

Pelatihan Peningkatan Nilai Produk Holtikultura Berbasis Digitalisasi pada Kelompok Tani Langke Rembong

(Training on Increasing the Value of Horticultural Products Based on Digitalization for the Langke Rembong Farmer Group)

Maria Indriyani Hewe Tiwu^{1*}, Fransina W. Ballo², Aldarine Molidya³, Olivia L. E Tomosowa⁴
Universitas Nusa Cendana, Kupang, Indonesia¹²³⁴

indrianitiwu@staf.undana.ac.id^{1,2,3,4}



Article History:

Diterima pada 7 November 2024

Revisi 1 pada 18 Februari 2025

Revisi 2 pada 20 Februari 2025

Revisi 3 pada 24 Februari 2025

Disetujui pada 17 Maret 2025

Abstract

Purpose: The aim of this training to develop the skills and expertise of horticultural farmer groups through digital marketing to increase farmer income.

Methodology/approach: The method used is socialization and training for horticulture farmer groups, Langke Rembong, Central Manggarai Regency, East Nusa Tenggara Province. This training begins with the socialization of increasing the value of horticultural products and marketing strategies through online marketing. Training to increase the value of horticultural products is carried out on online packaging and marketing using social media.

Results/findings: Socialization and training activities have provided knowledge transformation and direct application regarding increasing the value of horticultural farming products and online marketing in the form of Facebook business. and increasing sales of horticultural farming products and expanding market networks thereby providing economic improvements for farmer groups in Langke Rembong.

Conclusions: This community service program successfully enhanced the value of horticultural products through digitalization and online marketing, while strengthening the farmers' economy in Langke Rembong through continuous assistance.

Limitations: This training has not yet reached the stage of distributing horticultural agricultural products to hotels and restaurants in the Labuan Bajo tourism area.

Contribution: This training improving their skills to digital marketing and expanding their share market of horticultural products and improving their economics household.

Keywords: *Digitalization, Horticulture, Marketing Strategies.*

How to Cite: Tiwu, M. I. H., Ballo, F. W., Molidya, A., Tomosowa, O. L. E. (2025). Pelatihan Peningkatan Nilai Produk Holtikultura Berbasis Digitalisasi pada Kelompok Tani Langke Rembong. *Yumary: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1), 119-128.

1. Pendahuluan

Pertanian adalah bentuk ketahanan pangan untuk memenuhi kebutuhan pangan dari masyarakat dalam suatu wilayah tertentu. Oleh karena itu, segala upaya dilakukan oleh pemerintah agar pertanian tetap memberikan kontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat. Pada umumnya pertanian berada didaerah pedesaan karena topografi pedesaan lebih mendukung dijalankan kegiatan pertanian oleh petani. Desa selalu dikaitkan dengan keterbatasan dan ketertinggalannamun pada sisi lainnya desa memiliki sejumlah sumberdaya ekonomi yang belum dimanfaatkan dan diolah secara optimal untuk meningkatkan nilai tambah ekonomi yang berdaya saing sehingga dapat meningkatkan pendapatan dan

kesejahteraan masyarakat pedesaan (Abidin et al., 2022). Namun pertanian di Indonesia masih berada di sektor informal yang dijalankan oleh rumah tangga petani di pedesaan dan menjadi sektor utama bagi masyarakat desa dalam meningkatkan perekonomian keluarga. Pertanian merupakan sektor unggulan bagi masyarakat Kecamatan Langke Rembong, Kabupaten Manggarai, Propinsi Nusa Tenggara Timur. Pada tahun 2023 luas tanam lahan perkebunan kecamatan Langke Rembong adalah seluas 109 ha dan luas panen terhadap perkebunan hortikultura adalah seluas 36 ha (BPS, 2023). Kelurahan Wali, Kecamatan Langke Rembong menjadi sentra perkebunan hortikultura, khususnya untuk jenis tanaman Tomat, Buncis, Bunga kol, Brokoli, Cabe, Pakcoy, Wortel, Labu, Kestela, Paria Timun Kubis, Selada keriting. Perkebunan hortikultura ini dikelola oleh kelompok tani yakni Kelompok Tani Makmur, Kelompok Tani Ca Nai, Kelompok Tani Wetik Rengket, Kelompok Tani Bantang Cama Dan Kelompok Tani Kartika (Abdurrahman, Oktavianto, Habibie, & Hadiyatullah, 2020).

