

# Pengembangan Website Desa Ratamba Kecamatan Pejawaran Kabupaten Banjarnegara Untuk Meningkatkan Pemasaran Dan Penjualan Produk Pertanian

Ibnu Utomo Wahyu Mulyono<sup>1</sup>, Ajib Susanto<sup>2</sup>, Yupie Kusumawati<sup>3</sup>, Novita Kurnia Ningrum<sup>4</sup>, Zahrotul Umami<sup>5</sup>, Karis Widyatmoko<sup>6</sup>, Sudaryanto<sup>7</sup>

<sup>1,2,4,6</sup>Program Studi Teknik Informatika, Universitas Dian Nuswantoro

<sup>3,7</sup>Program Studi Sistem Informasi, Universitas Dian Nuswantoro

<sup>5</sup>Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Dian Nuswantoro

E-mail : <sup>1</sup>ibnu.utomo.wm@dsn.dinus.ac.id, <sup>2</sup>ajib.susanto@dsn.dinus.ac.id,  
<sup>3</sup>yupie@dsn.dinus.ac.id, <sup>4</sup>novita.kn@dsn.dinus.ac.id, <sup>5</sup>zahrotul.umami@dsn.dinus.ac.id,  
<sup>6</sup>karis.widyatmoko@dsn.dinus.ac.id, <sup>7</sup>msdr8047@dsn.dinus.ac.id

## Abstrak

Dieng Kabupaten Banjarnegara memiliki iklim yang cocok untuk pertanian sayuran. Khususnya di Desa Ratamba Kecamatan Pejawaran Kabupaten Banjarnegara memiliki komoditas pertanian kentang dan wortel. Untuk saat ini hasil panen dipasarkan secara konvensional dengan mengumpulkan hasil panen pada pengepul dan mengirimkan ke pasar untuk selanjutnya dikirim ke beberapa daerah di sekitar kabupaten Banjarnegara. Pemasaran dengan metode konvensional sudah dilakukan dalam jangka waktu yang cukup lama. Akan tetapi ada celah kekurangan yang terjadi di rantai distribusi dalam proses bisnis pertanian tersebut. Salah satunya adalah petani tidak dapat menentukan harga sayuran hasil panennya karena distribusi sayuran harus melalui pengepul atau tengkulak terlebih dahulu. Sehingga yang menentukan harga di pasar adalah pengepul, bukan oleh petani secara langsung. Selain itu, petani juga tidak dapat memperluas jangkauan pemasaran hasil pertaniannya. Disebabkan distribusi barang tidak dilakukan oleh petani akan tetapi oleh dilakukan oleh pengepul juga. Oleh karena alasan tersebut maka pada pengabdian kepada masyarakat ini dikembangkan website yang dapat diakses oleh petani di Desa Ratamba untuk memasarkan dan menjual hasil pertanian mereka secara langsung. Dengan adanya media online yang digunakan oleh petani diharapkan dapat meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan para petani. Dengan demikian diharapkan petani dapat terus mempertahankan dan meningkatkan kualitas hasil pertanian mereka.

Kata kunci: marketplace, pertanian, ratamba, banjarnegara, pemasaran

## Abstract

*Dieng, Banjarnegara Regency has a suitable climate for vegetable farming. In particular, Ratamba Village, Pejawaran District, Bnajarnegara Regency has agricultural commodities such as potatoes and carrots. Currently, the harvest is marketed conventionally by collecting the harvest at collectors and sending it to the market to then be sent to several areas around Banjarnegara district. Marketing using conventional methods has been carried out for quite a long time. However, there are gaps in the distribution chain in the agricultural business process. One of them is that farmers cannot determine the price of their harvested vegetables because the distribution of vegetables must go through collectors or middlemen first. So it is the collectors who determine prices in the market, not the farmers directly. Apart from that, farmers are also unable to expand the marketing reach of their agricultural products. This is because the distribution of goods is not carried out by farmers but also by collectors. For this reason, in this community service, a website was developed that can be accessed by farmers in Ratamba Village to market and sell their agricultural products directly. With online media used by*

farmers, it is hoped that it can increase farmers' income and welfare. In this way, it is hoped that farmers can continue to maintain and improve the quality of their agricultural products.

