

E-marketplace Optimization as Marketing Tool for Makmur Jaya Farmer Group Products in Meddelan Village to Enhance Farmers' Welfare

Optimalisasi *E-marketplace* Sebagai Sarana Pemasaran Produk Kelompok Tani Makmur Jaya Di Desa Meddelan Sebagai Upaya Peningkatan Kesejahteraan Petani

¹ Faikul Umam, ² Firmansyah Adiputra, ³ Achmad Zain Nur

¹ Program Studi S1 Teknik Mekatronika, ² Program Studi S1 Sistem Informasi
³ Program Studi S1 Teknik Elektro
Universitas Trunojoyo Madura, Jl. Raya Telang, PO BOX 2, Kamal - Bangkalan 69162

Email: faikul@trunojoyo.ac.id

Abstract - Meddelan village in Lenteng sub-district, Sumenep district, is an agricultural area where the majority of residents work as farmers. Despite the large production potential, the farmers in this village, especially the Makmur Jaya Farmers Group, face various problems in increasing the selling value of their agricultural products. One of the main challenges is limited access to markets that still rely heavily on conventional methods such as middlemen, who often offer prices below market value. In addition, the low level of digital skills among farmers is an obstacle in utilizing e-marketplace technology that can expand market reach and provide more competitive selling prices. This condition is exacerbated by the lack of a structured marketing strategy and supporting infrastructure such as limited internet access. To overcome this problem, a community service program focused on optimizing the use of e-marketplace as a means of marketing agricultural products was implemented. This program includes intensive training for farmers in the use of e-marketplace platforms, improving digital skills, and forming effective digital marketing strategies. In addition, Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) students are also involved in this activity to assist farmers in every stage of implementation, from training to evaluation. This activity is expected to become a technology-based farmer empowerment model that can be applied in other areas with similar situations.

Keywords: E-marketplace, Farmer Empowerment, Digital Skills, Marketing Strategies, Farmer Welfare.

Abstrak – Desa Meddelan di Kecamatan Lenteng, Kabupaten Sumenep, merupakan kawasan agraris yang mayoritas warganya bekerja sebagai petani. Meski memiliki potensi produksi yang besar, kelompok tani di desa ini, khususnya Kelompok Tani Makmur Jaya, menghadapi berbagai permasalahan dalam meningkatkan nilai jual hasil pertanian mereka. Salah satu tantangan utama adalah keterbatasan akses pasar yang masih sangat bergantung pada metode konvensional seperti tengkulak, yang sering kali menawarkan harga di bawah nilai pasar. Selain itu, rendahnya keterampilan digital di kalangan petani menjadi hambatan dalam memanfaatkan teknologi *e-marketplace* yang dapat memperluas jangkauan pasar dan memberikan harga jual yang lebih kompetitif. Kondisi ini diperparah dengan minimnya strategi pemasaran yang terstruktur serta infrastruktur pendukung seperti akses internet yang masih terbatas. Untuk mengatasi permasalahan ini, program pengabdian masyarakat yang difokuskan pada optimalisasi penggunaan *e-marketplace* sebagai sarana pemasaran produk pertanian, dilaksanakan. Program ini mencakup pelatihan intensif bagi petani dalam penggunaan *platform e-marketplace*, peningkatan keterampilan digital, dan pembentukan strategi pemasaran digital yang efektif. Selain itu, mahasiswa Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) turut dilibatkan dalam kegiatan ini untuk mendampingi petani dalam setiap tahap implementasi, mulai dari pelatihan hingga evaluasi. Kegiatan ini diharapkan dapat menjadi model pemberdayaan petani berbasis teknologi yang dapat diterapkan di daerah lain dengan situasi serupa.

