



Website:
ejournal.umm.ac.id/index.php/janayu

***Correspondence:**
irawan@umm.ac.id

DOI: [10.22219/janayu.v2i2.16007](https://doi.org/10.22219/janayu.v2i2.16007)

Sitasi:
Irawan, D., & Affan, M.W. (2021). Pelatihan Penggunaan Mobile Marketplace Pada Kelompok Tani Sayur Desa Torong Rejo Batu. *Jurnal Pengabdian dan Peningkatan Mutu Masyarakat*, 2(2), 90-95.

Proses Artikel

Diajukan:
18 Maret 2021

Direviu:
19 April 2021

Direvisi:
20 Mei 2021

Diterima:
21 Mei 2021

Diterbitkan:
8 Juli 2021

Alamat Kantor:
Jurusan Akuntansi Universitas Muhammadiyah Malang Gedung Kuliah Bersama 2 Lantai 3. Jalan Raya Tlogomas 246, Malang, Jawa Timur, Indonesia

P-ISSN: 2721-0421
E-ISSN: 2721-0340

Pelatihan Penggunaan *Mobile Marketplace* pada Kelompok Tani Sayur Desa Torong Rejo Batu

Dwi Irawan^{1*}, Muhammad Wildan Affan²

^{1,2}Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Malang, Malang, Jawa Timur, Indonesia

ABSTRACT

The Vegetable Farmer Group is one of the active groups in Batu City, namely in Torong Rejo Village. The economic situation affected by the existence of covid 19 also had an impact on the sale of agricultural products from Gapoktan. To minimize the spread of Covid 19, the mobile marketplace is an alternative to get around the prohibition of meeting directly between sellers and buyers to reduce the spread of Covid-19 while still encouraging economic movement, especially the sale of Gapoktan farmers. This method of dedication is carried out by discussing and demonstrating the use of the mobile marketplace. The result is that vegetable farmer groups have begun to be able to use the mobile marketplace, both for selling the products they produce to buying agricultural necessities. By using the mobile marketplace, it is hoped that it can minimize the vegetable supply chain from farmers to consumers, so that it can increase profits on sales because farmers can directly sell to end users.

KEYWORDS: Covid 19; Mobile Marketplace; Vegetable Farmer.

ABSTRAK

Kelompok tani sayur merupakan salah satu yang aktif di Kota Batu yaitu di Desa Torong Rejo. Keadaan yang ekonomi yang terdampak dengan adanya covid 19, juga berdampak pada penjualan hasil tani dari gapoktan. Untuk meminimalkan penyebaran covid 19, maka mobile marketplace merupakan salah satu alternative untuk menyiasati larangan untuk bertemu secara langsung antara penjual dan pembeli untuk mengurangi penyebaran covid-19 namun tetap mendorong pergerakan perekonomian khususnya penjualan hasil tani gapoktan. Metode dalam pengabdian ini dilakukan dengan diskusi dan demonstrasi mengenai penggunaan mobile marketplace. Hasilnya adalah kelompok tani sayur mulai mampu menggunakan mobile marketplace baik untuk menjual produk yang mereka hasilkan hingga membeli kebutuhan pertanian. Dengan menggunakan mobile marketplace di harapkan juga dapat meminimalkan rantai pasok sayur dari petani ke konsumen, sehingga dapat meningkatkan keuntungan atas penjualan dikarenakan petani dapat langsung menjual ke *end user*.

KATA KUNCI: Covid 19; Mobile Marketplace; Petani Sayur.



PENDAHULUAN

Covid-19 atau virus corona merupakan penyebab satu kasus baru penyakit pneumonia, kasus Kasus pneumonia ditemukan di Wuhan China pada akhir Desember 2019, sehingga membuat World Health Organization (WHO) menetapkannya sebagai salah satu wabah yang harus segera ditangani. Virus ini telah menimbulkan kepanikan diseluruh dunia, disebabkan penyebarannya yang cukup cepat ([Azamfirei, 2020](#)). Indonesia mulai terinveksi Covid-19 mulai Maret 2020. Karena cepatnya penularan virus tersebut, beberapa pemerintah daerah telah memberlakukan sistem lockdown untuk membatasi kegiatan atau aktivitas perekonomiannya dan aktivitas sosial. Dampak dari pandemi Covid-19 ini dirasakan disemua sektor, tidak terkecuali sektor pertanian ([Sarni & Sidaya, 2020](#)). Dampak pandemi COVID-19 yang paling dirasakan petani ialah harga produk pertanian yang mengalami penurunan drastis disebabkan daya beli masyarakat yang turun. Hal ini tidak sebanding dengan usaha dan biaya operasional yang dikeluarkan petani saat melakukan budidaya. Selain itu, saat ini pemerintah telah memberlakukan kebijakan mensosialisasikan dan menerapkan social distancing, physical distancing, work from home (WFH), dan pembatasan sosial berskala besar (PSBB) yang tercantum pada peraturan pemerintah RI No. 21 tahun 2020. Kebijakan tersebut dirasa sangat menyulitkan petani dalam memasarkan hasil produk budidaya mereka. Akibatnya produk pertanian banyak mengalami kemunduran mutu dan bahkan membusuk. Untuk menangani hal tersebut maka para petani perlu mengetahui tentang Marketplace.

Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) melalui penyediaan fasilitas penjualan dan pembelian barang dan jasa secara daring adalah salah satu lompatan besar pemanfaatan TIK yang mampu mengubah pola kehidupan manusia dan membuat bisnis lebih kompetitif ([Setiawan & Irawan, 2019](#)). Ada tiga model yang digunakan dalam kegiatan penyediaan fasilitas penjualan dan pembelian barang/jasa secara daring, yaitu (1) online shop, (2) e-commerce, dan (3) marketplace ([Sandhusen, 2008](#); [Shaw, Blanning, Strader, & Whinston, 2012](#)). Marketplace merupakan sebuah situs jual beli yang memungkinkan pembeli untuk memilih produk yang diinginkan pada situs tersebut, dan dapat melakukan diskusi melalui chat yang tersedia mengenai detail produk yang diinginkan, kemudian melakukan transfer pembayaran sesuai harga yang telah ditetapkan oleh penjual, kemudian penjual mengirim pesanan kepada pembeli sesuai alamat yang dicantumkan.

Tabel 1. Pengunjung *Marketplace*

Aplikasi Marketplace	Pengunjung
Tokopedia	1,2 Miliar
Shopee	837,1 juta
Bukalapak	823,5 juta
Lazada	445,5 juta
Blibi	353,2 juta
JD.ID	105,4 juta
Orami	89,8 juta
Bhinneka	62,2 juta
Sociolla	51,1 juta
Zalora	44,5 juta

2.2 Sumber: e2eCommerceIndonesia (2020)

Hasil penelitian [Apriadi and Saputra \(2017\)](#) menyebutkan bahwa aplikasi e-commerce berbasis marketplace tersebut dapat digunakan oleh petani untuk memasarkan

hasil pertanian mereka secara langsung ke konsumen. Dengan demikian, rantai distribusi pemasaran dapat dipotong sehingga berpotensi meningkatkan keuntungan petani. Daftar aplikasi Marketplace secara umum yang menguasai e-commerce di Indonesia pada tahun 2019 dapat dilihat pada tabel 1.

Dengan menggunakan marketplace petani dapat langsung menjual hasil panennya ke pembeli tanpa melalui tengkulak, hal tersebut memotong rantai pendistribusian yang dapat menguntungkan para petani karena harga dapat ditentukan lebih tinggi daripada harga yang biasanya ditentukan oleh tengkulak. Menurut Rahmawati (2018) manfaat penggunaan transaksi secara daring, di antaranya mengurangi biaya transaksi, harga, dan menghemat waktu, mendapatkan barang berkualitas, dan meningkatkan perdagangan secara global. Beberapa kelebihan e-commerce dibanding dengan pemasaran produk pertanian offline, yaitu (i) banyak jenis produk yang bisa dipasarkan dan dijual melalui internet; (ii) tempat menjual adalah internet yang berarti dapat menjual di mana dan kapan saja; (iii) cara menerima pesanan melalui email, telepon, sms, dan lain-lain; (iv) cara pembayaran dengan kartu kredit, Paypal, atau tunai; dan (v) jangkauannya sangat luas ([Gunawan, Nida, & Henriyadi, 2020](#)).

Desa Torongrejo merupakan desa yang terletak di kecamatan Junrejo Kota Batu, dimana mayoritas penduduknya bermata pencaharian berkaitan dengan bidang pertanian baik dalam hal budidaya pertanian maupun perdagangan hasil pertanian. Dengan memberikan pelatihan pada kelompok tani sayur di desa Torongrejo terkait penggunaan mobile marketplace, diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan dan pendapatan petani sayur desa Torongrejo.

