 2020). Produk-produk yang dimiliki dapat dengan mudah di pasarkan melalui *platform online*. Namun, tidak semua masyarakat dapat dengan mudah untuk memanfaatkan perkembangan teknologi yang ada (Munawati et al., 2024).

Kelompok Wanita Tani (KWT) adalah kelompok yang terdiri dari para wanita yang beraktivitas di bidang pertanian, termasuk istri petani. Kelompok Wanita Tani (KWT) merupakan salah satu kelembagaan petani yang memiliki peran penting dalam pembangunan pertanian.

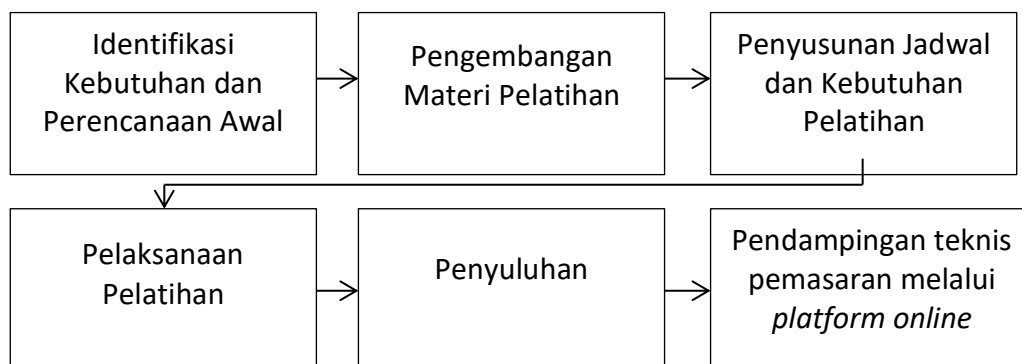
Pada bulan Oktober tahun 2019 Dinas Pertanian dan Pemerintah Kota mengadakan pelatihan "*Urban Farming*" untuk para wanita khususnya ibu-ibu di seluruh kelurahan di kecamatan Kedaton. Dari kegiatan pelatihan tersebut, peserta pelatihan memiliki minat yang sangat tinggi terhadap dunia pertanian. Sehingga mereka sepakat untuk membentuk sebuah kelompok wanita tani yang diberi nama KWT Sedap Malam. Dinas Pertanian dan Pemerintah Kota berkoordinasi dengan kelurahan Sidodadi untuk memanfaatkan lahan warga sebagai

upaya untuk mencegah stunting dan pemanfaatan lahan di kota. Hingga saat ini, Kelompok Wanita Tani (KWT) Sedap Malam memanfaatkan lahan milik Ketua RT di Jalan Kiwi 5 No.52 Kelurahan Sidodadi Kecamatan Kedaton Kota Bandar Lampung.

Produk hasil pertanian organik yang dihasilkan oleh Kelompok Wanita Tani (KWT) Sedap Malam mencakup berbagai jenis sayuran berkualitas tinggi, seperti sayur pakcoy organik, bayam brazil organik, cabe merah organik, kangkung organik, buncis organik, kacang panjang organik. Selain produk hasil pertanian, Kelompok Wanita Tani (KWT) Sedap Malam berinovasi dengan membuat produk hasil olahan yang sehat dan bergizi, seperti nugget kelor, ice cream kelor, es kawete tepung mocaf dan olahannya (brownies dan pempek). Produk - produk yang dihasilkan oleh Kelompok Wanita Tani (KWT) Sedap Malam dipasarkan secara *word of mouth*. Pemasaran yang dilakukan dengan mengandalkan keluarga dan masyarakat sekitar.