Kata kunci: *e-marketplace*, pemberdayaan petani, keterampilan digital, strategi pemasaran, kesejahteraan petani

1. PENDAHULUAN

Desa Meddelan merupakan salah satu desa agraris yang mayoritas penduduknya bermata pencaharian sebagai petani [1]. Kelompok Tani

Makmur Jaya, yang merupakan salah satu kelompok tani utama di desa ini, memproduksi berbagai jenis hasil pertanian seperti padi, jagung, dan sayuran. Meskipun memiliki potensi

produksi yang besar, kelompok tani ini menghadapi berbagai tantangan dalam meningkatkan nilai jual produk mereka dan kesejahteraan para anggotanya [2].

Kelompok Tani Makmur Jaya mengalami keterbatasan dalam mengakses pasar yang lebih luas. Pemasaran produk mereka sebagian besar masih bergantung pada metode konvensional, seperti menjual langsung di pasar lokal atau melalui tengkulak. Hal ini menyebabkan harga jual produk sering kali tidak kompetitif dan keuntungan yang diperoleh petani relatif rendah [3]. Situasi ini diperburuk oleh pemanfaatan teknologi yang minim, di mana sebagian besar anggota kelompok tani belum familiar dengan teknologi digital dan *e-marketplace*. Pengetahuan dan keterampilan mereka dalam menggunakan platform *e-marketplace* masih sangat minim, sehingga mereka belum memanfaatkan teknologi ini secara optimal untuk memasarkan produk pertanian mereka [4].

Pemasaran produk pertanian Kelompok Tani Makmur Jaya belum dilakukan secara terstruktur dan terorganisir. Tidak ada strategi pemasaran yang jelas, sehingga sering kali produk pertanian dijual tanpa memperhatikan momen dan harga pasar yang tepat [5]. Ini mengakibatkan fluktuasi pendapatan yang signifikan bagi para petani. Ketergantungan pada tengkulak juga menyebabkan petani sering kali menerima harga jual yang rendah [6]. Tengkulak cenderung menawarkan harga yang tidak sesuai dengan nilai pasar yang sebenarnya, sehingga merugikan petani.

Minimnya pengetahuan tentang pemasaran digital dan *e-marketplace* menjadi hambatan utama dalam upaya meningkatkan nilai jual produk [7] [8]. Selain itu, infrastruktur pendukung seperti akses internet yang memadai masih menjadi tantangan di Desa Meddelan. Keterbatasan ini menghambat upaya kelompok tani dalam mengadopsi teknologi *e-marketplace* secara efektif. Kelompok tani belum mendapatkan pelatihan dan pendampingan yang cukup terkait dengan penggunaan teknologi digital dan strategi pemasaran modern. Kurangnya dukungan ini membuat mereka kesulitan dalam melakukan inovasi pemasaran yang diperlukan [9].

Dengan adanya program optimalisasi *e-marketplace*, diharapkan Kelompok Tani Makmur Jaya dapat meningkatkan akses pasar, mengoptimalkan harga jual produk, serta meningkatkan kesejahteraan para petani melalui pemanfaatan teknologi digital yang lebih baik. Program ini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan

petani dalam penggunaan *e-marketplace* tetapi juga memberikan pendampingan dan pelatihan yang diperlukan untuk menciptakan strategi pemasaran yang efektif dan berkelanjutan.

2. METODE PELAKSANAAN

Tahapan-tahapan kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah sebagai berikut:

Tahap Persiapan

Pada tahap persiapan, tim melakukan wawancara dan observasi untuk mengidentifikasi masalah yang dihadapi oleh Kelompok Tani Makmur Jaya, khususnya dalam hal keterbatasan akses pasar dan rendahnya keterampilan digital. Temuan ini akan digunakan untuk merancang kebutuhan dalam sosialisasi pentingnya pemanfaatan *e-marketplace* sebagai sarana untuk memperluas pemasaran produk pertanian.

