

PELATIHAN MOTIVASI BISNIS DAN PEMBUATAN WEBSITE PROFIL SEBAGAI PEMBERDAYAAN DIGITAL BAGI KOPERASI PETANI JAYA MAKMUR INDONESIA

Erny Rachmawati¹, Amir², Achmad Fauzan³
^{1,2,3}Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Email: ernyrachmawati67@gmail.com

ARTICLE INFO

Article history:

Received :30-10-2024

Revised :4-11-2024

Accepted: 12-11-2024

Key words:

Pelatihan, Bisnis, Koperasi

DOI: 10.62335

ABSTRACT

Community service at the University of Muhammadiyah Purwokerto is partnered with the Jaya Makmur Indonesia Farmers Cooperative. Problems in cooperatives include the sluggish interest in utilizing agricultural products, so they need motivation and support to market products. Therefore, this activity aims to improve the welfare of farmers through business motivation training and digital marketing. Business motivation training for cooperative members is important to improve the ability of the vision and mission of the business they have. In addition, online marketing is currently very much needed. Online marketing with digital, including through website creation. Websites are one way to market various products from cooperative members, as well as reduce dependence on market prices. The existence of a website is also an effort to expand the reach of the cooperative market.

ABSTRAK

Pengabdian masyarakat di Universitas Muhammadiyah Purwokerto ini bermitra dengan Koperasi Petani Jaya Makmur Indonesia. Permasalahan di koperasi antara lain adalah lesunya minat untuk memanfaatkan hasil tani sehingga membutuhkan motivasi dan dukungan untuk memasarkan produk. Oleh karena itu kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan petani melalui pelatihan motivasi bisnis dan pemasaran digital. Pelatihan motivasi bisnis pada anggota koperasi penting dilakukan yaitu untuk meningkatkan kemampuan visi dan misi bisnis yang dimiliki. Selain itu pemasaran online pada jaman sekarang sangat dibutuhkan. Pemasaran online dengan digital antara lain melalui pembuatan website. Website sebagai salah satu cara memasarkan berbagai produk dari anggota koperasi, serta mengurangi ketergantungan pada harga pasar. Adanya Website juga sebagai upaya memperluas jangkauan pasar koperasi.

PENDAHULUAN

Indonesia dikenal sebagai negara agraris dengan potensi sektor pertanian yang luas dan beragam, termasuk di dalamnya sektor hortikultura yang mencakup sayuran, buah-buahan, dan tanaman rempah. Namun, kendala besar yang dihadapi oleh para petani hortikultura di berbagai wilayah Indonesia adalah ketidakstabilan harga pasar, terutama saat musim panen raya (Septiana, dkk, 2023). Ketika produksi melimpah, harga komoditas sering kali turun drastis sehingga petani tidak dapat memperoleh keuntungan yang memadai, bahkan kadang mengalami kerugian. Koperasi Petani Jaya Makmur Indonesia (KPJMI), yang beranggotakan para petani hortikultura, juga merasakan dampak dari masalah ini. Ditambah

lagi, akses pasar tradisional yang terbatas membuat produk mereka sulit menjangkau konsumen di luar wilayah mereka, sehingga pendapatan petani kurang optimal. (Santi & Guntarayana, 2022)

Sebagai upaya untuk mengatasi permasalahan tersebut, KPJMI dan tim pengabdian masyarakat berinisiatif untuk mengadakan pelatihan motivasi bisnis dan pemasaran digital (Andayani et al., 2021). Pelatihan motivasi dimaksudkan untuk memberikan semangat kepada para petani agar tidak putus asa dalam menghadapi berbagai kendala bisnis. Para petani diberi motivasi agar terus berupaya mengolah hasil pertanian menjadi produk bernilai tambah, seperti buah-buahan kering atau bubuk rempah yang memiliki umur simpan lebih lama dan lebih stabil dari sisi harga jual. Produk-produk olahan ini tidak hanya memberikan alternatif bagi petani untuk menjaga nilai ekonomis panen mereka, tetapi juga membuka peluang untuk diversifikasi produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen modern. (Feni et al., 2022).

