

Pemanfaatan Media Digital TaniHub sebagai Upaya Promosi dan Kerjasama terhadap Hasil Pertanian Desa Giripanggung

Hans William Suhermanto¹, Ari Wibowo Fora², Belinda³, Clara Vivian Helena⁴, Firdaus Sinuraya⁵, Komang Andhika Nugraha⁶, Maria Yolanditya Poto⁷, Mario Sudianto Chien⁸, Sindy Hardiyantari⁹, Veliana Hielda Arie¹⁰, A.A.Ayu Ratih T.A.K¹¹
Universitas Atma Jaya Yogyakarta, Yogyakarta
Email: ayu.ratih@uajy.ac.id

Abstract — Every village in Indonesia has its own potential to develop. Giripanggung Village, in Tepus, Gunung Kidul, Yogyakarta as a village that produces agricultural products should make good use of the digitalization era. Through the descriptive analysis method, we found that Giripanggung Village could take advantage of digital media, namely TaniHub, as an effort to organize promotion and collaboration in order to improve the welfare of villagers in Giripanggung Village.

Keywords — Village Potential, Giripanggung Village, Digital Marketing, Agriculture, TaniHub.

Abstrak—Masing-masing desa di Indonesia mempunyai potensinya tersendiri untuk bisa bertumbuh. Desa Giripanggung, Tepus, Gunung Kidul, Yogyakarta sebagai desa yang memproduksi hasil pertanian ada baiknya memanfaatkan era digitalisasi dengan baik. Melalui metode analisis deskriptif, kami menemukan bahwa Desa Giripanggung dapat memanfaatkan media digital, yaitu TaniHub. Pemanfaatan TaniHub merupakan upaya penyelenggaraan promosi dan kerjasama dalam rangka meningkatkan kesejahteraan warga di Desa Giripanggung.

Kata Kunci — Potensi Desa, Desa Giripanggung, Pemasaran Digital, Pertanian, TaniHub.

I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Potensi sumber daya alam merupakan bagian terpenting dalam menunjang kehidupan manusia. Suparmoko dalam [1] menjelaskan bahwa potensi sumber daya yang ada dapat membantu meningkatkan pertumbuhan ekonomi masyarakat, baik melalui upaya pemerintah maupun kemitraan dengan pihak swasta. Pemerintah melalui UU no 32 Tahun 2004 mempunyai kewenangan untuk mengatur dan mengelola sumber daya alam (SDA) daerahnya sendiri [2]. Dalam hal ini pemerintah turut membantu menjaga kestabilan lingkungan dan mendukung usaha masyarakat dalam pengelolaan sumber daya tersebut. Sementara pihak swasta dapat menjadi mitra usaha dalam hal distribusi dan logistik. Hal ini tentu dapat membantu meningkatkan produktivitas serta promosi dari berbagai potensi sumber daya alam yang ada.

Sektor pertanian merupakan salah satu sumber daya alam yang mempunyai peran strategis dalam perekonomian nasional. Hal ini ditunjukkan oleh data bahwa per Agustus 2019 sektor pertanian mampu menyerap sebesar 27,33%, perdagangan sebesar 18,81% dan industri pengolahan sebesar

27,33% (BPS, 2019) [3]. Data tersebut menjelaskan secara eksplisit bahwa hampir sebagian besar masyarakat Indonesia bermata pencaharian sebagai petani, dan negara menjadikan sektor pertanian sebagai penopang pembangunan. Sehingga pemanfaatan dan pengolahan potensi alam sektor pertanian harus diperhatikan dan dikembangkan secara serius.

Desa Giripanggung merupakan Desa yang terletak di Kecamatan Tepus, Kabupaten Gunung Kidul. Pengembangan potensi pertanian Desa Giripanggung merupakan prioritas, mengingat 45,94% warga desa ini bermata pencaharian sebagai petani [4], artinya sebagian besar masyarakatnya bersandar pada sektor pertanian. Adapun hasil tani di Desa Giripanggung adalah: ketela, jagung, padi, terong, cabai, singkong, umbi-umbian, kedelai, kacang tanah, buah naga, papaya, labu, dan pohon jati.