Berdasarkan pengamatan tim pengabdian pada kelompok tani Langke Rembong terdapat hal yang menjadi kendala yakni peningkatan hasil tani tidak sejalan dengan peningkatan pendapatan petani yang disebabkan oleh hasil kebun hortikultura yang dijual masih dalam bentuk segar dan rendahnya pengetahuan para petani dalam strategi pemasaran. Dengan demikian pemberdayaan masyarakat kelompok tani hortikultura melalui peningkatan nilai produk hasil tani dan strategi pemasaran sangat diperlukan untuk meningkatkan pendapatan petani di daerah. Kegiatan pelatihan peningkatan nilai produk hortikultura yang dilakukan oleh Andayani et al. (2021) tentang pelatihan pengolahan produk hortikultura dalam peningkatan nilai tambah bagi petani yang berada di Desa Argalingga Kecamatan Argapura mampu memberikan perubahan pada perilaku petani dalam memanfaatkan hasil tani hortikultura. Hasil serupa juga disampaikan oleh Djumadil et al. (2023) yang menyatakan bahwa dampak pelatihan peningkatan nilai tambah melalui produk hortikultura di Dusun Bangko Jailolo Selatan memberikan bekal ketrampilan berbagai materi yang telah diberikan akan memotivasi terbentuknya usaha rumahan. Namun dalam kegiatan pengabdian tersebut terbatas hanya pada peningkatan nilai tambah hasil tani hortikultura tanpa memberikan wawasan dan pengetahuan bagaimana mengemas dan memasarkan produk pengolahan hortikultura dengan memanfaatkan digitalisasi yakni media sosial yang sering digunakan oleh masyarakat seperti facebook ataupun Instagram (Adzani & Saputra, 2022; Husadha et al., 2022).

Kelompok tani yang menjadi sasaran dalam kegiatan ini adalah Kelompok Tani Makmur, Kelompok Tani Ca Nai, Kelompok Tani Wetik Rengket, Kelompok Tani Bantang Cama Dan Kelompok Tani Kartika yang berada di Kecamatan Langke Rembong, Kabupaten Manggarai, Propinsi Nusa Tenggara Timur. Peserta dari kegiatan pengabdian masyarakat berjumlah 20 orang ini diwakili oleh setiap kelompok, dimana masing-masing kelompok mengirimkan 4 orang perwakilan dari kelompok. Permasalahan kelompok tani ini dalam mengembangkan hasil produk pertanian hortikultura yakni kelompok tani hanya menjual hasil tani dalam bentuk mentah yang harganya lebih rendah apabila petani mengelolah hasil hortikultura menjadi produk olahan yang langsung dikonsumsi oleh konsumen akhir (Dharma, Agustina, & Windah, 2021; Putri, Wulan, Fihartini, Ambarwati, & Pandjaitan, 2022). Selain permasalahan rendahnya peningkatan hasil tani hortikultura yakni kelompok tani Langke Rembong ini hanya menjual hasil tani hortikulturanya ke pengepul dan bukan langsung ke konsumen akhir sehingga harga jual yang diperoleh kelompok tani itu rendah dan jangkauan pasar hasil tani kelompok ini masih sangat sempit (Sukandi, 2023; Wahyudi, Usman, & Palupi, 2023). Kedua permasalahan mitra ini kemudian menjadi objek untuk pelaksanaan pemberdayaan masyarakat agar kelompok tani dapat meningkatkan pendapatan dari hasil pertaniannya dengan memanfaatkan teknologi informasi khususnya media sosial. Belum optimalnya penggunaan media sosial dapat disebabkan oleh kurang siapnya SDM untuk terus memperbaharui pengetahuan dan menggunakan teknologi serta kurang terampil menggunakan media sosial (Rosalina et al., 2023). Hal tersebut juga menjadi salah satu kendala bagi kelompok tani meningkatkan pendapatan kelompok tani. Sehingga dianggap perlu untuk melakukan sosialisasi mengenai digitalisasi hasil tani hortikultura (Hidayati, Pungkasanti, & Wakhidah, 2020),

Solusi yang dapat diberikan adalah melalui peningkatan hasil tani pertanian hortikultura dan pemasaran digital dengan memanfaatkan media sosial yang sering digunakan oleh masyarakat untuk memperluas jangkauan pasar hasil tani hortikultura dari kelompok tani Langke Rembong merupakan salah satu

bentuk penyelesaian permasalahan petani. Oleh karena itu, solusi yang ditawarkan oleh tim pemberdayaan masyarakat (PKM) adalah sebagai berikut:

1. Transformasi Pengetahuan

Pengetahuan merupakan dasar dari pengembangan upaya dan inovasi dalam meningkatkan ekonomi ataupun cara untuk tetap bertahan dalam sektor ekonomi dan sektor lainnya. Transformasi pengetahuan akan diberikan melalui sosialisasi dan pelatihan kepada Kelompok Tani Makmur, Kelompok Tani Ca Nai, Kelompok Tani Wetik Rengket, Kelompok Tani Bantang Cama Dan Kelompok Tani Kartika dengan memberikan penjelasan mengenai dampak dari peningkatan nilai guna dari hasil tani yang dihasilkan oleh kelompok tani dan meningkatkan penjualan melalui pemasaran digital. Kurangnya pemasaran yang menyebabkan jangkauan pasar dari kelompok tani ini rendah oelh karena itu pemasaran digital yang dimaksud adalah pemasaran hasil produk olahan hasil tani hortikultura dengan memanfaatkan digitalisasi media sosial seperti facebook yang sering digunakan oleh masyarakat.

