



PENDAMPINGAN GO DIGITAL BERAS ORGANIK POKTAN SEJAHTERA DESA KAIBON KABUPATEN MADIUN

Selfia Bintariningtyas, Aulia Hapsari
Juwita, Lukman Hakim, Mulyanto

Ekonomi Pembangunan, Universitas
Sebelas Maret

*Corresponding author
Selfia Bintariningtyas
Email : selfia85@gmail.com

Abstrak

Konsumen beras organik memiliki pangsa pasar berbeda dengan konsumen beras biasa. Beras organik menjadi produk yang memiliki segmen pasar yang kompetitif, namun petani mempunyai keterbatasan dalam memasarkan produknya menjadi suatu masalah yang harus diselesaikan oleh petani padi organik pada kelompok tani desa Kaibon. Diperlukan adanya pendampingan mengenai bagaimana pemasaran dan penjualan digital melalui platform-platform digital kepada petani padi organik. Pendampingan dilakukan secara klasikal yaitu memberikan pengetahuan tentang pemasaran digital produk pertanian dan kemampuan untuk melakukan promosi secara digital agar petani dapat memasarkan produk beras organik lebih luas lagi. Kontribusi pengabdian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan wadah platform digital yang memfasilitasi promosi maupun penjualan produksi pertanian kelompok tani Sejahtera di Desa Kaibon, Kecamatan Geger, Kabupaten Madiun. Diharapkan pula dapat berkontribusi dalam meningkatkan pendapatan para petani pada kelompok tani Sejahtera.

Kata kunci: Beras Organik, Pemasaran Digital, Pertanian, Poktan Sejahtera

Abstract

Organic rice consumers have a different market share than regular rice consumers. Organic rice is a product that has a competitive market segment, but farmers have limitations in marketing their products, which is a problem that must be solved by organic rice farmers in the Kaibon village farmer group. Assistance is needed for organic farmers on how to market and sell their product digitally through digital platforms. The assistance is carried out in a classical manner by providing knowledge about digital marketing of agricultural products and the ability to carry out digital promotions so that farmers can market organic rice products more widely. This community service contribution is expected to provide knowledge and a digital platform that facilitates the promotion and sale of agricultural production by the Sejahtera farmer group in Kaibon Village, Geger District, Madiun Regency. It is also expected to contribute to increasing the income of farmers in the Sejahtera farmer group.

Keywords: Organic Rice, Market, Agriculture, Poktan Sejahtera

© 2025 Penerbit PKN STAN Press. All rights reserved

PENDAHULUAN

Produksi merupakan suatu yang dilakukan dalam rangka memenuhi permintaan akan barang. Kebutuhan akan bahan pokok pangan sangat tinggi. Kecukupan pangan dan permintaan akan bahan pokok sehari-hari harus diperhatikan. Kebutuhan pokok yang tinggi dalam memenuhi kebutuhan pangan masyarakat membuat tingginya produktivitas produk-produk pertanian. (Zhang et al., 2016).

Salah satu proses tersalurnya produk-produk pertanian adalah proses distribusi yang saat ini semakin berkembang. Namun pertukaran yang terjadi di pasar dalam bentuk transaksi barter masih

dapat diamati melalui pendistribusian barang di pasar yang belum modern. (Nurngaeni, 2017). Namun kadang Penjual tidak mampu menemukan pembeli yang sesuai dengan produk yang dijualnya.

Menurut data BPS tahun 2023 Kabupaten Madiun menjadi salah satu kabupaten di Jawa Timur dengan luas lahan pertanian 31.542 Hektar. Pertanian di Kabupaten Madiun menyumbang Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) tertinggi yaitu sebesar 15.93 Miliarr rupiah. Dapat dilihat pada sektor Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan memiliki kontribusi terhadap PDRB pada tahun 2024 menurut atas dasar harga berlaku mencapai 5,61 triliun rupiah atau sebesar 28,41 persen. Kabupaten Madiun sendiri

untuk produktivitas pangan didominasi oleh pertanian yaitu pertanian tanaman padi yang merupakan tanaman dari produk beras yang bisa disebut bahan pokok pangan. Salah satu produksi beras hasil inovasi pertanian terdapat di kecamatan Geger, yang merupakan salah satu daerah di Kabupaten Madiun.

