

Inovasi Sistem Penjualan Hasil Pangan Indo Natural Farm sebagai Upaya Digitalisasi Desa Agrowisata

Tya Septiani Nurfauzia Koeswara¹, Ita Yulianti², Eva Marusanti³, Resti Yulistria⁴

^{1,2,3,4} Universitas Bina Sarana Informatika, Indonesia

Corresponding Author

Nama Penulis : Tya Septiani Nurfauzia Koeswara

E-mail: tya.tsf@bsi.ac.id

Abstrak

Indo Natural Farm merupakan anakan dari PT. Indo Spices Trading yang berkecimpung di perdagangan rempah internasional. Awal mulanya, lahan yang sekarang dijadikan farm ini adalah tempat penjemuran rempah-rempah, seperti: teh, cengkeh, kapulaga dan pala. Selain mengelola dan menjual rempah, sudah ada kambing perah juga yang ditempatkan di beberapa kandang. Seiring berjalannya waktu, pemilik berinisiatif untuk memperluas area kandang kambing di tempat penjemuran rempah sekaligus menambah area untuk bertani dan bercocok tanam beragam tanaman. Melihat adanya potensi dari kambing tersebut, banyak sekolah-sekolah terdekat yang berkunjung yang menjadikan objek kambing sebagai media edukasi di sekolah, sehingga diberdayakanlah kambing tersebut dengan di pelihara, dikembangkan dan dirawat serta di perah susunya untuk dijual. Selain menawarkan produk susu kambing, Indo Natural Farm juga menjual hasil pangannya berupa sayuran dan buah-buahan segar hasil olahan petani lokal. Sistem penjualan hasil pangan di Indo Natural Farm masih dilakukan dengan metode konvensional, konsumen hanya bisa membeli produk hasil pangan langsung di lokasi, atau melakukan pemesanan terlebih dahulu ke owner melalui whatsapp ataupun email. Tentunya langkah tersebut kurang efisien, mengingat keterbatasan waktu transaksi, maka diperlukan sebuah inovasi sistem berbasis website yang memudahkan konsumen atau pelanggan melakukan pemesanan produk sekaligus membantu owner mengelola penjualan, memperluas pemasaran sekaligus memudahkan dalam pembuatan laporan penjualannya.

Kata kunci - sistem penjualan, hasil pangan, agrowisata

Abstract

Indo Natural Farm is a subsidiary of PT. Indo Spices Trading which is involved in international spice trade. Initially, the land which is now used as a farm was a drying place for spices, such as: tea, cloves, cardamom and nutmeg. Apart from managing and selling spices, there are also dairy goats housed in several pens. As time went by, the owner took the initiative to expand the goat pen area in the spice drying area while also adding an area for farming and cultivating various plants. Seeing the potential of these goats, many nearby schools visited which made goats an educational medium in schools, so that these goats were empowered by raising, developing and caring for them as well as milking them for sale. Apart from offering goat's milk products, Indo Natural Farm also sells food products in the form of fresh vegetables and fruit processed by local farmers. The food product sales system at Indo Natural Farm is still carried out using conventional methods, consumers can only buy food products directly at the location, or place orders in advance with the owner via WhatsApp or email. Of course, this step is less efficient, considering the limited transaction time, so an innovative website-based system is needed that makes it easier for consumers or customers to order products while also helping the owner manage sales, expand marketing while making it easier to create sales reports.

Keywords - sales system, food products, agrotourism

PENDAHULUAN

1. Analisis Situasi

Kemajuan teknologi informasi mengalami perkembangan yang sangat pesat, sekarang ini kebutuhan akan adanya sistem informasi berbasis komputer pun semakin meningkat hampir di semua sektor, termasuk di sektor agrowisata (1). Secara umum, agrowisata adalah aktifitas kepariwisataan yang berkaitan dengan sektor pertanian. Objek dari agrowisata yang dinikmati wisatawan adalah memanfaatkan usaha atau industri pertanian (2).

