



Penyuluhan Metode Pemasaran Tanaman Cabai Rawit (*Capsicum Frutescens L*) melalui Media Online di Desa Kendalbulur Kecamatan Boyolangu Kabupaten Tulungagung

Mufida Diah Lestari¹, Herry Nur Faisal²

Universitas Tulungagung

[1mufida.yeahhh@gmail.com](mailto:mufida.yeahhh@gmail.com), [2herrynurfaisal@unita.ac.id](mailto:herrynurfaisal@unita.ac.id)

Abstract

*The marketing counseling program for cayenne pepper (*Capsicum frutescens L*) is deemed necessary to provide insight to the public about the efficiency of the chili marketing process so that it has a high selling value. Cayenne pepper is one of the superior products of farmers in Kendalbulur village, Boyolangu District Tulungagung Regency because most of the farmers in the area grow cayenne pepper because they feel that the soil conditions are suitable for planting cayenne pepper. The hope of providing counseling to the community on how to market cayenne pepper so that people have an understanding of selling their harvest in the right way. The marketing process of cayenne pepper is considered traditional so far, to further develop the marketing process, a new method is carried out by selling through online media.*

Keyword: Extension, Cayenne Pepper, Agriculture Marketing

Abstrak

Program penyuluhan pemasaran tanaman cabai rawit (*Capsicum frutescens L*) dirasa diperlukan untuk memberikan wawasan kepada masyarakat tentang efisiensi proses pemasaran cabai supaya memiliki nilai jual yang tinggi. Cabai rawit menjadi salah satu produk unggulan petani di desa Kendalbulur Kecamatan Bayolangu Kabupaten Tulungagung karena sebagian besar petani yang ada di daerah tersebut banyak yang menanam cabai rawit karena dirasa kondisi tanahnya sesuai untuk ditanami cabai rawit. Harapan dari pemberian penyuluhan kepada masyarakat mengenai bagaimana cara pemasaran cabai rawit agar supaya masyarakat memiliki pemahaman mengenai penjualan hasil panennya dengan cara yang tepat. Proses pemasaran tanaman cabai rawit dianggap selama ini masih tradisional, untuk lebih mengembangkan proses pemasaran dilakukan sebuah metode baru dengan menjual melalui media online.

Kata Kunci: Penyuluhan, Cabai Rawit, Pemasaran Pertanian



A. PENDAHULUAN

Pemasaran produk pertanian merupakan satu kesatuan dan menjadi sebuah hal yang penting pada aliran produk pertanian. Fungsi dari proses pemasaran itu sendiri adalah guna membuat sistem tersebut menjadi lancar, dimulai aliran produk pertanian yang berawal dari produsen sampai ke konsumen. Tidak hanya itu, dalam pemasaran pertanian juga menentukan akan aliran uang, sehingga nilai dari sebuah produk yang tercipta.

Tingginya permintaan cabai rawit besar dan cabai besar yang cukup tinggi menyebabkan kenaikan harga cabai menjadi naik, namun jumlah dari panen cabai tidak memenuhi akan tingginya permintaan konsumen. Alur pemasaran dari produsen sampai pada konsumen akhir disertai penanaman dalam upaya pemenuhan kebutuhan akan cabai melalui proses pengolahan, proses pengangkutan dan juga proses penyimpanan.

