

PROGRAM PENINGKATAN PEMASARAN HASIL PERTANIAN MELALUI DIGITALISASI DI DESA
KRETEK, KECAMATAN TAMAN KROCOK, KABUPATEN BONDOWOSO

Deta Safa Romansa, Cerisa Cantika Primasari, Laurentcya Kayla Sabrina, Ruth Aprilia, Saiful Hasan, Erina Millenia Putri Hambali, Azril Izha Rachman, Husniatul Hasanah, Yoga Mandala Putra Indarto, dan Yanuar Nurdiansyah

Universitas Jember

Email : kkn57jaya@gmail.com

Histori Makalah

Diterima Editor :
24 Agustus 2023

Direvisi Pemakalah :
20 November 2023

Diterima Publikasi :
05 Desember 2023

ABSTRAKSI

Desa Kretek adalah sebuah desa yang sebagian besar penduduknya bekerja sebagai petani. Pertanian memainkan peran vital dalam perekonomian global, dan pemasaran yang efektif menjadi kunci untuk meningkatkan pendapatan petani dan memenuhi permintaan konsumen yang berkembang. Dalam upaya untuk mengatasi tantangan pemasaran tradisional dan memanfaatkan potensi teknologi digital, sebuah program pengabdian masyarakat telah dilaksanakan untuk meningkatkan pemasaran hasil pertanian melalui digitalisasi. Program ini bertujuan untuk memberdayakan petani dalam memanfaatkan teknologi digital untuk mengoptimalkan pemasaran hasil pertanian mereka. Hasil dari program ini diharapkan membuat petani yang biasanya memasarkan produknya hanya kepada pengepul dapat menggunakan akses ke pasar yang lebih luas dan peluang penjualan yang meningkat secara signifikan. Keberhasilan program ini menegaskan potensi positif digitalisasi dalam memperkuat rantai nilai pertanian dan meningkatkan kesejahteraan petani. Namun, tantangan dalam hal aksesibilitas teknologi dan keterbatasan infrastruktur juga perlu diperhatikan. Oleh karena itu, langkah-langkah berkelanjutan telah direkomendasikan untuk memastikan kesinambungan program ini dan memperluas dampaknya.

Kata Kunci: pertanian, pemasaran, digitalisasi, pengabdian Masyarakat, petani, teknologi digital, keberlanjutan.

ABSTRACT

Kretek Village is a village where the majority of its inhabitants work as farmers. Agriculture plays a vital role in the global economy, and effective marketing is key to enhancing farmers' income and meeting the growing consumer demand. In an effort to address traditional marketing challenges and harness the potential of digital technology, a community engagement program has been implemented to enhance the marketing of agricultural products through digitalization. This program aims to empower farmers to leverage digital technology to optimize the marketing of their agricultural products. The outcomes of this program are expected to enable farmers, who typically market their products only to middlemen, to access broader markets and significantly increase sales opportunities. The success of this program underscores the positive potential of digitalization in strengthening the agricultural value chain and improving the welfare of farmers. However, challenges related to technological accessibility and infrastructure limitations also need to be considered. Therefore, sustainable

Deta Safa Romansa dkk, Program Peningkatan Pemasaran Hasil Petanian Melalui Digitalisasi di Desa Kretek Kecamatan Taman Krocok Kabupaten Jember, Jurnal Dharmabakti Nagri, Vol. 2 No. 1, Desember 2023 – Maret 2024 : 8 – 15

measures have been recommended to ensure the continuity of this program and to expand its impact.

Keywords: Agriculture, Marketing, Digitalization, Community Engagement, Farmers, Digital Technology, Sustainability.

Penulis Korespondensi

Deta Safa Romansa, ~ Universitas Jember ~ kkn57jaya@gmail.com

This is an open access article under the [CC-BY-NC-SA](#) license



PENDAHULUAN

Kabupaten Bondowoso adalah salah satu kabupaten di Provinsi Jawa Timur yang terletak di persimpangan jalur Besuki dan Situbondo menuju Jember. Bondowo merupakan kabupaten yang tidak memiliki wilayah lautan di wilayah Tapal Kuda. Salah satu wilayah yang ada di Kabupaten Bondowoso adalah Desa Kretek, tepatnya berada di Kecamatan Taman Krocok. Desa Kretek adalah salah satu dari 7 desa yang ada di Kecamatan Taman Krocok dengan suhu udara berkisar antara 15 - 25°C. Desa Kretek berada di Kawasan pegunungan yang berjarak sekitar 12 km dari area kota Kabupaten Bondowoso (Endrayadi dkk, 2020).