Keywords: marketplace, farming, ratamba, banjarnegara, marketing

## 1. PENDAHULUAN

Dieng Kabupaten Banjarnegara memiliki iklim yang cocok untuk pertanian sayuran. Di Desa Ratamba Kecamatan Pejawaran Kabupaten Banjarnegara sebagian besar penduduknya bermata pencaharian sebagai petani [1, 2]. Pertanian di Desa Ratamba memiliki komoditas pertanian utama yaitu kentang dan wortel. Kentang dari Desa Ratamba yang masih dalam kawasan Dieng, memiliki kualitas yang bagus dibandingkan dengan kentang dari pertanian daerah lain. Dikarenakan kandungan air di dalam kentang relatif rendah sehingga tekstur kentang menjadi lebih pulen dibanding kentang lainnya. Kentang itu sendiri memiliki potensi ekspor yang cukup besar. Terutama untuk negara-negara yang memiliki 3 dan 4 musim. Kebutuhan kentang di negara-negara tersebut tinggi setiap tahunnya karena kentang merupakan sumber makanan sebagai alternatif selain tepung dan beras [3].

Untuk saat ini hasil panen para petani dipasarkan secara konvensional dengan mengumpulkan hasil panen pada pengepul dan mengirimkan ke pasar untuk selanjutnya dikirim ke beberapa daerah di sekitar kabupaten Banjarnegara. Pemasaran dengan metode konvensional sudah dilakukan dalam jangka waktu yang cukup lama. Dari sudut pandang budaya, hal tersebut bukanlah suatu permasalahan. Akan tetapi dari sudut pandang ekonomi ada satu celah yang jika tidak diatasi dapat berdampak pada kesejahteraan petani [4] [5].

Adapun celah kekurangan tersebut terdapat di rantai distribusi dalam proses bisnis pemasaran dan penjualan hasil pertanian. Salah satu contohnya adalah petani tidak dapat menentukan harga pasar hasil panennya secara langsung, karena distribusi sayuran harus melalui pengepul atau tengkulak terlebih dahulu. Selanjutnya yang menentukan harga di pasar adalah pengepul, bukan oleh petani secara langsung. Selain itu, petani juga tidak dapat memperluas jangkauan pemasaran hasil pertaniannya. Disebabkan distribusi barang tidak dilakukan oleh petani akan tetapi dilakukan juga oleh dilakukan oleh pengepul. Di sisi lain, banyaknya pemuda yang terlibat langsung dalam pengelolaan lahan pertanian menjadi potensi positif yang dapat dimanfaatkan. Sebagai acuan, saat ini pengguna internet sebagian besar adalah anak muda sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 1 dan Gambar 2 di bawah ini.



Gambar 1. Hasil Polling APJII Penggunaan Perangkat untuk Mengakses Internet [6]



Gambar 2. Hasil Survei APJII Alasan Penggunaan Internet tahun 2018 [6]

Tingginya angka pengguna internet yang sebagian besar penggunanya adalah anak muda, maka dapat menjadi tolok ukur bahwa potensi pemuda di Desa Ratamba juga dapat dioptimalkan dengan memanfaatkan internet tersebut. Kolaborasi potensi manusia dan teknologi informasi dapat menjadi kekuatan yang dapat meningkatkan perekonomian petani di Desa Ratamba [7].