Indo Natural Farm merupakan salah satu tempat agrowisata yang berdiri sejak tahun 2022 berlokasi di Jln. Sukaresmi, Desa Sukaresmi RT. 009/019 Kec. Cisaat Kabupaten Sukabumi, Jawa Barat yang menjadikan daya tarik tersendiri bagi warga lokal untuk berkunjung. Indo Natural Farm merupakan anakan dari PT. Indo Spices Trading yang berkecimpung di perdagangan rempah internasional. Awal mulanya, lahan yang sekarang dijadikan Farm ini adalah tempat penjemuran rempah-rempah, seperti: teh, cengkeh, kapulaga dan pala. Pada saat itu, selain mengelola dan menjual rempah, sudah ada kambing perah juga yang ditempatkan di beberapa kandang yang didesain sederhana, rapi, higienis dan tetap memperhatikan kemudahan pembuangan limbah kotoran kambing. Seiring berjalannya waktu, pemilik berinisiatif untuk memperluas area kandang kambing di tempat penjemuran rempah sekaligus menambah area untuk bertani dan bercocok tanam beragam tanaman (3). Melihat adanya potensi dari kambing tersebut, banyak sekolah-sekolah terdekat yang berkunjung yang menjadikan objek kambing sebagai media edukasi di sekolah, sehingga diberdayakan lah kambing tersebut selain diperah susunya untuk dijual, juga di perlihara, dikembangkan dan dirawat untuk objek edukasi sekolah, sehingga pemilik tergerak untuk membuat wisata berbasis edukasi alam terpadu dengan nama Indo Natural Farm.

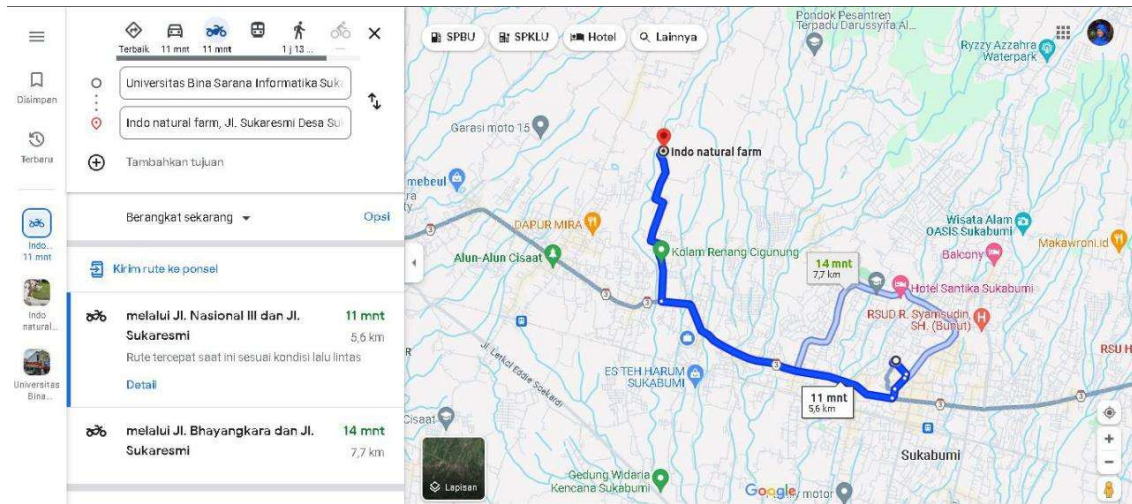
Indo Natural Farm tumbuh dan berkembang bersama masyarakat atau warga sekitar. Banyak warga lokal yang diperbantukan di Indo Natural Farm ini sesuai dengan kapasitas dan kemampuannya. Keterlibatan masyarakat lokal dalam pelaksanaan pengembangan usaha wisata diharapkan mampu mengembangkan interaksi positif dalam kegiatan untuk menjaga eksistensinya (4), karena masyarakat lokal dianggap merupakan komponen utama yang perlu diikutsertakan dalam pengembangan wisata itu sendiri (5). Pengembangan agrowisata akan berjalan baik jika masyarakat setempat secara sadar melakukan kegiatan yang berkaitan dengan pengembangan (6).

