

**FARM AND GO: RANCANG BANGUN SISTEM INFORMASI BERBASIS APLIKASI
DIGITAL SEBAGAI OPTIMALISASI PENJUALAN HASIL PERTANIAN*****Farm And Go: Design Of Information Systems Based On Digital Applications As
Optimization Of Agricultural Product Sales***

Desak Nyoman Sri Ratih Rahmaswari, Ni Made Deliabudi Apriliapatni,
Ida Ayu Candra Sawitri, dan Burhannuddin
Poltekkes Kemenkes Denpasar

ABSTRACT

Agriculture is considered one of the factors with the largest role in increasing foreign exchange by around 60% of the Indonesian people. Field surveys conducted in South Batur Village, Kintamani District, Bangli Regency, Bali found that agricultural products are still marketed in a traditional way by hawkers or distributed to the nearest market which makes the marketing of agricultural products less optimal so that it can cause low selling value of agricultural products, especially in the harvest season. Based on this, the research team made the Farm and Go application innovation which is a digital application to be able to bring together a list of buyer requests with agricultural product stock offers. This application not only provides an opportunity for buyers to find products from farmers like buying and selling applications in general, but farmers can also see requests for agricultural products from buyers so that farmers can directly make offers and increase sales opportunities. This study aims to determine the potential and interest of respondents in the Farm and Go application in optimizing the sale of agricultural products. The research includes analyzing the situation with field observations and literature studies, designing Farm and Go application mockups, and assessing respondents' assessment of the application design through filling out questionnaires. The application will include a homepage, main menu, farmer menu, and consumer menu. From the survey data, each question has a significant weight of 4.73% by farmers and 4.61% by consumers which shows support for the Farm and Go application.

Keywords: Apps, Farm and Go Marketing, Partners,

ABSTRAK

Pertanian dianggap sebagai salah satu faktor dengan peran terbesar dalam peningkatan devisa negara oleh sekitar 60% rakyat Indonesia. Survey lapangan yang dilakukan di Desa Batur Selatan, Kecamatan Kintamani, Kabupaten Bangli, Bali didapatkan bahwa hasil pertanian masih dipasarkan dengan cara tradisional oleh pedagang asongan maupun didistribusikan ke pasar terdekat yang membuat pemasaran hasil pertanian kurang maksimal sehingga dapat menyebabkan rendahnya nilai jual hasil pertanian terutama di musim panen. Berdasarkan hal tersebut, tim peneliti membuat inovasi aplikasi *Farm and Go* yang merupakan aplikasi digital untuk dapat mempertemukan daftar permintaan pembeli dengan penawaran stok hasil pertanian. Pada aplikasi ini tidak hanya memberi kesempatan pada pembeli untuk mencari produk dari petani seperti aplikasi jual-beli pada umumnya, namun petani juga dapat melihat permintaan hasil pertanian dari pembeli sehingga petani dapat langsung melakukan penawaran dan meningkatkan peluang penjualan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui potensi dan ketertarikan responden terhadap aplikasi *Farm and Go* dalam optimalisasi penjualan hasil pertanian. Penelitian meliputi analisis situasi dengan observasi lapangan dan studi literatur, perancangan mockup aplikasi *Farm and Go*, serta penilaian responden terhadap rancangan aplikasi melalui pengisian kuesioner. Pada aplikasi yang

dibuat akan memuat beranda, menu utama, menu petani, dan menu konsumen. Dari data hasil survei tersebut, masing-masing pertanyaan memiliki bobot yang signifikan yaitu 4,73% oleh petani dan 4,61% oleh konsumen yang menunjukkan dukungan kepada aplikasi *Farm and Go*.

