



Pendampingan Kelompok Tani "Karya Mandiri" di Desa Sukorejo Ponorogo melalui Digitalisasi dan Labelisasi Produk Pertanian

Agung Dwicahyo^{1*}, Muhammad Raffal 'Aris², Muhammad Shobrun Jamil³, Haidar Aly Daniswara⁴, Muhammad Najib Ridho⁵, Yogi banar Sasongko⁶, Jaudat Iqbal Harris⁷

Teknologi Industri Pertanian, Saintek, Universitas Darussalam Gontor

Email: agungdwicahyo@unida.gontor.ac.id^{1*}

Abstrak

Perkembangan teknologi digital memberikan peluang besar bagi sektor pertanian untuk meningkatkan daya saing produk. Namun, banyak kelompok tani masih menghadapi kendala dalam pemanfaatan teknologi digital dan pemasaran modern. Salah satu kelompok yang mengalami tantangan ini adalah kelompok tani "Karya Mandiri" di Desa Sukorejo. Untuk itu, program pendampingan ini dilakukan dengan tujuan meningkatkan pemahaman dan keterampilan anggota kelompok tani dalam digitalisasi dan labelisasi produk pertanian guna meningkatkan nilai jual dan jangkauan pasar. Metode yang digunakan dalam pendampingan ini mencakup beberapa tahapan, yaitu: (1) Identifikasi kebutuhan melalui survei awal untuk mengetahui tingkat pemahaman petani terhadap digitalisasi dan labelisasi produk, (2) Pelatihan digitalisasi yang mencakup pemanfaatan media sosial dan peningkatan akses untuk pemasaran melalui pendaftaran lokasi di googlemaps, (3) Pelatihan labelisasi produk guna meningkatkan daya tarik kemasan, serta (4) Evaluasi dampak kegiatan melalui survei pasca-pelatihan. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan adanya peningkatan pemahaman anggota kelompok tani dalam aspek digitalisasi dan pemasaran produk pertanian. Sebelum pelatihan, hanya 40% peserta yang memahami dasar digitalisasi, meningkat menjadi 85% setelah pelatihan. Pemanfaatan media sosial untuk pemasaran meningkat dari 30% menjadi 80%, sementara penggunaan media sosial meningkat dari 30% menjadi 80%. Selain itu, kelompok tani berhasil menciptakan label produk yang lebih menarik, yang berdampak pada peningkatan daya saing di pasar lokal. Dengan adanya pendampingan ini, diharapkan kelompok tani "Karya Mandiri" dapat secara mandiri menerapkan strategi pemasaran berbasis digital dan labelisasi produk yang lebih efektif, sehingga mampu meningkatkan kesejahteraan para anggotanya..

Kata Kunci: *Kelompok Tani, Digitalisasi, Labelisasi, Pemasaran Digital*

Abstract

The development of digital technology provides great opportunities for the agricultural sector to increase product competitiveness. However, many farmer groups still face obstacles in utilizing digital technology and modern marketing. One group that experiences this challenge is the "Karya Mandiri" farmer group in Sukorejo Village. For this reason, this mentoring program is carried out with the aim of increasing the understanding and skills of farmer group members in the digitalization and labeling of agricultural products in order to increase their selling value and market reach. The methods used in this mentoring include several stages, namely: (1) Identification of needs through an initial survey to determine the level of farmers' understanding of digitalization and product labeling, (2) Digitalization training which includes the use of social media and increasing access to marketing through location registration on Google Maps, (3) Product labeling training to increase the attractiveness of packaging, and (4) Evaluation of the impact of activities through a post-training survey. The results of this activity show an increase in the understanding of farmer group members in the aspects of digitalization and marketing of agricultural products. Before the training, only 40% of participants understood the basics of digitalization, increasing to 85% after the training. The use of social

media for marketing increased from 30% to 80%, while the use of social media increased from 30% to 80%. In addition, the farmer group succeeded in creating more attractive product labels, which had an impact on increasing competitiveness in the local market. With this assistance, it is hoped that the "Karya Mandiri" farmer group can independently implement digital-based marketing strategies and more effective product labeling, so as to improve the welfare of its members.