Selain menawarkan wisata agro park, Indo Natural Farm juga berfokus pada penjualan susu kambing serta hasil pangannya, seperti sayur dan buah-buahan segar. Sayur dan buah tersebut di kelola langsung oleh petani lokal yang merupakan warga sekitar lokasi. Sistem penjualan yang berjalan saat ini masih menggunakan metode konvensional, artinya konsumen harus datang langsung ke lokasi untuk melakukan pemesanan atau pembelian. Sementara untuk ekspor hasil rempah dan kopi, owner melakukan penawaran ke calon konsumen melalui email dengan melampirkan katalog produk sederhana, sehingga pemasaran bisa dilakukan sampai ke luar negeri meskipun dengan kendala sistem yang terbatas (3).

Dalam hal ini, objek yang diambil sebagai mitra untuk kegiatan pemberdayaan masyarakat yang akan dilakukan upaya digitalisasi agrowisata dalam sektor bisnis penjualan hasil pangannya yaitu Indo Natural Farm dengan harapan inovasi sistem dapat dilakukan dan dapat diterapkan, sehingga mampu meminimalisir kendala ataupun permasalahan yang ada terkait sistem penjualan sebelumnya agar adanya peningkatan dari segi pengenalan produk, kemudahan pembelian produk serta peningkatan kualitas sumber dayanya.

2. Peta Lokasi Mitra

Jarak dari Universitas Bina Saraana Informatika Kampus Sukabumi ke mitra yaitu 7,7 Km atau sekitar 14 menit dengan berkendara



Gambar 1.
Peta Lokasi Mitra



Gambar 2.
Lokasi Mitra

3. Permasalahan Mitra

Permasalahan yang ada pada mitra saat ini adalah, sebagian Petugas Kecamatan Warudoyong masih menggunakan metode konvensional dalam melakukan pengelolaan atau manajemen tugas yang diberikan pimpinan, sehingga penjadwalan tugas kurang terstruktur, kurang efisien dari segi waktu dan kurang efektif dalam pelaksanaan tugasnya.

Berdasarkan penjelasan diatas, oleh karena itu Pengusul bersama dengan Mitra telah sepakat untuk membuat sebuah pelatihan penggunaan aplikasi *clickup* dalam manajemen tugas sebagai upaya dalam mengatasi permasalahan yang ada pada Kecamatan Warudoyong sekaligus memberikan pelatihan bagi pegawai dalam menggunakan aplikasi *clickup* agar lebih paham dalam penggunaannya.

Sistem penjualan hasil pangan masih dilakukan dengan metode konvensional. Konsumen hanya bisa membeli produk hasil pangan langsung di lokasi atau melakukan pemesanan terlebih dahulu melalui owner melalui whatsapp ataupun email. Tentunya langkah tersebut kurang efisien, mengingat keterbatasan waktu transaksi, maka diperlukan sebuah inovasi sistem berbasis website yang

memudahkan konsumen atau pelanggan melakukan pemesanan produk sekaligus membantu owner mengelola penjualan dan pembuatan laporan penjualannya.

Media promosi yang digunakan selama ini melalui platform media sosial facebook, instagram dan media online lainnya. Hal ini tentu berdampak pada pangsa pasar yang ada, sehingga diperlukan media promosi lebih lengkap, lebih mudah diakses dan lebih menarik minat konsumen/pengunjung.

Tujuan kegiatan ini akan memanfaatkan teknologi dalam melakukan upaya digitalisasi Indo Natural Farm dalam sistem penjualannya, sehingga Indo Natural Farm bisa terus berkembang dari segi kualitas, kemudahan akses serta tetap mempertahankan eksistensinya di sektor agrowisata, bisa menjadi fasilitator keberlangsungan hasil panen petani lokal dan bisa terus menyerap banyak tenaga kerja, bukan hanya masyarakat sekitar lokasi saja.

