

Pendampingan Digitalisasi Usaha Koperasi Unit Desa Sedy Mulya Bojonegoro Berbasis Web

Teguh Soedarto
Universitas Pembangunan Nasional
"Veteran" Jawa Timur

Firza Prima Aditiawan
Universitas Pembangunan Nasional
"Veteran" Jawa Timur

Gusti Eka Yuliasuti
Institut Teknologi Adhi Tama Surabaya

Abstract

Bojonegoro Regency is also known for its wide potential of agricultural land so the Bojonegoro Regency becomes a food barn to maintain national food security. With the high production of rice in Bojonegoro Regency, of course, it must be balanced with good management. In this case, rice marketing still uses conventional methods, namely farmers sell agricultural products to intermediaries. The conventional method has a problem, namely the lack of widespread dissemination of information including product marketing, so efforts need to be made so that agricultural products reach a wider market. One of the efforts made is to digitize Sedy Mulya's KUD business. Digitization in question is changing conventional marketing methods to digital ones based on the internet in the form of web pages. The purpose of digitization is to increase the competitiveness of product marketing, packaging, and promotion.

Keywords: *Agricultural product; Bojonegoro Regency; Marketing digitization; Product marketing; Website-based marketing*

Abstrak

Kabupaten Bojonegoro juga dikenal dengan potensi lahan pertanian yang cukup luas sehingga Kabupaten Bojonegoro menjadi lumbung pangan untuk menjaga ketahanan pangan nasional. Dengan tingginya produksi beras di Kabupaten Bojonegoro, tentunya harus diimbangi dengan pengelolaan yang baik. Dalam hal ini, pemasaran beras masih menggunakan cara konvensional, yakni petani menjual hasil pertanian ke perantara. Cara konvensional tersebut memiliki permasalahan, yakni kurang meluasnya penyebaran informasi, termasuk pemasaran produk, sehingga perlu dilakukan upaya agar hasil produksi pertanian lebih menjangkau pasar yang luas. Salah satu upaya yang dilakukan adalah melakukan digitalisasi usaha Koperasi Unit Desa (KUD) Sedy Mulya. Digitalisasi yang dimaksud ialah mengubah metode pemasaran konvensional menjadi digital berbasis internet berupa *website*. Tujuan dari dilakukannya digitalisasi itu yakni untuk meningkatkan daya saing pemasaran produk, kemasan, serta promosi.

Kata kunci: Digitalisasi pemasaran; Kabupaten Bojonegoro; Pemasaran berbasis *website*; Pemasaran produk; Produk pertanian

1. Pendahuluan

Kabupaten Bojonegoro saat ini lebih dikenal sebagai daerah penghasil migas (minyak dan gas bumi) terbesar di Indonesia. Namun, sebenarnya Kabupaten Bojonegoro juga memiliki potensi di sektor usaha lain, yakni unit koperasi dan UMKM. Berdasarkan data yang dihimpun dari *website* resmi Satu Data Bojonegoro, terdapat 1.302 koperasi dan 80.637 UMKM yang tersebar di wilayah Kabupaten Bojonegoro [1]. Selain kedua potensi tersebut, Kabupaten Bojonegoro juga dikenal memiliki potensi lahan pertanian yang cukup luas sehingga Kabupaten Bojonegoro menjadi lumbung pangan untuk menjaga ketahanan pangan nasional. Potensi sektor pertanian ini juga tak kalah besarnya dengan sektor migas, apalagi sumber daya migas yang bersifat *nonrenewable* atau tidak bisa diperbarui dan pasti akan habis. Hal ini tentu saja menjadikan sektor pertanian lebih berpeluang dan menjanjikan dalam keberlanjutan perekonomian daerah.

Beras merupakan salah satu produk pertanian yang menjadi makanan pokok masyarakat di Indonesia [2]. Dengan tingginya produksi beras di Kabupaten Bojonegoro tentunya harus diimbangi dengan pengelolaan yang baik. Dalam hal ini pemasaran beras masih menggunakan cara konvensional. Bahkan sebagian besar petani lebih memilih menjual hasil pertanian kepada perantara. Hal ini dipicu oleh beberapa faktor salah satunya adalah kemudahan dalam menjual produk pertanian mereka meskipun dengan risiko harga jualnya sangat rendah. Para petani beralasan sulit untuk memasarkan produk pertanian mereka secara langsung karena keterbatasan pengetahuan dan informasi [3].