Minimnya penjualan dari cabai membuat penerimaan dari petani cabai berkurang, sehingga membuat perlu adanya inovasi baru dalam proses pemasaran dari cabai supaya lebih menarik dan dapat dikenal dan memiliki pangsa pasar yang lebih luas. Petani di desa Kendabulur Kecamatan Boyolangu merupakan salah satu desa di wilayah tersebut yang masyarakatnya mayoritas bekerja sebagai petani dan jenis tanaman yang mereka budidayakan adalah cabai rawit, namun mereka masih melakukan metode tradisional dalam menjual hasil panen mereka yaitu dengan menjualnya kepada tengkulak ataupun mereka bawa kepasar di Kecamatan Boyolangu, namun sekarang ini harga beli dipasar sangatlah rendah sehingga petani harus memutar otak untuk dapat mengoptimalkan apa yang menjadi hasil panen mereka. Di era modern sekarang ini petani hendaklah mau dan mampu bersaing dengan petani yang ada didaerah lain yang mana mereka tidak hanya menjual hasil panen secara tradisional namun mengembangkan sayap mereka dengan menggunakan metode baru dengan metode pemasaran *online* yang dapat memberikan mereka solusi yang guna peningkatan panghasilan dari para petani. Tingginya jumlah petani yang membudidayakan cabai rawit dan minimnya pengetahuan petani akan media-media yang dapat dijadikan oleh petani menjual hasil panennya sehingga menjadikan alasan kami untuk melakukan penyuluhan mengenai metode pemasaran cabai rawit melalui media *online*.

B. PELAKSANAAN DAN METODE

Metode pemasaran cabai rawit ini dilaksanakan di Desa Kendalbulur Kecamatan Boyolangu Kabupaten Tulungagung, dengan pertimbangan petani didaerah tersebut masih banyak yang menanam cabai rawit sebagai komoditas unggulan mereka. Dalam kegiatan penyuluhan ini menggunakan strategi pendekatan kepada masyarakat dengan memberikan pemahaman bahwa metode pemasaran di era sekarang ini haruslah yang lebih modern. Besar harapan dengan melalui media *online* hasil panen petani bisa dipasarkan dengan jangkauan lebih luas.



Tahap kegiatan pelaksanaan mengenai pendampingan dapat dilihat pada tabel berikut ini:

No.	Kegiatan	Bulan			
		Januari	Februari	Maret	April
1.	Praa survey	v	v	v	
2.	Penggalian informasi dan pengabdian		v	v	
3.	Penulisan laporan			v	
4.	Penyerahan laporan akhir				v

Kegiatan pada penyuluhan ini dilakukan pada awal bulan Januari dengan melakukan pra survey yang dilakukan oleh tim untuk menggali informasi permasalahan apa sajakah yang terjadi pada petani khususnya dibidang pemasaran. Pada bulan Februari dimulai penggalian data yang mana tim melakukan observasi lapang dengan mencari data yang didapat dari petani yang di daerah lokasi yang nantinya akan dijadikan sasaran penyuluhan. Kemudian dari hasil maring serta penggalian informasi pada bulan Maret, kemudian tim membuat laporan secara tertulis guna memberikan sebuah telaah dalam bahasa dari hasil yang diperoleh ketika melakukan penyuluhan kepada petani yang menjadi sasaran.

Rancangan awal dari penyuluhan ini adalah melakukan studi lapang mengenai metode apa yang digunakan oleh petani dalam memasarkan cabai rawit di daerah tersebut. Langkah selanjutnya yang dilakukan adalah melakukan identifikasi alat-alat yang diperlukan pada proses pemasaran menggunakan media online. Setelah proses tersebut siap, maka selanjutnya yang dilakukan adalah menyusun strategi kelompok-kelompok mana saja yang bisa dijadikan sasaran penyuluhan. Kemudian dilakukan audiensi dengan perangkat desa setempat agar supaya pada saat proses penyuluhan mendapatkan dukungan dari pemerintah setempat.

Pada tahap penyuluhan dilakukan dengan mendatangkan narasumber sebagai upaya untuk memberikan gambaran mengenai pemasaran melalui media online. Pada tahap evaluasi, dilakukan sebagai upaya melihat sejauhmana memberikan manfaat kepada para petani cabai. Kendala yang dihadapi tim ketika bersama narasumber memberikan materi mengenai metode baru tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Minimnya tingkatan SDM (Sumber Daya Manusia) dari para petani yang kebanyakan hanyalah lulusan SD sehingga mempengaruhi mereka dalam menerima inovasi-inovasi baru.
- b. Minimnya pengetahuan petani mengenai media sosial karena mereka enggan untuk belajar.
- c. Waktu terbatas, para petani beranggapan akan membuang waktu ketika mereka harus belajar menjual hasil panennya dengan metode baru.
- d. Kebanyakan dari petani tidak mau mengambil resiko dengan menggunakan metode baru sehingga mereka beranggapan bahwa mereka tidak mau apabila dengan metode baru tersebut mereka mengalami kerugian karena ketidak tahuan mereka.