Keywords: *Farmer Groups, Digitalization, Labeling, Digital Marketing*

PENDAHULUAN

Digitalisasi dalam sektor pertanian semakin menjadi kebutuhan mendesak seiring dengan perkembangan teknologi informasi. Dalam era modern, identitas digital kelompok tani menjadi faktor penting dalam meningkatkan peningkatan pemahaman anggota kelompok tani dalam aspek digitalisasi dan pemasaran produk pertanian dan keterjangkauan mereka terhadap berbagai pihak, seperti masyarakat umum, calon mitra usaha, dan instansi pemerintah. Namun, banyak kelompok tani di pedesaan masih menghadapi keterbatasan dalam memanfaatkan teknologi digital, sehingga sulit ditemukan dalam pencarian daring. Tanpa adanya identitas digital yang jelas, keberadaan kelompok tani cenderung hanya dikenal dalam lingkup lokal, sehingga potensi kolaborasi dan pemasaran produk hasil pertanian menjadi terbatas (Harsono, 2021).

Salah satu solusi efektif dalam membangun identitas digital kelompok tani adalah dengan memanfaatkan digital untuk lokasi mereka di Google Maps. Google Maps merupakan platform pemetaan digital yang memungkinkan masyarakat untuk dengan mudah menemukan lokasi usaha, komunitas, atau kelompok tertentu secara daring. Dengan adanya pendaftaran di Google Maps, kelompok tani dapat lebih mudah ditemukan dalam pencarian online, baik oleh masyarakat yang ingin mengetahui lokasi mereka maupun oleh mitra potensial yang ingin bekerja sama dalam pengembangan pertanian (Khomah et al., 2022).

Desa Sukorejo, Kabupaten Ponorogo, merupakan salah satu daerah yang memiliki potensi pertanian yang cukup baik. Kelompok Tani Karya Mandiri di desa ini merupakan salah satu kelompok tani yang aktif dalam kegiatan pertanian, namun belum memiliki identitas digital yang jelas. Sebelum program pendampingan ini dilakukan, kelompok ini belum terdaftar di Google Maps, sehingga sulit ditemukan oleh masyarakat luas. Padahal, keterjangkauan digital sangat penting dalam membuka peluang kerja sama, memperluas jaringan pemasaran hasil pertanian, dan meningkatkan transparansi dalam pengelolaan kelompok tani (Saragih, 2024).

Kurangnya identitas digital menyebabkan beberapa kendala bagi kelompok tani dalam aspek pengelolaan dan pemasaran hasil pertanian. Tanpa adanya tanda digital yang jelas, masyarakat sekitar maupun pihak luar yang ingin menjalin kerja sama sering kali kesulitan menemukan lokasi kelompok tani. Hal ini menghambat potensi pengembangan kelompok tani karena mereka tidak dapat menjangkau pasar yang lebih luas atau menerima manfaat dari program bantuan yang lebih besar. Dengan adanya pendaftaran kelompok tani di Google Maps, diharapkan aksesibilitas mereka dapat meningkat secara signifikan (Nurdiyah, 2023).

Program pendampingan ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas kelompok tani "Karya Mandiri" di Desa Sukorejo dalam menghadapi tantangan pemasaran modern dengan memanfaatkan teknologi digital dan labelisasi produk. Secara khusus, tujuan program ini adalah untuk memberikan edukasi kepada petani mengenai pentingnya digitalisasi dalam pemasaran produk pertanian, meningkatkan keterampilan mereka dalam penggunaan platform digital dan media sosial untuk promosi, serta membantu mereka dalam pembuatan label produk yang sesuai dengan standar pasar. Dengan adanya pendampingan ini, diharapkan kelompok tani dapat meningkatkan daya saing dan nilai jual produk mereka, serta mampu mengakses pasar yang lebih luas secara mandiri..