Beras Ramos merupakan beras jenis IR 64 yang merupakan varietas unggulan dan banyak ditanam oleh mayoritas petani di Kabupaten Bojonegoro. Keunggulan beras ini adalah nasi yang dihasilkan terasa pulen namun tidak lengket dan gurih ketika dimasak. Buliran berasnya panjang dan tidak beraroma pandan. Beras IR 64 atau Setra Ramos adalah beras yang paling banyak beredar di pasaran, karena harganya yang terjangkau dan relatif cocok dengan selera masyarakat Indonesia. Beras ini memiliki ciri fisik bulir agak panjang/lonjong, tidak bulat, warnanya putih dan tidak mengeluarkan aroma wangi seperti ditunjukkan pada Gambar 1. Beras IR 64 merupakan produk unggulan dari KUD Sedy Mulya, Kecamatan Baureno, Kabupaten Bojonegoro.

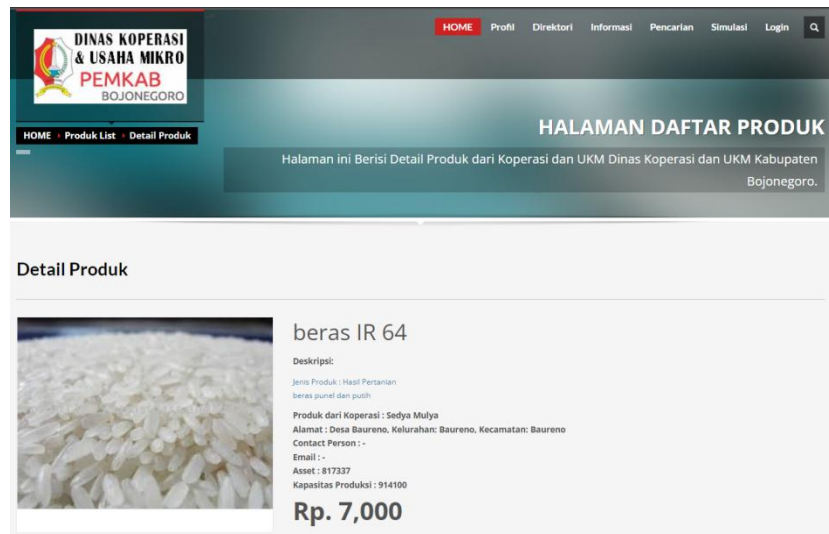
KUD Sedy Mulya merupakan salah satu koperasi di Kecamatan Baureno, Kabupaten Bojonegoro yang memiliki visi untuk menejahterakan petani. Salah satu program yang ditawarkan adalah dengan peminjaman modal yang dapat diganti dengan produk hasil pertanian. Hal ini tentu saja disambut baik oleh para petani, karena dengan program tersebut petani dapat memperoleh modal dan tidak perlu bingung untuk menjual produk pertanian yang dihasilkan. Berbagai program yang ditawarkan oleh koperasi, sedikit demi sedikit dapat melepaskan petani dari jerat perantara yang memaksa petani untuk menjual produk pertanian dengan harga rendah. Dengan demikian penghasilan petani akan meningkat dan taraf hidup menjadi lebih baik.

Menurut Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Bojonegoro, harga jual beras IR 64 di KUD Sedy Mulya masih terbilang rendah yakni sebesar Rp7.000,00 per kilogram seperti yang ditunjukkan pada Gambar 2. Hal ini terbilang cukup jauh jika dibandingkan harga beras ini di pasar *online* yakni rata-rata di atas Rp10.000,00 per kilogramnya. Dengan demikian dapat diartikan penjualan beras ini di luar daerah Bojonegoro sangat menjanjikan. Untuk itu KUD Sedy Mulya membutuhkan sebuah media pemasaran dengan memanfaatkan teknologi informasi agar dapat memasarkan produk pertanian ini secara luas, sehingga tidak hanya menjangkau wilayah lokal saja.