Kata kunci: Aplikasi, *Farm and Go*, Mitra, Pemasaran

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara agraris yang menjadikan pertanian sebagai salah satu mata pencaharian utama masyarakatnya. Menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS) di tahun 2018 terdapat hingga 27,68 juta rumah tangga petani yang terbagi dalam beberapa sektor (Johan *et.al*, 2022). Menurut Undang-Undang No. 16 Tahun 2006 Tentang Sistem Penyuluhan Pertanian, Perikanan, dan Kehutanan (UU SP3K), pertanian adalah seluruh kegiatan yang meliputi usaha hulu, usaha tani, agroindustri, pemasaran, dan jasa penunjang pengelolaan sumber daya alam hayati dalam agroekosistem yang sesuai dan berkelanjutan, dengan bantuan teknologi, modal, tenaga kerja, dan manajemen untuk mendapatkan manfaat sebesar-besarnya bagi kesejahteraan masyarakat (Vintarno *et.al*, 2019). Sektor pertanian bukan hanya menjadi sumber pendapatan masyarakat, namun juga dapat memengaruhi kondisi perekonomian nasional (Kusumaningrum, 2019). Bahkan sektor pertanian dianggap sebagai penyelamat perekonomian di masa pandemi ditunjukkan dengan pertumbuhan positif pada sektor pertanian pada tahun 2020 – 2021 ketika sektor lain mengalami penurunan (Utami, 2022).

Pertanian dianggap sebagai salah satu faktor dengan peran terbesar dalam peningkatan devisa negara oleh sekitar 60% rakyat Indonesia (Kusumaningrum, 2019). Sayangnya, nilai jual hasil pertanian masih cenderung rendah. Dilansir dari Portal Berita Kalimantan, para petani di Kecamatan Talisayan, Kabupaten Berau, Kalimantan Timur mengeluhkan sulitnya memasarkan hasil produksi dan rendahnya harga jual pada tengkulak. Survey lapangan yang dilakukan di Desa Batur Selatan, Kecamatan Kintamani, Kabupaten Bangli, Bali didapatkan bahwa hasil pertanian masih dipasarkan dengan cara tradisional oleh pedagang asongan maupun didistribusikan ke pasar terdekat. Hal ini membuat pemasaran hasil pertanian kurang maksimal sehingga dapat menyebabkan rendahnya nilai jual hasil pertanian terutama di musim panen. Selama ini, Pemerintah berupaya membuat berbagai kebijakan untuk peningkatan sektor pertanian. Namun program yang dijalankan belum cukup efisien dibuktikan dengan tidak pernah tercapainya target di sektor pertanian di Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) 2010-2014 (Oelviani *et.al*, 2022). Hal ini menunjukkan bahwa diperlukan strategi pemasaran yang dapat meningkatkan nilai jual hasil pertanian.

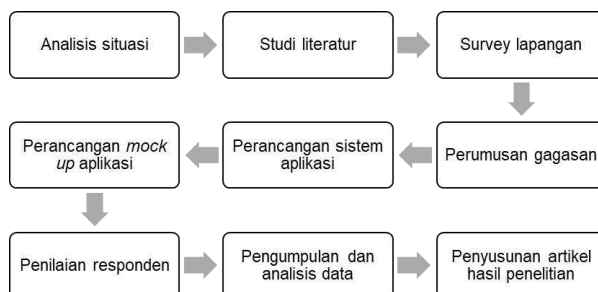
Seiring perkembangan zaman dan perkembangan ilmu pengetahuan, digitalisasi hadir sebagai upaya mempermudah kehidupan masyarakat. Digitalisasi sendiri mengacu pada pemanfaatan teknologi dan data digital yang bertujuan untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi proses kegiatan yang ada. Pada sistem pertanian digitalisasi pertanian dapat diartikan sebagai perubahan cara yang dilakukan di seluruh aspek pertanian, mulai dari pengolahan hingga pemasaran dengan memanfaatkan teknologi terkini terkait era industri 4.0 (Oktavia dan Fathin, 2022). Teknologi digital telah dimanfaatkan dalam berbagai sektor, termasuk sektor ekonomi yang dikenal dengan digital marketing. Digital marketing merupakan perwujudan dari penerapan, penggunaan atau pemanfaatan dari teknologi dalam proses pemasaran yang mulai dikenap pada awal tahun 1990 (Rapitasari, 2016). Dengan demikian, konsep digital marketing

dapat dimanfaatkan untuk pemasaran hasil pertanian. Sayangnya, aplikasi digital marketing yang telah ada saat ini hanya memungkinkan para penjual untuk mengunggah produknya dan menunggu para pembeli untuk datang. Di sisi lain, pilihan produk atau penjual yang muncul pada beranda pembeli mengikuti algoritma dan ketenaran akun tertentu sehingga tidak memberikan kesempatan yang sama pada seluruh penjual untuk mendapatkan konsumen. Berdasarkan hal tersebut, tim peneliti merasa diperlukan adanya digital marketing yang dapat memberikan kesempatan kepada penjual untuk turut mengetahui permintaan pasar (kebutuhan konsumen) dan menemukan pembeli.