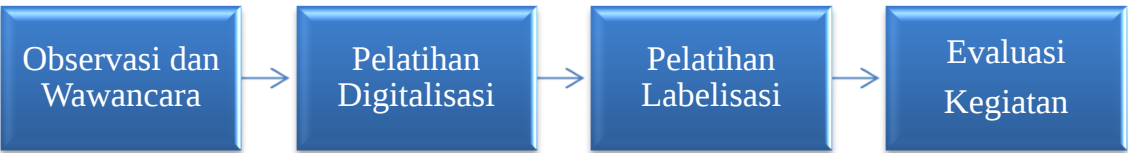
Pendampingan digitalisasi ini tidak hanya memberikan manfaat bagi kelompok tani, tetapi juga bagi masyarakat luas yang membutuhkan informasi terkait pertanian di wilayah tersebut. Dengan keberadaan identitas digital yang lebih jelas, kelompok tani dapat menjadi lebih terbuka terhadap peluang kerja sama dan dukungan eksternal, baik dalam bentuk pelatihan, pemasaran, maupun akses terhadap teknologi pertanian yang lebih

modern. Selain itu, bagi pemerintah dan akademisi, digitalisasi kelompok tani dapat menjadi langkah awal dalam membangun sistem pertanian berbasis data yang lebih terintegrasi dan berkelanjutan (Purwanto, 2024).

Keberhasilan program ini diharapkan dapat menjadi model bagi kelompok tani lain dalam mengembangkan identitas digital yang kuat. Langkah ini juga dapat menjadi inspirasi bagi komunitas pertanian lainnya untuk memanfaatkan teknologi digital guna meningkatkan daya saing dan efisiensi operasional mereka. Dengan adanya strategi digitalisasi yang tepat, kelompok tani dapat lebih siap menghadapi tantangan industri pertanian modern serta memperkuat posisi mereka dalam ekosistem pertanian digital yang semakin berkembang (Purwanto, 2024).

METODE

Kegiatan pendampingan ini dilaksanakan di Desa Sukorejo, Kabupaten Ponorogo, dengan fokus pada Kelompok Tani Karya Mandiri sebagai mitra utama. Program ini bertujuan untuk meningkatkan visibilitas dan aksesibilitas kelompok tani melalui pendaftaran lokasi mereka di Google Maps, sehingga lebih mudah ditemukan oleh masyarakat dan calon mitra usaha. Pendampingan dilakukan dengan pendekatan partisipatif, di mana tim pengabdian terlibat langsung dalam proses pendaftaran dan memberikan edukasi mengenai pemanfaatan teknologi digital bagi kelompok tani.



Gambar 1. Tahapan Kegiatan Pengabdian

Metode pelaksanaan kegiatan pendampingan ini dilakukan melalui beberapa tahapan strategis yang dirancang untuk memastikan keberhasilan program. Tahap pertama adalah identifikasi kebutuhan, yang dilakukan melalui survei awal kepada anggota kelompok tani "Karya Mandiri". Survei ini bertujuan untuk mengetahui tingkat pemahaman mereka mengenai digitalisasi, pemasaran berbasis teknologi, serta labelisasi produk. Hasil survei ini menjadi dasar dalam merancang materi pelatihan yang sesuai dengan kondisi dan kebutuhan kelompok tani.



Gambar 2. Sosialisasi dan Identifikasi Permasalahan dengan Perangkat desa dan Kelompok Tani

Tahap kedua adalah pelatihan digitalisasi, yang meliputi pengenalan platform media sosial dan e-commerce sebagai sarana pemasaran produk pertanian. Dalam pelatihan ini, peserta diberikan pemahaman mengenai cara membuat akun bisnis di media sosial, mengelola konten pemasaran, serta memanfaatkan marketplace digital untuk meningkatkan jangkauan pasar. Selain itu, peserta juga diajarkan teknik fotografi produk dan penulisan deskripsi produk yang menarik.



Gambar 3. Pelatihan Digitalisasi dan Labelisasi Produk Kelompok Tani

Tahap ketiga adalah pelatihan labelisasi produk, yang bertujuan untuk meningkatkan daya tarik kemasan produk pertanian. Peserta dilatih dalam pembuatan desain label yang sesuai dengan standar pasar, termasuk informasi penting yang harus dicantumkan pada label, seperti komposisi produk, tanggal kadaluarsa, dan logo usaha. Proses ini juga melibatkan praktik langsung dalam mendesain dan mencetak label untuk produk mereka. Selain pelabelan produk tani pelatihan ini juga memberikan pengajaran tentang cara pendaftaran lokasi mitra di aplikasi google maps.