Novia Indah and Ramadani (2022), menjelaskan bahwa Kegiatan masyarakat yang bertujuan untuk memberikan pengetahuan mengenai strategi pemasaran produk melalui penerapan digital marketing kepada para pelaku UMKM merupakan kegiatan yang memberikan dampak positif. Pemasaran Online dilakukan melalui media sosial yang merupakan media tanpa biaya atau gratis lebih baik dilakukan daripada dilakukan secara tradisional. Para petani melakukan pemasaran secara tradisional dipilih atas dasar kesepakatan bersama dan melalui cara tradisional ini petani juga berharap produk mereka dapat dikenal minimal oleh masyarakat setempat (Anwar et al., 2023). Teknologi diperlukan untuk pertumbuhan industri tidak terkecuali usaha kecil yang lebih sehat dan harus didukung oleh inisiatif pemerintah dalam hal kesadaran teknologi, pendidikan, dan diikuti dengan insentif (Sharma et al., 2022).

Subyek pengabdian yang utama adalah kelompok tani Sejahtera yang berada di desa Kaibon kecamatan Geger. Kabupaten Madiun. Pelatihan dilakukan secara klasikal yaitu pengetahuan tentang pemasaran digital produk pertanian dan kemampuan untuk melakukan promosi secara digital.

Menurut Utami (2020) pengetahuan petani tentang digital marketing diperoleh dari media cetak, televisi, internet merupakan hal yang sangat penting. Menurut Utami (2020) untuk dapat dimanfaatkan dengan baik untuk kegiatan pemasaran. Para petani yang memiliki kemampuan terbatas dapat diberikan literasi mengenai pemasaran digital. Pemasaran digital dilakukan untuk membantu petani dalam meningkatkan penjualannya. Digital Marketing dapat dikatakan suatu cara pemasaran yang dilakukan oleh penjual untuk memudahkan dalam hal ini para petani memantau dan menyediakan segala kebutuhan dan keinginan calon konsumen produk pertanian. Dalam hal ini calon konsumen juga bisa mencari dan mendapatkan informasi produk hanya dengan cara menjelajah dunia maya sehingga mempermudah proses pencariannya (Krisnawati et al., 2019).

Kebijakan untuk mengatasi tantangan-tantangan terhadap kemajuan UMKM terutama bidang pangan diperlukan dalam rangka meningkatkan ketahanan sistem pangan jangka panjang untuk

mendukung kemajuan lebih lanjut menuju pembangunan berkelanjutan (Nordhagen et al., 2021). Pemerintah dan UMKM harus melakukan kesepakatan dalam kebijakan peningkatan kapasitas pelaku UMKM untuk implementasi peningkatan sumberdaya manusia dan tenaga kerja yang terampil mengikuti perkembangan zaman (Murugan & Prabadevi, 2023). Kontribusi pengabdian ini diharapkan terwujudnya suatu wadah platform digital yang memfasilitasi penjualan produksi pertanian Poktan Sejahtera yang merupakan salah satu kelompok tani Desa Kaibon, Kecamatan Geger, Kabupaten Madiun. Kelompok tani tersebut diharapkan pula dapat berkontribusi dalam meningkatkan pendapatan para petani pada kelompok tani Sejahtera.

METODE

Adapun metode pelaksanaan yang akan dilakukan oleh tim pengabdian adalah

1. Pertama, tim pengabdian melakukan kunjungan ke tempat kelompok tani sejahtera di Desa Kaibon, Kec, Geger, untuk bertemu ketua kelompok tani Sejahtera melakukan diskusi serta kesepakatan mitra.
2. Kedua, Tim Pengabdian melakukan sosialisasi tentang pemasaran digital di social media atau di platform digital lainnya.
3. Ketiga, mendampingi pelaku usaha dalam pembuatan akun sosial media sebagai sarana untuk memudahkan dalam mempromosikan produknya serta membuat akun penjualan melalui e-commerce.
4. Keempat, menjelaskan bagaimana cara mengelola akun sosial media dan akun e-commerce. Mitra diharapkan bisa mandiri mengoperasikan akun digitalnya baik pada media social maupun e-commerce.
5. Kelima, evaluasi untuk mengetahui perkembangan penjualan produk beras oleh kelompok tani sejahtera.

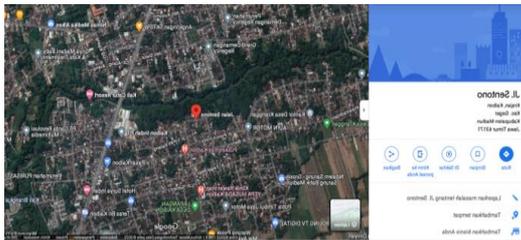
PEMBAHASAN

Hasil Pengabdian

Peta lokasi hasil produksi beras kelompok tani sejahtera ini berada di Jalan Sentono, Krajan, Kaibon, Kabupaten Madiun, Jawa Timur. <https://goo.gl/maps/9xysaycbLzTQ9ztMA>. Jarak dengan UNS adalah 110 Km (Gambar 1). Memilih desa Kaibon karena produksi pertanian organik yang inovatif berada di Kelompok Tani sejahtera desa Kaibon kecamatan Gerger Kabupaten Madiun. Produk inovasi yang dihasilkan sangat menarik untuk dikaji.