Kegiatan pengabdian juga **mengembangkan website pemasaran** sebagai solusi untuk memperluas pasar dan meningkatkan keterlibatan konsumen. Dengan adanya website koperasi, diharapkan produk-produk KPJMI dapat diakses oleh konsumen secara lebih luas, baik lokal maupun nasional. Pelatihan pemasaran digital dimaksudkan untuk memberikan informasi kemudahan akses dalam memasarkan produknya. Pemasaran digital melalui website tidak hanya berfungsi sebagai etalase produk koperasi tetapi juga sebagai sarana untuk meningkatkan keterampilan digital para petani anggota koperasi. Pelatihan dan pemahaman tentang pemasaran digital juga diberikan, sehingga petani dapat lebih mandiri dalam mempromosikan produk dan memperluas jangkauan pasarnya (Wijayanto et al., 2022).

Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan petani melalui inovasi teknologi sederhana yang relevan dengan kebutuhan mereka. Program ini diharapkan dapat menjadi model bagi koperasi lain yang menghadapi tantangan serupa, yaitu menciptakan **kemandirian ekonomi yang berkelanjutan** bagi petani dengan memanfaatkan teknologi dalam pengolahan dan pemasaran produk hortikultura. Dengan demikian maka tujuan yang lebih luas adalah:

- **Meningkatkan sense of bisnis melalui pelatihan motivasi bisnis.** Pelatihan bisnis ini diharapkan mampu mengembangkan pola pikir yang lebih terbuka dan inovatif dalam berbisnis.
- **Memperluas Akses Pasar** melalui Pelatihan pemasaran digital, seperti media sosial dan platform e-commerce, akan memudahkan petani untuk menjangkau konsumen secara langsung dan mengurangi ketergantungan pada perantara.
- **Meningkatkan Keterampilan Petani** melalui pelatihan digital dan pengolahan, diharapkan anggota koperasi memiliki pemahaman lebih baik tentang pemasaran digital dan pengelolaan produksi.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian ini dilakukan dalam beberapa tahap dan akhirnya mengadakan berbagai kegiatan sebagai upaya solusi terhadap permasalahan, yaitu:

a. Identifikasi Masalah dan Perencanaan

Kegiatan analisis kebutuhan dilakukan untuk menetapkan pelatihan bisnis yang selaras dengan kebutuhan para anggota koperasi. Pada tahap ini, dilakukan juga identifikasi terhadap kebutuhan pengembangan website profil. Metode yang diterapkan pada tahap ini adalah sebagai berikut:

1. Wawancara dengan pengurus koperasi untuk memahami tujuan, kebutuhan informasi, dan fungsi yang diinginkan dalam website.
2. Observasi terhadap proses produksi dan aktivitas yang berjalan saat ini untuk mengidentifikasi informasi penting yang perlu disediakan dalam website.

3. Survey kepada pengurus dan anggota koperasi untuk mengumpulkan masukan dan preferensi mereka terkait fitur dan informasi yang diperlukan.

b. **Pelatihan**

Kegiatan Pelatihan Entrepreneurship. Materi pelatihan entrepreneurship ini antara lain adalah **Motivasi Bisnis.** **Motivas bisnis** bagi wirausahawan ini bertujuan untuk meningkatkan semangat anggota koperasi dalam berwirausaha. Pelatihan ini juga untuk merumuskan tujuan dan strategi usaha, melatih untuk inisiatif tanpa menunggu orang lain, berkreasi dan berinovasi, mampu mengatur waktu, serta menjaga mental baik saat jatuh maupun saat berkembang usahanya dengan dilandasi agama. Pelatihan ini untuk memotivasi diri sebagai pemimpin yang berorientasi masa depan dan pengambil risiko.

Strategi Pemasaran Online. Materi pelatihan pemasaran digital ini bertujuan agar anggota koperasi Koperasi Petani Jaya Makmur dapat mengembangkan pemasarannya atau agar dapat menjangkau target jual yang lebih luas serta memudahkan pelanggan mengakses produk secara online, mampu menjual produk secara online, memahami karakter konsumen online, serta mampu menganalisa pemasaran digital.

c. **Perancangan dan Pembuatan Website**

Perancangan sistem website koperasi melibatkan penentuan arsitektur, desain, dan alur kerja sesuai kebutuhan pengguna dan fungsi yang diharapkan. Langkah awal adalah menentukan arsitektur utama, termasuk server dan database, serta menyusun sitemap sebagai panduan halaman dan konten yang jelas. Struktur database juga dirancang agar informasi dan kegiatan koperasi dapat dikelola sistematis.

