



Terbit *online* pada laman web jurnal : <http://wartaandalas.lppm.unand.ac.id/>

Warta Pengabdian Andalas

Jurnal Ilmiah Pengembangan dan Penerapan Ipteks

ISSN (Print) 0854-655X | ISSN (Online) 2797-1600

Penyediaan Toko Digital Pasar Rabu Tani untuk Pelaku Usaha Pangan Skala Kecil di Kota Padang

Eli Ratni¹, Virtuous Setyaka², dan Donny Eros³

¹Fakultas Peternakan, Universitas Andalas, Kampus Limau Manis, Padang, 25163. Indonesia

²Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Andalas, Kampus Limau Manis, Padang, 25163. Indonesia

³Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Andalas, Kampus Limau Manis, Padang, 25163. Indonesia

E-mail: eratni@ansci.unand.ac.id

Keywords:

Covid-19,
dietary needs,
digital store,
pandemic,
online market

ABSTRACT

Pasar Rabu Tani (PRT) is an online media for buying and selling transactions between producers and consumers of food needs, in the form of a digital shop on the site <https://pasarrabutani.com/>. PRT created an alternative form of the market by uniting small-scale food business actors in a cooperative called the Koperasi Pemasaran Mandiri dan Merdeka. Due to the Covid-19 pandemic, PRT must shift the marketing system from conventional direct meetings between producers and consumers to a contextual system where producers and consumers cannot have direct meetings. Digital stores are one of the solutions for market media during a pandemic by utilizing information and communication technology products. The management of this market in terms of buying and selling is carried out by special operators who act as website managers, data administrators, and delivery personnel. The methods used were enhancing product quality by producers, socializing the online shopping system to consumers, and assisting operators of PRT in running a business. The digital strategy in the marketing and transactions of food products makes it easy for managers to obtain a database of potential producers and products and a database of possible consumer performance, both from within and outside West Sumatra. Digital stores that are displayed online, of course, reach consumers without space and time limits, which affects increasing producer income.

Kata Kunci:

Covid-19,
pandemi,
pangan, pasar
daring, toko
digital

ABSTRAK

Pasar Rabu Tani (PRT) merupakan media daring untuk transaksi jual beli antara produsen dan konsumen kebutuhan pangan, dalam bentuk toko digital pada situs <https://pasarrabutani.com/>. PRT menciptakan bentuk pasar alternatif, dengan menyatukan pelaku usaha pangan skala kecil dalam wadah Koperasi, namanya Koperasi Pemasaran Mandiri dan Merdeka. Akibat pandemi Covid-19, PRT harus mengalihkan sistem pemasaran dari konvensional dalam arti pertemuan langsung antara produsen dan konsumen, ke sistem kontekstual ketika produsen dan konsumen tidak bisa melakukan pertemuan langsung. Toko digital adalah salah satu solusi untuk media pasar ketika pandemi, dengan memanfaatkan produk teknologi informasi dan komunikasi. Pengelolaan pasar ini dalam teknis jual-beli dilakukan oleh operator khusus yang berperan sebagai pengelola website, administrator data, dan tenaga pengantaran. Metode yang dilakukan adalah pendampingan peningkatan kualitas produk oleh produsen, sosialisasi sistem belanja online ke konsumen, dan pendampingan operator PRT dalam menjalankan bisnis. Sistem digital yang diterapkan dalam pemasaran dan transaksi produk pangan, memberikan kemudahan pengelola untuk memperoleh database produsen dan produk potensial, dan database performa konsumen potensial, baik dari dalam maupun luar Sumatera Barat. Toko digital yang ditampilkan secara daring, tentunya menjangkau konsumen tanpa batas ruang dan waktu, yang berpengaruh pada peningkatan pendapatan produsen.