Variasi beras yang ditanam dan diproduksi oleh kelompok tani sejahtera desa kaibon meliputi beras putih sihirang, beras mentik wangi, beras coklat, beras merah pulen, beras hitam dan beras

campur/mix. Berikut contoh beras yang diproduksi oleh kelompok tani sejahtera.



Gambar 1. Lokasi pengabdian masyarakat Kelompok Tani Sejahtera Desa Kaibon

Pendampingan go digital beras organic Poktan Sejahtera ini dilakukan dengan tahapan sebagai berikut:

1. Kunjungan dan Kesepakatan Mitra
Tim pengabdian terlebih dahulu melakukan kunjungan ke lokasi kelompok tani Sejahtera di Desa Kaibon, Kecamatan Geger, untuk berdiskusi secara langsung dengan ketua kelompok tani. Dalam kunjungan ini, dilakukan identifikasi kebutuhan mitra serta kesepakatan mengenai bentuk pendampingan yang akan diberikan.
2. Sosialisasi Pemasaran Digital
Setelah kesepakatan awal, tim melakukan sosialisasi mengenai pentingnya pemasaran digital bagi produk pertanian (Gambar 2). Petani diberikan pemahaman dasar tentang konsep digital marketing serta berbagai platform digital yang dapat dimanfaatkan, seperti media sosial (Facebook, Instagram, WhatsApp) dan marketplace online.



Gambar 2. Sosialisasi dan pendampingan kepada anggota kelompok Tani

Produksi beras organik dari kelompok tani sejahtera desa Kaibon sangat bervariasi, dan karena inovasinya mengenai variasi beras ini mempunyai pasar yang sangat potensial untuk dikembangkan. Beras organik yang dihasilkan dapat menjadi nilai tambah serta meningkatkan pendapatan petani (Gambar 3). Diperlukan pemasaran yang baik guna menunjang penjual-

an beras organik agar mampu berkompetisi di pasar luas.



Gambar 3. Variasi beras organik (beras hitam, coklat, mentik, dan beras merah)

Inovasi dan kemajuan pertanian serta modernisasi teknologi pertanian mampu meningkatkan produksi pertanian yang diharapkan petani. Hal ini yang menyebabkan pendapatan petani akan meningkat seiring meningkatnya produksi pertanian. Selain itu, dukungan pemasaran yang baik mampu memberikan kontribusi tingkat pendapatan.

Produk Unggulan Kawasan Pedesaan merupakan langkah untuk memajukan desa dengan menciptakan produk unggulan desa, memiliki potensi menciptakan kesempatan kerja yang tinggi, selanjutnya berpotensi meningkatkan daya beli masyarakat. Kesejahteraan desa, produk yang dihasilkan perlu dipasarkan agar bisa diserap swasta atau perusahaan oleh karena itu diperlukan media pemasaran yang relevan dengan perkembangan teknologi yang begitu pesat untuk memudahkan dalam pemasaran produk unggulan desa melalui media Promosi Melalui Media Website agar bisa dikenal untuk menarik minat swasta atau perusahaan menyerap hasil produk beras organik dari desa tersebut.

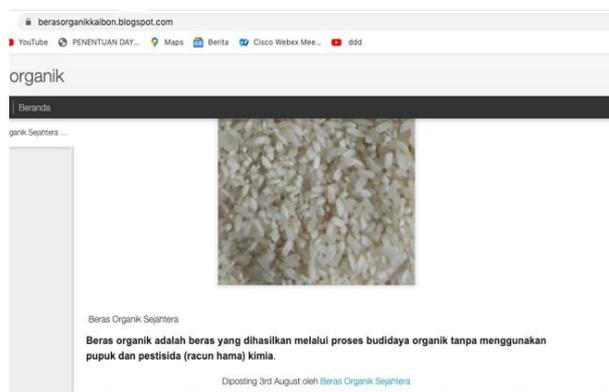
3. Pembuatan Akun Media Sosial dan E-Commerce
Pada tahap ini, pendampingan lebih bersifat teknis. Petani didampingi dalam proses pembuatan akun media sosial dan toko online di platform e-commerce sebagai sarana untuk mempromosikan dan menjual produk beras organik mereka.