Pada tahap pengembangan, dilakukan pemasangan template yang sesuai dengan karakter koperasi, disertai kustomisasi menu dan konten yang mencakup navigasi, halaman utama, dan fitur tambahan. Database disesuaikan untuk menyimpan data penting seperti profil, kegiatan, dan berita koperasi.

Setelah pengembangan, website diuji untuk memastikan fungsi dan pengalaman pengguna sesuai rencana. Pengujian ini mencakup pemeriksaan fungsional, identifikasi kendala, dan pengumpulan umpan balik pengguna.

Tahap implementasi melibatkan pemilihan server yang sesuai, penyiapan domain profesional, dan pengunggahan file website menggunakan FTP atau penyedia hosting. Konfigurasi database dilakukan agar interaksi pengguna berlangsung lancar, disertai pemeliharaan untuk memastikan website tetap optimal seiring bertambahnya data.

d. **Implementasi dan Pendampingan**

Setelah website koperasi diunggah ke server dan dapat diakses secara online, tahap selanjutnya adalah melakukan pendampingan kepada pengguna untuk memastikan mereka dapat memanfaatkan fitur website dengan maksimal. Pendampingan ini penting agar pengguna dapat memahami fungsi dan navigasi website serta mengelola konten sesuai kebutuhan koperasi.

Proses pendampingan biasanya dimulai dengan sesi pelatihan yang mencakup pengenalan menu utama, cara memperbarui informasi koperasi, dan prosedur untuk menambahkan konten seperti berita dan kegiatan. Pengguna juga diberi arahan mengenai pengelolaan database, terutama untuk menyimpan dan memperbarui data penting dengan benar.

Pendampingan ini dilengkapi dengan dokumentasi, seperti panduan pengguna atau manual digital, sehingga pengguna dapat merujuk kembali jika memerlukan bantuan. Selain itu, disediakan layanan dukungan teknis yang responsif untuk menangani kendala teknis yang mungkin terjadi setelah peluncuran website. Dengan demikian, pengguna dapat menjalankan pengelolaan website secara mandiri, tetapi tetap mendapatkan bantuan ketika diperlukan.

e. **Monitoring dan Evaluasi**

Evaluasi dilakukan untuk menilai bagaimana para anggota koperasi dapat meningkatkan motivasinya atau semangatnya dalam berbisnis melalui peningkatan aktifitasnya dalam berwirausaha. Penilaian juga dilakukan dengan mengecek peningkatan kualitas produk dan efektivitas pemasaran online. Umpan balik dari konsumen dan anggota koperasi dikumpulkan untuk penyempurnaan lebih lanjut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian ini, didapatkan beberapa hasil positif:

- a. Para peserta pelatihan dari anggota koperasi bersemangat untuk mengembangkan bisnis yang sudah dirintis, meskipun masih mengalami berbagai kendala dan permasalahan. Materi pelatihan terdiri dari pelatihan motivasi bisnis, dan pemasaran digital.

- b. **Website Koperasi**

Pengabdian ini berhasil menghasilkan sebuah website resmi untuk Koperasi Petani Jaya Makmur Indonesia, yang dapat diakses oleh publik melalui alamat <https://kpjmi.co.id/>. Website ini dirancang dengan tampilan yang ramah pengguna, sehingga memudahkan pengunjung dalam menavigasi setiap halaman. Melalui website ini, pengunjung dapat mengakses informasi produk koperasi, inovasi olahan sayuran buah seperti pepaya, serta berbagai informasi terkini seputar kegiatan koperasi.

Beberapa fitur utama yang tersedia dalam website ini meliputi:

1. **Halaman Produk**

Berisi katalog produk unggulan koperasi, termasuk sayuran buah, olahan pepaya, dan produk lainnya. Setiap produk dilengkapi dengan deskripsi singkat, manfaat kesehatan, dan informasi harga untuk memudahkan calon konsumen mengenal produk lebih mendalam.

2. **Galeri Foto dan Video**

Fitur galeri menampilkan dokumentasi visual dari proses produksi dan kegiatan koperasi, memberikan kesan yang transparan dan menunjukkan kualitas produk langsung dari sumbernya.