4. Solusi Permasalahan

Alternatif yang ditawarkan sebagai upaya solutif terkait permasalahan yang ada pada Indo Natural Farm yaitu dengan melakukan inovasi sistem penjualan berupa pembuatan aplikasi penjualan hasil pangan berbasis website agar lebih efektif dan memudahkan pelanggan dalam melakukan pemesanan produk sekaligus membantu owner dalam mengelola laporan penjualan.

METODE

1. Tahap analisis situasi dan kondisi mitra

Tahap pertama yang dilakukan oleh pengusul adalah melakukan observasi ke Indo Natural *Farm* untuk dilakukan analisis terkait sistem yang berjalan saat ini. Selain observasi, dilakukan juga sesi tanya jawab dengan *owner* guna mendapatkan informasi yang lebih akurat. Pada tahap analisis, pengusul menemukan beberapa permasalahan yang ada pada Indo Natural *Farm* dalam berbagai aspek, setelah itu pengusul memberikan masukan dan usulan sebagai tindakan solutif bagi permasalahan yang terjadi

2. Tahap persiapan transfer teknologi tepat guna

Pada tahap ini dilakukan upaya untuk mengatasi permasalahan yang ada, yaitu dengan melakukan inovasi sistem berupa pembuatan aplikasi penjualan hasil pangan yang memudahkan konsumen untuk membeli produk kapan pun dan dimanapun

3. Tahap pelatihan dan pendampingan

Pada tahap ini yang dilakukan adalah dengan melakukan pelatihan dan pendampingan kepada mitra untuk penggunaan aplikasi penjualan hasil pangan, pengelolaan dan laporan penjualan

4. Tahap monitoring dan evaluasi kegiatan

Pada tahap ini dilakukan monitoring dan evaluasi kegiatan yang telah berjalan, sehingga nantinya akan diperoleh gambaran berupa prospek yang baik atau tidak.

Adapun partisipasi mitra dalam kegiatan pelatihan dan pendampingan yang dilakukan yaitu, menyediakan tempat, pengeras suara, laptop untuk praktek langsung mengenai penggunaan aplikasi penjualan hasil pangan serta menyediakan waktu dan partisipan yang bersedia mengikuti kegiatan pelatihan yang akan dilakukan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Tahap analisis situasi dan kondisi mitra

Berikut merupakan hasil analisis dari mitra:

Aspek Sumber Daya Manusia

Indo Natural *Farm* tumbuh dan berkembang dengan warga lokal, yang artinya sebagian besar SDM yang terlibat didalamnya merupakan warga sekitar lokasi yang memang mau ikut serta dan berperan dalam pengembangan Indo Natural *Farm*. SDM yang terlibat meliputi: petani, janda-janda yang membutuhkan lapangan pekerjaan, sopir untuk pengantaran penjualan produk dan anak-anak muda yang memiliki potensi sebagai *guider*, pemerah susu atau yang mengelola aspek manajemen di kantor, total SDM sampai saat ini berjumlah lebih dari 40 orang.

Aspek Produk

Ada beragam produk yang dihasilkan dan dijual di Indo Natural *Farm*, selain susu kambing pasteurisasi dan susu kambing bubuk, ada juga pangan hasil perkebunan seperti: kopi, buah-buahan, sayuran dan rempah-rempah.

a) Susu kambing pasteurisasi

Produksi susu pasteurisasi dilakukan di tempat produksi steril. Proses pemerahan susu kambing

masih dilakukan secara konvensional, jadi pekerja melakukan pemerahan susu menggunakan tangan di tempat perah yang telah disediakan. Selanjutnya pada tahap pasteurisasi dilakukan dengan menggunakan mesin pasteurisasi kapasitas 25 liter sekali proses, setelah didinginkan baru susu diolah dicampur dengan perasa makanan, seperti: anggur, arpuket, melon, vanila dan lain sebagainya, kemudian di kemas, diberikan label dan disimpan di lemari pendingin di ruang produksi.