Tahap Pelaksanaan

Pada tahap pelaksanaan, kegiatan difokuskan pada implementasi program sesuai tujuan yang telah ditetapkan. Kegiatan pelaksanaan melibatkan penerapan materi yang telah disiapkan pada tahap persiapan, termasuk sosialisasi dan pelatihan kepada masyarakat. Kegiatan pada tahap ini meliputi:

- Sosialisasi optimasi *e-marketplace* dan pelatihan pembuatan akun dan penggunaan *e-marketplace*. Kegiatan ini dilaksanakan untuk memberikan pemahaman kepada warga, khususnya Kelompok Tani Makmur Jaya, dengan cara memperkenalkan platform *e-marketplace*, seperti *Shopee Affiliate*.
- Observasi potensi produk lokal untuk dipasarkan, yaitu anyaman bambu Kalasah. Aspek evaluasi potensi kerajinan bambu Kalasah untuk dipasarkan melalui *e-marketplace* meliputi kualitas produk, desain, pengemasan, dan *branding*. Diskusi dilakukan untuk mengidentifikasi hambatan dan peluang peningkatan nilai jual.
- Pengenalan *e-marketplace* kepada generasi muda. Edukasi dapat meningkatkan literasi digital anak-anak sekolah dasar di Desa Meddelan agar memiliki pemahaman awal tentang teknologi pemasaran digital [10].

Pendampingan setiap kegiatan dilakukan secara intensif untuk memastikan bahwa masyarakat mampu mengaplikasikan keterampilan baru secara mandiri.

Tahap Pelaporan

Tahap pelaporan merupakan tahap penyelesaian yang meliputi evaluasi, monitoring, serta penyusunan laporan kegiatan pengabdian masyarakat [11]. Pada tahap ini, masyarakat kelompok tani akan terlibat aktif dalam memberikan umpan balik mengenai manfaat yang telah dirasakan dari kegiatan yang dilakukan. Data dari kegiatan ini akan dianalisis untuk menilai keberhasilan program, dan laporan akhir akan disusun berdasarkan hasil evaluasi guna menjadi acuan untuk pengembangan lebih lanjut di masa depan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tahap Persiapan

Tahap persiapan diawali identifikasi kebutuhan dilakukan melalui wawancara dan observasi terhadap beberapa warga, anggota kelompok tani, dan perangkat desa di Desa Meddelan (Gambar 1). Survei dilaksanakan pada tanggal 12 Agustus 2024. Hasil dari wawancara ini mengidentifikasi tiga tantangan utama sebagaimana telah disebutkan dalam Pendahuluan. Temuan dari proses identifikasi ini menjadi dasar dalam merancang materi pelatihan (Gambar 2) yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat setempat.



Gambar 1. Wawancara dengan perangkat desa



Gambar 2. Persiapan materi pelatihan

Tahap Pelaksanaan

a. Sosialisasi optimasi serta pelatihan pembuatan akun dan penggunaan e-marketplace

Kegiatan dilaksanakan pada hari Sabtu tanggal 31 Agustus 2024 sampai hari Minggu tanggal 1 September 2024. Kegiatan dimulai dengan sosialisasi optimasi *e-marketplace* kepada warga, khususnya anggota Kelompok Tani Makmur Jaya (Gambar 3). Dalam sosialisasi ini, warga diperkenalkan pada potensi *e-marketplace* yang dapat membantu mereka menjangkau konsumen yang lebih luas, meningkatkan daya saing produk, serta mendapatkan harga jual yang lebih kompetitif [12]. Tim pengabdian menjelaskan berbagai keuntungan menggunakan *platform* digital, seperti kemudahan akses, biaya pemasaran yang lebih rendah, dan kesempatan untuk memperluas pasar hingga ke luar daerah. Kegiatan ini terlampir dalam



