

PELATIHAN DESAIN LANDING PAGE UNTUK PEMASARAN HASIL PERTANIAN MASYARAKAT GAMPONG BAROH KECAMATAN PIDIE KABUPATEN PIDIE

Laila Qadriah^{1*}, Sayed Achmady², Maryanti³, Husaini⁴, Usyur Fajarna⁵

Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Teknik, Universitas Jabal Ghafur, Aceh, Indonesia

* Email : laila_qadriah@unigha.ac.id

Abstrak

Kemajuan terbaru dalam teknologi telah mempengaruhi hampir setiap aspek pemasaran. Salah satu dampak kemajuan teknologi dalam aspek pemasaran adalah penggunaan digital marketing. Keuntungan menggunakan digital marketing yaitu dapat meningkatkan pemasaran suatu produk. Saat ini, proses pemasaran hasil pertanian yang dilakukan oleh masyarakat petani yang ada di Gampong Baroh, Kecamatan Pidie, Kabupaten Pidie, masih dilakukan melalui bertatap muka langsung dengan calon pembeli. Proses pemasaran ini dianggap kurang efektif dan efisien. Strategi pemasaran yang banyak diterapkan oleh pelaku usaha saat ini adalah melalui digital marketing melalui media landing page. Berdasarkan hal tersebut maka tim pengabdian kepada masyarakat mengadakan kegiatan pelatihan pembuatan landing page untuk membantu pemasaran hasil pertanian di Gampong Baroh. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan akan digital marketing (landing page) bagi masyarakat Gampong Baroh dalam memasarkan hasil pertaniannya, sehingga pemasaran hasil pertanian menjadi luas dan meningkat.

Kata kunci: Pemasaran Digital, Landing Page, Petani, Hasil Pertanian

Abstract

Almost every facet of marketing have been impacted by recent technological advancements. The advantages of using digital marketing can increase the marketing of product. Currently, the product marketing process is carried out by farmers in Gampong Baroh, Pidie District, Pidie Regency, which is still conducted through face to face with consumers. The method of marketing that has been used by business people is digital marketing through landing page media. Based on this, the service team held training activities for making landing pages to help marketing product. From the implementation of this community service activity expected to the farmer groups in Gampong Baroh able to improve their knowledge about how to used digital marketin (landing pages) in marketing, so the product marketing are becomes wider and increases.

Keywords: Digital Marketing, Landing Page, Farmers, Agriculture

1. PENDAHULUAN

Gampong Baroh terletak di Kecamatan Pidie Kabupaten Pidie. Kebanyakan penduduk di Gampong Baroh bermata pencaharian sebagai petani. Hasil pertanian yang paling dominan yaitu padi, cabai, tomat, bawang merah dan sawi. Menurut Kelompok tani yang ada di sini, tanaman-tanaman tersebut dianggap lebih mudah dibudidayakan. Tanaman-tanaman tersebut ditanam pada musim kemarau, musim hujan. Hasil pertanian tersebut sebagai salah satu komoditas utama di Gampong Baroh, menjadikan desa ini sebagai penghasil

utama padi, cabai, tomat, bawang merah dan sawi di daerah Kabupaten Pidie. Tanaman-tanaman ini merupakan komoditas unggul yang mempunyai nilai potensi ekonomi tinggi dan banyak dikonsumsi oleh rumah tangga maupun keperluan industri (Adi Prasetyo Abidin et al., 2022).

Berdasarkan hasil pengamatan pada lokasi kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan oleh tim Pengabdian kepada Masyarakat Program Studi Teknik Informatika Universitas Jabal Ghafur, bahwa kelompok tani yang ada di Gampong Baroh Kecamatan Pidie, Kabupaten Pidie, terdapat kendala yaitu pada proses pemasaran hasil pertanian mereka. Dimana proses pemasaran hasil pertaniannya masih dilakukan melalui *personal selling*, yaitu proses pemasaran dengan metode bertatap muka dengan konsumen. Permasalahan ini dikarenakan keterbatasan pengetahuan tentang sistem teknologi informasi. Selain itu belum adanya sumber daya akan teknologi informasi dalam membuat website penjualan sebagai sarana publikasi bersifat digital.