METODE

Metode pengabdian ini menggunakan *Participation Action Research* (PAR). *Participatory Action Research* (PAR) merupakan sebuah metode yang melibatkan partisipasi aktif dari para peserta dalam semua tahap proses. Metode ini berfokus pada pemberdayaan komunitas dan upaya untuk menghasilkan perubahan positif dalam sosial atau lingkungan tertentu (Kania & Supendi, 2024; Mumtaz et al., 2024; Pebriyanti & Gussevi, 2023). Pengabdian ini dilaksanakan di Jalan Kiwi 5 No.52 Kelurahan Sidodadi Kecamatan Kedaton Kota Bandar Lampung. Teknik pengumpulan data adalah wawancara dan pelatihan. Partisipan dalam pengabdian adalah 30 orang anggota Kelompok Wanita Tani (KWT) Sedap Malam yang berasal dari Kelurahan Sidodadi Kecamatan Kedaton Kota Bandar Lampung. Langkah-langkah dalam pengabdian adalah sebagai berikut.



Gambar 1. Alur Proses Pendampingan

1. Identifikasi Kebutuhan dan Perencanaan Awal

- a. Melakukan wawancara dengan 7 orang anggota Kelompok Wanita Tani (KWT) Sedap Malam untuk memahami digitalisasi pertanian dan kebutuhan pelatihan.
- b. Menyusun rencana pelatihan yang komprehensif berdasarkan hasil analisis kebutuhan, mencakup materi tentang digitalisasi pertanian yaitu pelatihan pemasaran produk pertanian melalui *platform online* untuk meningkatkan pendapatan pada Kelompok Wanita Tani (KWT) Sedap Malam.

2. Pengembangan Materi Pelatihan

- a. Mengembangkan modul pelatihan yang mencakup strategi pemasaran digital.
- b. Menyusun strategi promosi secara digital untuk dijadikan bahan posting di *platform online*.

3. Penyusunan Jadwal dan Kebutuhan Pelatihan

- a. Menentukan waktu dan tempat pelatihan yang sesuai, dengan mempertimbangkan ketersediaan KWT Sedap Malam Kelompok Wanita Tani (KWT) Sedap Malam dalam mengikuti pelatihan.
- b. Menyiapkan peralatan yang diperlukan untuk pelatihan, seperti laptop, dan proyektor.

4. Pelaksanaan Pelatihan

- a. Pada saat sesi teori, memberikan penjelasan tentang digitalisasi pertanian serta bagaimana cara pemasaran di platform online.
- b. Kemudian sesi praktik, melakukan pendampingan praktik pembuatan akun media sosial tik tok dan mengoptimalkan akun media sosial yang dimiliki Kelompok Anggota Tani (KWT) Sedap Malam.

5. Penyuluhan

Penyuluhan dilakukan oleh tim pengabdian untuk memberikan pengetahuan kepada anggota Kelompok Wanita Tani (KWT) Sedap Malam untuk dapat memanfaatkan *platform online* guna untuk meningkatkan pendapatan pada KWT Sedap Malam.

6. Pendampingan teknis pemasaran melalui *platform online*.

Tim Pengabdian membantu anggota KWT Sedap Malam memanfaatkan Facebook, Instagram, dan Tik tok yang dimiliki untuk dapat memasarkan hasil produk pertanian dan olahannya. Tim Pengabdian memberikan pendampingan terkait bagaimana cara untuk dapat berkomunikasi dengan calon konsumen secara online.

HASIL

Pelatihan digitalisasi pertanian menggunakan platform online untuk meningkatkan penjualan pada Kelompok Wanita Tani (KWT) Sedap Malam yang melibatkan total 30 peserta meningkatkan kompetensi peserta terkait penggunaan akun media sosial yang berdampak kepada peningkatan penjualan. Tim pengabdian memiliki tugas dan fungsi untuk bertanggung jawab atas keseluruhan pelaksanaan program, termasuk perencanaan, koordinasi, dan evaluasi akhir. Menyusun dan mengembangkan modul pelatihan. Memimpin sesi pelatihan teori dan praktik, serta memberikan bimbingan kepada peserta selama pendampingan. Sedangkan ruang lingkup pengabdian ada 2 hal penting yaitu, a) Materi Pembelajaran; mengenai konsep dasar digitalisasi pertanian, teknik pembuatan platform online menggunakan laptop. b) Praktik dan Pendampingan; sesi pembuatan akun media sosial tik tok dan cara mempraktikkannya.