Melihat potensi pemasaran secara *online* tersebut KUD Sedy Mulya berpeluang untuk turut serta dalam program *Go Online*. Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (Kemenkop UKM) melansir sebanyak 3,79 juta usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) sudah memanfaatkan platform *online* dalam memasarkan produknya. Jumlah ini berkisar delapan persen dari total pelaku UMKM yang ada di Indonesia, yakni 59,2 juta. Untuk menumbuhkan jumlah pelaku UMKM yang berselancar di dunia maya, Kemenkop UKM dan Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemkominfo) bersama dengan para pelaku *e-commerce* menggalakan program bertajuk 8 Juta UMKM *Go Online* [4].



Gambar 1. Beras IR 64



Gambar 2. Harga Beras IR 64 di KUD Sedyo Mulya

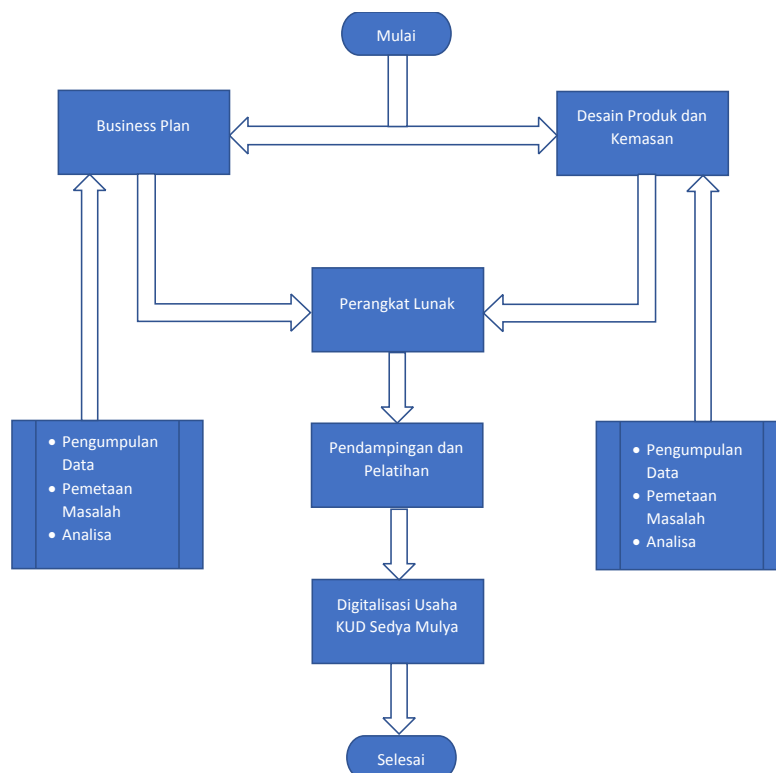
2. Metode Pelaksanaan

Berkaitan dengan masalah yang sudah dijabarkan, dalam upaya membangun perekonomian petani di daerah Kabupaten Bojonegoro dituntut untuk melakukan reorientasi program dengan mengutamakan kekuatan inti (*core business*) perekonomian yang berdaya saing. Pengembangan pertanian dengan pendekatan sistem dan usaha agrobisnis telah ditetapkan sebagai salah satu kekuatan inti yang diharapkan dapat mendukung upaya mempercepat pengembangan perekonomian UMKM [5], Koperasi dan peningkatan taraf hidup petani di daerah Kabupaten Bojonegoro.

Strategi pengembangan agrobisnis tersebut adalah dengan menetapkan komoditas unggulan/strategis dan kawasan sentra produksinya berdasarkan keunggulan komparatif dan kompetitif yang dimiliki setiap komoditas. Selain itu, pengembangan agrobisnis tersebut dalam pelaksanaannya melalui pendekatan wilayah yang diwujudkan dengan pengisian fungsi dan pemanfaatan potensi kawasan andalan. Oleh karena itu, diperlukan upaya-upaya yang mengarah pada peningkatan produksi dan produktivitas sehingga pendapatan dan kesejahteraan petani meningkat. Salah satu upaya yang dilakukan adalah peningkatan daya saing pemasaran produk, kemasan [6], promosi yang dihasilkan dengan pemanfaatan Teknologi Informasi berbasis internet [7].