Farm and Go merupakan aplikasi digital yang dapat mempertemukan daftar permintaan pembeli dengan penawaran stok hasil pertanian. Pada aplikasi ini tidak hanya memberi kesempatan pada pembeli untuk mencari produk dari petani seperti aplikasi jual-beli pada umumnya, namun petani juga dapat melihat permintaan hasil pertanian dari pembeli sehingga petani dapat langsung melakukan penawaran dan meningkatkan peluang penjualan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui potensi dan ketertarikan responden terhadap aplikasi *Farm and Go* dalam optimalisasi penjualan hasil pertanian. Penelitian meliputi analisis situasi dengan observasi lapangan dan studi literatur, perancangan mockup aplikasi *Farm and Go*, serta penilaian responden terhadap rancangan aplikasi melalui pengisian kuesioner.

METODE

Jenis penelitian yang dilakukan bersifat deskriptif dengan metode observasi lapangan dan studi literatur. Alur penelitian dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Alur Penelitian

Analisis situasi

Analisis situasi dilakukan untuk mengetahui masalah-masalah yang berhubungan dengan rendahnya nilai jual hasil pertanian untuk selanjutnya diupayakan solusinya berupa gagasan inovasi yang menjadi objek dilakukannya penelitian.

Studi literatur

Studi literatur dilakukan dengan mengumpulkan data hasil penelitian terdahulu dan berita-berita terkait permasalahan pada sektor pertanian. Data yang didapatkan kemudian dikumpulkan untuk dilakukan analisis bersama dengan data hasil survey lapangan.

Survey lapangan

Survey lapangan dilaksanakan pada tanggal 23 September 2023 di Desa Batur Tengah dan Batur Selatan untuk mengetahui potensi hasil pertanian serta metode pemasaran hasil pertanian. Pada survey ini juga dilakukan wawancara pada petani dan pedagang setempat terkait informasi

penjualan hasil pertanian dan kendala-kendala dalam proses pemasaran.

Perumusan gagasan

Perumusan gagasan dilakukan setelah merangkum seluruh data hasil studi literatur dan survey lapangan untuk mengetahui masalah pemasaran hasil pertanian. Perumusan gagasan bertujuan untuk merancang usulan solusi yang diharapkan dapat mengatasi permasalahan yang dirasakan oleh para petani.

Perancangan sistem aplikasi

Usulan solusi yang diputuskan berupa aplikasi digital bernama *Farm and Go* yang dapat membantu proses pemasaran hasil pertanian. Persiapan aplikasi meliputi penelusuran mitra, studi literatur, dan berujung pada perancangan fitur yang akan tersedia pada aplikasi.

Perancangan mockup aplikasi

Perancangan mockup *Farm and Go* dibuat dengan aplikasidesain digital untuk memberi gambaran terkait fitur yang terdapat pada aplikasi beserta fungsinya. Rancangan mockup ini mencakup tampilan layar pada setiap menu yang terdapat pada aplikasi.

Penilaian responden

Penilaian responden dilakukan dengan pengisian kuesioner yang terdiri dari beberapa pertanyaan terkait kesukaan responden terhadap rancangan aplikasi *Farm and Go*. Proses penilaian diawali dengan pemberian mockup *Farm and Go* kepada responden, kemudian responden diminta untuk menjawab 3 pertanyaan dengan memberi skor pada rentang 1 – 5, dengan rincian skor 1 (sangat tidak setuju), 2 (tidak setuju), 3 (netral), 4 (setuju), dan 5 (sangat setuju). Penilaian dilakukan pada dua kelompok responden, yaitu kelompok petani sebagai calon produsen dan masyarakat umum sebagai calon konsumen yang terdiri dari 25 orang responden di setiap kelompok.