2. Peningkatan Nilai Hasil Tani Holtikultura

Solusi yang ditawarkan untuk meningkatkan pendapatan kelompok tani adalah dengan upaya meningkatkan nilai guna hasil tani kelompok tani. Peningkatan nilai guna produk hasil tani ini adalah dengan menjual atau memasarkan hasil tani hortikultura menjadi produk olahan yang mempunyai nilai jual lebih tinggi. Peningkatan nilai produk hasil tani ini dilakukan dengan mengolah hasil tani hortikultura menjadi produk yang siap di konsumsi oleh konsumen akhir seperti buah tomat yang dapat ditingkatkan menjadi manisan tomat, wortel dapat ditingkatkan nilai produknya menjadi selai, dan sayur bayam menjadi keripik bayam. Melalui peningkatan nilai guna hasil tani hortikultura dari kelompok tani Langke Rembong diharapkan masyarakat dan keluarga petani pada umumnya mampu untuk meningkatkan pendapatan rumah tangga dan menciptakan aktivitas ekonomi kreatif baru.

3. Memperluas Jangkauan Pasar Hasil Tani Holtikultura

Permasalahana kedua yang dihadapi oleh kelompok tani Langke Rembong ini adalah hasil tani hortikultura berupa sayur sawi, kacang panjang, kol, wortel, tomat, Lombok dan hasil lainnya dijual kepada pengepul sayur yang dimana harganya rendah di bawah harga pada pasr konsumen akhir. Maka solusi yang ditawarkan adalah melakukan pemasaran secara online atau digital dengan memanfaatkan media sosial yang sering digunakan oleh masyarakat Kabupaten Manggarai yakni facebook. Dari hal tersebut diharapkan hasil tani hortikultura langsung sampai kepada konsumen akhir tanpa melalui perantara yang pada akhirnya akan menciptakan harga jual tinggi dari produk yang ditawarkan. Pemasaran secara online juga sebagai tahapan mempromosikan hasil tani yang diolah menjadi makanan siap santap seperti manisan dan selai. Selain itu juga dapat mempromosikan hasil-hasil pertanian hortikultura. Dari promosi tersebut diharapkan dapat memperkenalkan hasil tani dari Kelompok Tani Makmur, Kelompok Tani Ca Nai, Kelompok Tani Wetik Rengket, Kelompok Tani Bantang Cama Dan Kelompok Tani Kartika kepada pelaku usaha di daerah pariwisata Labuan Bajo. Langkah tersebut dapat membuka komunikasi atau relasi dengan pengelola hotel ataupun restoran yang ada di daerah pariwisata Labuan Bajo agar membeli kebutuhan bahan baku makanan dari kelompok tani Langke Rembong.

Pemberdayaan kelompok tani melalui pelatihan peningkatan nilai guna hasil tani dan pemasaran digital bertujuan meningkatkan kemandirian ekonomi masyarakat. Hal ini sejalan dengan program pemerintah yang ada dalam pengelolaan ekonomi kreatif dan dituangkan melalui Undang-Undang Nomor 24 tahun 2019 yang bertujuan untuk mengoptimalkan kreativitas sumber daya manusia yang berbasis warisan budaya, ilmu pengetahuan, dan/atau teknologi (Abbas, Eksandy, Mulyadi, Hidayat, & Sari, 2022; Pambreni, Udriyah, Mumtaz, & Firmansyah, 2023). Strategi pemasaran harus tepat dan juga disesuaikan dengan produk yang akan diujakan merupakan beberapa hal yang harus diperhatikan bagi manajemen pemasaran, karena produk yang akan dijual harus dapat diterima oleh calon konsumen. Selain strategi pemasaran, perusahaan juga harus memperhatikan bagian pasar dan perkembangan pasar dari pesaing-pesaing usaha sejenis. Pemasaran terdiri oleh beberapa macam, diantaranya *direct selling*, *earned media*, *point of purchase*, dan *internet marketing* (Tabrani, Apriliah, Ardiansyah, & Ermawati, 2022).