Tahap keempat adalah evaluasi dan monitoring, yang dilakukan setelah pelatihan untuk mengukur tingkat keberhasilan kegiatan pendampingan. Evaluasi dilakukan melalui survei pasca-pelatihan guna melihat peningkatan pemahaman dan keterampilan peserta. Selain itu, dilakukan monitoring terhadap implementasi digitalisasi dan labelisasi yang telah diterapkan oleh kelompok tani dalam aktivitas mereka sehari-hari. Hasil evaluasi ini akan menjadi dasar untuk perbaikan dan pengembangan program serupa di masa mendatang.



Gambar 4. Peninjauan Ke Lokasi Mitra

HASIL DAN PEMBAHASAN

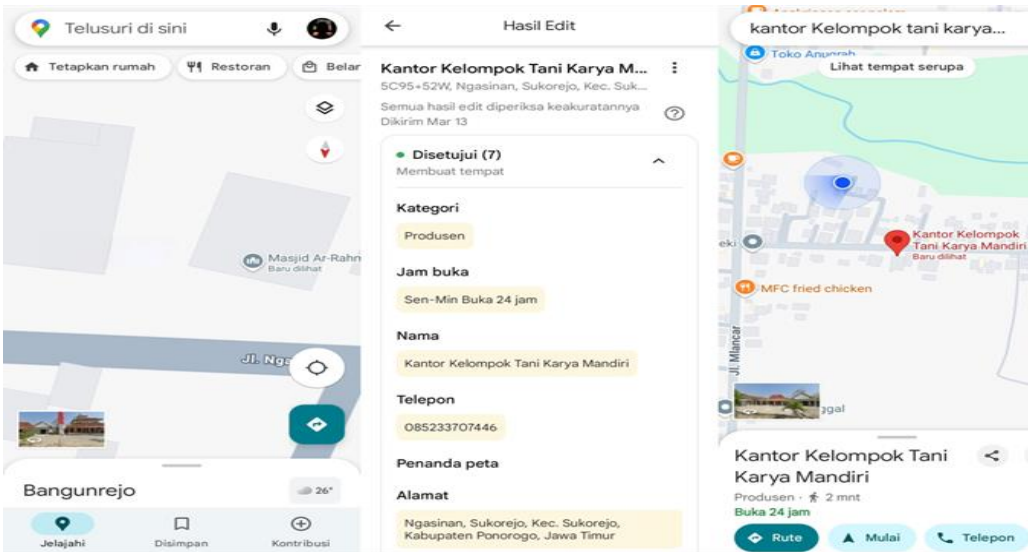
Pendaftaran Kelompok Tani Karya Mandiri di Google Maps dan pelatihan pembuatan label memberikan dampak signifikan dalam meningkatkan aksesibilitas kelompok tani terhadap masyarakat dan mitra potensial. Sebelum program ini dilaksanakan, kelompok tani tidak memiliki identitas digital yang dapat diakses secara luas, sehingga keberadaannya sulit ditemukan melalui pencarian daring. Padahal, dalam era digital, akses terhadap informasi merupakan faktor penting dalam pengembangan pertanian, baik dalam aspek pemasaran, kerja sama, maupun keterlibatan dalam program pemerintah. Dengan adanya pendampingan ini, kelompok tani kini memiliki identitas digital yang lebih jelas dan dapat dijangkau oleh berbagai pihak yang ingin berinteraksi atau menjalin kerja sama dengan mereka (Azis & Suryana, 2023).

