



Training and Assistance in Marketing Agricultural Products for the Humbahas Community

Monika Andrasari¹, Yola Anggia², Dewi Ratna Sari Simatupang³, Widya Sartika Hasibuan⁴

^{1,2,3,4}[Faculty of Economics and Business, Universitas Sumatera Utara, Medan, Indonesia]

Abstract. The purpose of this community service activity is to improve the welfare of the farming community in Humbang Hasundutan, especially farmers in Ria-Ria Village, Pollung District through marketing using online media. Farmers must be able to adapt to technological developments, and must be able to access the latest information related to agriculture and marketing, where utilizing digital media is a challenge for them. This service method is carried out by socializing, training to operate a website, creating a marketing account and how to start selling through one of the leading marketplaces. The results of this service are expected to contribute to improving the economy of the farmers in the Humbahas food estate and to introduce their agricultural products more broadly to the entire community.

Keyword: Food estate, Marketing, Online Media

Abstrak. Tujuan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat petani di Humbang Hasundutan, khususnya petani di Desa Ria-Ria Kecamatan Pollung melalui pemasaran menggunakan media online. Para petani harus dapat menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi, dan harus dapat mengakses informasi terkini terkait pertanian dan pemasarannya, dimana memanfaatkan media digital merupakan tantangan tersendiri bagi mereka. Metode pengabdian ini dilakukan dengan sosialisasi, pelatihan mengoperasikan website, membuat akun pemasaran serta cara memulai berjualan melalui salah satu marketplace terkemuka. Hasil pengabdian ini diharapkan dapat berkontribusi meningkatkan perekonomian para petani di food estate Humbahas dan memperkenalkan produk pertaniannya secara lebih luas lagi kepada seluruh masyarakat, mendorong masyarakat petani untuk lebih melek teknologi dan memanfaatkannya untuk meningkatkan nilai tambah hasil-hasil pertanian.

Kata Kunci: Food estate, Pemasaran, Media Online

Received 19 December 2021 | Revised 24 December 2021 | Accepted 23 December 2022

1 Pendahuluan

Perkembangan dunia pemasaran saat ini telah berubah secara signifikan, dari pemasaran secara langsung di pasar riil menjadi pemasaran tanpa tatap muka secara langsung atau yang selama ini

*Corresponding author at: Faculty of Economics and Business, Universitas Sumatera Utara, Medan, Indonesia

E-mail address: andramonika@usu.ac.id

kita kenal dengan pemasaran digital. Pemasaran digital merupakan suatu usaha yang digunakan untuk mempromosikan produk menggunakan media digital untuk memperluas jangkauan konsumen. Sebagian besar media digital yang digunakan adalah internet, atau yang biasa kita kenal dengan cara berjualan dan mempromosikan produk secara online.

Manfaat dari dilakukannya promosi secara online ini sangatlah besar sekali, yakni untuk memperkenalkan produk/jasa ke ranah publik, untuk menawarkan hingga memasarkan produk/jasa yang dijual, sehingga para konsumen pun menjadi merasa tertarik kepada produk-produk yang ditawarkan.

Perubahan dalam hal ini merupakan peluang sekaligus tantangan yang harus dihadapi oleh para produsen, yaitu bagaimana agar produk-produk yang dihasilkan mampu bersaing di pasar yang pergerakan distribusinya kepada konsumen telah berubah metode. Para produsen setidaknya harus memiliki keahlian menggunakan media online untuk mengakses informasi mengenai produk yang terkait dengan proses produksi dan memahami tujuan-tujuan pemasaran online tempat produk yang dihasilkan akan dipasarkan.

Humbang Hasundutan merupakan salah satu daerah di Provinsi Sumatera Utara yang memiliki lahan pertanian yang sangat luas, memiliki tanah yang subur dan strategis untuk pengembangan pertanian. Melihat besarnya potensi Kabupaten Humbang Hasundutan, Kementerian Pertanian mencanangkan pengembangan kawasan lumbung pangan (*Food Estate*) dan telah diresmikan oleh presiden Joko Widodo pada bulan Oktober 2020 sebagai upaya untuk meningkatkan ketahanan pangan nasional. Kabupaten Humbang Hasundutan yang dimana menurut data tahun 2019 [1] sebesar 197.751 jiwa, 85% diantaranya hidup dari sektor pertanian. Dimana produk pertanian unggulannya adalah kentang, bawang merah dan bawang putih.