Penggunaan gadget setiap tahunnya mengalami kenaikan, akan tetapi hal tersebut belum diimbangi dengan pengetahuan oleh penggunanya. Menurut survei yang telah dilakukan oleh APJII pada tahun 2018 terjadi peningkatan pengguna internet hingga 10%. Dari peningkatan tersebut, Pulau Jawa merupakan pengguna internet terbesar yaitu hingga lebih dari 50% total seluruh pengguna internet di Indonesia. Tren penggunaan internet saat ini sebagian besar diakses melalui *smartphone* atau gadget. Adanya layanan yang bersifat *ubiquitous* dan *multitasking* yang disediakan oleh gadget merupakan alasan utama pengguna lebih memilih menggunakan gadget dibandingkan dekstop [6]. Hal tersebut menunjukkan bahwa apabila pemasaran dan penjualan dapat dilakukan secara online, maka jangkauan pasar dan jangkauan penjualan dapat diperluas hingga batas yang ditentukan oleh petani itu sendiri [7].

Dalam hal ini, keterlibatan teknologi informasi untuk menunjang aktivitas pemasaran oleh warga Ratamba belum memungkinkan dilakukan oleh warga secara mandiri. Dilihat dari sisi ketrampilan dan kemampuan sebagian besar warga yang masih awam dengan pemasaran melalui media online. Pada tahap awal, warga membutuhkan arahan dan pendampingan bagaimana melakukan pemasaran secara online yang salah satunya melalui website [8] [9]. Dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini, tim pengabdian akan membantu warga untuk mengembangkan website Ratamba Eco Village sebagai media warga untuk memasarkan produk pertanian. Website Ratamba Eco Village dapat diakses oleh petani di Desa Ratamba untuk memasarkan dan menjual hasil pertanian mereka secara langsung tanpa harus melalui perantara tengkulak. Dengan adanya media online yang digunakan oleh petani diharapkan dapat meningkatkan jumlah penjualan dan memperluas jaringan pemasaran produk sehingga ada peningkatan pendapatan dan kesejahteraan para petani [1] [2]. Dengan demikian diharapkan petani dapat terus mempertahankan dan meningkatkan kualitas hasil pertanian mereka untuk memenuhi kebutuhan masyarakat di lingkup lokal maupun nasional.

## 2. PERMASALAHAN

Pertanian di Desa Ratamba Kecamatan Pejawaran Kabupaten Banjarnegara sebagian besar menghasilkan beberapa macam sayur. Adapun komoditas pertanian utama yang dihasilkan adalah kentang dieng dan wortel. Saat ini pemasaran yang dilakukan oleh para petani masih melalui proses distribusi melalui mekanisme pengepul. Dalam rantai pemasaran, pengepul

sebagai pihak yang menerima hasil panen petani dan memasarkannya ke berbagai pelanggan di beberapa pasar baik di dalam kota maupun luar kota Banjarnegara.

Dengan mekanisme tengkulak, petani tidak dapat menentukan harga jual pasar. Harga yang diberikan pada pelanggan ditentukan oleh tengkulak sesuai dengan permintaan pasar dan stok yang ada. Sedangkan dalam hal ini petani merupakan subjek yang berperan lebih besar dengan tenaga dan waktu yang telah dikeluarkan selama masa tanam hingga panen. Tengkulak akan menekan harga serendah mungkin pada petani. Di sisi lain, jika terjadi kerugian akibat gagal panen maka petani yang akan menanggung kerugian sepihak. Sementara tengkulak dapat mendapatkan keuntungan dengan menaikkan harga komoditas dengan alasan stok yang terbatas [10].

Oleh karena permasalahan di atas, dikembangkan website penjualan dan pemasaran UD Pejuang Tani Desa Ratamba. Dengan adanya website tersebut petani dapat mengelola akun secara mandiri. Melalui akun tersebut petani dapat langsung memasarkan komoditas hasil pertanian yang dimiliki. Selain itu, petani dapat bertransaksi secara langsung dengan pelanggan. Dengan demikian petani dapat menentukan harga secara mandiri tanpa harus melalui mekanisme tengkulak, dimana petani tidak memiliki kewenangan untuk menentukan harga pasar [8] [9].

Melalui pasar online yang dapat mempertemukan petani dengan pelanggannya secara langsung, diharapkan dapat meningkatkan tingkat penjualan dan meningkatkan kesejahteraan para petani di Desa Ratamba Kecamatan Panjwaran Kabupaten Banjarnegara.