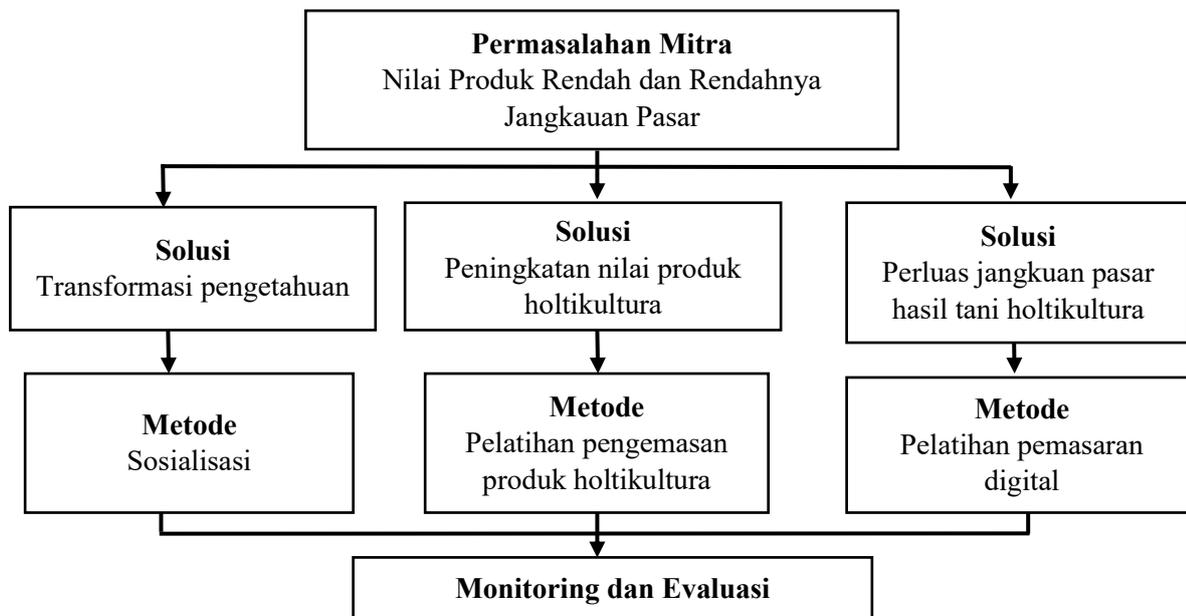
Internet yang dapat menjangkau secara global adalah suatu alat bisnis yang berharga dan juga berkembang secara ekonomis dan fleksibel sehingga dijadikan sebagai salah satu alat promosi pada perusahaan untuk mengembangkan bisnis yang dilakukan (Soetiyani, Lukiyana, Ariandi, Kamaruddin, & Jundi, 2024; Yustianto, 2024). Pemasaran digital melalui media sosial seperti instagram, facebook dan media sosial lainnya merupakan kegiatan pemasaran dengan menggunakan strategi promosi melalui internet bertujuan memperluas skala penjualan dan biaya promosi yang murah. Fungsi media sosial saat ini sudah bergeser, dari fungsi untuk komunikasi antar individu beralih fungsi menjadi bagian penting dalam pemasaran, khususnya pemasaran online. Selain itu, media sosial menjadikan konsumen mudah mencari informasi mengenai kebutuhan primer yang ingin dibeli. Guna meningkatkan keunggulan bersaing, maka kelompok tani perlu meningkatkan adaptasi terhadap perkembangan nilai produk (hasil tani holtikultura) serta kemampuan pemasaran memanfaatkan media sosial. Saat ini tanpa meningkatkan kemampuan dalam pemasaran online atau digital marketing, maka daya saing UMKM akan ketinggalan (Hidayati et al., 2020)(Gamayuni, Octary, & Nurdiono, 2024). Belum optimalnya penggunaan media sosial dapat disebabkan oleh kurang siapnya SDM untuk terus memperbaharui pengetahuan dan menggunakan teknologi serta kurang terampil menggunakan media sosial (Faisal, Paujiah, Russel, & Ramelan, 2022; Roslina, Jimad, & Mardiana, 2023).

Pelatihan Peningkatan Nilai Produk Holtikultura Berbasis Digitalisasi Pada Kelompok Tani Langke Rembong dilakukan dalam beberapa tahapan implementasi yakni pelatihan peningkatan produk holtikultura dalam bentuk pengemasan yang meningkatkan nilai jual pertanian holtikultura dan pelatihan strategi pemasaran melalui media sosial seperti melalui facebook dan Instagram. Berdasarkan analisis situasi yang telah diuraikan di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan mitra antara lain kurangnya pemahaman kelompok tani dalam meningkatkan nilai produk dalam pengemasan yang layak sehingga bias dipasarkan di toko-toko swalayan, hotel-hotel dan restoran dan kurangnya pengetahuan dalam pemanfaatan media sosial untuk memperluas jangkauan pasar hasil tani holtikultura di kecamatan Langke Rembong dan kecamatan Labuan Bajo yang menjadi pusat pariwisata domestik dan internasional di Provinsi Nusa Tenggara Timur (Elistyawati, Sagitarini, Wendri, & Dewi, 2022; Utama, 2023).

2. Metodologi

2.1 Metode dan Tahapan Kegiatan Pengabdian Masyarakat

Permasalahan mitra kelompok tani Langke Rembong dapat diselesaikan dengan kegiatan pemberdayaan masyarakat dengan menggunakan metode sosialisasi dan pelatihan. Sosialisasi merupakan proses untuk mendapatkan pengetahuan sehingga meningkatkan cara berpikir dan bertindak kreatif. Program sosialisasi bertujuan untuk membantu masyarakat dalam proses mengembangkan usahanya agar dapat lebih baik lagi dan jangkauan pemasaran produknya semakin luas (Latif, Latuconsina, & Lesmana, 2024) Setelah melakukan sosialisasi tentang pentingnya peningkatan nilai produk holtikultura dan pentingnya peningkatan pemasaran produk melalui pemasaran online kegiatan selanjutnya adalah melibatkan kelompok tani secara langsung untuk berpartisipasi aktif dalam meningkatkan jangkauan pasar dari kelompok tani pertanian holtikultura. Tahapan pelaksanaan pengabdian digambarkan dalam diagram alur berikut



Gambar 1. Metode Pelaksanaan Pengabdian Pasa Masyarakat

Pelaksanaan pengabdian ini diikuti oleh perwakilan Kelompok Tani Makmur, Kelompok Tani Ca Nai, Kelompok Tani Wetik Rengket, Kelompok Tani Bantang Cama Dan Kelompok Tani Kartika dari Kecamatan Langke Rembong khususnya Kelurahan Wali. Sehingga total peserta dalam sosialisasi dan pelatihan ini adalah 20 orang peserta. Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan terlebih dahulu dengan melakukan survei awal melalui wawancara perwakilan kelompok tani yang ada di Kecamatan Langke Rembong terhadap permasalahan mitra Karena jarak antara tim pelaksana pengabdian dan mitra kelompok tani sejauh 688,8 km dan berbeda pulau maka pelaksanaan monitoring dan evaluasi dilakukan secara daring dengan memanfaatkan zoom dan pemantauan media sosial milik kelompok tani.