Desa Kretek memiliki 8 dusun, yaitu Dusun Kretek, Dusun Tenggir, Dusun Gumuksari, Dusun Curah Bangka, Dusun Tambak Ukir, Dusun Krocok, Dusun Krosok, Dusun Krocok Oloh, dan Dusun Petung. Batas wilayah Desa Kretek meliputi Desa Wonoboyo Kecamatan Klabang di bagian utara, Desa Tegal Ampel Kecamatan Tegal Ampel di bagian selatan, Desa Mandiro Kecamatan Tegal Ampel di bagian barat, dan Desa Sumber Kokap dan Desa Kemuningan Kecamatan Taman Krocok di sebelah timur. Sebagian besar penduduk di Desa Kretek berprofesi sebagai petani. Desa Kretek memiliki beberapa komoditas pertanian yang sering dikembangkan oleh masyarakat, seperti cabai, melon, kopi, dan madu.

Branding merupakan sebuah proses untuk menciptakan, membangun, mengelola citra dan identitas mengenai sebuah produk, layanan, Perusahaan, atau merk di mata pelanggan dan pasar.

Beberapa aspek branding meliputi, nama, logo, identitas merek, nilai merek, dan lain sebagainya. Digitalisasi adalah proses untuk mengubah data menjadi digital dan dapat diakses kapan saja, dimana saja, dan oleh siapa saja *in real time*. Permasalahan yang dialami oleh sebagian besar penduduk di Desa Kretek menjadi dasar mengapa *branding* dan digitalisasi sangat diperlukan untuk meningkatkan hasil pemasaran dari produk Desa Kretek. Hal yang perlu diingat selain *branding* sebuah produk, fasilitas yang digunakan harus cukup mumpuni untuk dapat terlaksanakannya digitalisasi.

Petani yang ada di Desa Kretek seringkali menjual hasil pertaniannya lewat pengepul atau di distribusikan ke para pedagang di pasar. Omset yang didapatkan menurut para petani dinilai cukup. Beberapa produk hasil pertanian yang membutuhkan kemasan seperti kopi dan madu seringkali di jual hanya menggunakan botol Marjan dan kemasan seadanya. Menurut Kepala Dusun Petung, seringkali produk hasil Dusun Petung seperti kopi dan madu dijual tanpa memberikan informasi darimana produk tersebut berasal sehingga banyak yang tidak mengetahui bahwa produk tersebut berasal dari Dusun Petung. Beberapa produk unik dihasilkan dari penduduk asli Desa Kretek, namun seperti permasalahan yang telah dijabarkan masyarakat belum banyak mengetahui bahwa produk yang dihasilkan berasal dari Desa Kretek.

Sebagian besar petani yang ada di Desa Kretek mengaku belum bisa dalam memperjual belikan hasil pertanian mereka melalui *platform online* yang sekarang sudah marak digunakan. Keterbatasan

Deta Safa Romansa dkk, Program Peningkatan Pemasaran Hasil Petanian Melalui Digitalisasi di Desa Kretek Kecamatan Taman Krocok Kabupaten Jember, Jurnal Dhamabakti Nagri, Vol. 2 No. 1, Desember 2023 – Maret 2024 : 8 – 15

fasilitas yang ada merupakan salah satu hambatan yang dialami oleh para petani. Para petani juga mengaku bahwa untuk melakukan transaksi melalui *online* cukup sulit untuk dilakukan karena keterbatasan pengetahuan akan *platform online*. Hal ini pula yang mendasari adanya digitalisasi yang kami lakukan.