Kehadiran berbagai platform media penjualan online, baik berupa media sosial maupun marketplace mampu menjadi sarana bagi para produsen untuk menjual produk usaha yang mereka miliki. Produsen beras organik dapat mulai membuka toko online, memajang produk, melakukan penjualan serta promosi di dalamnya. Kemudahan akses internet juga menjadi faktor

pendukung para pelaku usaha untuk menekuni bisnis mereka secara online. Digital marketing memudahkan pelaku UMKM untuk memberikan informasi dan berinteraksi secara langsung dengan konsumen, memperluas pangsa pasar, meningkatkan awareness dan meningkatkan penjualan bagi pelaku UKM.

Menurut Utami, (2020), Terkait efektif atau tidak penggunaan digital marketing, selama sarana prasarana mendukung terutama jaringan internet maka kegiatan pemasaran secara online efektif dilakukan. Penelitian bagaimana pengaruh sistem pemasaran digital marketing terhadap peningkatan volume penjualan memiliki hasil yang baik. Hal ini juga, menunjukkan bahwa media sosial efektif dalam mendukung kegiatan penjualan produk. Media sosial yang banyak digunakan adalah Facebook (FB), Whatsapp (WA), Instagram (IG), dan marketplace yang lain. Manfaat yang paling dirasakan adalah komunikasi dengan para pelanggan dan pemasok lebih intensif serta efektif dan efisien, karena dapat berkomunikasi langsung selama 24 jam/real time. Proses transaksi lebih mudah dan murah karena media komunikasi hanya mengeluarkan biaya pulsa untuk mendukung komunikasi.

Produk beras organik Sejahtera ini juga dilakukan pengenalan produk dengan menggunakan blogspot (Gambar 4). Blogspot ini digunakan untuk dapat mempromosikan beras organik pada search engine. Hal ini digunakan untuk memudahkan customer untuk dapat mencari bahwa dalam web tersebut terdapat beras organik di Kabupaten Madiun.



Gambar 4. Media blogspot untuk pengenalan produk beras organik beras organik

Membangun jaringan secara offline memang tidak mudah tetapi alternatif yang bisa dilakukan dalam mengenalkan produk kepada masyarakat salah satunya secara online yaitu melalui sosial media (Gambar 5 dan Gambar 6), atau melalui

blog yang dapat di cari dalam mesin pencarian google. Cara ini dapat membantu pelaku usaha khususnya para petani dalam mengenalkan produknya sekaligus untuk melakukan digital marketing (Anggraini et al., 2020). Platform belanjaan online memainkan peran yang semakin meningkat di sektor pangan di banyak negara. Strategi penetapan harga dilakukan oleh banyak platform online untuk menarik pembeli dibandingkan penjualan yang dilakukan secara offline (Hillen and Fedoseeva, 2021).



Gambar 5. E-Commerce produk beras organik



Gambar 6. Media sosial instagram beras organik hasil produksi beras organik kelompok tani sejahtera

Peran media online dan e-commerce ini dapat membantu petani dalam menjual produknya dan memangkas saluran distribusi yang sebelumnya melalui tengkulak atau supplier bisa hanya dari produsen ke konsumen secara langsung (Sanjaya, 2022). Digital Marketing adalah suatu

cara pemasaran yang memudahkan para petani memantau dan menyediakan kebutuhan serta keinginan calon konsumen, calon konsumen sehingga bisa mencari dan mendapatkan informasi produk hanya dengan cara menjelajah dunia maya sehingga mempermudah proses pencariannya (Krisnawati et al., 2019).

4. Evaluasi Perkembangan

Tahapan terakhir adalah evaluasi yang bertujuan untuk melihat sejauh mana efektivitas pendampingan yang telah dilakukan. Evaluasi ini mencakup perkembangan dalam pengelolaan akun, peningkatan pemahaman petani tentang digital marketing, dan indikasi awal perubahan dalam proses pemasaran maupun volume penjualan produk beras organik.

Evaluasi dari pendampingan tersebut Beberapa tantangan yang perlu segera diatasi agar upaya pendampingan ini dapat berlanjut secara berkelanjutan. Keterbatasan infrastruktur teknologi, seperti akses internet yang belum merata dan rendahnya kapasitas sumber daya manusia dalam mengelola platform digital, menjadi kendala utama. Selain itu, ketidakadaan sistem evaluasi kuantitatif mengakibatkan pengukuran keberhasilan program kurang objektif.

