

Pengembangan *Technopreneur* Produk Pertanian Berbasis *Market Place* Menuju Masyarakat Ekonomi Kreatif

Rohmaniyah^{1*}, Nurul Alfian², Siti Salama Amar², Subhan³, Usman³

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Akuntansi, Universitas Madura, Pamekasan, Indonesia

Email: rohmaniyah@unira.ac.id

Abstrak – Ekonomi kreatif adalah sistem kegiatan manusia yang berhubungan dengan kreasi, produksi, distribusi, pertukaran dan konsumsi barang/jasa yang bernilai bagi para konsumen pasaran. Pengembangan *technopreneur* untuk produk pertanian berbasis *market place* ini dapat menjadi solusi permasalahan petani untuk penjualan hasil pertanian dan pengolahannya, yakni dengan mengkordinir hasil pertanian dari petani dengan cara (1) Membuat manajemen terpusat hasil pertanian (2) Mendistribusikan hasil panen dan hasil olahan pertanian melalui kelompok tani dan Bumdes (3) Mengolah hasil panen menjadi produk yang siap dikonsumsi dengan teknik pengolahan produk pertanian (4) Bumdes menjadi wadah kordinir selain kelompok tani untuk memasarkan produk dan hasil panen (5) Kelompok tani mengkordinir hasil pertanian dan membuat manajemen untuk penjualan hasil pertanian serta peningkatan kemampuan manajemen SDM (6) Peningkatan kemampuan manajemen keuangan. Sistem digitalisasi penjualan melalui *market place*, mempertemukan pembeli dan penjual secara online melalui E-Commerce tanpa lagi harus bergantung kepada lokasi serta waktu dalam melakukan proses transaksi bisnis. Cakupan analisis proses bisnis dari proses permintaan akan kebutuhan informasi sampai kepada proses validasi penerimaan oleh konsumen. Pelatihan ini memudahkan masyarakat dalam mempromosikan hasil pertaniannya sehingga bisa menambah nilai jual di pasaran.

Kata Kunci: *Technopreneur*, Ekonomi Kreatif, *Market Place*

Abstract – *Creative economy is a system of human activities related to the creation, production, distribution, exchange and consumption of goods / services that are valuable to market consumers. The development of technopreneurs for market-place-based agricultural products can be a solution to farmers' problems for the sale of agricultural products and their processing, namely by coordinating agricultural products from farmers by means of (1) Creating centralized management of agricultural products (2) Distributing crops and agricultural processed products through farmer groups and Bumdes (3) Processing crops into products that are ready for consumption with agricultural product processing techniques (4) Bumdes becomes a coordinating forum other than farmer groups to market products and crops (5) Farmer groups coordinate agricultural products and make management for the sale of agricultural products and improve HR management capabilities (6) Increase financial management capabilities. The system of digitizing sales through market places, bringing together buyers and sellers online through E-Commerce without having to rely on location and time in carrying out business transaction processes. Scope of business process analysis from the process of request for information needs to the process of validation of acceptance by consumers. This training makes it easier for the community to promote their agricultural products so that they can add selling value in the market.*

Keywords: *Technopreneur*, *Creative Economy*, *Market Place*

1. PENDAHULUAN

Ekonomi kreatif di Indonesia mulai diakui dan mempunyai peran sangat strategis pada pembangunan ekonomi dan pembangunan bisnis. Ekonomi kreatif adalah sistem kegiatan manusia yang berhubungan dengan kreasi, produksi, distribusi, pertukaran dan konsumsi barang/jasa yang bernilai bagi para konsumen pasaran (Fitri et.al,2021). Wirausaha merupakan salah satu profesi yang mengharuskan seseorang memiliki daya kreativitas tinggi. Maka dari itu pengembangan ekonomi kreatif secara tidak langsung mengarahkan dan mencoba untuk menciptakan entrepreneur yang handal dalam semua bidang. Daya kreativitas harus dilandasi dengan cara berpikir maju, penuh dengan gagasan baru yang berbeda dengan yang sudah ada (Noviyanti, 2017).

Market place adalah sebuah ruang virtual antara penjual dan pembeli untuk bertemu dalam melakukan transaksi barang atau jasa (Philippe dan Adrien,2016). Proses transaksi penjualan barang dan jasa secara online dilakukan dengan membangun sebuah website yang dikenal dengan sistem *electornic commerce* (e-commerce). Konsep *market place* kemudian hari menjadi sebuah ruang pasar besar yang menggabungkan seluruh penjual ke dalam satu wadah sistem.