METODE

Penyelesaian masalah yang ada pada petani sayur Desa Torongrejo dilakukan dengan beberapa pendekatan yang dilakukan secara serentak yaitu :

- a. Metode diskusi, pelaksanaan pengabdian diawali dengan sesi diskusi yang dilakukan untuk memperoleh kesepahaman antara pengabdian dan mitra dalam menyelesaikan permasalahan yang terjadi dalam mitra ([Irawan & Affan, 2020](#)). Dengan dilakukan komunikasi dua arah ini maka akan solusi terbaik yang akan dilakukan pada tahap pengabdian berikutnya.
- b. Metode demonstrasi, pelaksanaan pengabdian dengan memaksukkan ilmu pengetahuan baru bagi mitra, tidak hanya dapat dilakukan melalui sesi diskusi tetapi harus dilanjutkan dengan metode demonstrasi ([Irawan & Affan, 2020](#)). Hal ini dilakukan untuk memperkuat pemahaman dan penerapan kegiatan pengabdian selanjutnya
- c. Berbasis mobile marketplace, pengabdian ini langsung mengarahkan mitra untuk dapat menggunakan pemasaran melalui media marketplace. Dengan praktik secara langsung ini diharapkan mitra dapat segera bekerja secara mandiri dalam menyelesaikan permasalahan yang terjadi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian ini diawali dengan kunjungan lokasi mitra untuk menganalisa permasalahan yang terjadi pada mitra. Pada saat kunjungan yang disambut oleh ketua dan beberapa gabungan kelompok tani sayur desa torong rejo, pengabdian dapat menyimpulkan beberapa poin permasalahan. Setelah tergambar permasalahan yang terjadi, pengabdian

mengajukan kesediaan mitra untuk menyelesaikan permasalahan melalui program pengabdian. Lebih lanjut, pengabdi dan mitra bersepakat untuk menerima kegiatan pengabdian dengan mengundang seluruh anggota gapoktan untuk mengikuti kegiatan pengabdian

Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan pada hari Jum'at 15 September 2020 di Saung Tani Desa Torong Rejo, Kec. Beji, Kota Batu. Kegiatan ini dihadiri oleh anggota Gabungan Kelompok Petani Sayur Desa Torongrejo sebanyak 21 orang petani sayur. Pelaksanaan ini diawali dengan sosialisasi kebijakan pemerintah untuk mendorong UMKM Go Online salah satunya hasil dari panen masyarakat. Sosialisasi ini sangat diperhatikan oleh mitra karena informasi ini dirasa sangat untuk keberlangsungan hidup dari hasil panen. Salah satu info dalam sosialisasi ini, masyarakat khususnya gapoktan dituntut untuk paham mengenai kemajuan teknologi yang dapat digunakan sebagai sarana pemasaran atas produk yang dihasilkan.

Selanjutnya dilakukan pemaparan mengenai bagaimana pola dan cara agar dapat mengikuti kebijakan pemerintah tersebut, salah satunya adalah melalui media pemasaran marketplace. Materi pelatihan yang disampaikan oleh tim pengabdi adalah seputar pendaftaran, penggunaan dan mendapatkan hasil dari menggunakan marketplace. Hal ini penting untuk dijelaskan dikarekan mitra tidak melakukan pemasaran melalui marketplace dirasa susah terutama untuk memulai menggunakan marketplace. Online marketplace yang digunakan dalam pendampingan diantaranya adalah tokopedia, bukalapak, dan olx. Dalam menggunakan online marketplace hal yang perlu di perhatikan adalah saat registrasi awal, karena saat registrasi awal ini calon pedagang diminta untuk memasukkan data pribadi ke dalam system. Setelah mendapatkan user dan login, kemudian pedagang diminta untuk membuat katalog produk. Dalam proses pembuatan katalog produk, pedagang harus memasukkan foto dan juga berapa harga jual produk tersebut. Menggunakan online marketplace cukup mudah, karena semua telah ada templatnya masing-masing. Tahap berikutnya adalah bagaimana merespon order dari konsumen dan bagaimana merealisasikan pendapatan.