Dari kendala-kendala yang dihadapi tim berupaya untuk tetap melakukan penyuluhan ini dengan harapan besar agar terwujud kesejahteraan petani cabai di daerah tersebut dan dapat memberikan gambaran nyata bahwa petani sekarang haruslah menjadi petani yang melek digital sehingga tidak kalah dengan petani-petani yang ada diluar sana.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pemasaran merupakan sebuah kegiatan yang meliputi beberapa proses dan juga tahapan mulai dari pengumpulan produk dari petani, pengepakan, penyimpanan, pendistribusian dan juga pemilihan saluran pemasaran yang sesuai dan modern. Proses pemasaran yang dilakukan sebelumnya dirasa masih sangat tradisional dan belum memiliki inovasi yang lebih modern.

Tingkat sumberdaya petani yang ada di daerah tersebut jika dilihat dari segi pendidikan yang pernah mereka tempuh masih dirasa cukup rendah karena kebanyakan dari petani masih berada pada usia yang cenderung tua sehingga mereka enggan untuk melakukan inovasi baru. Masyarakat di desa Kendalbulur Kecamatan Boyolangu Kabupaten Tulungagung selama ini masih menjual hasil panen cabai rawit menggunakan metode menjual dengan membawa ke pasar atau diambil oleh tengkulak, dari hasil penjualan dengan metode tersebut dirasa masih cukup tradisional. Sehingga dari metode selama yang digunakan selama ini, petani tidak dapat bergerak dengan leluasa karena mereka hanya dapat menjualnya didaerah mereka sendiri. Besar harapan dari pemberian penyuluhan mengenai pemasaran melalui media *online* hasil panen mereka bisa dapat diterima oleh lebih luas masyarakat baik diluar desa, kecamatan ataupun bahkan di luar kota.

Metode pemasaran ini dirasa paling efisien karena dengan menggunakan metode ini akan membuat petani akan mempermudah dalam melakukan pemasaran hasil panen mereka. Hal tersebut dikarenakan sekarang ini merupakan era digital yang mengharuskan produsen untuk lebih berkembang dan mampu membuat terobosan baru sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan dari petani cabai rawit yang ada di Desa Kendalbulur Kecamatan Boyolangu Kabupaten Tulungagung.

Perkembangan teknologi saat ini memberikan kemudahan bagi petani untuk menjual hasil panen mereka sehingga mereka tidak perlu membawa kepasar ataupun diambil oleh tengkulak, sehingga petani dapat menjual langsung kepada konsumen dengan harga yang relative tinggi. Proses penyuluhan yang dilakukan oleh tim dan narasumber dengan membagi petani menjadi kelompok belajar sehingga mereka akan merasa nyaman dalam menerima materi yang disampaikan oleh narasumber. Tim melakukan pendekatan dengan petani sehingga mereka tidak merasa digurui dan mereka merasa nyaman dalam belajar Bersama. Dari awal proses penyuluhan yang dilakukan hasil yang diperoleh adalah petani menjadi tahu metode-metode apa saja yang digunakan oleh petani menjual hasil panen mereka. Kebanyakan mereka tidak sendiri namun ditemani oleh anak-anak mereka yang lebih melek teknologi sehingga dapat membantu mereka dalam proses pemasaran namun tidak sedikit pula yang antusias dalam mengikuti penyuluhan tersebut.