Pelaksanaan dalam kegiatan pengabdian ini direncanakan untuk menyelesaikan permasalahan tersebut, yakni terkait digitalisasi usaha. Alur kegiatan pengabdian seperti ditunjukkan pada Gambar 3. Digitalisasi yang dimaksud adalah mengubah metode pemasaran konvensional menjadi digital dengan berbasis internet [8]. Dalam hal ini pemasaran digital akan berfokus pada media berbasis website [9]. Adapun beberapa tahapan yang dilakukan dalam kegiatan pengabdian ini, antara lain [10]:

1. menyosialisasikan model bisnis yang dapat memasarkan produk langsung ke konsumen,
2. membuat perangkat lunak sistem pemasaran berbasis internet yang siap digunakan,
3. melakukan pendampingan serta pelatihan pada pengurus KUD Sedyo Mulya dan kelompok tani pengguna sistem pemasaran tersebut,
4. melakukan pendampingan serta pelatihan pada pengurus KUD Sedyo Mulya dan kelompok tani untuk membuat atau terlibat dalam desain kemasan produk serta logo sesuai dengan ciri khas dan keinginannya, dan
5. menyempurnakan proses digitalisasi usaha KUD Sedyo Mulya.



Gambar 3. Bagan Pelaksanaan Pengabdian

3. Hasil dan Pembahasan

Kegiatan FGD telah dilakukan dengan beberapa pengurus KUD Sedy Mulya dalam upaya memperkenalkan hasil digitalisasi usaha seperti ditunjukkan pada Gambar 4. Hasil digitalisasi usaha tidak hanya memasukkan produk hasil usahanya saja, namun juga mendesain dan mengemas ulang menjadi varian produk yang baru. Adapun desain kemasan yang baru ditunjukkan pada Gambar 5. Implementasi pada varian produk yang baru seperti ditunjukkan pada Gambar 6.