3. **Artikel dan Edukasi**

Halaman ini menyajikan artikel edukatif mengenai manfaat sayuran buah, tips konsumsi sehat, serta informasi lain yang relevan dengan produk-produk koperasi. Tujuan utama dari fitur ini adalah memberikan nilai tambah bagi pengunjung sekaligus mengedukasi mereka mengenai manfaat produk lokal.

4. **Formulir Pemesanan dan Kontak**

Untuk memudahkan pengunjung dalam melakukan pembelian atau sekadar menghubungi pihak koperasi, website ini menyediakan formulir pemesanan dan informasi kontak. Formulir ini dirancang untuk menerima pesanan produk langsung dari website, memungkinkan pengunjung untuk bertransaksi dengan lebih mudah.

5. **Testimoni Pelanggan**

Menampilkan pengalaman pelanggan yang pernah mencoba produk koperasi, sehingga pengunjung baru dapat mengetahui kualitas produk dari perspektif konsumen lain.

Melalui fitur-fitur ini, website koperasi tidak hanya menjadi media informasi, tetapi juga platform interaktif yang memungkinkan pengunjung untuk terlibat langsung dengan produk dan aktivitas koperasi. Dengan desain yang responsif, website ini dapat diakses melalui berbagai perangkat, mulai dari komputer desktop hingga ponsel, sehingga meningkatkan kemudahan akses bagi seluruh calon konsumen.



Gambar 1. Hasil Pengembangan Website Koperasi

Implementasi website pada Koperasi Petani Jaya Makmur Indonesia berhasil menciptakan akses baru bagi pengunjung untuk mengenal lebih dekat produk-produk unggulan yang dihasilkan oleh para petani, seperti sayuran buah pepaya, berbagai inovasi olahannya, serta produk sayur buah lainnya. Melalui website ini, pengunjung tidak hanya mendapatkan informasi yang lengkap mengenai jenis dan kualitas produk, tetapi juga dapat melihat langsung bagaimana proses produksi dilakukan secara alami dan ramah lingkungan. Fitur galeri foto dan video yang disajikan di website mampu memberikan gambaran yang lebih mendalam kepada pengunjung mengenai keunggulan produk koperasi serta usaha para petani dalam menjaga kualitas hasil panen.

Salah satu dampak signifikan dari website ini terlihat pada peningkatan ketertarikan pengunjung terhadap inovasi produk olahan pepaya dan sayuran buah lainnya. Banyak pengunjung yang menyatakan ketertarikan untuk mencoba produk-produk inovatif yang diproduksi secara lokal dan mendukung kesejahteraan petani. Website ini juga memungkinkan pengunjung untuk mendapatkan kontak pemesanan produk secara langsung atau terhubung dengan jaringan distribusi koperasi, sehingga proses transaksi menjadi lebih cepat dan mudah diakses oleh calon konsumen yang berada di luar daerah.

Selain meningkatkan visibilitas produk, website ini juga berperan sebagai media edukasi bagi pengunjung. Melalui artikel-artikel dan informasi tambahan mengenai manfaat kesehatan dari produk-produk sayuran buah, pengunjung dapat memahami nilai tambah dari setiap produk koperasi. Hal ini juga berdampak positif terhadap persepsi publik mengenai produk lokal dan memberikan kesan bahwa produk-produk ini memiliki kualitas yang setara dengan produk komersial lainnya di pasaran.

Meskipun demikian, terdapat beberapa kendala yang dihadapi dalam upaya mengoptimalkan pengalaman pengunjung di website, seperti kebutuhan akan pemeliharaan konten yang konsisten dan penyajian informasi dalam bahasa yang mudah dipahami oleh berbagai kalangan pengunjung. Oleh karena itu, diperlukan upaya berkelanjutan untuk memperbarui konten secara berkala agar selalu relevan dengan tren dan kebutuhan informasi masyarakat.

Secara keseluruhan, implementasi website ini telah memberikan manfaat yang signifikan dalam meningkatkan ketertarikan dan kepercayaan pengunjung terhadap produk-produk koperasi. Melalui platform digital ini, koperasi berhasil menarik perhatian konsumen baru sekaligus mengedukasi masyarakat tentang keunggulan produk-produk pertanian lokal. Hal ini diharapkan dapat terus berlanjut dan berkembang sehingga koperasi dapat mencapai tujuan jangka panjang dalam memperkuat pasar dan memperluas akses produk ke masyarakat yang lebih luas.