Pengumpulan dan analisis data

Data yang dikumpulkan yaitu data primer dan data sekunder. Data primer berupa catatan hasil survey lapangan dengan metode observasi dan wawancara, mockup aplikasi *Farm and Go* yang dibuat dengan aplikasi desain digital, dan penilaian responden terhadap rancangan aplikasi *Farm and Go* melalui pengisian kuesioner oleh dua kelompok responden yang terdiri dari petani dan calon pembeli. Data sekunder didapatkan dari jurnal, berita, dan literatur terkait kondisi pemasaran dan kemitraan dalam penjualan hasil pertanian di berbagai wilayah di Indonesia. Data disajikan dalam bentuk tabel dan gambar yang disajikan dengan narasi dan dianalisis berdasarkan pustaka yang sesuai.

HASIL DAN BAHASAN

Observasi lapangan



Gambar 2. Wawancara Dengan Pedagang

Daerah Penelokan, Kecamatan Kintamani merupakan salah satu wilayah yang memiliki hasil pertanian yang melimpah, seperti jeruk, kol, terong, cabai, dan lainnya. Hal ini menunjukkan adanya peluang pengolahan hasil pertanian sebagai produk khas Kintamani untuk meningkatkan nilai jual hasil pertanian. Namun, pendistribusian hasil pertanian tersebut hingga saat ini masih belum optimal. Hal yang perlu dilakukan yaitu dengan menyebarluaskan penjualan hasil pertanian kepada calon konsumen. Studi pendahuluan melalui survei dan wawancara terhadap petani di Penelokan menyatakan bahwa pendistribusian yang tidak optimal dan nilai jual yang rendah membawa kerugian yang signifikan terhadap hasil pertaniannya. Sebagian besar petani tidak dapat memutar hasil pertaniannya sehingga terkadang membusuk.

Kondisi Pertanian di Indonesia

Pertanian di Indonesia memerlukan peningkatan produksi yang maksimal untuk dapat mewujudkan swasembada pangan namun, untuk dapat mencapai hal tersebut ada tantangan karena luas wilayah pertanian semakin lama semakin sempit, hal ini dilihat dari data yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik (BPS) Indonesia mengenai luas wilayah lahan pertanian, di mana pada tahun 2013 lahan pertanian yang dimiliki sebesar 8.128.499 hektar, pada tahun 2014 luas lahan yang dimiliki sebesar 8.111.593, dan di tahun 2015 luas lahan berkurang menjadi 8.087.393 hektar. Pengurangan luas wilayah pertanian ini terjadi akibat penyimpangan iklim, pengembangan komoditas lain, teknologi yang belum *up to date*, dan penyerangan oleh hama. Pertanian di Indonesia merupakan komoditas utama, hal ini ditandai dengan diandalkannya sektor pertanian oleh pemerintah untuk menggenjot produk domestik bruto (PDB) tahun 2021. Tingginya permintaan tersebut menjadikan sektor pertanian berperan penting dalam meningkatkan ekonomi di Indonesia (Sibarani, 2021).

Selain itu, untuk menumbuhkan sektor ekonomi dan mendorong investasi di dalam negeri melakukan ekspor adalah salah satu cara yang dapat dilakukan. Oleh karena itu, sebaiknya Indonesia harus mulai fokus untuk mengembangkan pertanian ke arah ekspor sebagai salah satu kunci ekonomi (Pusdatin, 2015). Indonesia berpotensi besar untuk melakukan ekspor, namun

saat ini pertumbuhan ekspornya semakin lemah dan kehilangan daya saing di pasar internasional maupun domestik. Hal ini tercermin dari nilai impor yang lebih tinggi dari tahun ke tahun. Oleh karena itu, perluantisipasi dengan meningkatkan mutu dan daya saing ekonomi nasional (Meiri *et al.*, 2013). Kinerja ekspor komoditas pertanian yang menunjukkan pertumbuhan yang cukup baik terjadi di sektor perkebunan. Subsektor perkebunan selama ini memang menjadi unggulan karena dianggap mampu menyumbangkan devisa negara yang cukup besar seperti minyak nabati, karet, kopi, kakao dan produk kakao, teh, dan rempah-rempah (Rachmawati dan Gunawan, 2020).