### 3. METODE

Pelaksanaan kegiatan diawali dengan kesepakatan kerjasama antara peneliti dengan kelompok tani di Desa Ratamba Kecamatan Pajawaran Kabupaten Dieng. Melalui kesepakatan tersebut, ditentukan tanggal dan tempat pelaksanaan kegiatan.

Adapun waktu pelaksanaan pada tanggal 14 November 2023 di Rumah salah satu warga bernama Fajar Teguh. Fajar Teguh adalah salah satu pemuda yang mengembangkan pertanian di Desa Ratamba. Kegiatan dihadiri 40 warga yang semuanya bermata pencaharian sebagai petani sayur. Sebagian besar adalah petani kentang dan wortel.

Pelaksanaan kegiatan diawali dengan pemaparan materi oleh narasumber dan dilanjutkan dengan praktikum dan diakhiri dengan tanya jawab. Adapun materi terdiri dari materi pengelolaan konten dan pemasaran digital. Materi pengelolaan konten yang tercakup dalam *website content management*, meliputi materi bagaimana masuk ke sistem melalui registrasi atau mendaftar akun. Setelah akun terdaftar, selanjutnya pemilik akun dapat mengelola konten sesuai dengan jenis akun yang didaftarkan.

Akun dibagi menjadi dua, yaitu akun pengelola website desa dan akun petani. Akun pengelola website desa berfungsi sebagai akun untuk mengelola konten yang berkaitan dengan informasi terkini berkaitan dengan Desa Ratamba dan pertaniannya. Sedangkan akun petani disini berfungsi sebagai akun penjual yang dapat mengelola produk pertanian yang akan dipasarkan [4]. Melalui akun petani, petani di Desa Ratamba dapat membuat dan menghapus akun, mengelola akun, menambahkan item produk yang akan dijual. Melalui akun yang dimiliki, petani dapat menentukan produk apa saja yang akan dipasarkan dan sekaligus menentukan harga produk yang dipasarkan.

Materi selanjutnya adalah pemasaran digital, dimana pemateri memaparkan bagaimana teknis menghasilkan suatu konten yang menarik sehingga dapat menarik perhatian dari calon pelanggan. Kegiatan ditutup dengan sesi tanya jawab.

Dari hasil tanya jawab yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa petani di Desa Ratamba antusias untuk mengembangkan potensi penjualan melalui media online yaitu website Ratamba Eco Village pada UD Pejuang Petani Desa Ratamba Kecamatan Pajawaran Kabupaten Banjarnegara.

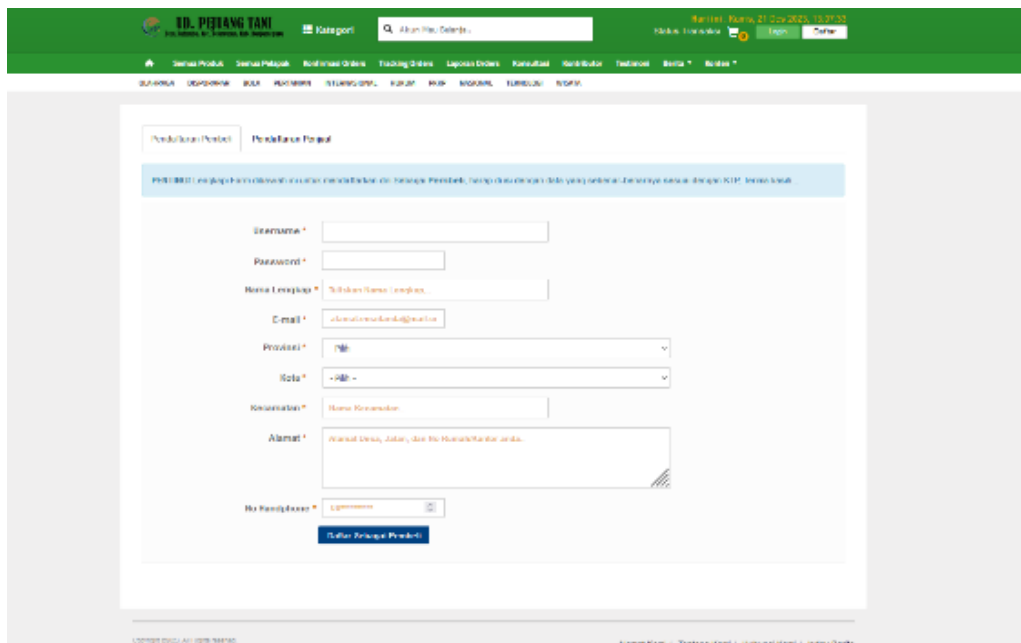
#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari kegiatan berupa pengembangan website Ratamba Eco Village pada UD Pejuang Tani Desa Ratamba Kecamatan Pajawaran Kabupaten Banjarnegara dengan alamat URL <https://ratambaecovillage.com>. Adapun fitur dan menu dari website Ratamba Eco Village ditampilkan oleh Gambar 3, Gambar 4, Gambar 5 Gambar 6, Gambar 7 di bawah ini.