Kegiatan pelatihan dimulai dengan mengidentifikasi terkait pemasaran produk yang ada di Kelompok Wanita Tani (KWT) Sedap Malam. Tim Pengabdian melakukan survei awal dan wawancara untuk memahami permasalahan yang ada. Setelah mengidentifikasi kebutuhan, kemudian Tim Pengabdian merencanakan program pelatihan dengan mempertimbangkan berbagai faktor seperti konten, durasi, metode, dan materi yang akan disampaikan. Tujuan utama adalah meningkatkan pengetahuan anggota Kelompok Wanita Tani (KWT) Sedap Malam terkait bagaimana cara untuk pemasaran hasil produknya.

Proses selanjutnya yaitu melibatkan Tim Pengabdian untuk memaparkan materi pelatihan termasuk bagaimana cara membuat akun media sosial, membuat konten penjualan, dan bagaimana strategi pemasaran digital yang baik. Setelah melakukan identifikasi kebutuhan, kemudian penulis merencanakan program pelatihan dengan mempertimbangkan berbagai faktor seperti konten, durasi, metode, dan materi yang akan disampaikan. Tujuan utama adalah untuk menganalisis dampak pelatihan pemasaran produk pertanian melalui platform online terhadap peningkatan pendapatan Kelompok Wanita Tani (KWT) Sedap Malam.



(a)



(b)



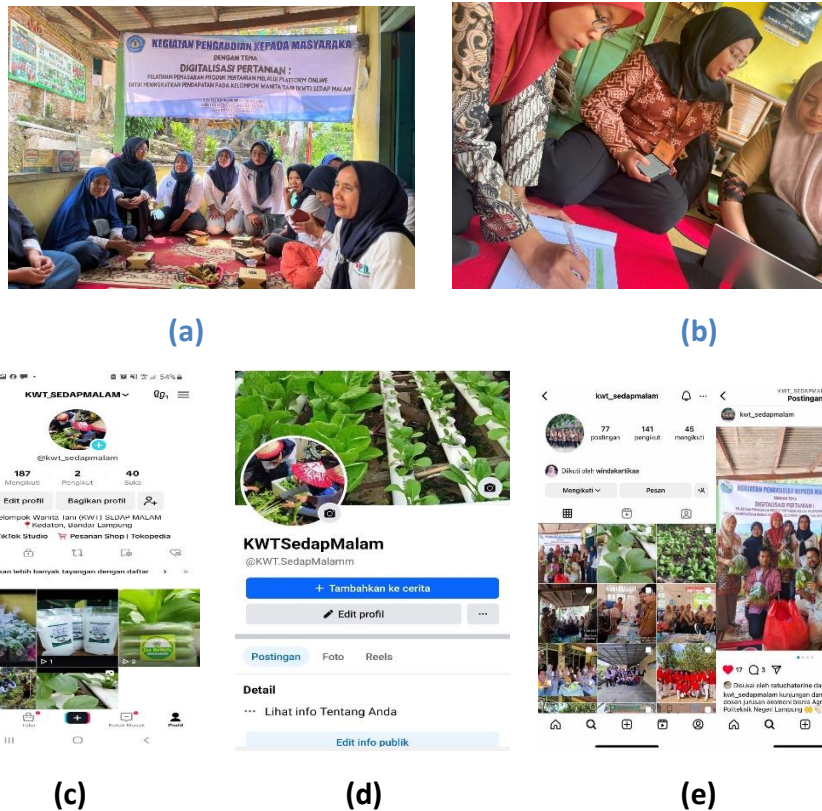
(c)



(d)

Gambar 2. (a)(b)(c)(d) Pengenalan dan penyuluhan dari tim kegiatan

Kegiatan Kedua yang dilaksanakan yaitu Tim Pengabdian memberikan pendampingan kepada anggota KWT Sedap Malam untuk dapat memaksimalkan facebook, instagram, dan tik tok yang dimiliki oleh KWT Sedap Malam agar dapat memasarkan produk-produk yang mereka hasilkan.