- b) Susu kambing bubuk
Produksi susu bubuk masih dilakukan secara manual, yaitu menggunakan wajan dengan kapasitas yang besar diaduk dan diolah sampai menjadi bubuk. Produksi susu bubuk sendiri tidak sebesar susu pasteurisasi karena keterbatasan alat. Saat ini belum memproduksi banyak, sampel sudah diuji kelayakan penjualan tapi karena keterbatasan alat, produksi susu bubuk dilakukan jika ada pemesanan saja
- c) Kopi
Produksi kopi dilakukan di tempat produksi yang sama dengan susu, untuk prosesnya sendiri sudah menggunakan mesin, sehingga pengolahan biji kopi sampai menjadi kopi yang bisa diseduh tidak memerlukan waktu yang lama. Pengemasan kopi bubuk dilakukan secara manual, karena belum ada mesin untuk pengemasan produk kopi.
- d) Buah-buahan, sayuran dan rempah-rempah
Ada beragam buah dan sayur yang dijual di Indo Natural Farm, seperti: mangga, semangka, anggur, jeruk, buah naga, melon, strawberry, jambu dan lain sebagainya. Untuk sayurannya sendiri, ada kol, sawi, kangkung, bayam dan masih banyak lagi. Sedangkan untuk rempah-rempah ada teh, cengkeh, pala dan kapulaga. Masing-masing produk yang siap dijual akan dilakukan proses pengemasan secara manual, dan disimpan di gudang penyimpanan dan di beberapa lemari pendingin yang sudah disediakan. Produk ini tidak hanya hasil perkebunan sendiri, ada juga yang importir dan dari petani lokal, sehingga secara tidak langsung Indo Natural Farm menjaga kestabilan ekonomi para petani sekitar lokasi.

Aspek Fasilitas

Fasilitas yang tersedia di Indo Natural Farm yang bisa dikunjungi adalah tempat produksi dan pengemasan produk, gudang penyimpanan buah dan sayur, area tanaman, café, gazebo, tempat bermain, tempat pemerahan susu kambing, kandang kambing, arena berkuda dan kandang kelinci

Aspek Manajemen Usaha

Ada perbedaan strategi penjualan dari masing-masing hasil pangan. Untuk hasil pangan olahan susu kambing dijual beserta paket edukasi dengan tujuan bisa mengenalkan susu kambing yang enak, higienis, murah dan tidak berbau. Sementara untuk teknis penjualan sayuran, buah-buahan dan kopi masih berdasarkan permintaan konsumen yang datang ke lokasi, sehingga pangsa pasar buah, sayur dan kopi belum terlalu luas. Sedangkan untuk penjualan rempah menggunakan skala pasar internasional, *owner* akan mengirim *email* penawaran produk ke beberapa konsumen laman dan target konsumen baru, selanjutnya konsumen akan meminta katalog produk rempah-rempah yang dijual, yang pada saat ini katalog rempah-rempah masih dibuat secara sederhana sehingga kurang menarik minat pembeli. Biasanya untuk perdagangan ekspor, harus ada pembayaran yang masuk terlebih dahulu sebelum dilanjutkan proses validasi, perjanjian dan transaksi pengiriman barang.

Aspek Peluang Usaha

Indo Natural Farm selama ini berkembang bertahap mengikuti permintaan pasar, konsumen ataupun pengunjung. Sehingga dalam upaya yang dilakukan, Indo Natural Farm terus melakukan inovasi-inovasi baru terkait sistem pengelolannya agar tetap menjalankan eksistensinya di sektor bisnis agrowisata. Melihat dari segi penjualan hasil pangan, hal ini tentu akan terus memberdayakan SDM lokal baik petani, pekerja kebun, maupun janda-janda yang sudah menjadi bagian dari Indo Natural Farm, sehingga keberlangsungan hidup masyarakat lokal khususnya bisa tetap terjaga. Sementara dari segi penjualan hasil olahan susu kambing secara tidak langsung ini bisa menjadi langkah yang baik sebagai upaya pengenalan susu kambing sendiri yang identik dengan baunya yang khas. Hasil pengolahan susu kambing yang sehat, enak, murah dan higienis bisa menjadi daya tarik tersendiri bagi masyarakat.