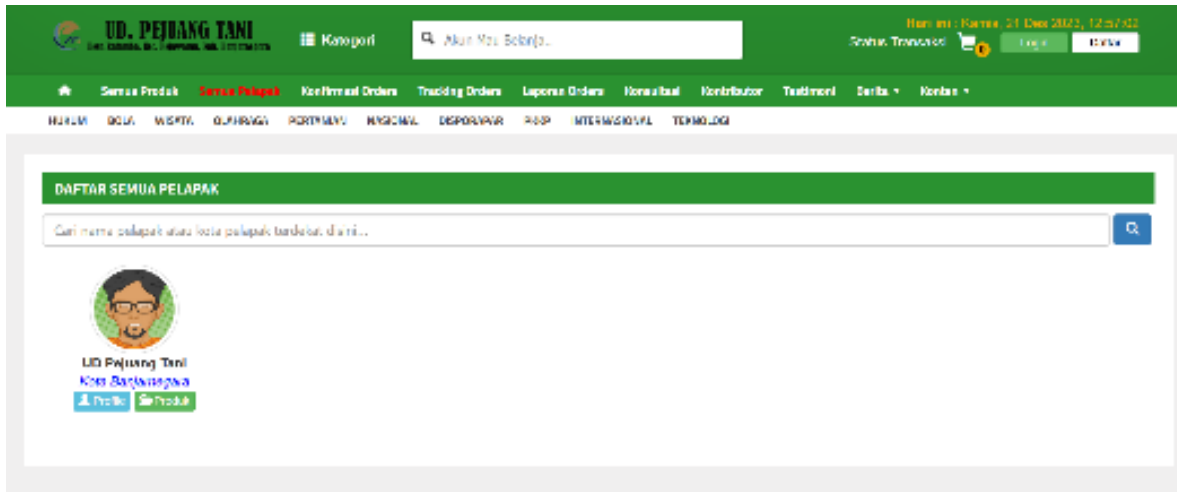
Gambar 3. Tampilan Halaman Home Website Ratamba Eco Village

Pada halaman Home website Ratamba Eco Village yang ditampilkan pada Gambar 3, menampilkan informasi seluruh layanan menu yang disediakan. Untuk menggunakan menu Tracking Order, Laporan Order dan melakukan transaksi penjualan maupun pembelian pada website Ratamba Eco Village, pengunjung dapat klik Registrasi untuk melakukan pendaftaran untuk membuat akun baru terlebih dahulu. Jika sudah pernah dilakukan registrasi dapat langsung klik Login dengan menginputkan username dan password yang telah tersimpan pada waktu mendaftar. Tampilan menu Registrasi dapat dilihat pada Gambar 4 di bawah ini.