Hasil pendampingan ini menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam pemahaman dan keterampilan kelompok tani dalam hal digitalisasi dan labelisasi produk pertanian. Berikut adalah tabel hasil peningkatan pemahaman para petani:

Tabel 1. Peningkatan Hasil Pengabdian		
Aspek Pemahaman	Sebelum Pelatihan (%)	Setelah Pelatihan (%)
Pemahaman dasar digitalisasi	40	85
Penggunaan media sosial untuk pemasaran	30	80
Pemahaman labelisasi produk	35	82
Penerapan kemasan berstandar pasar	25	78

Dari tabel di atas, terlihat bahwa setelah pelatihan, terjadi peningkatan signifikan dalam aspek digitalisasi dan labelisasi produk. Hal ini menunjukkan bahwa program pendampingan memberikan dampak yang positif terhadap pemahaman dan keterampilan petani. Selain peningkatan keterampilan, dampak ekonomi dari pendampingan ini juga mulai terlihat. Beberapa anggota kelompok tani melaporkan adanya peningkatan permintaan produk setelah mereka menerapkan strategi pemasaran digital dan labelisasi yang lebih baik. Dengan kemasan yang lebih menarik dan informasi produk yang lebih jelas, konsumen lebih percaya untuk membeli produk mereka, sehingga terjadi peningkatan penjualan di pasar lokal. Proses ini tidak hanya mempermudah akses bagi calon mitra, tetapi juga meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap eksistensi dan profesionalisme kelompok tani (Khomah et al., 2022).

Dari segi manfaat bagi kelompok tani, pendaftaran di Google Maps memberikan beberapa keuntungan strategis. Pertama, kelompok tani kini lebih mudah ditemukan oleh masyarakat luas, termasuk pedagang, distributor, serta organisasi yang bergerak di bidang pertanian. Kedua, digitalisasi ini memungkinkan kelompok tani untuk memperbarui informasi mereka secara berkala, seperti menambahkan foto terbaru, deskripsi kegiatan, atau kontak yang dapat dihubungi. Hal ini memberikan fleksibilitas bagi kelompok tani untuk selalu memberikan informasi yang relevan bagi publik. Ketiga, identitas digital ini dapat menjadi landasan awal bagi pengembangan lebih lanjut, seperti pembuatan akun media sosial atau website khusus kelompok tani di masa mendatang (Nasution & Nanda, 2024)



Gambar 4. Lokasi Mitra Dilihat Dari Google Maps

Dibandingkan dengan metode pemasaran tradisional, digitalisasi melalui Google Maps menawarkan solusi yang lebih efektif dan berkelanjutan. Dalam berbagai penelitian sebelumnya, digitalisasi telah terbukti meningkatkan daya saing usaha kecil dan menengah, termasuk kelompok tani. Digitalisasi memungkinkan petani untuk lebih terbuka terhadap peluang baru dan mengurangi ketergantungan pada pemasaran lokal yang terbatas (Rahmadani, 2024). Selain itu, penelitian oleh Thamrin et al. (2023) menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi dapat meningkatkan akses petani terhadap inovasi pertanian, yang berdampak positif pada produktivitas dan efisiensi usaha tani (Muhammad Thamrin, Sutawi, Jabal Tarik Ibrahim, 2019). Oleh karena itu, langkah

yang telah dilakukan dalam program ini tidak hanya memberikan solusi jangka pendek, tetapi juga membuka peluang bagi kelompok tani untuk berkembang lebih jauh dalam ekosistem pertanian digital (A. Kurniawan & P. Sari, 2023)



Gambar 5. Label Kelompok Tani Mandiri

Sebagai bagian dari upaya keberlanjutan, penting bagi kelompok tani untuk terus memperbarui informasi mereka di Google Maps dan memanfaatkan fitur yang tersedia untuk meningkatkan keterlibatan dengan calon mitra. Selain itu, kolaborasi dengan instansi terkait seperti pemerintah daerah atau lembaga penyuluhan pertanian juga dapat membantu kelompok tani dalam memanfaatkan teknologi digital secara lebih maksimal. Dengan adanya dukungan yang berkelanjutan, diharapkan kelompok tani dapat semakin mandiri dalam mengelola identitas digital mereka dan memanfaatkan teknologi sebagai alat untuk memperluas jangkauan serta meningkatkan produktivitas pertanian mereka.