Hasil bumi tersebut hanya dijual dalam lingkup lokal padukuhan dan sisanya untuk dikonsumsi sendiri. Hal ini kemudian berdampak pada pembentukan harga. Harga satuan untuk setiap kategori hasil pertanian menjadi sangat murah karena suplai produk meningkat sedangkan permintaan pembeli tetap. Sebagai contoh: harga singkong per September 2020 secara agregat di Gunung kidul sebesar Rp950/kg. Sementara di Jawa timur Rp1.750/kg, Jawa Tengah Rp1.650/kg, Jawa Barat Rp1.750/kg [5].

Upaya yang dilakukan Pemerintah Desa Giripanggung dalam rangka peningkatan usaha pertanian dan skala ekonomi terlihat dari pembentukan organisasi di desa, seperti Gabungan Kelompok Tani (Gapoktan) dan juga BumDes (Badan Usaha Milik Desa). Namun upaya peningkatan usaha pertanian ini tidak didukung oleh proses distribusi dan pemasaran. Tampak dari ketiadaan keberadaan unit usaha yang bertanggungjawab terhadap promosi dan dsitribusi dalam struktur divisi BumDes.

Promosi dan kerjasama merupakan bagian terpenting yang harus diupayakan demi meningkatkan pendapatan masyarakat. Promosi dan kerjasama dapat dilakukan dengan lebih fleksibel, interaktif, menjangkau pasar lebih luas dan dengan biaya yang relatif murah. [6] Dalam penelitiannya tentang *Digital Marketing*, promosi atau pemasaran di era saat ini tidak hanya dilakukan secara konvensional, melainkan pemanfaatan internet dan teknologi informasi juga dapat dilakukan untuk memperluas dan meningkatkan fungsi pemasaran tradisional. Sehingga pemanfaatan media digital sebagai media promosi dan kerjasama terhadap potensi hasil pertanian desa Giripanggung dapat dilakukan.

Digital marketing merupakan teknik pemasaran yang dimana memanfaatkan media berbasis internet dalam memasarkan produk serta menjangkau konsumen melalui *platform* digital [7]. *Digital marketing* pada dasarnya mempunyai kesamaan arti dengan pemasaran elektronik (*e-marketing*). Keduanya menggambarkan manajemen dan pelaksanaan pemasaran berbasis media elektronik yang terhubung dengan internet. Hal ini memungkinkan pembeli dan penjual bertemu secara virtual (non-fisik), melakukan kegiatan promosi, pertukaran informasi, dan kesepakatan hingga terjadinya transaksi. Ali Hasan (2013) menjelaskan 4 (empat) karakteristik pemasaran digital diantaranya [8]:

1. Sebagai media yang berupaya dalam meningkatkan interaktivitas bisnis dengan pelanggan yang bergantung pada teknologi.
2. Membangun dialog berbasis elektronik (teknologi interaktif) untuk memberikan akses informasi yang baik dan terarah kepada pelanggan (komunitas, individu), dan sebaliknya.
3. Meningkatkan aktivitas bisnis melalui pemanfaatan internet untuk tujuan penelitian, analisis, perencanaan, berusaha menemukan hal-hal baru dan inovatif, serta mempertahankan pelanggan.
4. Berupaya meningkatkan akselerasi transaksi atau jual beli barang dan atau jasa serta akselerasi informasi dan ide melalui internet.

Media atau *tools* dalam pemasaran *online* (*digital marketing*) yang bisa digunakan adalah sebagai berikut [9]:

1. Situs *web* atau *website*,
2. *Search Engine Marketing*,
3. *Web banner* atau bisa disebut iklan di dalam suatu *website*,
4. *Social network*,
5. *E-mail marketing*,
6. Kegiatan kerja sama (mitra) dengan memasang iklan di dalam *web* suatu perusahaan atau organisasi

Keuntungan yang bisa diperoleh, jika para petani melakukan pemasaran *online* untuk produk pertanian yang dihasilkan adalah sebagai berikut [10]:

1. Keuntungan atau pendapatan bisa meningkat
2. Hasil produk pertanian bisa membuka pasar baru (*new market*)
3. Jika, tidak menghasilkan produk pertanian secara langsung, maka bisa membuka pasar melalui pencarian produk

Berdasarkan jenis keuntungan diatas, pemasaran *online* ini akan bisa membuka pasar (*new market*) dan mencari produk.