PENDAHULUAN

Pasar Rabu Tani, dengan akronim PRT, berawal dari inisiasi pembentukan suatu wadah pertemuan langsung antara petani dan pembeli hasil tani, pada bulan Desember 2019. Wadah tersebut lebih tepat jika berbentuk Koperasi. Fungsi dan peran koperasi adalah membangun dan mengembangkan potensi dan kemampuan ekonomi anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi dan sosial (UU Nomor 25 pasal 4.a., 1992). Koperasi adalah sebuah entitas bisnis yang bisa diciptakan dengan modal atau kapital tanpa minimal, selama ada para anggotanya. Koperasi dimulai dari siapapun yang ada dengan apapun yang tersedia, karena prinsip dasarnya adalah kekeluargaan dan gotong royong. Dalam koperasi, pemenuhan kebutuhan para anggotanya adalah prioritas utama, sehingga ketika pangan menjadi kebutuhan dasar secara umum bagi siapapun, maka kelompok tani yang berkoperasi menjadi benteng utama bagi produksi dan konsumsi pangan di masyarakat.

Segmentasi pasar utama oleh PRT adalah sivitas akademika Universitas Andalas, sebagai kelompok terdekat dari ekosistem yang telah ada di lingkungan kampus. Penggiat pertanian, peternakan, dan pemilik Industri Rumah Tangga, sebagai produsen pelaku usaha pangan (UU Nomor 18, 2012) yang berada di sekitaran kampus membutuhkan konsumen untuk menyerap hasil produksi mereka. Sebaliknya, komunitas akademik sebagai konsumen, sudah pasti membutuhkan produk untuk pemenuhan kebutuhan pokok pangan. Kelemahan produsen adalah belum melakukan transaksi langsung, dan kelemahan konsumen adalah memiliki alokasi waktu terbatas untuk memilih produk-produk di pasar konvensional. Namun, tidak menutup kemungkinan untuk ekspansi pasar, karena Kecamatan Pauh memiliki dua perguruan tinggi terkemuka di Kota Padang dan Sumatera Barat, yakni Universitas Andalas (UNAND) dan Politeknik Negeri Padang (PNP). Lebih jauh, kota Padang adalah kota terbesar di pantai barat Pulau Sumatra dan ibu kota provinsi Sumatera Barat. Kota ini merupakan pintu gerbang barat Indonesia dari Samudra Hindia, yang merupakan kota inti dari pengembangan wilayah metropolitan Palapa. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2020, kota ini memiliki jumlah penduduk sebanyak 909.040 jiwa.

Koperasi Pemasaran Mandiri dan Merdeka (KMDM) didirikan pada tanggal 20 Januari 2020 oleh sekelompok penggagas yang peduli dengan petani, peternak, nelayan, dan produsen pangan skala kecil yang nasibnya terus terjebak oleh praktik *Ijon*, yakni tengkulak membeli produk pangan sebelum waktu panen dengan harga rendah, bahkan mengikat petani dengan pemberian hutang layaknya rentenir. Sistem ini terpaksa diikuti oleh petani/produsen kecil karena mereka tidak mampu untuk melakukan penjualan langsung ke konsumen. Disamping itu, produsen pangan langsung juga kalah bersaing dengan produsen pangan besar yang berbentuk korporasi transnasional. Dalam konteks inilah semakin relevan untuk membangkitkan eksistensi kelompok produsen kecil langsung melalui Koperasi Pemasaran. Anggota koperasi terdiri dari produsen dan konsumen, yang punya prinsip saling ketergantungan dan saling menguntungkan. Produsen memproduksi produk sehat, ramah lingkungan, dan konsumen mengonsumsi pangan sehat, serta mereka bersama-sama berupaya merawat bumi.