Sebagai negara agraris, Indonesia memerlukan teknologi sebagai pijakan untuk perkembangan ekonomi maupun industrinya. Menghasilkan inovasi pada kegiatan sektor agrikultural merupakan salah satu hal yang dapat dilakukan guna meningkatkan pendapatan negara. *Startup* pertanian yang ada di Indonesia dapat dikategorikan menjadi tiga : pra-produksi (hulu), produksi (*mid-stream*), dan pasca produksi (hilir). Menurut data yang ada, hanya 14,8% petani di Indonesia yang menggunakan internet di mana kelompok usia 55-64 tahun merupakan petani yang aktif hingga saat ini. Hingga saat ini pemerintah terus mendorong para petani muda untuk lebih aktif dalam adaptasi teknologi untuk petani di Indonesia (Oktavia dan Fathin, 2022).

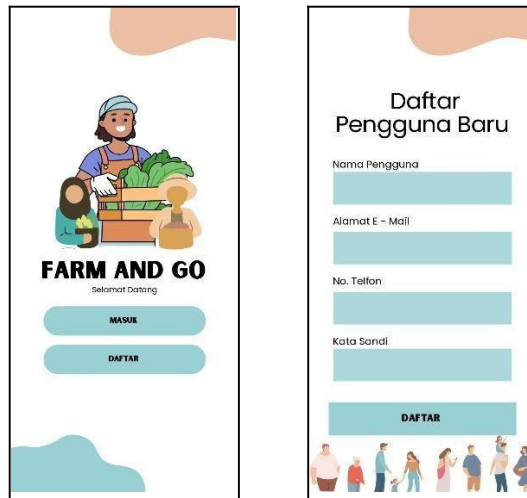
Soegoto dan Faridh (2020) dengan penelitian berjudul *Developments of Information Technology and Digital Startup Sector of Agriculture in Indonesia*, meneliti tentang seberapa pesat perkembangan informasi teknologi di bidang agricultural, sehingga dapat membantu menyelesaikan masalah petani dan pemilik perkebunan, khususnya bagi perusahaan perintis di bidang tersebut. Dari penelitiannya tersebut dapat dilihat bahwa kemunculan teknologi dan informasi dapat memecahkan masalah pertanian dan perkebunan yang merupakan sektor yang memiliki sumber pangan melimpah di Indonesia.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Windari, *et al.*, (2021) dengan judul *Model Strengthening the Role of Agricultural Startup an Agent of Change in the Era of Industrial Revolution 4.0 During the Covid-19 Outbreak*. Pada penelitian tersebut, peneliti ingin membuat model yang lebih *upgrade* dalam memperkuat agen reformasi di *startup* pertanian. Temuan tersebut berguna untuk menuntun *startup* pertanian guna mencapai visinya menciptakan strategi yang sempurna untuk agen perubahan.

Sedangkan pada penelitian Hermawan *et al.*, (2021) dengan judul *Scrutinizing Indonesia's Agricultural Start-ups*. Sumber daya pertanian yang besar dan cakupan pasar yang luas belum mampu mengembangkan *startup* lebih masif dibandingkan *startup* non-pertanian. Upaya yang dapat dilakukan untuk mengurangi risiko bisnis *startup* pertanian misalnya dengan membangun serta mengembangkan infrastruktur digital, termasuk juga mengembangkan talenta digital, melakukan kerjasama antara pemerintah dan pihak swasta untuk mempromosikan teknologi dan inovasi, menggelar pasar berjangka komoditas dan sistem resi gudang, meningkatkan inkubasi atau percepatan *startup* pertanian, dan meluaskan ketersediaan juga aksesibilitas data terintegrasi sebagai dasar dalam mengambil keputusan.

Inovasi Aplikasi *Farm and Go*

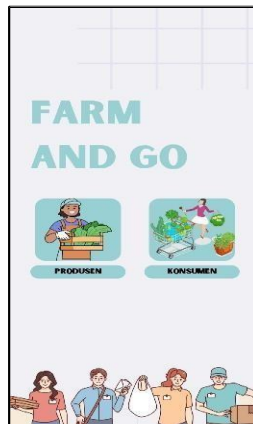
Gagasan dalam bentuk aplikasi yang diberi nama *Farm and Go*, dibuat dengan tujuan untuk mengoptimalkan penjualan hasil pertanian serta memudahkan calon konsumen untuk serah terima informasi seputaran hasil pertanian dalam kegiatan pemasaran. Pada aplikasi yang dibuat akan memuat beranda, menu utama, menu petani, dan menu konsumen.