Berdasarkan data dari dinas pertanian Kabupaten Humbang Hasundutan, dari sisi pertumbuhan ekonomi Humbang Hasundutan selama 3 (tiga) tahun terakhir bahwa sektor pertanian menjadi penyumbang pertumbuhan ekonomi terbesar dari berbagai sektor yang ada di wilayah ini. Namun sayangnya para petani di sana tidak menikmati kesejahteraan secara menyeluruh, padahal pertanian merupakan mata pencaharian utama. Data BPS tahun 2020 menunjukkan jumlah penduduk miskin di Humbahas adalah berjumlah 17.920 orang meningkat dari persentase 8,75% tahun 2019 menjadi 9,36% ditahun 2020 [2].

Mitra pada pengabdian ini merupakan mitra yang relatif produktif dalam mengelola pertanian hortikultura di daerah Humbang Hasundutan. Namun apabila dilihat dari sisi penghasilan, ternyata yang mereka peroleh belumlah maksimal [3]. Salah satu penadah utama hasil pertanian mereka merupakan para tengkulak, dimana harga yang diberikan oleh para tengkulak ketika masa panen tiba sangat volatil, dan cenderung cukup rendah untuk diterima para petani. Rendahnya kemampuan pemasaran yang dimiliki petani membuat mereka semakin terpuruk, terkadang biaya

produksi yang dikeluarkan lebih besar daripada hasil panen yang mereka terima dalam bentuk rupiah [4].

Keterbatasan pengetahuan petani dalam memasarkan hasil produksinya secara online menjadi penghambat bagi mereka untuk menjual hasil pertaniannya secara lebih luas lagi. Secara teknis, mitra belum paham langkah-langkah sistematis yang perlu dilakukan untuk memasarkan hasil produksinya ke pasar online [5].

Berdasarkan uraian diatas maka tim pengabdian memilih melakukan pelatihan dan pendampingan kepada masyarakat petani Desa Ria-Ria tentang pemasaran hasil olahan pertanian menggunakan media online. Serta memberikan website portofolio mengenai hasil pertanian dari food estate Humbang Hasundutan agar lebih dikenal masyarakat luas.

2 Metode Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan metode:

1. Persiapan pra kegiatan dengan melakukan survei. Survei lapangan ini bertujuan untuk mengetahui aspek-aspek penting dalam mengevaluasi masalah dan kebutuhan mitra.
2. Sosialisasi awal terkait dengan permasalahan yang dialami mitra terkait pemasaran produk hasil olahan pertanian.
3. Pelatihan bagi masyarakat terkait pemasaran hasil olahan pertanian.
4. Pendampingan. Sebagai bentuk keberlanjutan program pelatihan, tim melakukan proses pendampingan kepada mitra kelompok yaitu perangkat desa, remaja (khususnya anak petani) dan para petani dalam bentuk monitoring progress via *Whatsapp* dan *Meeting Online* langsung ke mitra. Tim melakukan wawancara untuk menggali informasi pada mitra, terkait masalah dan kendala yang dihadapi.

3 Hasil dan Pembahasan

Hasil dari pengabdian kepada masyarakat di kawasan Food Estate Humbang Hasundutan ini terfokus pada kemampuan memasarkan hasil olahan pertanian secara online. Dimulai dari tahapan persiapan, pelaksanaan dan hasil yang dicapai dari seluruh rangkaian kegiatan. Pada tahap pelaksanaan, pengabdian ini dilakukan dengan penyuluhan/sosialisasi, pelatihan pemasaran secara online dan pendampingan.

Persiapan dilakukan oleh Tim Pengabdian bersama-sama dengan mitra. Tim pengabdian mengutus beberapa orang mahasiswa untuk datang ke lokasi pengabdian dan melakukan kesepakatan dengan mitra yang meliputi jadwal kegiatan dan tempat kegiatan. Pada tahap

persiapan disepakati tentang waktu dan tempat pelaksanaan serta peserta pelatihan dan pendampingan pemasaran yang merupakan para petani. Kegiatan dilakukan di kantor Desa Ria-Ria Kecamatan Pollung, Kabupaten Humbang Hasundutan.