Gambar 3. Kegiatan sosialisasi *e-marketplace*

Setelah sosialisasi, dilanjutkan dengan pengarahan pembuatan akun *e-marketplace*, dengan fokus utama pada pembuatan akun *Shopee Affiliate*. Anggota kelompok tani dan masyarakat diberi bimbingan secara langsung mengenai langkah-langkah teknis dalam membuat akun *e-marketplace*, termasuk cara mendaftar, mengisi informasi akun, dan mengunggah produk. Peserta diajari cara memanfaatkan fitur-fitur yang tersedia di *platform* tersebut untuk menarik perhatian calon pembeli, mulai dari cara mengambil foto produk yang menarik, memberikan deskripsi produk yang tepat, hingga strategi penetapan harga yang sesuai dengan pasar. Tim juga membantu peserta untuk memahami mekanisme transaksi dan cara memaksimalkan penggunaan akun *Shopee Affiliate* sebagai sumber pendapatan tambahan melalui komisi dari produk yang mereka promosikan. Hasil dari kegiatan ini, dari 35 peserta, 95%-nya sudah berhasil membuat akun *e-marketplace*, mengunggah produk, dan memahami fitur dasar *platform*. Peningkatan pemahaman ini menunjukkan keberhasilan

pelatihan dalam membangun keterampilan digital masyarakat.

b. Observasi Potensi Produk Anyaman Bambu Kalasah

Kerajinan anyaman bambu kalasah merupakan salah satu produk unggulan Desa Meddelan. Penilaian potensi produk meliputi kualitas produk, desain, serta aspek pemasaran seperti pengemasan dan *branding* [13]. Selain itu, tim berdiskusi dengan para pengrajin untuk memahami proses produksi, kendala yang dihadapi, serta peluang peningkatan nilai jual melalui inovasi produk dan strategi pemasaran digital.

Berdasarkan hasil observasi (Gambar 4), tim memberikan sejumlah rekomendasi untuk meningkatkan daya tarik produk di pasar digital. Rekomendasi tersebut meliputi peningkatan kualitas foto produk yang akan diunggah di *e-marketplace*, cara menampilkan deskripsi yang menarik, serta strategi penetapan harga yang kompetitif. Tim juga memberikan masukan mengenai pentingnya pengemasan yang baik untuk meningkatkan daya tarik produk di pasar digital [14], terutama bagi konsumen yang belum terbiasa dengan produk kerajinan lokal. Sebagai langkah solusi lain, tim juga memberikan pelatihan teknis kepada para pengrajin untuk mengatasi kendala, seperti cara mengambil foto produk yang menarik dengan peralatan sederhana. Pelatihan ini dirancang agar pengrajin mampu mempresentasikan produk mereka secara optimal di *platform* digital. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan bahwa anyaman bambu kalasah memiliki potensi besar untuk bersaing di pasar digital.



Gambar 4. Observasi kerajinan anyaman

c. Mengenalkan *e-marketplace* pada anak SD dan MI di Desa Meddelan

Anak-anak sekolah dasar di Desa Meddelan dikenalkan pada konsep dasar *e-marketplace* sebagai bagian dari upaya meningkatkan literasi digital sejak dini. Dalam kegiatan ini, mereka diperkenalkan dengan cara

kerja *e-marketplace* sebagai *platform* digital yang dapat digunakan untuk menjual produk dan mencapai konsumen yang lebih luas. Materi disampaikan secara interaktif dan sederhana untuk memastikan bahwa anak-anak memahami fungsi dan manfaat *e-marketplace* bagi pemasaran produk lokal.

Selain mengenalkan konsep *e-marketplace* (Gambar 5), anak-anak juga diberi wawasan dasar tentang etika digital dan pentingnya interaksi yang positif dengan konsumen. Meskipun tidak diajarkan langkah-langkah teknis seperti cara mengunggah produk, mereka diperkenalkan pada prinsip-prinsip dasar seperti menjaga kualitas produk dan etika yang baik dalam berbisnis [15].