TINJAUAN PUSTAKA

Menurut buku UMKM dalam Digitalisasi Nasional, penerbit Cendikia Mulia Mandiri (2023:88), digitalisasi adalah suatu proses konversi dari teknologi analog ke teknologi digital, atau penggunaan teknologi dan data digital untuk meningkatkan kinerja, efisiensi, atau model bisnis. Menurut Ritter dan Pedersen (2020), digitalisasi adalah meningkatnya ketersediaan data digital yang dimungkinkan oleh kemajuan dalam menciptakan, mentransfer, menyimpan, dan menganalisis data digital. Dari beberapa pendapat ahli di atas dapat disimpulkan bahwa digitalisasi adalah proses perubahan dan penggunaan analog ke teknologi digital. Dalam konteks bisnis istilah ini sudah tidak asing lagi di era modern saat ini. Konsep tersebut mengubah interaksi, komunikasi, fungsi bisnis, dan model bisnis menjadi lebih digital.

Menurut Kotler dan Keller (2016), digital marketing merupakan aktivitas promosi yang dilakukan untuk sebuah brand ataupun produk menggunakan media elektronik (digital). Menurut Chaffey adalah segala bentuk promosi produk ataupun jasa melalui internet. Dapat disimpulkan bahwa digital marketing merupakan penerapan teknologi digital dan media digital untuk menciptakan, mempromosikan, dan mendistribusikan produk dan layanan yang memberikan nilai tambah (Sufandy, 2020).

Menurut Harmayani et al. (2020) adalah penyebaran, penjualan, pemasaran, pembelian barang atau jasa dengan sarana elektronik seperti jaringan komputer, televisi, *www*, dan jaringan internet lainnya. *Ecommerce* juga melibatkan transfer dana elektronik, sistem manajemen inventori otomatis, pertukaran data elektronik dan sistem pengumpulan data otomatis. Menurut Akbar & Alam (2020), E-commerce merupakan pembelian, penjualan dan pemasaran barang dan jasa melalui sistem elektronik. Seperti

televisi, radio, dan komputer atau jaringan internet. Dapat disimpulkan, *E-commerce* merupakan sebuah tempat yang digunakan dalam jual beli secara online (elektronik), meliputi pada pemasaran, pembelian bahkan dalam transaksi (pembayaran) dapat dilakukan secara online atau menggunakan media elektronik (Ramadhika Dwi Poetra, 2019).

Branding adalah untuk mengidentifikasi produk atau jasa atau sekelompok penjual dan membedakannya dengan merek lain (Kotler, 2009: 332). *Branding* berarti pernyataan tentang siapa (identitas), apa (produk atau jasa yang ditawarkan), dan mengapa sebuah merk layak untuk dipilih. Cara membangun branding sebuah produk:

1. Membuat Logo

Menurut Kartika dan Dian (2013:3) mengatakan bahwa: Logo adalah tanda atau gambar yang mengandung makna untuk melambangkan tujuan positif produk atau jasa yang diwakilinya. Tujuan dibuatnya logo adalah mengenalkan identitas dan menyebarkan citra, membantu konsumen untuk mengenali produk yang dicari, logo dapat menggambarkan kualitas produk, image, spirit, dan estimasi harga.

2. Membuat Packaging

Packaging adalah material yang membungkus dan melindungi produk. Fungsi utamanya adalah melindungi produk agar kualitasnya tetap baik dan memudahkan konsumen ketika membawa produk tersebut. *Packaging* bisa meningkatkan umur simpan serta melindungi produk dari berbagai kerusakan.

3. Promosi

Menurut Laksana (2019:129) "promosi adalah suatu komunikasi dari penjual dan pembeli yang berasal dari informasi yang tepat yang bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli, yang tadinya tidak mengenal menjadi mengenal sehingga menjadi pembeli dan tetap mengingat produk tersebut". Promosi dibuat dengan semenarik mungkin supaya dapat menarik konsumen atau calon konsumen. Contohnya, dengan membuat pamflet dan video atau iklan tentang produk kemudian diunggah di sosial media agar khalayak umum dapat mengetahui tentang produk tersebut dengan mudah (Wicaksana and Rachman, 2018).