Salah satu metode pemasaran yang paling efektif saat ini adalah melalui pemasaran digital (digital marketing). Digital marketing adalah suatu strategi penjualan berorientasi pada internet (Dupont et al., 2018). Media digital marketing yang paling banyak dipakai oleh para pelaku usaha saat ini adalah dengan membuat landing page. Landing page merupakan halaman dalam website yang menampilkan informasi tentang penawaran dengan desain form yang lebih menarik dan tersedia fitur call to action agar konsumen tertarik akan penawaran yang ditawarkan (Anggarini, 2021).

Dari hasil pengamatan dan observasi permasalahan pada lokasi kegiatan pengabdian kepada masyarakat tersebut, maka strategi yang diusulkan untuk menyelesaikan permasalahan adalah dengan melakukan pelatihan dan pendampingan desain landing page pada pemasaran hasil pertanian masyarakat Gampong Baroh untuk memperluas jangkauan penjualan hasil pertanian sehingga meningkatkan pemasaran.

2. METODE

Kegiatan pengabdian ini telah dilaksanakan pada tanggal 27 Mei 2023 di Gampong Baroh, Kecamatan Pidie, Kabupaten Pidie. Kegiatan ini diikuti oleh beberapa petani yang ada di Gampong Baroh. Adapun jumlah perwakilan dari kelompok tani yang hadir sebanyak 23 orang. Dalam kegiatan ini menerapkan metode *sharing knowledge* (berbagi ilmu) untuk mengatasi akan permasalahan yang terjadi melalui pelatihan desain landing page. Kegiatan ini terbagi menjadi tiga tahapan, yaitu: (1) Pengenalan, tahap ini dilakukan pengenalan mengenai digital marketing kemudian dilanjutkan dengan pengenalan mengenai landing page. (2) Pelatihan, penjelasan tentang penggunaan platform yang menyediakan landing page dipaparkan kepada peserta. Kemudian dilanjutkan dengan penjelasan tentang tahapan desain landing page. Tim pengabdian kepada masyarakat langsung mengarahkan peserta pelatihan dalam mendesain landing page. (3) Penutupan, Peserta dibimbing dalam membuat landing page untuk memasarkan hasil pertanian mereka. Dengan adanya

platform seperti ini diharapkan mampu meningkatkan pemasaran hasil pertanian yang ada di Gampong Baroh.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilakukan oleh Tim Fakultas Teknik Program Studi Teknik Informatika ini dengan cara memaparkan materi tentang pemahaman akan strategi pemasaran, digital marketing, dan landing page. Disamping itu, peserta pelatihan juga mendapatkan pengenalan dan pelatihan pemasaran melalui desain landing page yang dapat membantu dalam proses pemasaran hasil pertanian mereka. Manfaat yang diperoleh dari pelaksanaan kegiatan ini, antara lain para petani yang ada di Gampong Baroh dapat meningkatkan pengetahuan tentang penggunaan digital marketing dan landing page dalam proses pemasaran hasil pertanian di Gampong Baroh, sehingga memudahkan para petani untuk menjual atau memasarkan hasil pertanian kepada masyarakat baik di dalam maupun di luar daerah tanpa melalui perantara sebagaimana yang dilakukan selama ini. Website yang dihasilkan juga menjadi salah satu sarana pemasaran hasil pertanian masyarakat Gampong Baroh seperti padi, cabai, tomat, bawang merah dan sawi. Perancang website ini menghasilkan beberapa halaman fitur halaman menu utama, keranjang, kegiatan, about me, dan profil. Pada halaman menu utama menampilkan sekilas tentang hasil pertanian di Gampong Baroh beserta manfaatnya, serta rincian hasil pertanian yang akan ditawarkan kepada konsumen. Pengelolaan barang yang akan dibeli oleh konsumen terdapat pada halaman keranjang. Konsumen bisa menggunakan fitur home pada menu utama untuk melakukan pembelian. Setelah pelanggan membeli produk yang terdapat pada fitur home, maka produk yang dibeli akan masuk kedalam halaman keranjang. Aplikasi ini juga menyediakan menu edit dimana, pelanggan dapat menghapus produk yang akan dibeli langsung kemudian menekan tombol kirim. Pada Halaman kegiatan juga tersedia tentang kegiatan yang diadakan pada Gampong Baroh dan Halaman about me berisi informasi Gampong Baro. Pada menu Profil terdapat data dan struktur organisasi Gampong Baroh.