Gambar 5. Pengenalan *e-marketplace* untuk anak-anak

Hasil dari kegiatan ini menunjukkan bahwa anak-anak mulai memahami konsep dasar *e-marketplace* dan menunjukkan antusiasme yang tinggi terhadap pemasaran digital. Selama kegiatan berlangsung, mereka aktif berdiskusi dan bertanya, yang mencerminkan minat serta ketertarikan mereka terhadap teknologi. Walaupun masih dalam tahap pengenalan, kegiatan ini berhasil meningkatkan literasi digital dasar generasi muda, sekaligus membangun fondasi awal untuk memperkenalkan pentingnya teknologi dalam kehidupan modern.

Tahap Pelaporan

Program ini menunjukkan peningkatan nyata dalam pemahaman dan keterampilan digital warga Desa Meddelan terkait pemasaran melalui *e-marketplace*. Untuk mengukur dampak dari program yang telah dilaksanakan, survei dilakukan terhadap 35 responden dari Desa Meddelan, yang terdiri dari anggota Kelompok Tani Makmur Jaya. Survei dilakukan sebelum dan sesudah program, dengan fokus pada tingkat

pemahaman dan keterampilan masyarakat terkait penggunaan *e-marketplace* dan pemasaran digital. Hasil survei disajikan dalam Tabel 1.

Tabel 1. Hasil Survey Dampak Kegiatan

No	Pertanyaan	Ya	Tidak
1.	Pra Sosialisasi E-marketplace: Apakah Anda mengenal dan menggunakan <i>e-marketplace</i> sebagai sarana pemasaran produk?	10%	90%
2.	Pra Pembuatan Akun Shopee Affiliate: Apakah Anda pernah membuat akun di <i>platform e-marketplace</i> seperti <i>Shopee Affiliate</i> ?	5%	95%
3.	Paska Sosialisasi dan Pelatihan E-marketplace, Apakah Anda memahami manfaat <i>e-marketplace</i> dan telah membuat akun untuk memasarkan produk?	95%	5%
4.	Apakah Anda merasa lebih percaya diri dalam menggunakan <i>e-marketplace</i> untuk menjual produk?	90%	10%
5.	Observasi Potensi Produk Lokal Apakah Anda memahami cara meningkatkan penjualan produk lokal seperti anyaman bambu di <i>platform digital</i> ?	95%	5%

Untuk memastikan keberlanjutan program pengabdian ini, pendampingan dan pelatihan lanjutan kepada masyarakat Desa Meddelan sangat diperlukan. Melalui pendampingan berkala, masyarakat akan terus dibimbing dalam memanfaatkan *e-marketplace* secara optimal, termasuk dalam hal peningkatan kualitas produk dan strategi pemasaran yang lebih efektif. Selain itu, direkomendasikan agar program ini diperluas dengan melibatkan lebih banyak komunitas lokal dan sektor ekonomi lainnya, sehingga semakin banyak produk lokal yang bisa dipasarkan melalui *platform digital*. Program ini juga diharapkan dapat terintegrasi ke dalam agenda desa untuk mendorong pemasaran berbasis teknologi, serta membuka peluang pelatihan digital bagi generasi muda desa. Dengan cara ini, keberlanjutan program tidak hanya terjamin, tetapi juga berkembang seiring dengan pertumbuhan potensi ekonomi masyarakat.

4. PENUTUP

Program pengabdian masyarakat yang berfokus pada optimalisasi *e-marketplace* sebagai sarana pemasaran produk Kelompok Tani Makmur Jaya di Desa Meddelan telah berhasil dilaksanakan dengan berbagai hasil