Gambar 3. Tampilan Beranda

Pada tampilan beranda, pengguna diminta untuk mendaftarkan diri jika belum memiliki akun serta bisa langsung masuk jika telah memiliki akun. Pada proses pendaftaran baik petani atau konsumen harus melakukan verifikasi oleh pihak.

DISPERINDAG (Dinas Perindustrian dan Perdagangan) untuk menghindari terjadinya penipuan. Sehingga, akun-akun yang masuk memang sudah terverifikasi dan dapat dipercaya.



Gambar 4. Tampilan Menu Utama

Setelah berhasil masuk, pengguna akan dibawa pada menu utama, di mana pengguna dapat memilih ingin melihat *update* sebagai petani atau konsumen. Baik petani ataupun konsumen dapat berkunjung ke menu produsen dan juga konsumen untuk melihat *update* seputaran produk pertanian yang dihasilkan dan yang dibutuhkan oleh kedua belah pihak.



Gambar 5. Tampilan Menu Petani

Pada akun petani yang berperan sebagai produsen memiliki otoritas untuk dapat menggunggah stok dengan detail harga yang dimiliki dari hasil panen dan dapat melihat permintaan dari seluruh konsumen dengan rincian permintaan harga yang mereka inginkan calon konsumen. Pada fitur yang dimiliki petani juga dapat melakukan interaksi dengan konsumen yang berfungsi untuk melakukan tawar menawar atau bertanya seputar produk yang ditawarkan oleh petani. Tidak hanya itu, pada fitur yang dimiliki petani juga dapat mematok ongkos pengiriman produk, sehingga calon konsumen dapat memperkirakan total harga yang harus dipersiapkan ketika ingin melakukan transaksi.



Gambar 6. Tampilan Menu Konsumen

Pada akun konsumen, konsumen memiliki otoritas untuk menggunggah kebutuhan produk dan kisaran harga yang diinginkan, mereka juga dapat berkunjung ke menu pedagang untuk melihat atau survei produk terbaik yang bisa didapatkan. Pada fitur yang dimiliki konsumen juga dapat melihat produsen yang ada di daerah sekitaran konsumen, sehingga dapat meminimalisir ongkos

pengiriman. Konsumen juga berhak untuk menghubungi produsen untuk melakukan tawar menawar dan bertanya informasi seputaran produk yang akan mereka beli melalui fitur *chating*.

Penilaian Petani Terhadap *Farm and Go*

Dalam melakukan penelitian, dilakukan uji penilaian responden terhadap ketertarikan petani sebagai calon pedagang yang akan mendistribusikan hasil panennya. Data dapat dilihat pada table di bawah ini :

Tabel 1. Hasil Data Kuesioner Petani

Pertanyaan	Skala				
	1	2	3	4	5
<i>Farm and Go</i>					
mudah untuk digunakan dan <i>friendly</i>	0%	0%	0%	16%	84%
Farmand Go menghemat waktu dalam mencari informasi mengenai hasil pertanian	0%	0%	0%	32%	68%
Farmand Go mengoptimalkan pendistribusian dan nilai jual hasil pertanian	0%	0%	0%	24%	72%

Dari survei yang dilakukan terhadap 25 petani dengan skala 1 sampai 5, menunjukkan 4,84% menyatakan bahwa aplikasi *Farm and Go* mudah untuk digunakan dan *user friendly*, di mana 16% petani memberikan skala 4 dan 84% memberikan skala 5. Dari segi penghematan waktu dalam mencari informasi mengenai pertanian menunjukkan 4,68% petani setuju, di mana 32% memberikan skala 4 dan 68% memberikan skala 5. Lalu, bentuk setuju terhadap pengoptimalan distribusi dan nilai jual hasil pertanian lewat aplikasi *Farm and Go* mendapatkan nilai 4,68%, di mana 4% memberikan skala 3, 24% memberikan skala 4, dan 72% memberikan skala 5. Dari data hasil survei tersebut, masing-masing pertanyaan memiliki bobot yang signifikan dengan rata-rata 4,73% yang menunjukkan bahwa petani sebagai calon pedagang mendukung aplikasi *Farm and Go* untuk dapat direalisasikan.