4. KESIMPULAN

Tujuan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini yaitu untuk melakukan pelatihan desain landing page yang pada akhirnya dapat membantu para petani yang ada di Gampong Baroh, Kecamatan Pidie, Kabupaten Pidie untuk memperluas serta meningkatkan wilayah pemasaran hasil pertanian yang ada sehingga berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan masyarakat petani yang ada di Gampong Baroh Kecamatan Pidie, Kabupaten Pidie. Menurut pengamatan Tim selama kegiatan pelatihan ini berlangsung peserta sangat antusias dalam mengikuti pelatihan desain landing page. Indikator keberhasilan dalam kegiatan ini yaitu peserta mampu memahami strategi pemasaran, serta mampu mendesain dan merancang landing page secara mandiri.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim mengucapkan terima kasih kepada Universitas Jabal Ghafur (Unigha) khususnya Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Unigha yang telah mendukung dan memberi arahan serta bimbingan dalam kegiatan ini terkait pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan oleh tim pengabdian masyarakat program studi Teknik Informatika. Dan tidak lupa kami ucapkan terima kasih kepada Keuchik Gampong Baroh yang telah memberikan izin untuk melakukan kegiatan ini, serta para petani yang telah meluangkan waktu dan bersedia mengikuti pelatihan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, A.P., Saryanto, D., Susanto, H., Dianto, A.K. (2022). Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Alih Fungsi Komoditi padi Sawah ke Tanaman Bawang Merah di Desa Beton Kabupaten Gresik. In *Prosiding Seminar Nasional & Call for Paper" Peran Perempuan Sebagai Pahlawan di Era Pandemi"* (pp. 110-118). PSGESI LPPM UWP.
- Anggarini. (2021). *Karakteristik Landing Page pada Website Lomari*. Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945.
- Bala, M., & Verma, D. (2018). A critical review of digital marketing. *International Journal of Management, IT & Engineering*, 8(10), 321-339.
- Dupont, J., Harff, S., Park, S., Linder, K.E. (2018). Marketing Online Degrass to Adult Learners: Staff, Resources, and Key Strategies. In *Leading and Managing e-learning*. (pp.321-34).
- Nugroho, A., Kartadie, R., & Hudianti, E. (2022). Pelatihan Online Marketing Bagi Pengusaha Tanaman Dalam Rangka Pengembangan Usaha Tanaman Hias. *Jurnal Pengabdian Masyarakat-Teknologi Digital Indonesia*, 1(1), 22-30.
- Redjeki, F., & Affandi, A. (2021). Utilization of Digital Marketing for MSME Players as Value Creation for Customers during the COVID-19 Pandemic. *International Journal of Science and Society*, 3(1), 40-55.
- Sari, D.K., Pebrianggara, A., Oetarjo, M. (2021). *Digital Marketing*. UMSIDA Press.
- Tiago, M. T. P. M. B., Verissimo, J. M. C. (2014). Digital marketing and social media: Why bother? *Business horizons*, 57(6), 703-708.
- Upadani, I. G. A. W., Martha, G. I. R., Suryawan, I. K. D. (2023). Pengembangan Usaha Pertanian Kopi Melalui Pemasaran Digital di UUP. *Catur Paramitha. Widya Laksana*, 12(1).
- Veranita, M., Syahidin, Y., & Gunardi, G. (2019). Mengembangkan UKM Melalui Pelatihan Internet Marketing Di Kecamatan Lengkong Kota Bandung. *KUAT: Keuangan Umum dan Akuntansi Terapan*, 1(1), 41-48.