SIMPULAN

Program pendampingan ini berhasil meningkatkan pemahaman dan keterampilan kelompok tani "Karya Mandiri" di Desa Sukorejo dalam pemanfaatan digitalisasi dan labelisasi produk pertanian. Pelatihan yang diberikan mampu meningkatkan penggunaan media sosial dan e-commerce sebagai alat pemasaran, serta membantu petani dalam menciptakan label produk yang lebih menarik dan sesuai dengan standar pasar.

Data capaian hasil pengabdian menunjukkan bahwa pemahaman dasar digitalisasi meningkat dari 40% menjadi 85%, penggunaan media sosial untuk pemasaran naik dari 30% menjadi 80%, dan. Selain itu, pemahaman tentang labelisasi produk meningkat dari 35% menjadi 82%, serta penerapan kemasan berstandar pasar meningkat dari 25% menjadi 78%.

Keberhasilan program ini menunjukkan bahwa digitalisasi dan labelisasi produk dapat menjadi solusi efektif dalam meningkatkan pemasaran hasil pertanian. Diharapkan, kelompok tani "Karya Mandiri" dapat terus mengembangkan dan mengimplementasikan strategi pemasaran berbasis digital secara mandiri guna meningkatkan kesejahteraan anggotanya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih kepada seluruh anggota kelompok tani "Karya Mandiri" di Desa Sukorejo Kabupaten Ponorogo yang telah berpartisipasi aktif dalam program pengabdian masyarakat ini. Ucapan terima kasih juga kami sampaikan kepada pihak desa serta seluruh mitra yang telah mendukung kelancaran kegiatan ini. Semoga hasil dari pendampingan ini dapat memberikan manfaat jangka panjang bagi para petani dan masyarakat sekitar.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Kurniawan & P. Sari. (2023). *Digitalisasi umkm sebagai konsep empowerment ekonomi masyarakat sumenep*. 3(2), 207–224.
- Azis, M., & Suryana, E. A. (2023). Komparasi Dan Implementasi Kebijakan Digitalisasi Pertanian: Peluang Dan Tantangan. *Risalah Kebijakan Pertanian Dan Lingkungan Rumusan Kajian Strategis Bidang Pertanian Dan Lingkungan*, 10(3), 179–198. <https://doi.org/10.29244/jkebijakan.v10i3.51083>
- Google. (2024). *Panduan Resmi Google Maps untuk Bisnis*. <https://support.google.com/business/answer/3038177?hl=id%0A%0A>
- Harsono. (2021). *Sistem Informasi Digital Innovation In Smart*.
- Khomah, I., Harisudin, M., Riptanti, E. W., Setyowati, N., Kusnandar, & Qonita, R. A. (2022). Implementasi Digital Marketing sebagai Upaya Peningkatan Daya Saing UKM Peyek Bunder. *Seminar Nasional Pengabdian Dan CSR Ke-2 Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret*, 1(1), 321–329.
- Muhammad Thamrin, Sutawi, Jabal Tarik Ibrahim, W. A. B. (2019). Pemanfaatan Teknologi Informasi Dan Komunikasi. *Sustainability (Switzerland)*, 11(1), 1–14. http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI
- Nasution, F. A., & Nanda, S. A. (2024). *Peran Internet Of Thing (Iot) Dalam Perkembangan Teknologi Untuk Petani Garam Tambak Ujung Pusong Jaya*. 3(2), 410–420.
- Nurdiyah. (2023). Transformasi Digital dalam Sektor Agribisnis. *Trends in Science and Technology for Sustainable Living*, 305–337. <https://repository.ut.ac.id/10566/>
- Purwanto, A. (2024). *Peran digitalisasi dalam meningkatkan pertumbuhan umkm di daerah pedesaan*. 3, 36–43.
- Rahmadani, S. (2024). *Pemberdayaan Umkm Melalui Program Rumah Bisnis*. 5(6), 11027–11036.
- Saragih, B. (2024). *Peran Penyuluh Pertanian Dalam Pendampingan Petani Milenial The Role of Agricultural Extension Agents in Advising Millennial Farmers*. 20(01), 84–95.