Gambar 1. Peserta Pengabdian Masyarakat



Gambar 2. Sosialisai dan Penyampaian Materi

Setelah melakukan pemaparan materi dan mendiskusikan dengan anggota mitra, mitra sangat tertarik untuk memulai mengaplikasikan pemasaran melalui media marketplace. Hal ini dipengaruhi oleh kegiatan pemaparan oleh pengabdian yang merubah persepsi susah menjadi mudah untuk menggunakan marketplace. Oleh karena itu, tim pengabdian memberikan pendampingan untuk dapat menjalankan aplikasi online marketplace. Banyak hal yang dilakukan dalam pelaksanaan penggunaan marketplace mulai dari bagaimana menggunakan teknologinya seperti laptop maupun handphone, bagaimana jaringan yang ada disekitar, sampai bagaimana untuk dapat membuat iklan yang baik di marketplace agar dapat menarik konsumen sebanyak mungkin. Hal ini sangat disambut baik dengan banyaknya permintaan diskusi melalui sosial media untuk hal-hal yang mungkin tidak dapat tertampung pada saat pelaksanaan. Dalam proses pendampingan tim pengabdian di bantu oleh mahasiswa PMM Mitra Dosen untuk pendampingan pendaftaran hingga penggunaannya.



Gambar 2. Pelatihan *Marketplace*

SIMPULAN

95

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) sudah dilakukan dimulai dari kegiatan koordinasi menyeluruh untuk menjamin kelancaran dari kegiatan pengabdian, pelaksanaan pengabdian berupa pemaparan materi dan diskusi permasalahan mitra, serta diakhiri dengan melakukan pendampingan dalam menghadapi masalah yang telah didiskusikan sebelumnya. Hasil pelaksanaan anggota kelompok petani sayur desa Torongrejo mampu mengembangkan usahanya dengan melakukan berbagai strategi pemasaran khususnya dengan memanfaatkan kemajuan teknologi dengan online marketplace. Namun terdapat berbagai kendala yang dihadapi yaitu tidak mudahnya merubah kegiatan operasional yang sebelumnya telah terbangun dari masing-masing anggota mitra berupa model pengelola organisasinya maupun dari sisi modal. Saran yang mungkin dapat dilaksanakan adalah anggota yang telah mengikuti kegiatan pengabdian mengusahakan untuk berusaha merubah pola kerja secara bertahap dari tradisional menjadi modern dengan berbagai kemajuan teknologi khususnya pemasaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Apriadi, D., & Saputra, A. Y. (2017). E-Commerce Berbasis Marketplace Dalam Upaya Mempersingkat Distribusi Penjualan Hasil Pertanian. *Jurnal RESTI (Rekayasa Sistem dan Teknologi Informasi)*, 1(2), 131-136. <https://doi.org/10.29207/resti.v1i2.36>
- Azamfirei, R. (2020). The 2019 novel coronavirus: a crown jewel of pandemics? *The Journal of Critical Care Medicine*, 6(1), 3-4. <https://doi.org/10.2478/jccm-2020-0013>
- e2eCommerceIndonesia. (2020). Daftar toko online yang paling menguasai pasar RI selama 2019. <https://www.e2ecommerce-indonesia.com/category/ecommerce/>
- Gunawan, E., Nida, F. S., & Henriyadi. (2020). Peluang dan Strategi Pengembangan E-commerce Produk Pertanian Merespons Dampak Pandemi Covid-19.
- Irawan, D., & Affan, M. W. (2020). Pendampingan Branding Dan Packaging Umkm Ikatan Pengusaha Aisyiyah Di Kota Malang. *Jurnal Pengabdian dan Peningkatan Mutu Masyarakat (Janayu)*, 1(1). <https://doi.org/10.22219/janayu.v1i1.11188>
- Rahmawati, E. (2018). Consumer behavior towards e-commerce agribusiness product. *Asian Insitute of Technology*.
- Sandhusen, R. (2008). Marketing. Hauppauge, NY: Barron's Educational Series: ISBN 0-7641-3932-0.
- Sarni, S., & Sidaya, M. (2020). *Dampak Pandemi Covid 19 Terhadap Pendapatan Petani Sayuran Di Kota Ternate*. Paper presented at the Prosiding Seminar Nasional Agribisnis.
- Setiawan, E., & Irawan, O. (2019). Analisis Pengembangan Bisnis Syariah Dengan Business Model Canvas Pada Toko Online Suara Muhammadiyah. *Al-Urban: Jurnal Ekonomi Syariah dan Filantropi Islam*, 3(1), 95-106. https://doi.org/10.22236/alurban_vol3/is2pp1-11
- Shaw, M., Blanning, R., Strader, T., & Whinston, A. (2012). *Handbook on electronic commerce*. Springer Science & Business Media.