Gambar 3. (a)(b) Pendampingan teknis pemasaran melalui *platform online*
(c)Tik-Tok(d)Facebook(e)Instagram

PEMBAHASAN

Kegiatan pelatihan ini diikuti oleh Kelompok Wanita Tani (KWT) Sedap Malam yang melibatkan total 30 peserta. (absensi peserta terlampir). Berdasarkan Balya (2023) yang menyatakan bahwa masyarakat harus dapat mengikuti kemajuan teknologi, maka untuk mengetahui pemahaman awal peserta tentang dilakukan dengan menggunakan pre-test yang berbentuk Praktikum melakukan strategi pemasaran produk melalui media Digitalisasi Pertanian: Pelatihan Pemasaran Produk Pertanian Melalui *Platform Online* untuk Meningkatkan Pendapatan Pada Kelompok Wanita Tani (KWT) Sedap Malam. Praktikum pre-test dikerjakan selama 25 puluh menit. Materi pre-test merupakan rangkuman dari materi yang akan disampaikan dalam pelatihan. Kriteria hasil pre-test yang digunakan adalah sebagai berikut: (hasil pre-test dapat dilihat pada tabel 3.1).

Tabel 3.1 Hasil *Pre-test* Pemahaman Awal Peserta

Nama Peserta	Jumlah Skor	Jumlah Pemahaman Awal Peserta (%)
Suyatmi	60	77.66
Ratu Meiryana Caropeboka	45	58.25
Tasmalah	50	64.72
Murti Hasanah	50	64.72
Ani	50	64.72
Isniana	70	90.60

Nama Peserta	Jumlah Skor	Jumlah Pemahaman Awal Peserta (%)
Prapti	50	64.72
Hartini	50	64.72
Sugiarti	50	64.72
Elisnawati	60	77.66
Erni Tri Wahyuningsih	45	58.25
Revly Adelia Putri	45	58.25
Iin Oktaria	45	58.25
Agustina	60	77.66
Drs. Trapala, S.P.	70	90.60
Sapto Haryanto	50	64.72
Rustian Ahmad	45	58.25
Sutiyem	50	64.72
Martinah	40	51.78
Khadijah	50	64.72
Yanti Yusnah	60	77.66
Suparti	45	58.25
Ambarwati Sukaesih	45	58.25
Maemunah Lestari	45	58.25
Yeti Oktavia	60	77.66
Yati Atik	40	51.78
Zulaeha Nur	50	64.72
Indriyani	60	77.66
Desi Puspita	50	64.72
Ike Nurlela	60	77.66
Total dan Nilai Rata-Rata	1550	66,87%

Sumber: Hasil *Pre-Test*

- a. Nilai 0 – 50 : Belum memahami
- b. Nilai 51 - 75 : Cukup memahami
- c. Nilai 76 – 100 : Sangat memahami

Berdasarkan hasil pre-test pada tabel 3.1 diketahui bahwa rata-rata tingkat pemahaman awal peserta adalah 66,87%. Hal ini berarti peserta berada dalam kriteria Cukup memahami pemasaran produk pertanian melalui platform online terhadap peningkatan pendapatan Kelompok Wanita Tani (KWT) Sedap Malam dan pola kolaborasi antar peserta yang terlibat dalam pelatihan ini. Seluruh peserta masuk dalam kriteria belum memahami pemasaran produk pertanian melalui platform online terhadap peningkatan pendapatan Kelompok Wanita Tani (KWT) Sedap Malam.

