

# **SOSIALISASI SISTEM PEMASARAN BERAS PADA PETANI DI DESA NEGLASARI**

**Kurnaeli<sup>1</sup>, Fauziyyah Mauliddini Yusrip<sup>2</sup>, Mauditia Shalsa Dila Sudayat<sup>3</sup>,**

1. Fakultas Ekonomi, Universitas Garut
2. Fakultas Ekonomi, Universitas Garut
3. Fakultas Ekonomi, Universitas Garut

## ***Abstract***

*Garut University Real Work Lecture in Neglasari Village carried out one of the socialization activities regarding the "Rice Marketing System for Farmers in Neglasari Village" in general, the people around Neglasari Village make their living as farmers, but there are still many farmers who feel they are lacking to meet their own needs. farmers sell their crops in the form of unhulled rice only to unhulled middlemen who are sold at low prices, therefore by holding outreach to farmers to increase sales of their crops, we suggest first processing grain into rice and then marketing it to market traders or using online media (e-commerce).*

*Keywords: college real work , marketing , farmers , online media based*

## **Abstrak**

Kuliah Kerja Nyata Universitas Garut di Desa Neglasari melakukan salah satu kegiatan Sosialisasi mengenai “Sistem Pemasaran Beras Pada Petani di Desa Neglasari“ pada umumnya masyarakat disekitar Desa Neglasari bermata pencaharian sebagai petani akan tetapi masih banyak petani yang merasa kekurangan untuk memenuhi kebutuhannya sendiri hal ini dikarenakan para petani menjual hasil panen yang berupa gabah hanya kepada tengkulak gabah yang dijual dengan harga rendah oleh karena itu dengan diadakannya sosialisasi kepada petani untuk meningkatkan penjualan hasil panen mereka kami menyarankan untuk terlebih dahulu mengolah gabah menjadi beras dan kemudian dipasarkan kepada pedagang pasar atau dengan menggunakan media online (*e-commerce*)

Kata Kunci: Kuliah Kerja Nyata, Pemasaran, Petani , Media Berbasis Online

## **I. PENDAHULUAN**

Petani adalah seseorang yang bergerak di bidang pertanian. Petani membutuhkan kemampuan untuk memasarkan hasil panen. Sama halnya seperti yang terjadi pada petani di Kp. Babakan Singkur RW. 06, Desa Neglasari yang sebagian besar lahannya yaitu persawahan, akan tetapi karena kemampuan dan pengetahuan petani dalam memasarkan gabah masih minim maka tingkat kesejahteraan petani di RW. 06 masih rendah, sebagian besar para petani menjual hasil panennya kepada tengkulak yang alhasil pendapatan per kg gabah yaitu hanya Rp. 4.500,- dan pendapatan petani per harinya hanya Rp. 15.000,-. Biaya produksi yang tinggi tidak berbanding lurus dengan daya jual gabah, profesi sebagai petani dilirik sebelah mata disebabkan oleh rendahnya upah yang didapatkan, menyebabkan para petani berubah profesi menjadi pedagang. Apabila petani ingin mendapatkan uang hasil penjualan gabah tinggi, maka petani harus memiliki pengetahuan tentang cara memasarkan gabah.

Di Desa Neglasari masih rendahnya pengetahuan teknologi mengenai pemasaran yang dilakukan secara *online* membuat para petani yang ada disekitar Desa Neglasari hanya mampu menjual hasil panen seadanya

yang hanya menguntungkan salah satu pihak saja. Maka untuk itu kami melakukan sosialisasi “sistem pemasaran beras pada petani” agar para petani mengetahui teknologi dan cara pemasaran yang benar untuk meningkatkan hasil penjualan dari hasil pertanian mereka kami melakukan sosialisasi secara langsung dengan mewawancarai beberapa petani yang ada disekitar daerah Desa Neglasari.

Motivasi kami melakukan penelitian ini yaitu ingin mengubah taraf hidup petani yang sebagian besar rakyat miskin dan tentunya ingin menambah pengetahuan bagi para petani agar bisa memasarkan hasil panennya dengan baik dan mendapatkan profit atau keuntungan yang besar.