Gambar 4. FGD Bersama Pengurus KUD Sedy Mulya

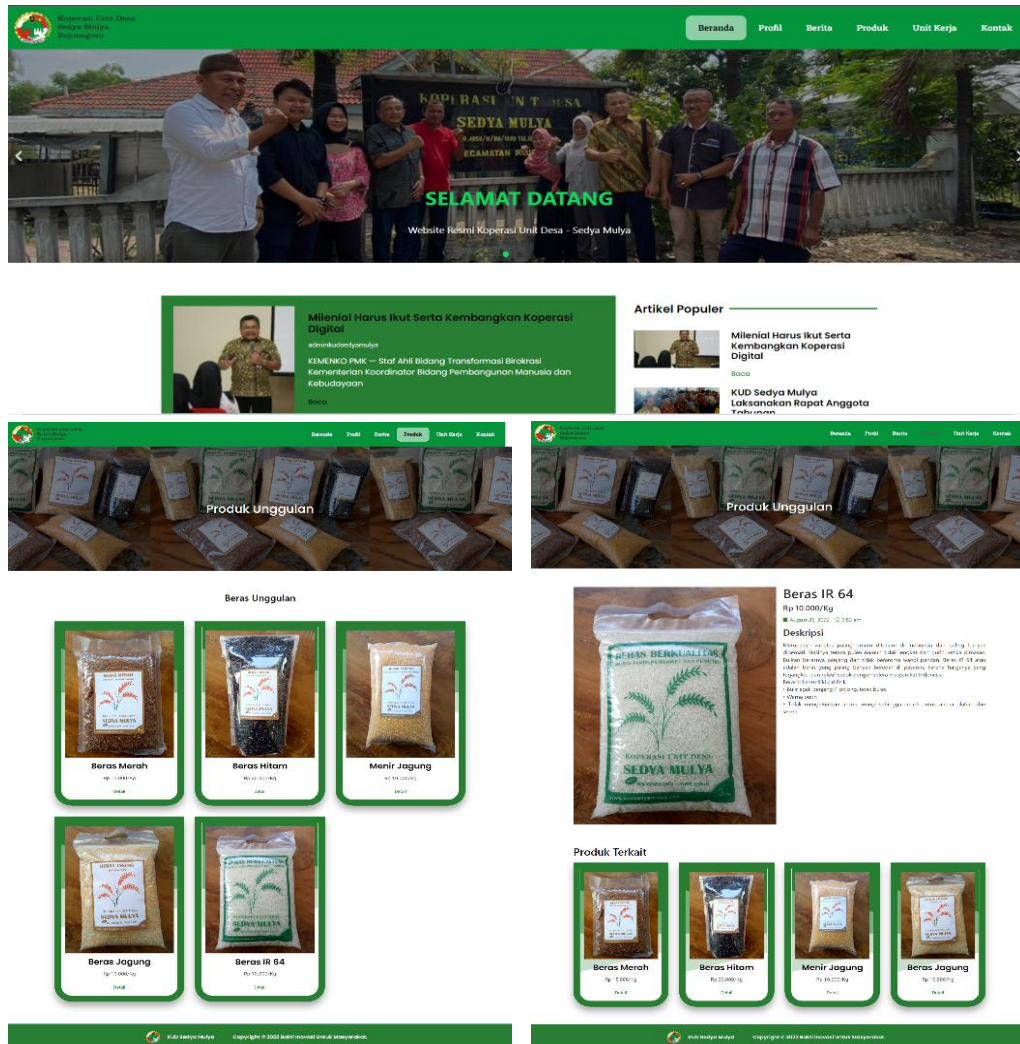


Gambar 5. Desain Kemasan Produk Beras KUD Sedya Mulya



Gambar 6. Produk Beras Unggulan KUD Sedya Mulya

Setelah varian produk baru dikemas ulang, kemudian dilakukan foto produk untuk dimasukkan ke dalam etalase halaman web KUD Sedya Mulya. Tampilan halaman web KUD Sedya Mulya ditunjukkan pada Gambar 7. Pada etalase produk terdapat produk unggulan yang merupakan hasil usaha KUD Sedya Mulya yakni Beras IR 64. Selain produk unggulan tersebut, pada halaman web ditampilkan juga produk hasil usaha lainnya seperti beras merah, beras hitam, beras jagung dan juga menir jagung.



Gambar 7. Tampilan Digitalisasi Usaha KUD Sedy Mulya Berbasis Web

4. Kesimpulan

Pelaksanaan pengabdian masyarakat yang dilakukan pada KUD Sedy Mulya berjalan dengan baik dan mendapatkan respons yang sangat positif dari para pengurus KUD Sedy Mulya. Penulis telah membantu melakukan upaya-upaya yang mengarah pada peningkatan produksi dan produktivitas sehingga pendapatan dan kesejahteraan petani sekitar meningkat.

Salah satu upaya yang telah dilakukan adalah melakukan digitalisasi usaha KUD Sedy Mulya. Digitalisasi yang dimaksud adalah mengubah metode pemasaran konvensional menjadi digital dengan berbasis internet. Tujuan dari dilakukannya digitalisasi itu yakni untuk meningkatkan daya saing pemasaran produk, kemasan serta promosi. Hasil dari digitalisasi usaha KUD Sedy Mulya yakni meningkatnya nilai jual Beras IR 64 serta makin meluasnya cakupan pemasaran.

Ucapan Terima Kasih

Dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat ini, pihak penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pengurus KUD Sedy Mulya Kecamatan Baureno Kabupaten Bojonegoro yang telah memperkenankan penulis untuk membantu melakukan proses digitalisasi dalam upaya *UMKM Go Online*.