Pemerintah desa setempat juga turut serta diikutsertakan dalam proses penyuluhan tersebut dengan harapan dapat memberikan stimulant serta dorongan baik secara moril maupun spirituil untuk bisa lebih memajukan masyarakat petani yang ada didaerah mereka untuk lebih maju dan berkembang sebagai upaya peningkatan mutu petani dan kesejahteraan petani diwilayah tersebut. Program yang dilakukan oleh tim tidak hanya berhenti sampai disini saja, namun mereka juga mengikuti segala perkembangan yang terjadi pasca penyuluhan dengan melakukan evaluasi yang dilakukan oleh tim. Tujuan dari proses evaluasi ini adalah melihat sejauhmana memberi *impact* kepada petani dan sejauhmana memberikan kontribusi kepada petani dalam menggunakan metode baru yang mereka terima.

Nilai lebih yang diterima petani dari penyuluhan ini adalah:

- a. Petani melek digital, menjadikan petani yang dulunya masih memasarkan hasil panennya secara tradisional menjadi lebih modern
- b. Memberikan wawasan kepada petani akan pasar diluar daerah mereka
- c. Meningkatkan kesejahteraan petani cabai di Desa Kendalbulur Kecamatan Boyolangu Kabupaten Tulungagung.

D. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Simpulan yang dapat diambil setelah melalui penyuluhan mengenai metode pemasaran cabai rawit dengan menggunakan media online dikarenakan fluktuasi harga cabai rawit yang disebabkan oleh curah hujan tinggi, atau cuaca jelek menyebabkan petani gagal panen dan harga cabai rawit meningkat/tinggi. Petani menjual cabai kepada petani pengumpul, kemudian petani pengumpul menjual cabainya kepada konsumen. Dari hasil analisis tersebut hingga muncullan sebuah ide untuk menggiring petani menjual hasil panennya melalui media online sehingga masyarakat akan mampu menjual hsail panennya langsung kekonsumen dengan harga yang baik.

Saran

Program pengabdian masyarakat mengenai penyuluhan pemasaran cabai rawit menggunakan media online adalah program tersebut dapat berjalan dengan baik sehingga petani tidak perlu susah payah membawa hasil panennya kepasar dan mendapatkan nilai yang tinggi. Hasil dari program ini memberikan rekomendasi kepada pemerintah setempat untuk dapat memberikan stimulan bagi para petani agar mau merubah pola pemasaran cabai rawit menjadi lebih modern

Ucapan Terima Kasih

Terima kasih penulis ucapkan kepada seluruh pihak yang memberikan kontribusi besar akan keberlangsungan dari kegiatan penyuluhan mengenai pola pemasaran tanaman cabai dengan media online ini. Besar harapan dengan adanya kegiatan ini dapat membantu petani dalam mengembangkan wawasan mereka supaya lebih maju dan berkembang dan mengikuti era yang semakin mederen.



E. DAFTAR PUSTAKA

- Alex. *Usahatani cabai*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press. 160 hal.
- Assauri, Sofyan. 2015. *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep, Strategi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Deniawan, Dede. *Definisi Pemasaran Online Menurut Para Ahli dan Menurut Saya* dalam <http://deniawan27.blogspot.com/2016/10/a.html?m1>. diakses 20 Juli 2019.
- Hamid, Abdul Kadir. 1994. *Dasar-dasar Tataniaga Pertanian*. Pekanbaru: Fajar Harapan. 226 hal.
- Kustiawati, Ningsih (2011) *Analisis Saluran dan Marjin Pemasaran Petani Jambu Air Camplong (syzygium aqueum)*.
- Rosyid, Ali Hasyim Al. 2014. *Studi Komparatif Daya Saing Cabai Merah Lahan Pasir Pantai dengan Sawah di Kabupaten Bantul*. [Skripsi]. Yogyakarta. Fakultas Pertanian. Universitas Gadjah Mada. 104 ha
- <https://kumparan.com/kumparannews/apa-penyebab-harga-cabai-sering-naik-turun/full>
- <http://makalahnurulsholehuddin.blogspot.com/2017/10/laporan-praktek-kerja-lapangan.html>