Pasar lokal alternatif ini dimulai dengan memberikan akses kepada pelaku usaha pangan untuk memasarkan hasil panen secara langsung di dalam kampus setiap hari Rabu. KMDM mengundang anggota dan calon anggota, sebagai konsumen, untuk melakukan transaksi jual-beli di Pasar Rabu Tani. Beberapa hal positif yang terbentuk di Pasar tersebut yaitu produk bisa dijual dengan harga akhir, bukan harga rendah seperti harga tengkulak, dan konsumen menerima produk sehat, segar, serta turut andil memberikan opini membangun langsung ke produsen atau koperasi, sesuai kualitas produk yang diinginkan. Kemudian, PRT harus mengalihkan sistem pemasaran dari konvensional dalam arti pertemuan langsung antara produsen dan konsumen, ke sistem kontekstual ketika produsen dan konsumen tidak harus

melakukan pertemuan langsung (Setyaka, 2020). Pasar kontekstual semakin dibutuhkan karena pandemi global Covid-19, yakni pasar daring (*online*) dengan menggunakan beragam produk teknologi informasi dan komunikasi misalnya aplikasi android, situs jejaring internet, bahkan media sosial yang semakin membuktikan eksistensi internet dalam segala sesuatu. KMDM dengan PRT mengupayakan pengembalian ekonomi UMKM sekitar kampus Unand Limau Manis supaya tidak makin terpuruk akibat pandemi Covid-19.

Awalnya, KMDM bertindak spontan dalam kondisi darurat, bahwa hanya menolong produsen berbagai produk pertanian dan peternakan, dengan cara memindahkan pasar nyata menjadi pasar maya. Namun, seiring waktu berjalan, kehadiran pasar daring tersebut lebih jauh memberikan kemudahan untuk konsumen di masa pandemi. Himbauan pemerintah kepada masyarakat untuk melakukan pekerjaan dari rumah (*working from home*) dan menjaga jarak secara fisik (*social/physical distancing*) serta kebijakan beberapa pemerintah daerah yang mengimplementasikan karantina wilayah secara parsial dan melakukan pembatasan kegiatan di keramaian, telah membuat perubahan situasi yang baru di hampir semua aspek kehidupan, termasuk perubahan pola rantai pasok pangan.

Penyediaan toko online ini mendesak untuk dilakukan, mengingat darurat perekonomian masyarakat sudah terjadi akibat pandemi Covid-19, terutama untuk kalangan masyarakat bawah, yang pemenuhan kebutuhan hidup didapatkan dari hasil panen dan berdagang harian. Ketika hasil analisis diperoleh, maka peternak, akademisi dan pihak terkait bisa merumuskan strategi paling tepat untuk memasarkan secara daring produk-produk peternakan. Disamping itu, Masyarakat tidak siap dengan adanya pandemi dan juga kebijakan-kebijakan pemerintah, seperti keharusan mengikuti protokol kesehatan karena Covid-19, komunikasi dengan sesama melalui jaringan internet, serta pemberlakuan era kelaziman baru (*New Normal*) di tengah-tengah masyarakat.

Tujuan dan manfaat kegiatan, yakni 1) meningkatkan pemasaran produk oleh pelaku usaha pangan skala kecil atau lokal, 2) memudahkan konsumen untuk akses pasar kebutuhan pangan pokok di masa dan setelah pandemi Covid-19, dan 3) mendampingi pengelola untuk mengoperasikan toko digital.

METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat sudah dilakukan semenjak bulan Desember 2019, yang diawali dengan tahap survei tentang kebutuhan bahan pangan Sivitas Akademika Unand. Tahap selanjutnya, dilakukan identifikasi produk-produk lokal yang berpotensi untuk dipasarkan, sejumlah produsen diajak untuk mendaftar melalui isian formulir *Google Form*. Pengelola Pasar Rabu Tani oleh KMDM, mengelompokkan produk-produk yang belum memiliki Sertifikat Produksi Pangan Industri Rumah Tanggah (SPP-IRT), MD BPOM, dan sertifikat Halal. Demikian juga halnya dengan legalitas usaha seperti NIB, tim juga melakukan pendataan untuk status usaha produsen PRT.