Pendampingan yang diberikan juga belum terintegrasi dengan platform penjualan profesional yang memiliki sistem pembayaran dan logistik yang lebih terpercaya, sehingga posisi produk di pasar digital masih lemah. Oleh karena itu, diperlukan pendampingan lanjutan secara berkala, disertai penyusunan panduan praktis dan pembinaan intensif, agar para petani dapat secara mandiri mengelola aktivitas pemasaran digital mereka. Integrasi produk ke dalam marketplace besar seperti Tokopedia atau Shopee, serta penguatan branding dan legalitas produk melalui sertifikasi organik yang menjamin kualitas produk.

KESIMPULAN

Dalam rangka meningkatkan pendapatan petani beras organik khususnya pada kelompok tani sejahtera desa Kaibon kecamatan Geger Kabupaten Madiun, diperlukan suatu pendampingan pemasaran secara digital. Pendampingan pemasaran digital dilakukan untuk memberikan literasi kepada petani agar mampu melakukan pemasaran dan promosi melalui platform digital atau media sosial (instagram).

PUSTAKA

Anggraini, N., Sutarni, S., Fatih, C., Zaini, M., Analiasari, A., & Humaidi, E. (2020). Digital marketing produk pertanian di desa sukawaringin kecamatan bangunrejo kabupaten lampung tengah. *Jurnal*

Pengabdian Nasional, 1(1), 36–45.

Anwar, M., Purnomo, E. ., & Suwailim, G. T. (2023). Transformasi Pengelolaan untuk Peningkatan Produktivitas Sektor Pertanian. *KUAT : Keuangan Umum Dan Akuntansi Terapan*, 5(1), 1–7. <https://doi.org/10.31092/kuat.v5i1.1802>.

Hillen, J., & Fedoseeva, S. (2021). E-commerce and the end of price rigidity?. *Journal of Business Research*, 125, 63-73. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.11.052>

Krisnawati, I., Ubaidi, I. A., Rais, H., & Batu, R. L. (2019). Strategi digital marketing dalam perdagangan hasil tani untuk meningkatkan pendapatan Kabupaten Karawang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini*, 10(2), 70-75. <https://doi.org/10.36982/jiegmk.v10i2.838>.

Nordhagen, S., Igbeka, U., Rowlands, H., Shine, R. S., Heneghan, E., & Tench, J. (2021). COVID-19 and small enterprises in the food supply chain: Early impacts and implications for longer-term food system resilience in low-and middle-income countries. *World Development*, 141, 105405. <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2021.105405>.

Novia Indah, L., & Ramadani, M. (2022). Strategi Pemasaran Produk UMKM Melalui Penerapan Digital Marketing. *KUAT : Keuangan Umum Dan Akuntansi Terapan*, 4(2), 79–85. <https://doi.org/10.31092/kuat.v4i2.1697>.

Nurngaeni, E. (2017). Pemanfaatan Media Sosial (Online) sebagai Distribusi Barang Era Digital di Pasar Klewer Surakarta. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 6(1), 55-64.

Murugan, M., & Prabadevi, M. N. (2023). Impact of Industry 6.0 on MSME Entrepreneur's Performance and Entrepreneur's Emotional Intelligence in the Service Industry in India. *Revista de Gestão Social e Ambiental*, 17(4), 1-15.

Sharma, P., Shah, J., & Patel, R. (2022). Artificial intelligence framework for MSME sectors with focus on design and manufacturing industries. *Materials Today: Proceedings*, 62, 6962-6966. <https://doi.org/10.1016/j.matpr.2021.12.360>.

Utami, D. P. (2020). Pengendalian digital marketing dalam pemasaran produk pertanian untuk petani milenial Desa Wonotulus Kecamatan Purworejo Kabupaten Purworejo. In *Prosiding Seminar Nasional Pertanian* (Vol. 1, No. 1, pp. 25-32).

Sanjaya, H. (2022). Meningkatkan Produksi Pertanian Dengan Menggunakan Teknologi Terbarukan. *PERSPEKTIF: Sudut Pandang Lintas Pengetahuan*, 1(1), 436-440.

Zhang, J., Cai, M. X., Lu, T., Sun, X. H., & Jia, J. L. (2016). Lumbar spinal stenosis treated with polyetheretherketone pedicle screw fixation combined with interbody fusion: A follow-up assessment focusing on bone fusion rate. *Chinese Journal of Tissue Engineering Research*, 20(12), 1684. <https://doi.org/10.3969/j.issn.2095-4344.2016.12.002>.