Penilaian Konsumen Terhadap *Farm and Go*

Selain survei yang dilakukan terhadap calon pedagang, dilakukan pula survei terhadap calon konsumen terhadap aplikasi *Farm and Go* yang dapat dilihat pada tabel di bawah :

Tabel 2. Hasil Data Kuesioner Konsumen

Pertanyaan	Skala				
	1	2	3	4	5
<i>Farm and Go</i>					
mudah untuk digunakan dan <i>friendly</i>	0%	0%	12%	12%	76%
Farmand Go menghemat waktu dalam mencari informasi mengenai hasil pertanian	8%	4%	0%	20%	48%
Farmand Go mengoptimalkan pendistribusian dan nilai jual hasil pertanian	0%	0%	0%	12%	88%

Formulir yang diisi oleh 25 responden yang merupakan calon konsumen dengan skala 1 sampai 5 didapatkan hasil 4,64% konsumen menyatakan aplikasi *Farm and Go* mudah digunakan dan user friendly dengan 12% memberikan skala 3, 12% memberikan skala 4, dan 76% memberikan skala 5. Kemudian, 4,32% menyatakan aplikasi *Farm and Go* dapat menghemat waktu dalam mencari informasi terkait hasil pertanian dengan 8% memberikan skala 1, 4% memberikan skala 2, 20% memberikan skala 4, dan 48% memberikan skala 5. Bentuk setuju terhadap aplikasi *Farm and Go* sebagai pengoptimalan pendistribusian dan nilai jual hasil pertanian mendapatkan hasil yang paling tinggi yaitu 4,88% di mana 12% konsumen memberikan skala 4 dan 88% konsumen memberikan skala 5.

Dari data survei terhadap calon konsumen, didapatkan 4,61% responden mendukung aplikasi *Farm and Go* untuk diterapkan.

Dampak Inovasi *Farm and Go*

1. Manfaat dan pengaruh dari *Farm and Go* terhadap masyarakat petani

Hadirnya *Farm and Go* sebagai aksesibilitas sekaligus sebagai fasilitator masyarakat petani dalam pemasaran dan pendistribusian hasil pertaniannya, adapun manfaat yang dapat diberikan kepada petani adalah sebagai berikut :

- a. *Farm and Go* akan menjadi wadah sentral bagi para petani untuk mencari nafkah dengan memasarkan hasil pertaniannya.
- b. *Farm and Go* akan menjadi pusat pertumbuhan ekonomi masyarakat petani dimana masyarakat dapat mengakses fasilitas yang ada/tersedia.

- c. Farm and Go akan menjadi pusat informasi produk untuk menjual produk pertanian.
 - d. Farm and Go akan menjadi wadah bagi masyarakat yang bermata pencaharian bertani dan ingin berpartisipasi dalam perdagangan digital.
 - e. Farm and Go akan meningkatkan pendapatan masyarakat petani. Hasil pertanian masyarakat nantinya akan dikenal masyarakat luas.
2. Inovasi keunggulan Farm and Go Adapun inovasi keunggulan Farm and Go adalah sebagai berikut :
- a. Akun yang terdaftar telah terverifikasi oleh DISPERINDAG.
 - b. *Farm and Go* dapat meningkatkan penjualan dan distribusi produk hasil pertanian,
 - c. *Farm and Go* dapat meningkatkan jumlah petani yang melek digital dan *Farm and Go* dapat mengoptimalkan masyarakat petani dalam perdagangan baik lokal maupun nasional.

SIMPULAN

Kesimpulan dari jurnal ini adalah bahwa *Farm and Go*, sebuah aplikasi digital, dirancang untuk mengoptimalkan penjualan produk pertanian di Indonesia. Aplikasi ini bertujuan untuk mengatasi masalah dalam pemasaran dan distribusi produk pertanian dengan menghubungkan pembeli dan penjual serta memungkinkan petani untuk langsung menawarkan produk mereka. Survei lapangan menunjukkan potensi produk pertanian di area penelitian dan kebutuhan akan peningkatan distribusi. Aplikasi *Farm and Go* dirancang untuk mengatasi masalah ini dan mengoptimalkan penjualan produk pertanian seluruh wilayah Indonesia. Survei juga menunjukkan bahwa petani dan konsumen mendukung aplikasi ini, dengan sebagian besar responden menyatakan bahwa aplikasi ini mudah digunakan, dapat menghemat waktu, dan dapat meningkatkan distribusi dan nilai jual produk pertanian.