Tim pengabdian melakukan pendampingan intensif peningkatan kualitas produk dan unit usaha, mulai dari pemberian Pelatihan Keamanan Pangan (PKP) sebagai syarat untuk pengurusan sertifikat P-IRT. Produsen PRT memperoleh pelatihan, pengurusan P-IRT, dan Halal dari Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Unand. Tahap selanjutnya, proses penyediaan website Pasar Rabu Tani yang diisi dengan menu tampilan foto dan deskripsi produk-produk yang sudah dioptimasi, dan sistem belanja online dimulai dari tanggal 1 Juni 2020. Tahapan-tahapan kegiatan dicantumkan pada Tabel 1.

Tim pengabdian mendampingi produsen dan konsumen, yakni untuk Produsen, membuka pendaftaran produk-produk yang dihasilkan oleh pelaku usaha pangan skala kecil, menuliskan deskripsi dan keunggulan produk, dan mengirimkan foto terbaik produk yang akan dipublikasikan di website. Pengelola menghubungi produsen dengan mengirimkan kontrak

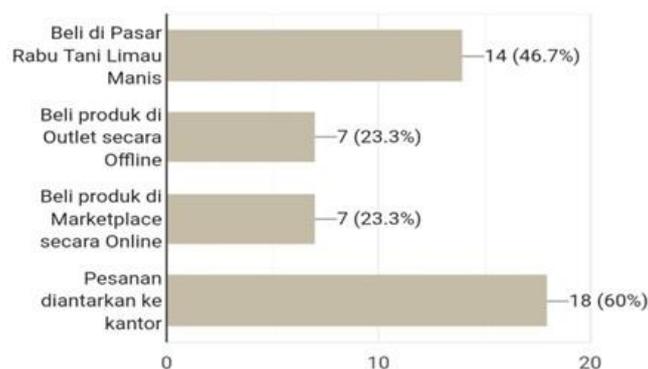
kerjasama, jika produsen menyepakati sistem yang disediakan, maka produk segera tayang di website. Kontrak kerjasama berupa penjelasan tentang sistem yang dijalankan. Membina pelaku usaha pangan skala kecil sebagai produsen di Pasar Rabu Tani, melalui komunikasi intensif di grup WA, mendaftarkan sebagai peserta pelatihan, dan P-IRT. Segi Konsumen, operator PRT menyediakan panduan belanja di website dan menyebarkan video tutorial cara berbelanja online. Disamping itu, untuk proses sosialisasi dilakukan publikasi artikel populer di e-media massa dan mengadakan seminar-seminar untuk pengenalan toko digital pasarrabutani.com.

Tabel 1. Tahapan Kegiatan

No.	Kegiatan	Metode
1.	Survei kebutuhan bahan pangan, cara belanja, dan alokasi budget belanja per bulan oleh potensial konsumen	Survei dan analisis
2.	Melakukan pendataan produk pelaku usaha pangan lokal dan mendampingi produsen untuk memproduksi produk yang berkualitas, pelatihan Keamanan Pangan, pendampingan pengurusan izin P-IRT dan Halal	Pendataan dan pendampingan
3.	Menawarkan produk-produk ke target konsumen untuk melakukan transaksi di Pasar Rabu Tani	Pendampingan
4.	Menyediakan grup WA khusus produsen dan konsumen PRT	Pendampingan
5.	Membuat alamat email, akun Instagram, FB <i>fanspage</i> , dan WA bisnis PRT-KMDM	Pendampingan
6.	Menjalankan Pasar Rabu Tani secara <i>online</i> dan sistem <i>delivery</i> ke rumah-rumah konsumen	Pendampingan
7.	Melakukan evaluasi terhadap kegiatan berjalan	Evaluasi