Adapun yang dapat dilakukan di Desa Giripanggung dalam hal menyelenggarakan upaya peningkatan hasil tani bila dikaitkan dengan *digital marketing* adalah memanfaatkan TaniHub. TaniHub merupakan salah satu media atau *platform*

pemasaran dan promosi online, khususnya hasil-hasil pertanian. TaniHub hadir atas kendala distribusi hasil-hasil pertanian. Tentu dengan memanfaatkan media ini nantinya dapat membantu para petani kecil di Desa Giripanggung dalam mempromosikan hasil pertaniannya, memperlancar rantai pasokan serta dapat meningkatkan pendapatan para petani.

B. Rumusan Masalah

1. Apa manfaat dalam mengembangkan pemasaran hasil pertanian Desa Giripanggung melalui media digital?
2. Apa manfaat yang diperoleh masyarakat Desa Giripanggung dari pemasaran hasil pertanian secara digital?
3. Apa manfaat yang diperoleh masyarakat Desa Giripanggung dalam melakukan pengelolaan hasil pertanian?

C. Tujuan

1. Untuk meningkatkan kesejahteraan warga Desa Giripanggung dari segi ekonomi melalui pemasaran digital dengan bekerja sama dengan TaniHub;
2. Untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahaman kepada masyarakat Desa Giripanggung tentang pemasaran hasil pertanian secara digital; dan
3. Untuk meningkatkan keterampilan dalam melakukan pengelolaan hasil pertanian

II METODE PENGABDIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan berpedoman pada metode penelitian kualitatif. Metode ini dimaksudkan untuk memahami fenomena sosial yang terjadi di masyarakat. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang berfokus pada penggunaan deskripsi dan analisis. Menurut Kriyantono:

“Riset kualitatif memiliki tujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya, dengan mengandalkan pengumpulan data yang sedalam-dalamnya.”

Penelitian kualitatif membutuhkan kedalaman data yang diperoleh peneliti. Semakin dalam dan detail data yang diperoleh, semakin baik pula kualitas dari penelitiannya.

B. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder, yaitu data yang dihimpun oleh lembaga resmi, serta dipublikasikan pada masyarakat pengguna data. Dalam hal ini peneliti menggunakan data sekunder dari situs resmi Desa Giripanggung serta didukung oleh sumber-sumber

elektronik lainnya termasuk sumber berita yang dipublikasikan secara digital.

C. Lokasi Penelitian

Desa : Giripanggung

Kecamatan : Tepus

Kabupaten : Gunung Kidul

D. Analisis Data

1. Metode analisis deskriptif, yaitu dengan memanfaatkan data dan informasi yang tersedia. Data dan informasi tersebut merupakan deskripsi yang membantu dalam pemetaan kondisi sosial, kondisi geografis, demografis dan sebagainya. Pemetaan data dan kondisi tersebut membantu merumuskan dan mengembangkan ide sebagai upaya dalam mengatasi permasalahan.
2. Metode diskusi, yaitu pengambilan keputusan yang berdasarkan pertukaran pendapat antar anggota.

III HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Deskriptif Kondisi Desa

Desa Giripanggung adalah salah satu desa di wilayah Kecamatan Tepus, Kabupaten Gunung Kidul. Desa Giripanggung memiliki total luas wilayah 2012.3930 Ha. Jarak desa ke pusat pemerintahan kecamatan yaitu 12 km, jarak desa ke Ibukota Kabupaten yaitu 23 km, jarak desa ke Ibukota Provinsi yaitu 62 km, dan jarak desa ke Pusat Pemerintahan yaitu 611 km. Berdasarkan data monografi, Desa Giripanggung merupakan dataran tinggi dengan tekstur tanah berupa tanah batuan kapur yang terletak pada ketinggian 360 mdpl, dengan suhu udara antara 25-30 derajat celsius.