Tujuan program ini adalah (1) menambah wawasan petani mengenai bentuk pemasaran yang baik (2) memberitahukan akan pentingnya pemasaran yang dilakukan secara *online* dimasa pandemi sekarang (3)

## **II. METODE**

Metode yang digunakan yaitu metode penelitian kualitatif karena disini peneliti akan mencari solusi bagaimana memasarkan gabah dengan baik dan memberikan pengetahuan kepada petani tentang cara memasarkan. Data ini merupakan data

primer karena data yang langsung diperoleh dari objek penelitian secara langsung melalui wawancara secara tidak terstruktur.

### III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilaksanakan di Kp. Babakan Singkur RW. 06 Desa Neglasari Kecamatan Kadungora. Berdasarkan hasil penelitian, peneliti akan menggunakan beberapa cara untuk memasarkan gabah tetapi petani harus mengubah gabah tersebut menjadi beras agar konsumen bisa langsung mengkonsumsi gabah tersebut, memakai kemasan yang menarik, dan memberikan logo sebagai penanda bahwa beras tersebut produk buatan petani. Cara memasarkannya yaitu dengan cara menjual beras tersebut kepada pedagang kios dipasar secara *offline* maupun *online* melalui media sosial maupun *e-commerce* seperti shopee, tokopedia, bukalapak, lazada, dll. Namun, pengetahuan teknologi mengenai pemasaran secara *online* masih rendah maka perlu diadakan pelatihan untuk mengenalkan dan memberikan pemahaman kepada petani tentang proses memasarkan produk secara *online*, bagaimana cara menggunakan aplikasi tersebut, bagaimana menarik minat konsumen melalui media sosial dan lain-lain. Dengan perkembangan teknologi,

memasarkan produk secara *online* sangat berpengaruh karena banyaknya pengguna handphone aktif yang sering berbelanja melalui media sosial maupun *e-commerce*. Selain itu, Petani bisa menentukan harga beras yang sesuai dengan pasaran dan tidak akan merugikan petani.

### IV. KESIMPULAN DAN SARAN

Dengan perkembangan teknologi sangat mempengaruhi segala aspek kehidupan manusia, termasuk pola masyarakat dalam berbelanja yang semakin praktis melalui media sosial. Solusi dari peneliti agar pendapatan petani meningkat yaitu dengan memberikan sosialisasi dan pelatihan untuk mengenalkan dan memberikan pemahaman dasar-dasar internet marketing, mengenalkan aplikasi-aplikasi pemasaran, dan berperan aktif mempelajari target pasar dan pengemasan produk, hingga sampai petani mampu melakukan pengelolaan sendiri secara berkelanjutan.



**Gambar 1.** Aktivitas Observasi dan Sosialisasi kepada Sejumlah Petani.

Lokollo EM. 2012. *Bunga Rampai Rantai Pasok Komoditas Pertanian Indonesia. Pusat Penelitian Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian IPB.* Bogor

## V. Referensi

Ali, A. M. D., & Yusof, H. (2011). *Quality and qualitative studies: The case of validity, reliability, and generalizability. Issues in Social and Environmental Accounting*, 5(1/2), 25-26.

Basri, H. (2014). *Using qualitative research in accounting and management studies: not a new agenda. Journal of US-China Public Administration*, October 2014, Vol.11, No.10, 831-838. DOI: 10.17265/1548-6591/2014.10.003.

Asmarantaka RW. 2012. *Pemasaran Agribisnis (Agrimarketing)*. Institut <https://id.wikipedia.org/wiki/Petani>.

Bassey NE, Ibok OW, Akapaeti AJ. 2019. *Rice Market Structure, Conduct, and Performance in Nigeria: A Survey of Akwa Ibom State Rice Marketers*. *Asian Journal of Agricultural and Food Science*, 1(3).

Dinas Pertanian dan Tanaman Pangan Kabupaten Garut. 2020. *Hasil Laporan Produksi, Luas Lahan, Produktivitas, Harga Komoditi Padi*. Disperta Garut.