HASIL DAN PEMBAHASAN

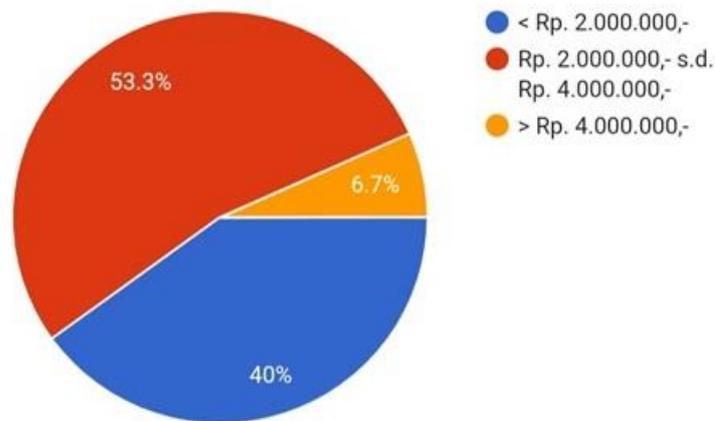
Teknologi yang sudah dimanfaatkan oleh Pasar Rabu Tani adalah pemasaran digital berbasis website atau *web commerce*, yaitu <https://pasarrabutani.com>. Situs ini mulai dioperasikan dari tanggal 1 Juni 2020, berdasarkan kebutuhan mendesak dalam hal teknis pemenuhan kebutuhan pangan harian masyarakat saat wabah Covid-19 menyebar dengan cepat di Sumatera Barat. Masyarakat belum siap dan sigap atas bencana non alam ini, sementara semua kegiatan di luar rumah harus dibatasi sesuai arahan pemerintah daerah dan pusat. Koperasi Pemasaran Mandiri dan Merdeka yang baru lahir kala itu, harus melakukan adaptasi sistem pemasaran konvensional ke sistem daring. Pengelola Pasar Rabu Tani melakukan jajak pendapat sederhana tentang teknis pemenuhan kebutuhan harian masyarakat, melalui pengisian Google Form (Gambar 1).



Gambar 1. Cara yang dipilih oleh konsumen untuk belanja kebutuhan harian

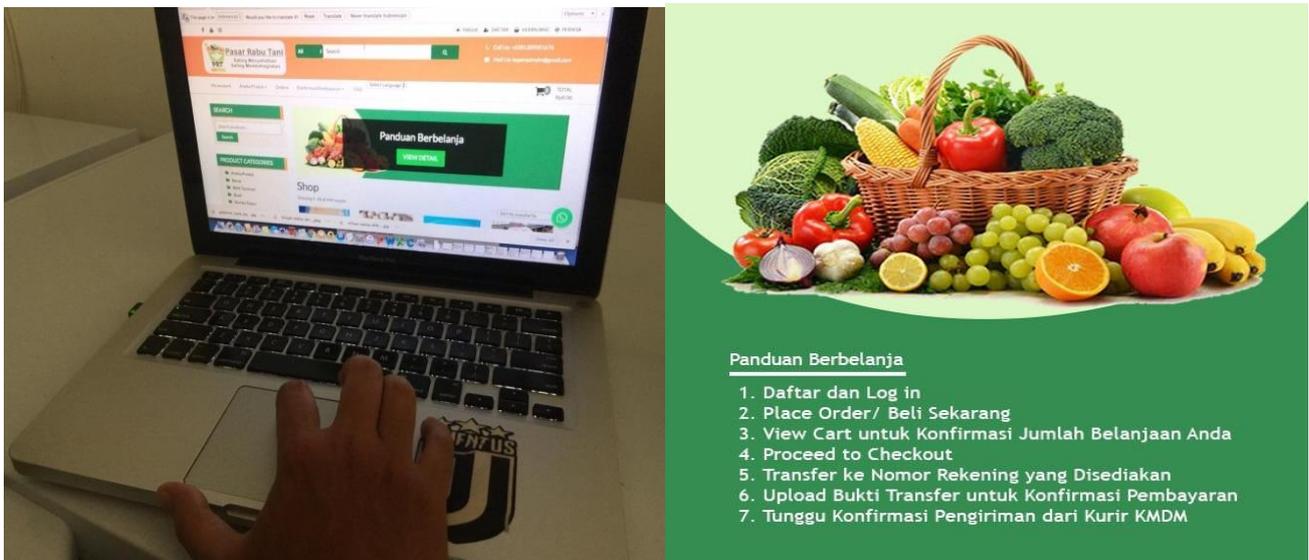
Berdasarkan Gambar 1, pengelola Pasar Rabu Tani mendapatkan kesimpulan, bahwa sebagian besar konsumen merasa aman dan nyaman jika belanja diantarkan ke alamat masing-masing, yakni kantor saat itu. Selanjutnya, pilihan kedua adalah dengan cara belanja offline di toko Pasar Rabu Tani yang berlokasi di sekitaran Kampus Unand. Sehubungan dengan semakin merebaknya kasus infeksi Covid-19, sehingga menyebabkan muncul regulasi *Work from Home* (WFH) untuk semua pegawai kantor dan kampus, maka produk yang dipesan harus diantarkan ke rumah konsumen se-kota Padang. Kondisi ini mengharuskan adanya tim kurir dengan kebutuhan teknis khusus tentang bisnis *delivery order*.