3. Hasil dan pembahasan

Pelaksanaan kegiatan pengabdian Pelatihan Peningkatan Nilai Produk Holtikultura Berbasis Digitalisasi Pada Kelompok Tani Langke Rembong dimulai dengan perencanaan kegiatan pada bulan Februari 2024 untuk mengidentifikasi potensi dan permasalahan yang dihadapi oleh Kelompok Tani Makmur, Kelompok Tani Ca Nai, Kelompok Tani Wetik Rengket, Kelompok Tani Bantang Cama Dan Kelompok Tani Kartika. Perencanaan kegiatan pengabdian meliputi metode dan solusi yang diberikan dalam menyelesaikan permasalahan mitra.

Perencanaan metode untuk penyelesaian permasalahan kelompok tani terdiri dari sosialisasi dan pelatihan. Kegiatan sosialisasi dan pelatihan ini dilaksanakan pada tanggal 11 Mei 2024 bertempat di Kelurahan Wali, Kecamatan Langke Rembong, Kabupaten Manggarai. Karena jarak yang cukup jauh antara tim pengabdian Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Nusa Cendana yang berlokasi di Kota Kupang dan lokasi pelaksanaan kegiatan pengabdian di Kelurahan Wali, Kecamatan Langke Rembong yang berjarak 688,8 km dan menyebrang pulau ditempuh dengan menggunakan feri (kapal penumpang) selama 18 jam dan perjalanan darat selama 6 jam maka kegiatan ini dilaksanakan selama 3 hari mulai dari keberangkatan sampai dengan kepulangan tim pengabdian ke lokasi asal.

Pelaksanaan kegiatan pengabdian dimulai dengan pemberian materi dalam kegiatan sosialisasi. Dalam sosialisasi ini dijelaskan pentingnya peningkatan nilai produk hasil tani hortikultura dalam meningkatkan pendapatan kelompok tani. Peningkatan nilai produk ini dapat dilakukan dengan cara memberikan pengemasan yang menarik dan sesuai dengan standar pasar khususnya toko-toko atau swalayan serta hotel dan restoran dapat meningkatkan nilai produk hasil tani hortikultura. Kemajuan teknologi, konektivitas global, dan perubahan dalam cara melayani konsumen menjadi faktor-faktor yang membuat tantangan menjalankan usaha menjadi lebih sulit. Dalam situasi seperti ini, pelaku bisnis diharapkan dapat membuat strategi untuk meningkatkan daya saing merek (Saragih et al.,

2024). Oleh karena itu, untuk menciptakan branding maka diperlukan pengemasan terhadap hasil tani Hortikultura. Pengemasan yang sesuai dengan standar pasar kemudian dilengkapi dengan ijin usaha berupa Pangan Segar Asal Tumbuhan (PSAT). PSAT adalah Bahan Pangan Asal Tumbuhan yang dihasilkan dari proses pasca panen yang dapat dikonsumsi langsung dan/atau yang dapat menjadi bahan baku pangan olahan yang mengalami pengolahan minimal. Dalam sosialisasi juga dijelaskan pentingnya pemasaran online dengan memanfaatkan media sosial seperti facebook dan Instagram yang sering dan banyak digunakan oleh masyarakat sekarang ini. Pemanfaatan media sosial merupakan salah satu bentuk kegiatan yang dapat memperkenalkan hasil tani hortikultura yang dihasilkan oleh kelompok tani yang ada di Kecamatan Langke Rembong sehingga dapat memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan hasil tani.

Setelah pemberian materi dalam kegiatan sosialisasi pentingnya peningkatan nilai produk dan pemasaran produk hasil tani secara online dan pelatihan cara pengemasan produk hasil tani, kegiatan pengabdian dilanjutkan dengan memberikan pelatihan bagi kelompok tani cara untuk pengemasan yang menarik dan pelatihan menggunakan facebook untuk bisnis, cara mengupload foto produk hasil tani, memberikan deskripsi produk dan harga yang tepat untuk setiap produk. Selain itu juga peserta dilatih cara mempromosikan produk hasil tani melalui facebook. Tim pengabdian memilih media sosial facebook karena media sosial ini yang paling banyak digunakan oleh masyarakat pada umumnya khususnya ibu-ibu rumah tangga dan anak-anak muda. sering dignu Berikut disajikan hasil kegiatan pengabdian dengan tahapan sosialisasi, Pelatihan Pengemasan hasil tani hortikultura dan Pelatihan pemasaran online melalui media sosial khususnya facebook.