DAMPAK DAN KEBERMANFAATAN

Pengabdian ini memberikan dampak jangka pendek dan jangka panjang:

- **Ekonomi:** Peningkatan pendapatan petani melalui penjualan produk olahan dan perluasan pasar digital.
- **Sosial:** Meningkatkan keterampilan dan kepercayaan diri petani, yang berdampak positif pada pemberdayaan masyarakat lokal.
- **Keberlanjutan Usaha:** Dengan produk yang beragam dan pemasaran yang lebih luas, koperasi dapat mengurangi ketergantungan pada harga panen musiman dan menjaga kestabilan ekonomi anggota.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian dengan mitra koperasi di KPJMI menunjukkan bahwa pentingnya pelatihan motivasi bisnis, dan pemasaran digital melalui website, sehingga dapat meningkatkan produktivitas dan kesejahteraan petani. Produk bernilai tambah mengurangi kerugian panen dan memperluas akses pasar koperasi, serta berkontribusi pada peningkatan pendapatan petani.

Saran

- Untuk tahap selanjutnya akan dilakukan **Pelatihan merancang "Brand dan merk"** bagi bisnis sayuran, mendesain, logo dan kemasan dari produk olahan. pelatihan ini diharapkan para anggota koperasi dapat berinovasi, baik produk olahan, kemasan serta alternatif pasar konsumen yang akan menjadi pembeli produk olahan tersebut. Pelatihan pengurusan Perijinan PIRT untuk menunjang legalitas bisnis Koperasi dan para anggotanya
- **Pengembangan Produk Baru:** Mengembangkan variasi produk olahan sesuai dengan tren pasar untuk meningkatkan daya tarik dan variasi penjualan.
- **Kemitraan Strategis:** Menjalin kemitraan dengan platform e-commerce dan retail untuk memperluas jaringan distribusi.
- **Evaluasi Berkelanjutan:** Melakukan monitoring dan evaluasi secara berkala untuk menilai dampak ekonomi, sosial, dan keberlanjutan program ini.

UCAPAN TERIMA KASIH

1. Kepada DRTPM yang telah memberi kesempatan dan dukungan pendanaan untuk melaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat
2. Kepada ketua koperasi petani maju jaya Indonesia (KPMJI) yang telah berkenan menjadi mitra pelaksanaan pengabdian masyarakat
3. Kepada LPPM UMP yang telah memberi kepercayaan kepada kami sebagai tim pelaksana kegiatan
4. Kepada pihak lain yang telah membantu kelancaran kegiatan

DAFTAR PUSTAKA

- Andayani, S. A., Dinar, D., Marina, I., Sumantri, K., Sulaksana, J., Umyati, S., & Dani, U. (2021). Peningkatan Nilai Tambah Melalui Pengolahan Produk Hortikultura. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(4), 833–836. <https://doi.org/10.31949/jb.v2i4.1451>
- Feni, R., Mardianti, S., Marwan, E., Yawahar, J., & Ningsih, F. (2022). Pemanfaatan Buah Pepaya Sebagai Manisan Di Desa Niur Kecamatan Sukaraja Kabupaten Seluma. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 2(5), 641–647. <https://doi.org/10.52436/1.jpmi.809>

- Santi, I. H., & Guntarayana, I. (2022). Pemanfaatan Digital Marketing Pemasaran Hasil Pertanian Berbasis Online Pada Kelompok Tani Sapto Gati Desa Pojok Garum Kabupaten Blitar. *Empowerment: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 72–80.
- Septiana, Ningtyas; Rizky, Tri Asmono; Lela, Nurlaela; Ike, Kurniati; Jelman, N. (2023). PELATIHAN PENGENALAN DIGITAL MARKETING PEMASARAN PRODUK PERTANIAN DI KELURAHAN KALI ABANG TENGAH. *SWADIMAS*, 01(01), 27–34.
- Wijayanto, Y., Purnamasari, I., Ristiana, S., Saputra, T. W., & Regar, A. F. (2022). “Digitalisasi Pertanian Menuju Kebangkitan Ekonomi Kreatif” [Perkembangan Penggunaan Big Data pada Bidang Pertanian di Indonesia]: Review. *Semnas Dalam Rangka Dies Natalis Ke-46 UNS*, 6(1), 312–320.

LAMPIRAN