Gambar 2 merupakan hasil survei tim Pasar Rabu Tani dan pengurus KMDM tentang anggaran belanja bahan pangan oleh konsumen (dosen dan staf Unand) setiap rumah tangga per bulan. Persentase paling tinggi berada pada anggaran Rp. 2.000.000,- s.d. Rp. 4.000.000,- per bulan, yakni 53,3%.

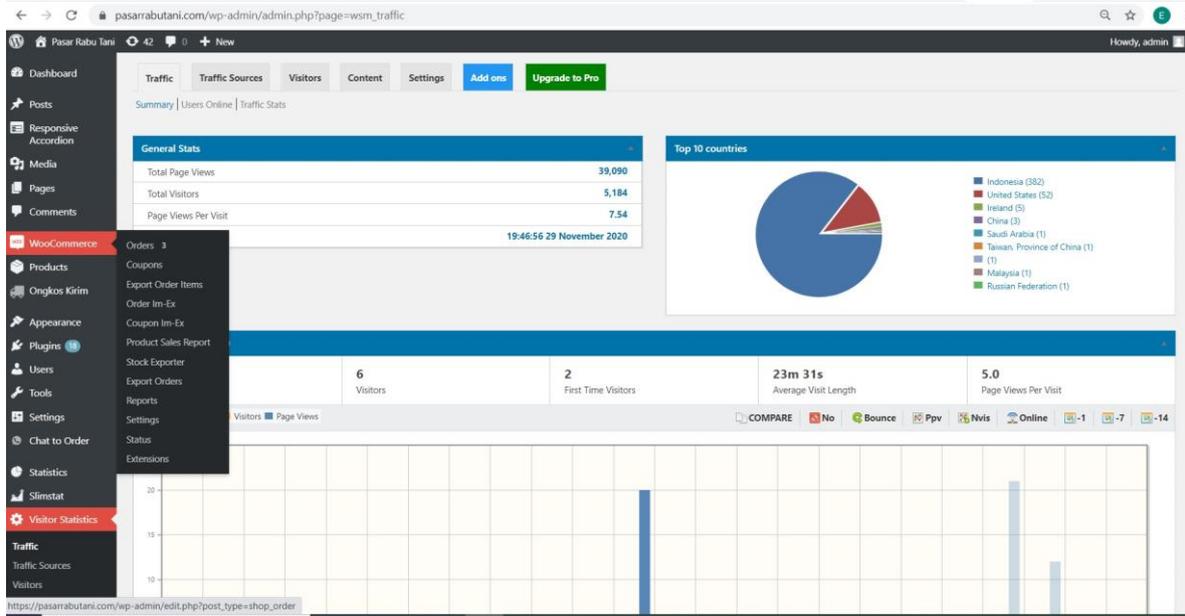


Gambar 2. Persentase anggaran belanja bahan pangan target konsumen per bulan

Pasar Rabu Tani dijalankan oleh empat orang operator, terdiri dari 1 orang admin website dan WA, 1 orang tenaga marketing dan admin media sosial, dan 2 orang kurir tetap dan *freelance*. Sistem digital yang diterapkan dalam pemasaran dan transaksi produk pangan, memberikan kemudahan pengelola untuk memperoleh database produsen dan produk potensial, dan database performa konsumen potensial, baik dari dalam maupun luar Sumatera Barat.