Tabel 1. Hasil Kegiatan Pengabdian

| No | Kegiatan | Hasil |
|----|--|---|
| 1 | Sosialisasi peningkatan nilai produk hasil tani hortikultura | Peserta mendapatkan materi mengenai pentingnya peningkatan dan memahami caranya untuk meningkatkan nilai produk hasil tani hortikultura, hal ini dibuktikan dengan antusiasme peserta melalui berbagai pertanyaan yang disampaikan dalam sosialisasi. Transformasi pengetahuan tersampaikan dengan jelas dan diterima dengan baik oleh peserta pengabdian. (Gambar 2) |
| 2 | Pelatihan Pengemasan hasil tani hortikultura | Peserta Pelatihan pengemasan hasil produk hortikultura mengetahui bagaimana caranya meningkatkan nilai produk hasil hortikultura dalam kemasan yang disesuaikan dengan standar produk yang dipasarkan pada toko-toko atau swalayan dan hotel-hotel serta restoran (Gambar 3) |
| 3 | Pelatihan pemasaran online melalui media sosial khususnya facebook | Peserta pelatihan mengetahui dan menerapkan cara untuk mengembangkan jangkauan pasar melalui pembuatan akun bisnis di facebook dan cara mengupload foto-foto produk hasil tani hortikultura yang menarik pembeli dari berbagai daerah (Gambar 3) |

Hasil kegiatan pengabdian ini tetap dilakukan pendampingan dan monitoring bagi kelompok tani melalui media komunikasi WhatsApp dan zoom. Pendampingan dan monitoring dilakukan untuk mengamati dan mendampingi perkembangan kelompok tani di Kecamatan Langke Rembong agar kegiatan pelatihan yang telah diberikan dijalankan secara berkelanjutan. Tahapan evaluasi juga dilakukan pada kelompok tani untuk melihat sejauh mana kelompok tani terus melakukan pengemasan dan pemasaran online melalui facebook. Dari hasil evaluasi tersebut dapat dilakukan perbaikan-perbaikan untuk terus meningkatkan kegiatan ekonomi kelompok tani di Kecamatan Langke Rembong khususnya Kelompok Tani Makmur, Kelompok Tani Ca Nai, Kelompok Tani Wetik Rengket, Kelompok Tani Bantang Cama Dan Kelompok Tani Kartika.



Gambar 2. Sosialisasi Pentingnya Peningkatan Nilai Produk Holtikultura



Gambar 3. Pelatihan Pengemasan Hasil Olahan Dari Sayur Wortel dan Tomat



Gambar 4. Foto Peserta Kegiatan Pengabdian Masyarakat Kelompok Tani Langke Rembong

Pemberdayaan masyarakat tani yang terbentuk dalam kelompok tani merupakan salah satu kegiatan peningkatan kapasitas dan keahlian masyarakat dalam mengelolah hasil tani. Peningkatan kapasitas dan keahlian dalam pemasaran merupakan salah satu langkah dalam mendorong terciptanya kemandirian ekonomi masyarakat yang ada di daerah. Dari hasil kegiatan pengabdian ini diharapkan terciptanya sumber pendapatan melalui ekonomi kreatif dengan mengolah hasil tani hortikultura mampu mengurangi terjadinya perpindahan dari desa ke kota, serta mampu meningkatkan ekonomi kelompok tani Langke Rembong dengan memanfaatkan teknologi informasi khususnya media sosial khususnya facebook dan instagram yang sering digunakan oleh masyarakat. Pemanfaatan media sosial sebagai media pemasaran untuk menjangkau pasar yang lebih luas merupakan fungsi dari teknologi informasi yang ada sekarang. Kegiatan pengabdian ini sejalan dengan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan pada masyarakat kampung Kelembak dengan sosialisasi dan pelatihan pemasaran digital mampu membantu masyarakat kampung Kelembak untuk memperluas pasar dalam melakukan promosi dan pemasaran produk batik Kelembak serta membantu menyampaikan informasi terkait

dengan harga, jenis produk, kualitas dan promosi penjualan dengan pemanfaatan teknologi informasi dan internet berbasis website (Friadi, Satriawan, Windayati, & Yantri, 2024).

4. Kesimpulan

Kegiatan pengabdian dilakukan oleh tim pengabdian dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Nusa Cendana sebagai bentuk kontribusi dalam menyelesaikan permasalahan ekonomi di kalangan masyarakat petani khususnya kelompok tani di Kelurahan Wali, Kecamatan Langke Rembong. Metode penyelesaian permasalahan yang dihadapi oleh petani dalam meningkatkan pendapatan petani adalah dengan memberikan Pelatihan Peningkatan Nilai Produk Holtikultura Berbasis Digitalisasi Pada Kelompok Tani Langke Rembong. Kegiatan pengabdian telah memberikan transformasi ilmu dan penerapan secara langsung peningkatan nilai produk hasil tani holtikultura dan pemasaran secara online untuk mendukung peningkatan ekonomi kelompok tani. Kegiatan monitoring dan evaluasi terus dilakukan oleh tim Pengabdian Masyarakat sebagai bentuk pendampingan kepada Kelompok Tani Makmur, Kelompok Tani Ca Nai, Kelompok Tani Wetik Rengket, Kelompok Tani Bantang Cama Dan Kelompok Tani Kartika agar terus mengembangkan pengolahan hasil tani holtikulutra menjadi produk yang dapat langsung dikonsumsi oleh konsumen akhir. Selain itu juga kegiatan monitoring tetap dilaksanakan pada pemasaran secara online melalui facebook agar jangkauan pasar hasil tani pertanian holtikultura dari kelompok tani di Langke Rembong dapat berkembang dengan baik.