Dalam rangka mengetahui pemahaman akhir peserta tentang Digitalisasi Pertanian: Pelatihan Pemasaran Produk Pertanian Melalui *Platform Online* untuk Meningkatkan Pendapatan Pada Kelompok Wanita Tani (KWT) Sedap Malam dan pola kolaborasi antar aktor yang terlibat dalam pelatihan ini dilakukan dengan menggunakan *post-test* yang berbentuk Praktikum melakukan strategi pemasaran produk melalui media Digitalisasi Pertanian: Pelatihan Pemasaran Produk Pertanian Melalui *Platform Online* untuk

Meningkatkan Pendapatan Pada Kelompok Wanita Tani (KWT) Sedap Malam. Ujian praktikum *post-test* yang diberikan sama dengan soal *pre-test* dengan penambahan waktu lebih banyak tujuan untuk mengetahui dampak dari pemberian materi selama pelatihan dan mengetahui *progress* peserta setelah pelatihan. Kriteria *pra-test* yang digunakan sama dengan kriteria *post-test*. Pemberian materi dilakukan secara *tutorial* (ceramah) yang dilanjutkan dengan dialog (tanya jawab) antara peserta dengan pemateri.

- a. Nilai 0 - 50 : Belum memahami
- b. Nilai 51 - 75 : Cukup memahami
- c. Nilai 76 - 100 : Sangat memahami

Tabel 3.2 Hasil *Post-test* Peserta

Nama Peserta	Jumlah Skor	Jumlah Pemahaman Awal Peserta (%)
Suyatmi	70	90,6
Ratu Meiryana Caropeboka	75	97,1
Tasmalah	65	84,1
Murti Hasanah	65	84,1
Ani	65	84,1
Isniana	75	97,1
Prapti	70	90,6
Hartini	70	90,6
Sugiarti	75	97,1
Elisnawati	75	97,1
Erni Tri Wahyuningsih	65	84,1
Revly Adelia Putri	65	84,1
Iin Oktaria	65	84,1
Agustina	65	84,1
Drs. Trapala, S.P.	75	97,1
Sapto Haryanto	65	84,1
Rustian Ahmad	75	97,1
Sutiyem	70	90,6
Martinah	70	90,6
Khadijah	70	90,6
Yanti Yusnah	70	90,6
Suparti	70	90,6
Ambarwati Sukaesih	70	90,6
Maemunah Lestari	70	90,6
Yeti Oktavia	75	97,1
Yati Atik	75	97,1
Zulaeha Nur	70	90,6
Indriyani	65	84,1
Desi Puspita	70	90,6
Ike Nurlela	70	90,6
Total dan Nilai Rata-Rata	2095	90,83

Sumber: Hasil *Post-Test*

Berdasarkan hasil *post-test* pada tabel 3.2 diketahui bahwa rata-rata tingkat pemahaman akhir peserta adalah 90,83%. Nilai ini masuk dalam kriteria sangat memahami. Jika dibandingkan dengan hasil *pre-test* berarti secara rata-rata telah terjadi peningkatan pemahaman peserta tentang Digitalisasi Pertanian: Pelatihan Pemasaran Produk Pertanian Melalui *Platform Online* untuk Meningkatkan Pendapatan Pada Kelompok Wanita Tani (KWT) Sedap Malam dan pola kolaborasi antar aktor yang terlibat dalam Pelatihan ini. Sebesar 9,17%. Peserta yang memiliki kriteria belum memahami adalah 0%. Hal ini berarti jika dibandingkan dengan hasil *post-test* pemberian materi pelatihan berhasil meningkatkan 100% pemahaman peserta dari belum memahami ke kriteria yang lebih tinggi (sangat memahami).

PENUTUP

Pengabdian ini berfokus pada upaya digitalisasi pertanian melalui pelatihan pemasaran produk pertanian menggunakan platform online. Tujuan utamanya adalah meningkatkan pendapatan Kelompok Wanita Tani (KWT) Sedap Malam. Dimana hasil dari pengabdian ini adalah Digitalisasi menjadi strategi penting dalam pengembangan sektor pertanian, Pelatihan pemasaran online diberikan sebagai intervensi untuk meningkatkan kemampuan KWT dalam memasarkan produk mereka, Penggunaan *platform online* dipilih sebagai sarana pemasaran produk pertanian, menunjukkan adopsi teknologi digital dalam pertanian, Pengabdian ini menggabungkan aspek teknologi, pemasaran, dan pemberdayaan masyarakat dalam konteks pertanian. Optimalisasi penggunaan akun media sosial KWT Sedap Malam sebagai upaya meningkatkan penjualan diharapkan dapat dilakukan secara konsisten dan dimanfaatkan dengan baik.

TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terimakasih kepada Kelurahan Sidodadi Kecamatan Kedaton dan Kelompok Wanita Tani Sedap Malam yang telah aktif berpartisipasi dalam setiap tahapan kegiatan yang dilakukan serta memberikan masukan kepada tim pengabdian. Dengan adanya dukungan dari berbagai pihak, maka kegiatan pengabdian digitalisasi pertanian ini dapat berjalan dengan lancar.

DAFTAR PUSTAKA

- Adriansah, A., & Hasanah, H. U. (2023). Knowledge of Internet Technology and Its Application System in the Perspective of Islamic Economics Interest in Online Shopping. *Muttaqien; Indonesian Journal of Multidiciplinary Islamic Studies*, 4(1), 63-81.
- Ariwardhani, C., Rochim, A. F., & Windasari, I. P. (2014). Sistem Informasi Wisata Kuliner di Kota Semarang Berbasis Web. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Komputer*, 2(1), 11–15. <https://doi.org/10.14710/jtsiskom.2.1.2014.11-15>
- Balya, D. (2023). Kemajuan Teknologi dan Pola Hidup Manusia dalam Perspektif Sosial Budaya. *Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial Dan Humaniora*, 1(3), 274–301.

- Hidayat, R., Pratama, H., & Saputra, W. (2024). Pemanfaatan Teknologi Digital dalam Pembelajaran Akhlak: Tantangan dan Peluang. *Jurnal Teknologi Pendidikan*, 18(1), 45–62.
- Ifadhila, dkk. 2024. *Pemasaran Digital di Era Society 5.0*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia: Jambi.
- Jatiningrum, C., Wulandari, W., & Yuliana, R. (2020). Strategi Pemasaran Media Online Sebagai Media Pendukung UMKM Pada Masa Pandemi Covid-19. *ECo-Fin*, 2(2), 57–62. <https://doi.org/10.32877/ef.v2i2.315>
- Khairunisa, A. N., & Misidawati, D. N. (2024). Pemanfaatan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan Produk UMKM di Indonesia. *Sahmiyya: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1), 184–190.
- Muh David Balya Al. (2023). Kemajuan Teknologi Dan Pola Hidup Manusia Dalam Perspektif Sosial Budaya. *TUTURAN: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial Dan Humaniora*, 1(3), 26–53. <https://doi.org/10.47861/tuturan.v1i3.272>
- Munawati, M., Wahyuddin, W., Marsuki, N. R., Id, R. A., Sultan, J., 259, A. N., Sari, G., Rappocini, K., Makassar, K., & Selatan, S. (2024). Transformasi Pekerjaan di Era Digital: Analisis Dampak Teknologi Pada Pasar Kerja Modern. *Concept: Journal of Social Humanities and Education*, 3(1), 28–37. <https://doi.org/10.55606/concept.v3i1.950>
- Ningsih, S. R. (2024). Pengaruh Teknologi Terhadap Produktivitas Tenaga Kerja di Indonesia. *Benefit: Journal of Bussiness, Economics, and Finance*, 2(1), 1–9. <https://doi.org/10.37985/benefit.v2i1.341>
- Sawitri, D. (2023). Internet Of Things Memasuki Era Society 5.0. *KITEKTRO: Jurnal Komputer, Informasi Teknologi, Dan Elektro*, 8 No. 1(1), 31–35.
- Satira, U., dan Hidriani, R. 2021. *Peran Penting Public Relations di Era Digital*. Sadida: Islamic Communications Media Studies, 1(1), 179-202.