positif. Program ini tidak hanya meningkatkan pemahaman masyarakat tentang pentingnya teknologi dalam memperluas akses pasar, tetapi juga membekali mereka dengan keterampilan digital yang diperlukan untuk memanfaatkan platform *e-marketplace* secara efektif. Peningkatan kemampuan ini diharapkan dapat memberikan dampak jangka panjang dalam meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat desa. Melalui pelatihan dan pendampingan yang berkelanjutan, masyarakat diharapkan dapat mandiri dalam memasarkan produk mereka serta terus mengembangkan potensi lokal yang ada. Keberhasilan program ini menunjukkan pentingnya sinergi antara teknologi dan pemberdayaan masyarakat, serta pentingnya keberlanjutan program melalui dukungan dan pengembangan yang berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] W. Fauziah, "Optimalisasi Pengembangan UMKM Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Dalam Perspektif Ekonomi Islam Di Desa Meddelan Kecamatan Lenteng Kabupaten Sumenep," Institut Agama Islam Negeri Madura, 2022.
- [2] "Profil Kecamatan Lenteng." Accessed: Oct. 20, 2024. [Online]. Available: <https://kec-lenteng.sumenepkab.go.id/identitas-desa/meddelan>
- [3] E. Nurjati, "Peran dan tantangan e-commerce sebagai media akselerasi manajemen rantai nilai produk pertanian," in *Forum Penelitian Agro Ekonomi*, 2021, pp. 115–133.
- [4] D. T. Putra, I. Wahyudi, R. Megavitry, and A. Supriadi, "Pemanfaatan E-Commerce dalam Pemasaran Hasil Pertanian: Kelebihan dan Tantangan di Era Digital," *J. Multidisiplin West Sci.*, vol. 2, no. 08, pp. 684–696, 2023.
- [5] A. Bakhtiar, *Pengantar Kewirausahaan Agribisnis*, vol. 1. UMM Press, 2022.
- [6] L. A. Megasari and others, "Ketergantungan Petani Terhadap Tengkulak Sebagai Patron Dalam Kegiatan Proses Produksi Pertanian (Studi Di Desa Baye Kecamatan Kayen Kidul Kabupaten Kediri)," Universitas Airlangga, 2019.
- [7] D. A. Purwasih, "Ketergantungan Petani Karet Pada Tengkulak Di Desa Tebing Tinggi Kecamatan Kelumpang Tengah Kabupaten Kotabaru," 2022.
- [8] A. S. Arief, S. E. Putri, A. Suroso, A. W. Syakhrani, and N. Rahmini, "Digital Technology Management Challenges in Marketing Local Farm Products in

- Developing Countries: Analysis of International Publication Findings," *J. Iqra' Kaji. Ilmu Pendidik.*, 6(2), pp. 96–107, 2021.
- [9] N. Anggraini, S. Sutarni, C. Fatih, M. Zaini, A. Analiasari, and E. Humaidi, "Digital marketing produk pertanian di desa sukawaringin kecamatan bangunrejo kabupaten lampung tengah," *J. Pengabd. Nas.*, vol. 1, no. 1, 2020.
- [10] A. Aksenta *et al.*, *Literasi Digital: Pengetahuan & Transformasi Terkini Teknologi Digital Era Industri 4.0 dan Society 5.0*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2023.
- [11] R. Rohmayanti, B. Y. Rahmatian, R. A. Syahrian, D. A. Pitaloka, S. Yasmin, and P. Febriyani, "Pengembangan Digital Marketing dan Manajemen Keuangan bagi UMKM untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat," *J. Pengabd. Pada Masy.*, vol. 8, no. 2, pp. 432–439, 2023.
- [12] M. M. Baidhowi and M. E. SEI, "Pendampingan Digitalisasi Umkm Upaya Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat," *Support Sist.*, vol. 39, 2022.
- [13] F. Irawan, "Pelatihan Branding Dan Packaging Sebagai Strategi Pemasaran Pada Produk Umkm Desa Karangjati, Kecamatan Sampang, Kabupaten Cilacap," *Kampelmas*, vol. 1, no. 1, 2022.
- [14] S. Makmun, "Pelatihan Pengemasan Dan Pemasaran Produk Secara Digital," *Maj. Ilm. Pelita Ilmu*, vol. 3, no. 2, pp. 170–187, 2020.
- [15] N. M. Silviyah and N. D. Lestari, "Pengaruh Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan UMKM," *Al Iqtishod*, vol. 10, no. 1, pp. 96–112, 2022.