2. Tahap persiapan transfer teknologi tepat guna

Pada tahap ini dilakukan perancangan sistem penjualan hasil pangan berbasis website untuk mengatasi permasalahan yang ada pada Indo Natural Farm. Sistemnya sendiri terdiri dari halaman backend dan

frontend. Halaman backend dapat diakses oleh bagian administrator, sedangkan halaman frontend sendiri bisa diakses oleh pengguna atau user.

3. Tahap pelatihan dan pendampingan

Pada tahap ini yang dilakukan adalah dengan melakukan pelatihan dan pendampingan kepada mitra untuk penggunaan aplikasi penjualan hasil pangan, pengelolaan dan laporan penjualan. Pelatihan dilakukan 19-20 Oktober 2024 di Kampus Universitas BSI yang dihadiri oleh karyawan Indo Natural Farm.



Gambar 3.

Pelatihan Penggunaan Sistem Penjualan Hasil Pangan Indo Natural Farm Berbasis Website

4. Tahap monitoring dan evaluasi kegiatan

Pada tahap ini dilakukan monitoring dan evaluasi kegiatan yang telah berjalan, sehingga nantinya akan diperoleh gambaran berupa prospek yang baik atau tidak. Selain itu dilakukan juga penyerahan aplikasi kepada pihak Indo Natural Farm.



Gambar 4.

Penyerahan Aplikasi

Tabel 1.
Hasil Monitoring Evaluasi Inovasi Teknologi Sistem Penjualan

| No | Indikator | Capaian |
|----|--|---------|
| 1 | Mengenal sistem penjualan hasil pangan berbasis website | 100% |
| 2 | Mampu menggunakan sistem penjualan hasil pangan berbasis website | 100% |
| 3 | Mengimplementasikan sistem penjualan hasil pangan berbasis website | 100% |

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil pembahasan dapat ditarik kesimpulan bahwa dengan adanya inovasi teknologi sistem penjualan ini dapat membantu pihak Indo Natural Farm dalam melakukan transaksi penjualan, dimana sistem ini menawarkan kemudahan bagi pengguna dan dapat memberikan solusi atas permasalahan yang terjadi terkait sistem penjualan sebelumnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Airlangga P, Harianto, Hammami A. Pembuatan dan Pelatihan Pengoperasian Website Desa Agrowisata Gondangmanis. *J Pengabdian Masyarakat Bid Inform.* 2020;1(1).
- Hanifah SN. Sejarah Indo Natural Farm Agro Edu Park. Sukabumi; 2024.
- Kader A, Abd. Radjak D. Pembangunan Ekonomi Masyarakat Melalui Agrowisata. *J Inov Ilmu Sos dan Polit.* 2020;2(1):67.
- Nisa N, Widodo J, Djaja S. Partisipasi Gucialit Organisasi Wisata Alam (Gowa) Dalam Pengembangan Agrowisata Kebun Teh Kertowono Di Kecamatan Gucialit Kabupaten Lumajang. *J Pendidik Ekon J Ilm Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekon dan Ilmu Sos.* 2019;13(1):129.
- Pradini G, Kausar DRK, Alfian F. Manfaat dan Hambatan Pengembangan Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat di Perkampungan Budaya Setu Babakan. *J Tour Destin Attration.* 2019;2(1):118.
- Ramdani Z, Karyani T. PARTISIPASI MASYARAKAT DALAM PENGEMBANGAN AGROWISATA DAN DAMPAKNYA TERHADAP SOSIAL EKONOMI MASYARAKAT (Studi Kasus pada Agrowisata Kampung Flory, Sleman, Yogyakarta). *Mimb Agribisnis J Pemikir Masy Ilm Berwawasan Agribisnis.* 2020;6(2):675.