Dalam sejarahnya, Desa Giripanggung merupakan gabungan dari dua Kalurahan, yaitu Kalurahan Klepu dan Gupakan. Pada waktu itu Kalurahan Klepu terbagi dalam 7 (tujuh) Padukuhan, yaitu:

1. Padukuhan Klepu
2. Padukuhan Palgading
3. Padukuhan Temuireng
4. Padukuhan Trenggulun
5. Padukuhan Pringapus
6. Padukuhan Gunungbutak
7. Padukuhan Banjar

Untuk Kalurahan Gupakan terbagi dalam 7 (tujuh) Padukuhan, yaitu:

1. Padukuhan Kropak
2. Padukuhan Ngampel
3. Padukuhan Gupakan
4. Padukuhan Klapaloro I
5. Padukuhan Klapaloro II
6. Padukuhan Bolang
7. Padukuhan Regedeg

Adapun batas wilayah Desa Giripanggung, antara lain:

1. Sebelah Utara : Desa Candirejo Kec.Semanu
2. Sebelah Selatan : Desa Purwodadi Kec. Tepus
3. Sebelah Barat : Desa Sumberwungu Kec. Tepus
4. Sebelah Timur: Desa Botodayaan Kec. Tepus

Sarana dan prasarana Desa Giripanggung adalah sebagai berikut:

1. Kantor Desa : Permanen
2. Prasarana Kesehatan:
 - a. Puskesmas : Ada
 - b. Poskesdes : Tidak Ada
 - c. UKBM : Posyandu = 15 buah & Polindes = 1 buah
3. Sarana Prasarana
 - a. Perpustakaan Desa : 1 buah
 - b. Gedung Sekolah PAUD : 5 buah
 - c. Gedung Sekolah TK : 3 buah
 - d. Gedung Sekolah SD : 5 buah
 - e. Gedung Sekolah SMP : 1 buah
 - f. Gedung Sekolah SMA/SMK: 1 buah
 - g. Gedung Perguruan Tinggi: Tidak Ada
4. Prasarana Ibadah
 - a. Masjid : 19 buah
 - b. Mushola : 6 buah
 - c. Gereja : 1 buah
- d. Pura : Tidak Ada
- e. Vihara : Tidak Ada
- f. Klenteng : Tidak Ada
5. Prasarana Umum
 - a. Sarana olahraga : 7 buah
 - b. Kesenian/budaya : 25 buah

- c. Balai pertemuan : 15 buah
- d. Sumur desa : Tidak Ada
- e. Pasar desa : 1 buah

Desa Giripanggung berpotensi pada sumber daya alam berupa hasil pertanian. Hasil pertanian yang dimaksud, antara lain: jagung, padi, terong, cabai, singkong, ubi, pohon jati, kacang tanah, buah naga, pepaya, dan labu. Selain hasil tani, di Desa Giripanggung juga terdapat peternakan-peternakan yang dimiliki warga seperti ayam kampung, kambing, dan sapi.

B. Analisis Kendala dan Permasalahan

Beberapa kendala dan permasalahan yang ada pada Desa Giripanggung diantaranya:

1. Pada Badan Usaha Milik desa (BumDes) tidak terdapat badan atau departemen atau divisi yang secara khusus bertugas dan bertanggung jawab terhadap logistik (distribusi) serta pemasaran potensi Desa Giripanggung.
2. Sektor sumber daya alam berupa hasil pertanian merupakan potensi utama namun terkendala jaringan distribusi dan rantai suplai.
3. Harga hasil pertanian dijual murah dari harga pasar dikarenakan cakupan wilayah sasaran distribusi hanya mencakup dalam wilayah Desa itu sendiri dengan tingkat produksi yang terus meningkat.
4. Sebagian besar masyarakat bermata pencaharian sebagai petani, namun pendapatannya rendah dikarenakan oleh penjualan hasil tani yang kurang maksimal.

C. Pengembangan Ide

Ide yang dikembangkan berupa upaya pemasaran yang dilakukan dengan memanfaatkan media digital. Media yang digunakan ialah platform TaniHub. Platform ini mempunyai *main activity* (aktivitas utama) dalam membantu meningkatkan rantai suplai dan pemasaran terhadap hasil pertanian. Sebagai hasil dari penelitian ini ada 2 (dua) program, yakni potensi desa dan program buku saku.