Pelatihan dan pendampingan pemasaran secara online yang dilakukan tim pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan petani dan membuka paradigma para petani bahwa ada peluang besar yang terbuka untuk memasarkan hasil-hasil pertanian yang mana hasil akhir yang dapat diperoleh merupakan peningkatan pendapatan.

Dalam pelaksanaannya Tahap pertama yang dilakukan adalah pemaparan mengenai pentingnya pemasaran menggunakan media digital untuk meningkatkan nilai tambah ekonomis bagi para petani, bahwa pemasaran online ini sangat mudah dilakukan dan dapat diakses oleh orang dari mana saja. Tahap kedua merupakan pemberian laman website portofolio www.foodestate-humbahas.com kepada perangkat desa, yang isinya dapat dikelola dan diupdate sesuai kebutuhan para petani di lokasi Humbang Hasundutan, kemudian pelatihan cara mengupdate informasi maupun gambar di laman web yang diberikan.



Gambar 1. Laman website www.foodestate-humbahas.com

Tahap ketiga merupakan memberikan pelatihan kepada peserta sosialisasi yaitu para petani mengenai cara berjualan menggunakan media online yaitu shopee yang merupakan salah satu marketplace terkemuka di Indonesia. Dimulai dari pembuatan akun, hingga mengupload foto produk, memberi harga dan memasarkannya.

Hasil yang diperoleh dari kegiatan pelatihan dan pendampingan ini adalah: 1) Para petani mengerti cara mengakses website portofolio yang diberikan, dan admin dari perangkat desa dapat menggunakan dan mengupdate informasi terkini dan yang dibutuhkan pada laman website. 2) Para petani mengerti cara memanfaatkan media online untuk memasarkan hasil produksi

pertanian mereka. 3) Menjadi salah satu solusi dari kendala pemasaran hasil pertanian di Humbang Hasundutan.

4 Kesimpulan

Pelatihan dan pendampingan pemasaran hasil olahan pertanian secara online yang dilakukan tim pengabdian kepada para petani food estate Humbang Hasundutan bertujuan untuk memberikan keterampilan para petani untuk memanfaatkan media online dalam memasarkan hasil produksi pertanian mereka. Pelatihan dan pendampingan ini membuka pikiran para petani setempat bahwa terdapat peluang besar yang dapat diraih apabila mereka dapat memanfaatkan media online sebagai sarana dalam memasarkan hasil produksi pertanian. Pelatihan dan pendampingan yang diberikan diharapkan akan mampu meningkatkan perekonomian dan kesejahteraan para petani di Humbang Hasundutan.

5 Ucapan Terima Kasih

Artikel ini merupakan salah satu hasil dari Program Pengabdian kepada Masyarakat yang Dibiayai oleh dana NON PNBP Universitas Sumatera Utara Sesuai dengan Surat Perjanjian Penugasan Pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat Program Dosen Mengabdikan Tahun Anggaran 2021. Oleh karena itu, Tim pengabdian mengucapkan terima kasih kepada Rektor Universitas Sumatera Utara atas dukungan dana dan fasilitas yang telah diberikan. Dan juga tim pengabdian mengucapkan terima kasih kepada mitra pada kegiatan pengabdian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Badan Pusat Statistik Sumatera Utara. Humbang Hasundutan Dalam Angka : Badan Pusat Statistik. 2020
- [2] Rizki, Muhammad Ivan, Dkk. Strategi Pemanfaatan Media Sosial untuk Pemasaran Digital oleh Petani Porang di Kabupaten Wonogiri Masa Pandemi COVID-19. Prosiding Seminal Nasional Pembangunan dan Pendidikan. E ISSN : 2774-1982 DOI : <https://doi.org/10.47687/snppvp.v2i1.175>. 2021
- [3] Husin, D., Wijaya, I., Dewi, N., & Hilmi. Promosi Produk Menggunakan Media Sosial Online Pada Para Pedagang Kecil Di Kota Lhokseumawe. Jurnal Vokasi, 3(1), 45–50. 2019
- [4] Dewi, R. S., Dewi, O. A. C., & Noviasri, R. Perancangan dan Implementasi Sistem E-Commerce pada UMKM Batik di Kabupaten Jombang. Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 3(1), 36–43. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v3i1>. 2021
- [5] Ratnasari, Anne dan Yusuf Hamdan. Media Digital Online Saluran Komunikasi Pemasaran Bisnis. Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung. 2018