SARAN

Diharapkan agar aplikasi *Farm and Go* dapat direalisasikan untuk mengoptimalkan hasil pertanian yang ada.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih ditujukan pada Jurusan Teknologi Laboratorium Medis Poltekkes Kemenkes Denpasar yang telah mendukung penelitian ini dan Daerah Penelokan, Kecamatan Kintamani atas kesediaannya sebagai lokasi survei untuk penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Informasi Pertanian. 2015. Ekspor impor komoditas pertanian. Jakarta (ID): Kementerian Pertanian.
- Hermawan, I., Sudarwati, Y., Sari, R., Izzaty, I., & Wuryandani, D. (2021, December). Scrutinizing Indonesia's Agricultural Start-ups. In International Conference on Sustainable Innovation Track Humanities Education and Social Sciences (ICSIHES 2021) (pp. 317-320). Atlantis Press.

- Johan, D., Maarif, M. S., & Zulfainarni, N. 2022. Persepsi Petani Terhadap Digitalisasi Pertanian Untuk Mendukung Kemandirian Petani. *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen (JABM)*, 8(1), 203-203.
- Kusumaningrum, S. I. 2019. Pemanfaatan sektor pertanian sebagai penunjang pertumbuhan perekonomian Indonesia. *Transaksi*, 11(1), 80-89.
- Meiri A, Nurmalina R, Rifin A. 2013. Analisis perdagangan kopi Indonesia di pasar internasional [Internet]. [diunduh tanggal 19 Desember 2019] *J Tanam Ind dan Penyegar*. 4(1):39–46. Tersedia dari: <http://ejurnal.litbang.pertanian.go.id/index.php/bultri/article/view/2378/2066>.
- Oelviani, R., Jauhari, S., Hariyanto W., Basuki, S., Triastono J., Kusumasari, A. C. 2022. Impact of Covid-19: How to Achieve Resilience in the Indonesian Agricultural Sector?. *Community Empowerment, Sustainable Cities, and Transformative Economies*, 621-637.
- Oktavia, H. F., dan Fathin, S. 2022. START UP PERTANIAN DI INDONESIA. *AGRISIA-Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian*, 14(2).
- Rapitasari, D. 2016. Digital marketing berbasis aplikasi sebagai strategi meningkatkan kepuasan pelanggan. *Cakrawala*, 10(2), 107-112.
- Sibarani, B. E. 2021. Smart Farmer Sebagai Optimalisasi Digital Platform Dalam Pemasaran Produk Pertanian Pada Masa Pandemi Covid-19. *Technomedia Journal*, 6(1 Agustus)
- Soegoto, D. S., & Faridh, M. 2020, July. Developments of information technology and digital startup sector of agriculture in Indonesia. In *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering* (Vol. 879, No. 1, p. 012137). IOP Publishing.
- Utami, N. P. 2022. Pengaruh Corporate Social Responsibility (Csr) Dan Rasio Keuangan Terhadap Pengembalian Saham Pada Perusahaan Sektor Pertanian Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2020.
- Vintarno, J., Sugandi, Y. S., & Adiwisastara, J. 2019. Perkembangan penyuluhan pertanian dalam mendukung pertumbuhan pertanian di Indonesia. *Responsive*, 1(3), 90-96.
- Windari, W., Sukesu, K., & Hidayat, K. 2021. Model Strengthening the Role of Agricultural Startup an Agent of Change in the Era of Industrial Revolution 4.0 During the Covid 19 Outbreak. *Management*.
- Rachmawati, R. R., & Gunawan, E. 2020. Peranan petani milenial mendukung ekspor hasil pertanian di Indonesia. In *Forum penelitian agro ekonomi* (Vol. 38, No. 1, pp. 67-87). Indonesian Center for Agricultural Socioeconomic and Policy Studies.