1. Program Potensi Desa

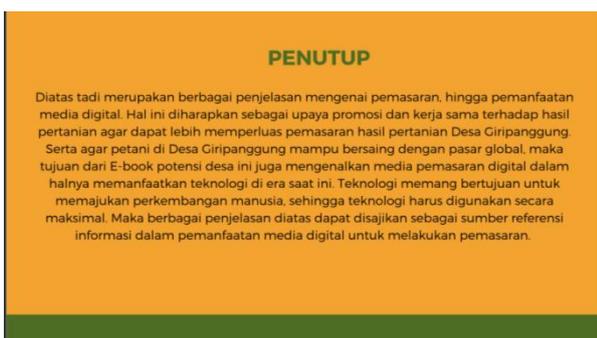
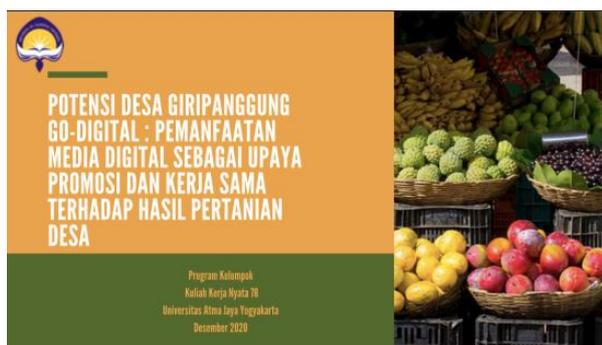
Hasil analisis dan pengembangan ide daripada potensi desa disajikan dalam bentuk *e-book* (*electronic book*) atau buku elektronik dan video. *E-book* dan video tersebut berisikan tentang penjelasan mengenai gambaran desa baik secara geografis maupun secara demografis, kondisi desa baik secara sarana dan prasarana maupun secara ekonomi dan sosial kemasyarakatan, potensi desa yang dikembangkan, permasalahan dan kendala yang terjadi, hingga solusi yang dikembangkan tim penulis.

Berikut poin-poin yang dibahas dalam *e-book* potensi desa.

- a. Permasalahan di Desa Giripanggung mengenai proses distribusi hasil-hasil pertanian yang masih di daerah sekitaran desa;
- b. Tujuan pembuatan *e-book* untuk warga Desa Giripanggung;
- c. Pengertian tentang apa itu pemasaran menurut salah seorang ahli;
- d. Identifikasi kondisi desa dan masyarakat Desa Giripanggung mulai dari letak Desa Giripanggung;
- e. Identifikasi mendalam mengenai berbagai produk yang dihasilkan oleh masyarakat Desa Giripanggung, beberapa lokasi sebagai pandangan obyek wisata, hingga sektor UMKM yang salah satunya dalam industri rumahan yang bergerak di bidang produksi tempe;
- f. Identifikasi aktivitas masyarakat Desa Giripanggung mulai dari jenis pekerjaan yang ada di Desa Giripanggung, jenis pekerjaan yang paling banyak di Desa Giripanggung, hingga potensi pertanian yang dihasilkan masyarakat Desa Giripanggung;
- g. Masukan mengenai strategi pemasaran yang sesuai dengan melihat permasalahan serta kondisi Desa Giripanggung yaitu dengan menggunakan *digital marketing*;
- h. Menjelaskan mengenai *digital marketing*;
- i. Menjelaskan fungsi *digital marketing*;
- j. Beberapa jenis *digital marketing* yang sering digunakan dalam media digital pada umumnya;
- k. Beberapa contoh media digital yang sesuai untuk produk pertanian khususnya di Desa Giripanggung;
- l. Saran untuk menggunakan aplikasi dalam melakukan pemasaran hasil pertanian yaitu TaniHub beserta penjelasan mengenai TaniHub; dan
- m. Cara mengatur dan mengelola sumber daya untuk hasil pertanian masyarakat Desa Giripanggung.
- n. Cara meningkatkan kualitas atau mutu dari proses output yang dihasilkan agar efektif dan efisien.