Pengembangan *technopreneur* untuk produk pertanian berbasis *market place* ini dapat menjadi solusi permasalahan petani untuk penjualan hasil pertanian dan pengolahannya, yakni dengan mengkordinir hasil pertanian dari petani dengan cara (1) Membuat manajemen terpusat hasil pertanian (2) Mendistribusikan hasil panen dan hasil olahan pertanian melalui kelompok tani dan Bumdes (3) Mengolah hasil panen menjadi produk yang siap dikonsumsi dengan teknik pengolahan produk pertanian (4) Bumdes menjadi wadah kordinir selain kelompok tani untuk memasarkan produk dan hasil panen (5) Kelompok tani mengkordinir hasil pertanian dan membuat manajemen untuk penjualan hasil pertanian serta peningkatan kemampuan manajemen SDM (6) Peningkatan kemampuan manajemen keuangan. Pengembangan kewirausahaan bagi petani dengan memanfaatkan *market place* guna menciptakan *technoprenuer* yang dapat memasarkan produk unggulan ke pasar global dan besar, sehingga permasalahan petani kopi selama ini dapat diatasi dan dapat meningkatkan taraf ekonomi petani (wijanarko et.al, 2020). Pengembangan bisnis produk pertanian yang sudah berbasis digital dengan pengembangan *market place* sangat mudah menjangkau pasar di luar daerah dan mudah mendapatkan pelanggan karena telah dikenal melalui layanan jasa internet.

Desa Ceguk terletak di kecamatan Tlanakan Pamekasan, aktivitas dari masyarakat ceguk rata-rata adalah bertani padi, jagung, bawang, sayuran dan yang lain. Pertanian dianggap sebagai bisnis yang tahan lama karena produk-produk pertanian ini sebagian besar adalah produk kebutuhan dasar manusia seperti beras dan jagung, jadi selama masih ada manusia di muka bumi ini maka kebutuhan dan permintaan akan produk pertanian akan selalu bertambah. Namun, meskipun permintaan kebutuhan semakin bertambah namun yang menjadi salah satu kendala masyarakat Ceguk dalam menjalankan usaha salah satunya adalah tentang pemasaran produknya. Berdasarkan permasalahan tersebut maka penjual yang dilakukan secara tradisional bisa dialihkan dengan penjualan secara online dengan memanfaatkan *market place*.

2. METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan Pengabdian ini dilakukan dengan metode pelatihan keterampilan menjadi *techopreneur* dengan menggunakan *market place*, pelatihan keterampilan pengemasan, pengolahan produk hasil pertanian, dan manajemen keuangan. Adapun metode pelatihan sebagai berikut, yaitu;

1. Perencanaan

Pada tahap perencanaan ini harus menentukan tujuan dari kegiatan pelatihan *technopreneur* menggunakan *market place* dan sasaran dari pelatihan tersebut.

2. Pelatihan

Pelatihan *technopreneur* dilakukan dengan metode ceramah dan diskusi. Peserta pelatihan akan dibekali dengan ilmu pengetahuan dan pemahaman tentang teknologi-teknologi yang dapat digunakan dalam mempromosikan dan menawarkan produk, pengemasan produk yang baik, serta pengolahan produk. Selain itu akan dilatih cara membuat manajemen keuangan. Pelatihan penciptaan *technoprenuer* untuk petani guna menghadapi tantangan global

3. *Monitoring* dan Evaluasi

Melakukan evaluasi terhadap kegiatan pelatihan dan melakukan pendampingan terhadap peserta yang sudah mengikuti pelatihan dan melihat perkembangan dari hasil mengikuti pelatihan apakah sudah bisa diterapkan atau tidak.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian masyarakat yang dilaksanakan berupa Pelatihan pengembangan *technopreneur* berbasis *market place* dengan memberikan pelatihan tentang penjualan hasil pertanian secara online yang tujuannya adalah sebagai salah satu upaya digitalisasi penjualan tradisional dengan menggunakan *marketplace* pada kegiatan jual beli hasil pertanian. Pada kegiatan ini peserta dijelaskan mengenai apa itu *market place* yang merupakan kegiatan jual beli barang dan jasa atau transmisi dana atau data melalui jaringan elektronik terutama internet (Laming, 2020). Berikut ini

merupakan hasil pengabdian yang berupa digitalisasi penjualan tradisional dengan menggunakan aplikasi berbasis web:



Gambar 1. Hasil Pertanian Bawang Merah



Gambar 2. Hasil Pertanian Sayuran



Gambar 3. Pelatihan *Market place*

Dalam melakukan perancangan aplikasi online sistem E-Commerce untuk petani yang diwadahi oleh kelompok tani desa Ceguk diawali dengan melakukan penelusuran, mengidentifikasi dan menganalisis untuk memenuhi semua kebutuhan informasi yang berhubungan dengan konten dan fitur-fitur agar mudah digunakan para pedagang dan masyarakat. Pada tahap ini akan dilakukan wawancara langsung antara pedagang agar mudah memasukkan hasil pertanian apa saja yang akan dijual secara online untuk dimasukkan ke E-Commerce sehingga dalam implementasinya aktifitas jual beli yang sebelumnya yang hanya bersifat konvensional dapat dilakukan secara online juga. Selain itu para petani juga akan diberikan pelatihan tentang bagaimana mengolah keuangan dari bisnis tersebut. Pelatihan ini memudahkan masyarakat dalam mempromosikan hasil pertaniannya sehingga bisa menambah nilai jual di pasaran.

Sistem digitalisasi penjualan melalui *market place*, mempertemukan pembeli dan penjual secara online melalui E-Commerce tanpa lagi harus bergantung kepada lokasi serta waktu dalam melakukan proses transaksi bisnis. Cakupan analisis proses bisnis dari proses permintaan akan kebutuhan informasi sampai kepada proses validasi penerimaan oleh konsumen (Alfian, et.al, 2022). Untuk kebutuhan spesifikasi sistem E-Commerce dibedakan menjadi dua bagian penting, yaitu fungsional dan nonfungsional. Kebutuhan fungsional merupakan sisi kebutuhan yang berisi proses-proses untuk menjalankan sistem E-Commerce. Selanjutnya kebutuhan nonfungsional lebih menitikberatkan kepada semua unsur properti perilaku sistem. Interaksi dan kemampuan mengelola stimulus semua elemen sistem dapat menjadi dukungan paling penting bagi keberhasilan menjalin hubungan dengan pelanggan dan calon pelanggan.

4. KESIMPULAN

Pelatihan technopreneur produk pertanian berbasis *market place* di sambut dengan baik oleh masyarakat dan mendukung program ini karena meningkatkan ekonomi masyarakat khususnya para petani. *Market place* sangat membantu para petani dalam menjual hasil pertaniannya melalui online. Dengan memanfaatkan *market place* para petani lebih efektif memasarkan produknya dan lebih mudah dijangkau oleh para pembeli.

Berdasarkan pengabdian yang dilakukan, kami menyarankan untuk pemerintah dan perangkat desa untuk dikembangkan lagi program pengabdian masyarakat seperti ini bisa dilaksanakan secara reguler dan berkala agar masyarakat lebih paham terhadap perkembangan teknologi terkait *market place* untuk menjual produknya melalui online dan bisa membantu meningkatkan penghasilan pelaku usaha

REFERENCES

- Laming, S. (2020). Tren E-Commerce Pada Era pandemic Covid-19. *Humano: Jurnal Penelitian*, 11 (2), 55-63.
- Nurul, Alfian., Rohmaniyah. Leily Nur Indah F. 2022. Aplikais Fitul Belanja Sebagai Upaya Digitalisasi Pasar Tradisional. *Community Development Journal*. Vol.3, No.3 November 2022, Hal. 1592-1596
- Prentice Hall Inc. Corrot and A. Nussenbaum, *Marketplace : the future of e-commerce*. 2016.
- Rini Noviyanti. 2017. Peran Ekonomi Kreatif Terhadap Pengembangan Jiwa Entrepreneurship Di Lingkungan Pesantren. *E-Jurnal Intaj*. Vol. 1 No.1
- Wijanarko, Andang, Setiawan, Yudi, Purwandarri, Edina Putri. 2020. Pengembangan Technopreneur Produk Turunan Kopi Berbasis *Market place* Guna Menuju Masyarakat Ekonomi Kreatif