Gambar 3. Website pasarrabutani.com dan Panduan Berbelanja online untuk konsumen



Gambar 4. Gambaran trafik akses laman pasarrabutani.com oleh pengunjung (Sumber: Info statistik website pasarrabutani.com)

Membangun Ekosistem Pemanfaatan IPTEK dengan Koperasi

KMDM bekerjasama dengan LPPM UNAND dalam rangka memperingati Hari Koperasi Nasional menyelenggarakan Seminar Online yang menghadirkan:

13 Juli 2020 / jam 09.00 - 12.00

Pendaftaran <https://tinyurl.com/SemOK-2>
Kontak: **Virtuous +62 81268124099**

Prof. Dr. Ir. Helmi, MSc
Tim Ahli KMDM

Dr. Henmaidi, S.T., M.Eng.Sc., Ph.D.
MoT for Andalasian Character Education

Dr.-Ing. Ir. Uyung Gatot S. Dinata, M.T.
Ketua LPPM Universitas Andalas

Eli Ratni, S.Pt. M.P.
Direktur Pasar Rabu Tani KMDM

Yose Hendra, S.S., M.Hum.
Redaktur Langgam Id

Prof. Dr. Yuliandri, SH, MH
Rektor Universitas Andalas

Dr. Henny Herwina, M.Sc.
Moderator:
Direktur KMDM Broadcasting Network (KBN)

Gambar 5. Salah satu bentuk proses edukasi masyarakat tentang pentingnya ketersediaan PRT

Kecamatan Pauh memiliki dua perguruan tinggi terkemuka di Kota Padang dan Sumatera Barat, yakni Universitas Andalas (UNAND) dan Politeknik Negeri Padang (PNP). Pauh juga memiliki dua SMA Negeri yaitu SMA Negeri 9 Padang dan SMA Negeri 15 Padang. Selain itu, juga ada satu SMK Negeri yang berada di bawah Kementerian Perindustrian yaitu SMK SMAK Padang. Berdasarkan potensi konsumen ini, maka PRT menangkap peluang pasar untuk menjadi jembatan penghubung antara produsen, yakni petani, peternak, dan produsen kecil lokal, dengan konsumen yang membutuhkan produk pangan sehat dan segar dengan alokasi waktu yang singkat. Lokasi konsumen tersebut bisa dijangkau dalam radius 3 – 10 km dari ruang operasional PRT. Sehingga performa konsumen yang menjadi target adalah keluarga

yang kesehariannya aktif bekerja di kantor, baik kampus atau pun sekolah, yang memiliki waktu terbatas untuk berada di pasar dan di dapur. Berdasarkan hal tersebut, maka pemecahan masalahnya dengan solusi belanja **praktis, sehat, dan segar** di Pasar Rabu Tani. Disamping hal tersebut, terkait dengan kelaziman baru (New Normal) maka dihadirkan sistem pembayaran belanja yang *Cashless* dan sistem *delivery* pesanan pelanggan oleh kurir toko (Hendra, 2020).