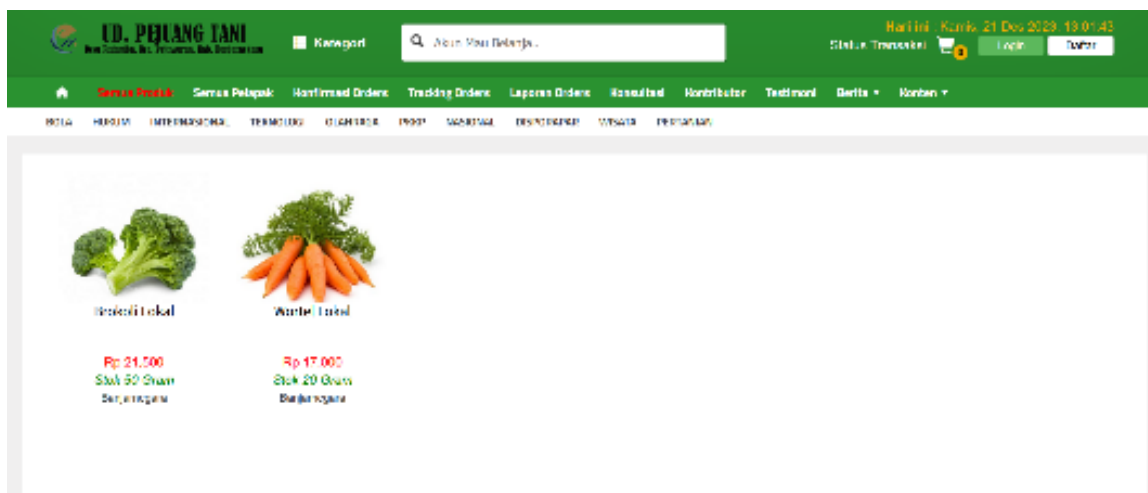
Gambar 4. Tampilan Halaman Registrasi

Pada halaman Registrasi sebagaimana ditunjukkan oleh Gambar 4, pengunjung website diminta untuk mengisi *form*. Data yang diisikan akan disimpan oleh sistem sebagai pendaftaran akun baru, sehingga pengunjung dapat mengakses website menggunakan *user account* untuk menggunakan menu tertentu lainnya yang hanya dapat diakses oleh pemilik *user account* Website Ratamba Ecovillage. *User account* dibedakan menjadi dua kategori, yaitu kategori pembeli dan kategori penjual.



Gambar 5. Tampilan Halaman Menu Semua Pelapak

Halaman Semua Pelapak menampilkan semua lapak yang dimiliki oleh akun penjual. Setelah pengunjung mendaftar sebagai penjual, selanjutnya dapat melakukan aktivitas yang disediakan untuk penjual. Diantaranya adalah menambah item barang, mengelola item barang dan mengelola transaksi.



Gambar 6. Tampilan Halaman Semua Produk

Halaman Semua Produk menampilkan semua produk yang sudah diposting oleh penjual, sehingga memudahkan pengunjung yang berminat untuk membeli produk melalui website Ratamba Ecovillage. Untuk melakukan pembelian, pengunjung website melakukan pendaftaran terlebih dahulu dengan klik tombol Registrasi kemudian mendaftar sebagai pembeli untuk mendapatkan akses *user account* sebagai pembeli.

Adapun menu lain seperti Tracking Order, Laporan Orders hanya dapat diakses oleh pemilik *user account*.

Website Ratamba Eco Village juga menampilkan informasi berkaitan dengan kegiatan maupun produk pertanian yang ada di Desa Ratamba. Untuk pengelolaan konten informasi dikelola oleh admin sistem dalam hal ini adalah pegawai kelurahan dan karang taruna. Kegiatan diakhiri dengan tanya jawab dan mendokumentasikan kegiatan seperti yang ditampilkan oleh Gambar 7 di bawah ini.