Sekilas tampilan *e-book* potensi desa:





Gambar 1. Sekilas Tampilan E-book Potensi Desa

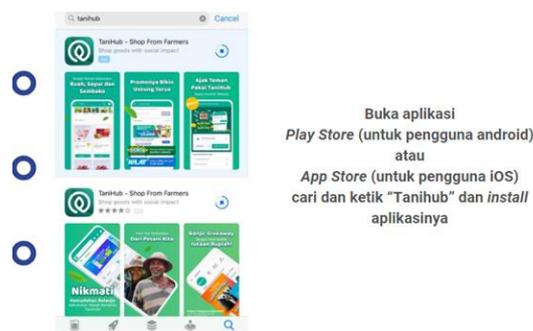
2. Program Buku Saku

Program buku saku secara garis besar berisikan cara membuat akun di aplikasi TaniHub yang diakses melalui ponsel. Buku saku ini terdiri dari 12 halaman yang dilengkapi dengan gambar dan beberapa visualisasi untuk memudahkan pembaca dalam memahaminya.

Poin-poin dalam buku saku ini lebih sederhana daripada e-book potensi desa. Poin-poin tersebut antara lain:

- Menjelaskan tentang TaniHub;
- Alasan menggunakan TaniHub; dan
- Proses pembuatan akun pada TaniHub, mulai dari mengarahkan calon user, dalam hal ini para petani, untuk menemukan aplikasi TaniHub, cara menginstall pada perangkat smartphone, cara pengisian data identitas, hingga proses konfirmasi akun.

Sekilas tampilan buku saku:



Gambar 2. Sekilas Hasil Buku Saku

IV KESIMPULAN

Program yang penulis usulkan merupakan program Potensi Desa dan Buku Saku. Program Potensi Desa merupakan program yang berupaya menggali dan atau mengembangkan potensi-potensi yang dimiliki oleh suatu desa. Potensi Desa Giripanggung yang dikembangkan penulis adalah mengenai hasil-hasil pertanian di Desa Giripanggung. Hasil pertanian tersebut antara lain: jagung, padi, terong,

cabai, singkong, ubi, pohon jati, kacang tanah, buah naga, pepaya, labu, dan beberapa hasil tani lainnya. Hal ini sejalan dengan data demografis mayoritas masyarakat Desa Giripanggung yang bermata pencaharian sebagai petani.

Setelah menganalisis data dan informasi serta kondisi Desa Giripanggung, penulis menemukan bahwa belum pernah ada kegiatan pemasaran dan kerja sama yang dilakukan secara digital, baik yang secara aktif dilakukan oleh masyarakat desa, perangkat desa, BumDes (Badan Usaha Milik Desa), maupun dari pihak luar yang secara sukarela membantu meningkatkan penjualan terhadap berbagai hasil pertanian tersebut.

Bertolak dari hal tersebut, penulis berusaha membuat sebuah program kerja yang berupaya membantu meningkatkan penjualan terhadap hasil-hasil pertanian Desa Giripanggung melalui. Upaya peningkatan penjualan ini dilakukan dengan memanfaatkan media digital yang menyebabkan adanya perluasan cakupan wilayah distribusi dan penjualan hasil pertanian.

Media digital yang digunakan sebagai *partner* ialah TaniHub. Penulis memilih TaniHub karena *platform* ini mempunyai misi dan tujuan yang besar dalam membantu para petani untuk meningkatkan jaringan distribusi (rantai suplai) yang tentunya dapat meningkatkan penjualan dan pada akhirnya meningkatkan kesejahteraan petani.

Menindaklanjuti hal ini, maka pada program buku saku penulis membuat langkah-langkah pendaftaran pada *platform* TaniHub. Hasil dari penelitian ini berupa video dan *e-book* yang berisi ulasan sederhana terkait pemetaan potensi Desa Giripanggung, pemasaran digital, apa itu TaniHub dan tutorial terkait cara pendaftaran pada aplikasi TaniHub. Hal ini tentunya dilakukan dengan penuh harapan bahwa melalui program ini kesejahteraan para petani di Desa Giripanggung dapat ditingkatkan.