Praktis, diartikan ketika konsumen menghabiskan waktu singkat hanya sekitar 5-10 menit untuk membuat orderan di website *pasarrabutani.com*, karena data *user* sudah tersimpan secara digital. Disamping itu, produk yang disediakan berupa produk olahan setengah jadi yang mudah untuk segera diproses di dapur rumah tangga, seperti Ayam Ungkep frozen, Daging Dendeng frozen, Ikan dan Udang Berbumbu frozen, Bakso dan Tahu Bakso frozen, dan makanan selingan rumahan (*homemade*) lainnya yang disimpan dalam keadaan beku, serta ada paket sayur segar potong yang bisa dimasak dalam waktu 5-10 menit. **Sehat**, disebabkan produk-produk yang dipilih konsumen merupakan produk yang sehat, seperti beras organik, lauk organik, sayuran hidroponik dan aquaponik yang bebas pestisida, dan bahan pangan olahan dapur rumah tangga yang tanpa pengawet buatan. Disamping itu, produk-produk yang dipasarkan sebisa mungkin dikemas dengan kemasan yang ramah lingkungan. **Segar**, disebabkan konsumen memilih produk yang diproduksi untuk jangka waktu yang pendek, karena tidak menggunakan bahan pengawet buatan. Khusus sayuran bebas pestisida, akan dipanen ketika pesanan diterima oleh admin website *pasarrabutani.com*.



Gambar 6. Kegiatan harian oleh operator di gudang *pasarrabutani.com*; melayani produsen (*offline*) dan konsumen (*online*)

KESIMPULAN DAN SARAN

Toko digital Pasar Rabu Tani, dengan platform <https://pasarrabutani.com/> menjangkau pengenalan produk tanpa batas ruang dan waktu di dunia maya, namun masih perlu dikembangkan secara berkelanjutan. Kualitas dan kuantitas produk yang dipublikasikan perlu ditingkatkan, pengelolaan manajemen bisnis dan keahlian sumber daya manusia yang terlibat

dalam operasional harian juga harus diperbaiki. Bagi produsen: sistem belanja daring (online) mempunyai potensi untuk peningkatan pemasaran produk. Bagi konsumen: sistem belanja daring (online) menghemat waktu dan mendukung gerakan *social distancing*. Toko digital memudahkan pengelola untuk membaca data trafik perkembangan bisnis. Disarankan untuk melakukan survei lanjutan tentang uji kualitas setiap produk, survei kepuasan konsumen dengan kualitas produk dan pelayanan operator, kecenderungan pemilihan karakteristik produk oleh segmen pasar, pendampingan berkelanjutan setiap produsen untuk menjadi usaha yang berkembang.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua anggota Koperasi Pemasaran Mandiri dan Merdeka (KMDM) atas dukungan dan masukannya, sehingga Pasar Rabu Tani bisa beroperasi secara digital. Ucapan terima kasih juga untuk semua konsumen PRT, baik yang dimulai dari pasar konvensional maupun sudah beroperasi secara daring, atas saran dan kritiknya untuk kebaikan semua pihak, yakni produsen, pengelola, dan konsumen. Dukungan untuk pengembangan inovasi Pasar Rabu Tani diberikan oleh Universitas Andalas melalui Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) dan Science Techno Park Unand.

DAFTAR PUSTAKA

- Undang-undang Republik Indonesia No. 25 Tentang Perkoperasian. 1992. Jakarta.
- Undang-undang Republik Indonesia No. 18 Tentang Pangan. 2012. Jakarta.
- Badan Pusat Statistik Kota Padang. 2020. Jumlah Penduduk Menurut Jenis Kelamin (Jiwa), 2018-2020. <https://padangkota.bps.go.id/indicator/12/31/1/jumlah-penduduk-menurut-jenis-kelamin.html>. Diakses tanggal 20 Januari 2021.
- Setyaka, V. 2020. Pasar Rabu Tani Dan Pandemi Covid-19. <https://beritasumbar.com/pasar-rabu-tani-dan-pandemi-covid-19/>. Diakses tanggal 20 Januari 2021.
- Hendra, Y. 2020. Pasar Rabu Tani, Solusi Pangan Aman di Tengah Pandemi. <https://langgam.id/pasar-rabu-tani-solusi-pangan-aman-di-tengah-pandemi/>. Diakses tanggal 30 Desember 2020.