Daftar Pustaka

- [1] Rahayu and Wiwit, "Strategi Pengembangan Komoditas Pertanian Unggulan di Kecamatan Kalitidu Kabupaten Bojonegoro," *SEPA J. Sos. Ekon. Pertan. dan Agribisnis*, vol. 7, no. 2, pp. 127–134, 2011.
- [2] Y. Suherman, "Sistem Informasi Pengelolaan Hasil Penyuluhan pada Kelompok Tani," *J. Sains dan Inform.*, vol. 4, no. 1, pp. 83–89, 2018, doi: [10.22216/jsi.v4i1](https://doi.org/10.22216/jsi.v4i1).
- [3] A. R. Setiawan, F. D. Cahya, D. Pibriana, and M. Rizky, "Sistem Informasi Manajemen Pertanian pada PT Pandawa Untuk Indonesia Palembang Berbasis Website," *Core.Ac.Uk*, pp. 1–13, [Online]. Available: <https://core.ac.uk/download/pdf/162164924.pdf>.
- [4] D. S. Fuadi, A. S. Akhyadi, and I. Saripah, "Systematic Review: Strategi Pemberdayaan Pelaku UMKM Menuju Ekonomi Digital Melalui Aksi Sosial," *Diklus J. Pendidik. Luar Sekol.*, vol. 5, no. 1, pp. 1–13, 2021, doi: [10.21831/diklus.v5i1.37122](https://doi.org/10.21831/diklus.v5i1.37122).
- [5] P. F. E. K. Tantra and D. M. F. P. Sari, "Pemanfaatan Teknologi Informasi dalam Membantu UMKM Kopi Rempah Desa Tista (Redesta) di Masa Pandemi," *JPP IPTEK (Jurnal Pengabdian dan Penerapan IPTEK)*, vol. 6, pp. 79–86, 2022, doi: [10.31284/j.jpp-iptek.2022.v6i1.1938](https://doi.org/10.31284/j.jpp-iptek.2022.v6i1.1938).
- [6] S. Yulia, R. A. Siswanto, G. Gumilar, and U. Telkom, "Perancangan Rebranding dan Media Promosi UMKM Royal Sticker Bojonegoro," *e-Proceeding Art Des.*, vol. 8, no. 6, pp. 3151–3161, 2021, [Online]. Available: <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/artdesign/article/view/16896>.
- [7] N. K. I. M. Dewi, N. L. P. Sariyani, and D. M. Sukarnasih, "Pemanfaatan Teknologi Informasi Sebagai Penunjang Kegiatan Pemasaran PT Sacco Indonesia atau Massimo Restaurant Sanur dalam PPKM di Wilayah Bali," *JPP IPTEK (Jurnal Pengabdian dan Penerapan IPTEK)*, vol. 6, no. 1, pp. 35–42, 2022, doi: [10.31284/j.jpp-iptek.2022.v6i1.1968](https://doi.org/10.31284/j.jpp-iptek.2022.v6i1.1968).
- [8] W. Santoso, H. S. Pranoto, and F. Septina, "Digitalisasi Sentra Wisata Kuliner Wiyung Kota Surabaya, Provinsi Jawa Timur," *JPP IPTEK (Jurnal Pengabdian dan Penerapan IPTEK)*, vol. 6, no. 1, pp. 71–78, 2022, doi: [10.31284/j.jpp-iptek.2022.v6i1.2919](https://doi.org/10.31284/j.jpp-iptek.2022.v6i1.2919).
- [9] S. D. Hafizh, F. Pradana, and A. H. Brata, "Sistem Informasi Penyuluhan Pertanian di Dinas Pertanian dan Ketahanan Pangan Kabupaten Padang Pariaman," *J. Pengemb. Teknol. Inf. dan Ilmu Komput.*, vol. 3, no. 9, pp. 8797–8803, 2019.
- [10] B. Kumalasari and N. Asandimitra, "Faktor-Faktor yang Memengaruhi Kinerja UMKM di Kabupaten Bojonegoro," *J. Ilmu Manaj.*, vol. 7, no. 3, pp. 784–795, 2019.

Afiliasi:

Teguh Soedarto^{1,*}, Firza Prima Aditiawan²
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
Jl. Rungkut Madya No. 1, Gn. Anyar, Kec. Gn. Anyar, Kota Surabaya, Jawa Timur, 60294
Email : ^{1,*}teguh_soedarto@upnjatim.ac.id, ²firzaprima.if@upnjatim.ac.id

Gusti Eka Yuliasuti³
Institut Teknologi Adhi Tama Surabaya
Jl. Arief Rahman Hakim 100, Klampis Ngasem, Kec. Sukolilo, Kota Surabaya, Jawa Timur, 60117
Email : ³gustiekay@itats.ac.id