Adapun beberapa saran yang hemat penulis dapat dijadikan pertimbangan, diantaranya:

1. Pemerintah desa atau perangkat Desa Giripanggung sebaiknya membentuk sebuah tim yang dapat membantu meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap teknik pemasaran online. Hal ini bertujuan agar masyarakat tidak ragu dan takut untuk mulai berbisnis secara online.
2. Pada BumDes sebaiknya dibentuk departemen atau divisi yang bertanggung jawab terhadap logistik dan distribusi, baik terhadap *input* (pupuk dan kebutuhan pertanian) maupun *output* berupa hasil-hasil pertanian.
3. Edukasi mengenai TaniHub dapat dilakukan secara masif melalui Gapoktan yang telah dibentuk.
4. *Trend* perkembangan dunia bisnis sekarang tidak terlepas dari penggunaan internet dan media digital, maka sebaiknya pemerintah daerah atau pemerintah pusat mulai menysar masyarakat pedesaan dalam hal edukasi.
5. Upaya dalam hal meningkatkan kesejahteraan masyarakat Desa Giripanggung tidak terlepas dari upaya

meningkatkan sektor pertanian, karena mayoritas masyarakatnya adalah petani. Maka dari itu, sebaiknya pemerintah desa fokus terhadap pengolahan hasil pertanian hingga proses distribusinya.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis mengucapkan terimakasih kepada LPPM Universitas Atma Jaya Yogyakarta, selaku lembaga pengabdian masyarakat yang mengurus dan mendampingi tim penulis dalam mewujudkan penulisan jurnal ini. Semoga jurnal ini dapat bermanfaat bagi Universitas Atma Jaya Yogyakarta, masyarakat Desa Giripanggung dan bagi semua pembaca.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Rasyid, "Analisis Sektor Potensi Pertanian di Kabupaten Kediri Tahun 2010-2014," *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, vol. 14, no. 02, pp. 100-111, 2016.
- [2] Republik Indonesia, Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2004 Tentang Pemerintahan Daerah, Jakarta (ID): RI, 2004.
- [3] Badan Pusat Statistik, Tingkat Partisipasi Angkatan Kerja, Jakarta: BPS, 2019.
- [4] Desa Giripanggung, "Statistik Berdasarkan Pekerjaan," [Online]. Available: <https://www.giripanggung-tepus.desa.id/first/statistik/pekerjaan>. [Accessed 12 Oktober 2020].
- [5] Harga.web.id, "Info Terbaru Harga Singkong per Kg di Pasaran," 28 September 2020. [Online]. Available: <https://harga.web.id/info-harga-singkong-per-kg-di-pasaran-saat-ini.info>. [Accessed 12 Oktober 2020].
- [6] Kusuma, D. Fitri and M. S. Sugandi, "Kusuma, D. F., & Sugandi, M. S. (2018). Strategi pemanfaatan Instagram sebagai media komunikasi pemasaran digital yang dilakukan oleh Dino Donuts," *Jurnal Manajemen Komunikasi*, vol. 3, no. 1, pp. 18-33, 2018.
- [7] D. Chaffey, *Digital marketing*. UK, UK: Pearson, 2019.
- [8] H. Ali, *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*, Yogyakarta: CAPS, 2013.
- [9] I. Krisnawati, I. A. Ubaidi, H. Rais, and R. L. Batu, "Strategi Digital Marketing dalam Perdagangan Hasil Tani untuk Meningkatkan Pendapatan Kabupaten Karawang," *J. Ilm. Ekon. Glob. Masa Kini*, vol. 10, no. 2, pp. 70-75, 2019.
- [10] N. Anggraini, C. Fatih, M. Zaini, E. Humaidi, and P. N. Lampung, "Digital Marketing Produk Pertanian di Desa Sukawaringin Kecamatan Bangunrejo Kabupaten Lampung Tengah," *Pengabd. Nas.*, vol. 1, no. 1, pp. 36-45, 2020.

Artikel dikirim 15 Desember 2020

Diterbitkan pada 26 Januari 2021

PENULIS



Hans William Suhermanto, prodi Manajemen International, Fakultas Bisnis dan Ekonomi, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.



Firdaus Sinuraya, prodi Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.



Mario Sudianto Chien, prodi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomi, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.



Veliana Hielda Arie Ramadhani, prodi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Bisnis dan Ekonomi, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.



Ari Wibowo Fora Raharja, prodi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomi, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.



Clara Vivian Helena Kusumaningrum, prodi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomi, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.



Belinda, prodi Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.



Komang Andhika, prodi Arsitektur, Fakultas Teknik, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.



Maria Yolanditya Poto, prodi Akuntansi, Fakultas Bisnis dan Ekonomi, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.



Sindy Hardiyantari, prodi Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.



A.A.Ayu Ratih T.A.K., Dosen Prodi Arsitektur, Fakultas Teknik, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.