Gambar 7 (a, b, c, d, e, f) di bawah ini menampilkan dokumentasi kegiatan sosialisasi website Ratamba Eco Village yang berlokasi di Desa Ratamba. Petani di Desa Ratamba memberikan respon positif dengan adanya website Ratamba Eco Village tersebut. Antusiasme petani dalam menggunakan website Ratamba Eco Village salah satunya karena petani memiliki keleluasaan dan kewenangan untuk memasarkan dan mengelola produk hasil pertanian mereka secara personal. Untuk kegiatan selanjutnya dibutuhkan pendampingan untuk meningkatkan kemampuan petani dan warga Desa Ratamba dalam mengelola akun untuk meningkatkan jumlah penjualan dan memperluas jangkauan pemasaran.



(a)



(b)



(c)



(d)



(e)



(f)

Gambar 7. (a, b, c, d, e, f) Dokumentasi Pelaksanaan Kegiatan



## 5. KESIMPULAN DAN SARAN

Petani di Desa Ratamba memberikan respon positif dengan adanya website Ratamba Eco Village tersebut. Antusiasme petani dalam menggunakan website Ratamba Eco Village salah satunya karena petani memiliki keleluasaan dan kewenangan untuk memasarkan dan mengelola produk hasil pertanian mereka secara personal. Untuk kegiatan selanjutnya dibutuhkan pendampingan untuk meningkatkan kemampuan petani dan warga Desa Ratamba dalam mengelola akun untuk meningkatkan jumlah penjualan dan memperluas jangkauan pemasaran.

### UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak-pihak yang telah banyak membantu, Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata (DISPORAPAR) Provinsi Jawa Tengah, perangkat serta warga desa Ratamba yang telah mengikuti pelatihan dan juga beberapa rekan dosen Universitas Dian Nuswantoro yang telah mendampingi dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat ini.

### DAFTAR PUSTAKA

- [1] BPPSDMP, "Badan Penyuluhan dan Pengembangan SDM Pertanian (BPPSDMP)," 2021. [Online]. Available: <http://bppsdp.pertanian.go.id/>.
- [2] R. I. Badan Pusat Statistik, "Badan Pusat Statistik," 2021. [Online]. Available: <https://www.bps.go.id/publication/2021/02/26/938316574c78772f27e9b477/statistik-indonesia-2021.html>. [Accessed 2022].
- [3] K. A. Erlangga, "Analisis Daya Saing Ekspor Kentang Indonesia terhadap Pasar ASEAN," *Jurnal Multidisiplin Indonesia*, vol. 2, no. 8, 2023.
- [4] halosemarang, "10 Produk UMKM Lokal Kendal Masuk Ritel Minimarket Modern," 23 02 2023. [Online]. Available: <https://halosemarang.id/10-produk-umkm-lokal-kendal-masuk-ritel-minimarket-modern>. [Accessed 04 04 2023].
- [5] M. Andre, "STRATEGI KOMUNIKASI KOMUNITAS PARKOUR BANJARMASIN UNTUK MENARIK MINAT ANGGOTA BARU," Muhammad Arsyad Al Banjari, Banjarmasin, 2019.
- [6] APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia), "Polling Indonesia," 2018. [Online].
- [7] N. K. Ningrum and Z. Umami, "Pengelolaan Konten Digital Menggunakan Canva pada Industri Kecil Menengah Batik Semarang," *JUDIMAS*, vol. 3, no. 1, pp. 20-28, 2022.
- [8] Y. Yulindawati and H. Ekawati, "(2020) "Membangun Website Profile Kelurahan Melayu Tenggara," *Jurnal Ilmiah Matrik*, vol. 22, no. 1, p. 93–101.
- [9] R. D. Munthe, K. C. Brata and L. Fanani, "Analisis User Experience Aplikasi Mobile Facebook (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Brawijaya)," *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, vol. 2, no. 7, p. 2680, 2018.
- [10] F. Amalia, "Etos Budaya Kerja Pedagang Etnis Tionghoa di Pasar Semawis Semarang," *Solidarity : Journal of Education, Society and Culture* 4(1), 2015.