Limitasi dan studi lanjutan

Keterbatasan dari Pelatihan Peningkatan Nilai Produk Holtikultura Berbasis Digitalisasi Pada Kelompok Tani Langke Rembong adalah terfokus kepada peningkatan kemampuan kelompok tani dalam pentingnya mengembangkan atau meningkatkan nilai guna hasil tani pertanian holtikultura dan bagaimana kelompok tani di Langke Rembong dapat memanfaatkan medi sosial untuk memperluas pasar dan tidak memberikan sosialisasi dan pelatihan untuk mendistribusikan hasil tani tersebut kepada restoran dan hotel yang ada di daerah pariwisata Labuan Bajo, sehingga perlu dilakukan kegiatan lanjutan berupa pelatihan dan pendampingan untuk distribusi hasil tani pertanian holtikultura.

Ucapan terima kasih

Tim pengabdian mengucapkan terimakasih kepada Prodi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Nusa Cendana yang telah memberikan dukungan dalam penyelenggaraan kegiatan pengabdian ini. Dan kami mengucapkan terimakasih kepada Kelompok Tani Makmur, Kelompok Tani Ca Nai, Kelompok Tani Wetik Rengket, Kelompok Tani Bantang Cama Dan Kelompok Tani Kartika dan pemerintah kecamatan Langke Rembong, Kabupaten Manggarai, Provinsi Nusa Tenggara Timur yang telah memberikan ijin pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat sehingga kegiatan tersebut dapat berjalan dengan baik. Kami juga mengucapkan terimakasih kepada alumni Prodi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusa Cendana yang telah menjadi fasilitator antara tim pengabdian masyarakat dengan kelompok tani di Langke Rembong dan berpartisipasi aktif dalam kegiatan tersebut.

Referensi

- Abbas, D. S., Eksandy, A., Mulyadi, M., Hidayat, I., & Sari, R. U. (2022). Digital Marketing Usaha Kecil dan Menengah Melalui Media Sosial. *Jurnal Pemberdayaan Umat*, 1(1), 29-37. doi:[10.35912/jpu.v1i1.1015](https://doi.org/10.35912/jpu.v1i1.1015)
- Abdurrahman, G., Oktavianto, H., Habibie, E. Y., & Hadiyatullah, A. W. (2020). Pelatihan digital marketing pada UMKM sebagai penunjang kegiatan promosi dan pemasaran. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Manage*, 1(2), 88-92. <https://doi.org/10.32528/jpmm.v1i2.3981>
- Abidin, Z., Harini, T. S., Jati, H., Jutomo, L., Puspitaningtyas, G. D. D., Wannu, S. W., . . . Beti, M. J. (2022). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Badan Usaha Milik Desa sebagai Sentra Produk Pangan Berbasis Jagung dan Mete. *Yumary: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(4), 189-202. <https://doi.org/10.35912/yumary.v2i4.952>
- Adzani, B. A., & Saputra, E. (2022). Pengaruh inovasi dan orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing UMKM kuliner Pasar Lama Tangerang. *Nawasena: Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 1(3), 79-83. <https://doi.org/10.56910/nawasena.v1i3.399>

- 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>
- BPS. (2023). Kabupaten Manggarai Dalam Angka Tahun.
- Dharma, F., Agustina, Y., & Windah, A. (2021). Penerapan Manajemen Keuangan dan Digital Marketing pada Pelaku Usaha Rengginang di Desa Kunjir. doi:<https://doi.org/10.35912/jnm.v1i1.620>
- Djumadil, N., Basuki, N., Sidayat, M., Ibrahim, K., Fatmawati, M., Kaddas, F., & Mahmud, H. (2023). Peningkatan Nilai Tambah Melalui Produk Holtikultura Sayuran Bayam, Kangkung dan Terong di Dusun Bangko Jailolo Selatan Kabupaten Halmahera Barat. *BARAKTI: Journal of Community Service*, 1(2), 53-59.
- Elistyawati, I. A., Sagitarini, L. L., Wendri, I. G. M., & Dewi, N. W. M. S. (2022). PkM, Inovasi Jajan Tradisional Begina di Desa Pesaban Kecamatan Rendang, Karangasem. *Jurnal Abdimas Multidisiplin*, 1(1), 1-8. doi:[10.35912/jamu.v1i1.1448](https://doi.org/10.35912/jamu.v1i1.1448)
- Faisol, A., Paujiah, S., Russel, E., & Ramelan, M. R. (2022). Pelatihan dan Pendampingan Penggunaan Aplikasi Digital dalam Perencanaan Bisnis dan Keuangan BUMDes. *Jurnal Abdimas Multidisiplin*, 1(1), 35-40. doi:[10.35912/jamu.v1i1.1438](https://doi.org/10.35912/jamu.v1i1.1438)
- Friadi, J., Satriawan, B., Windayati, D. T., & Yantri, O. (2024). Pelatihan Media Pemasaran Batik Berbasis Website pada Pengrajin Batik Kampung Kelembak Kota Batam. *Yumary: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 79–86. doi:<https://doi.org/10.35912/yumary.v5i1.3038>
- Gamayuni, R. R., Octary, A. D., & Nurdiono, N. (2024). Pelatihan Penyusunan Harga Pokok Produk dan Laporan Laba Rugi UMKM di Lampung. *Jurnal Abdimas Multidisiplin*, 3(1), 1-8. doi:[10.35912/jamu.v3i1.2677](https://doi.org/10.35912/jamu.v3i1.2677)
- Hidayati, N., Pungkasanti, P. T., & Wakhidah, N. (2020). Pemanfaatan media sosial sebagai digital marketing umkm di kecamatan tembalang semarang. *Abdimasku: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(3), 119-124. <https://doi.org/10.37012/jpkmht.v4i2.1212>
- Husadha, C., Istianingsih, I., Hidayat, W. W., Prasetyo, E. T., Suryati, A., & Suraji, R. (2022). Persiapan Pembuatan Modul Penunjang Jabatan Fungsional Dosen. *Jurnal Pemberdayaan Umat*, 1(1), 1-7. doi:[10.35912/jpu.v1i1.767](https://doi.org/10.35912/jpu.v1i1.767)
- Latif, I. S., Latuconsina, H., & Lesmana, S. J. (2024). Digitalisasi UMKM di Kelurahan Selapajang Jaya: Strategi Social Media Marketing Dalam Menyongsong Era Modern (Digitalization of MSMEs in Selapajang Jaya Village: Social Media Marketing Strategy in Welcoming the Modern Era). *Yumary: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5 (1), 45–55. <https://doi.org/10.35912/yumary.v5i1.2939>
- Pambreni, Y., Udriyah, U., Mumtaz, N. A., & Firmansyah, H. (2023). Optimasi Desain Packaging dan Digital Marketing UMKM Dapoer Umi Navisah. *Jurnal Pemberdayaan Umat*, 2(2), 69-77. doi:[10.35912/jpu.v2i2.1569](https://doi.org/10.35912/jpu.v2i2.1569)
- Putri, L. A., Wulan, M. N., Fihartini, Y., Ambarwati, D. A. S., & Pandjaitan, D. R. (2022). Pendampingan Pengembangan Pemasaran Digital Pada BUMDes Artha Jaya, Desa Yogyakarta Selatan. doi:<https://doi.org/10.35912/jnm.v2i1.1442>
- Roslina, R., Jimad, H., & Mardiana, N. (2023). Pemasaran Media Sosial Produk Kelompok Wanita Tani Desa Sungai Langka. *Yumary: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(4), 219-223. <https://doi.org/10.35912/yumary.v3i4.1851>
- Saragih, S., Nur, N., Junita, I., Kristine, F., Mariana, A., Widiastuti, R., & Lu, C. (2024). Penguatan Daya Saing UMKM melalui Pelatihan Manajemen Kualitas. *Yumary: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(3), 337–346. doi:<https://doi.org/10.35912/yumary.v4i3.2661>
- Soetiyani, A., Lukiyana, L., Ariandi, A., Kamaruddin, M. J., & Jundi, M. (2024). Sosialisasi: Manfaat E-commerce Untuk Meningkatkan Penjualan Pada UMKM Obat. *Yumary: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 69–77. doi:<https://doi.org/10.35912/yumary.v5i1.2965>
- Sukandi, P. (2023). Pengusaha Kecil Naik Kelas, Pelatihan Wirausaha Desa Tingkat Provinsi Jawa Barat. *Jurnal Abdimas Multidisiplin*, 2(1), 21-26. doi:[10.35912/jamu.v2i1.1949](https://doi.org/10.35912/jamu.v2i1.1949)
- Tabrani, M., Apriliah, W., Ardiansyah, D., & Ermawati, E. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Dalam Peningkatan Branding Yayasan Rumah Harapan Karawang. *Prawara Jurnal ABDIMAS*, 1(1), 16-22. <https://doi.org/10.63297/abdimas.v1i1.12>

- Utama, F. R. (2023). Sosialisasi Produk-Produk Bank Syariah Sebagai Solusi Riba. *Jurnal Nusantara Mengabdi*, 3(1), 39-46. doi:[10.35912/jnm.v3i1.2664](https://doi.org/10.35912/jnm.v3i1.2664)
- Wahyudi, H., Usman, M., & Palupi, W. A. (2023). Penyuluhan Ekonomi Syariah bagi Generasi Milenial. *Jurnal Abdimas Multidisiplin*, 2(1), 1-9. doi:[10.35912/jamu.v2i1.1909](https://doi.org/10.35912/jamu.v2i1.1909)
- Yustianto, B. P. (2024). Seminar dan Pelatihan “Belajar Jarak Jauh Dengan E-Learning bagi Mahasiswa STIE Krakatau”. *Jurnal Abdimas Multidisiplin*, 3(1), 33-43. doi:[10.35912/jamu.v3i1.5313](https://doi.org/10.35912/jamu.v3i1.5313)