Deta Safa Romansa dkk, Program Peningkatan Pemasaran Hasil Petanian Melalui Digitalisasi di Desa Kretek Kecamatan Taman Krocok Kabupaten Jember, Jurnal Dhamabakti Nagri, Vol. 2 No. 1, Desember 2023 – Maret 2024 : 8 – 15

METODE PELAKSANAAN PENGABDIAN MASYARAKAT

Kegiatan pengabdian Masyarakat melalui kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) yang di selenggarakan oleh Universitas Jember dilakukan dengan metode *Asset-Baset Community Development* (ABCD) yakni mencari segenap potensi dan aset yang dimiliki di Desa Kretek sehingga dapat dimanfaatkan dan berkelanjutan. Metode ini bertujuan untuk membantu meningkatkan aset yang dipandang Masyarakat sebagai aset positif. Dengan dipandangnya aset tersebut sebagai aset positif, maka pengembangan akan berjalan sesuai dengan Impian yang diinginkan. Adapun aset yang dipandang positif oleh Masyarakat Desa Kretek yaitu lahan pertanian. Mahasiswa mencoba mengidentifikasi permasalahan selama Masyarakat mengolah lahan pertanian, kemudian mencari solusi untuk mengatasi masalah tersebut. Adapun implementasi ABCD yang tercermin dari sebuah kegiatan, sebagai berikut:

1. Sosialisasi “Digitalisasi dan Peningkatan Pemasaran Hasil Produksi Pertanian di Desa Kretek”
2. Pelaksanaan “Event Petik Buah Melon”
3. Pendampingan pembuatan *marketplace*
4. Pemberian *desain branding* berupa logo dan *packaging* kepada perangkat desa

Sasaran program kerja ini adalah kelompok tani di desa Kretek. Adapun indikator keberhasilan program ini yaitu masyarakat terutama kelompok tani dapat menciptakan branding dengan tujuan meningkatkan pemasaran hasil produksi pertanian.

TAHAP PERSIAPAN PENGABDIAN MASYARAKAT

Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat melalui program digitalisasi dan peningkatan pemasaran hasil pertanian di Desa Kretek diawali dari tahap persiapan hingga ke tahap pelaksanaan.

1. Tahap Persiapan

Tahap persiapan dilakukan dengan melakukan kegiatan koordinasi dan diskusi dengan pemangku wilayah, baik dari perangkat desa,

kepala dusun, dan kepala kelompok tani di Desa Kretek tentang rencana pelaksanaan pelaksanaan pengabdian masyarakat oleh tim KKN 57 Universitas Jember. Koordinasi dan diskusi dilakukan guna memperoleh informasi secara luas mengenai rencana peningkatan pemasaran hasil produksi pertanian melalui digitalisasi di Desa Kretek. Diskusi tersebut juga berguna untuk menentukan tahapan pelaksanaan kegiatan sehingga nantinya bisa berjalan efektif dan memperoleh hasil yang optimal. Pada tahap ini juga dilakukan identifikasi bahan dan peralatan apa saja yang dibutuhkan untuk mendukung pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat sehingga kegiatan ini bisa berjalan dengan lancar. Adapun kegiatan yang dilakukan pada tahap pelaksanaan adalah:

- a. Melakukan koordinasi dengan perangkat desa untuk mengetahui potensi yang ada di Desa Kretek. Diperoleh hasil bahwa potensi masyarakat terletak pada bidang pertanian.
- b. Melakukan koordinasi dengan ketua kelompok tani Desa Kretek Bawah yaitu Bapak Suliyanto. Beliau menjelaskan bahwa branding dari segi logo dan kemasan masih belum ada. Selain itu pendistribusian hasil pertanian di Desa Kretek bawah masih hanya sebatas Bondowoso dan Situbondo, belum meluas ke beberapa daerah lain.
- c. Melakukan koordinasi bersama bapak Erly selaku Babinkamtipnas dimana beliau juga pernah membantu proses pendistribusian kopi dan madu yang ada di Dusun Petung.
- d. Melakukan koordinasi dengan bapak kepala dusun Petung yaitu Bapak Sudahnan. Dimana Dusun Petung ini merupakan dusun penghasil kopi robusta, kopi arabica, dan madu kopi. Diperoleh hasil bahwasannya petani di Dusun Petung menyalurkan hasil produk pertanian masih sangat kurang menarik dikarenakan minimnya pengetahuan mengenai branding. Hal ini terlihat dengan kemasan madu petung yang masih menggunakan botol bekas sirup dan tidak adanya logo branding untuk menunjukkan bahwa ini merupakan hasil pertanian dari dusun Petung. Sedangkan kopi yang paling dihasilkan di Dusun Petung adalah kopi

Deta Safa Romansa dkk, Program Peningkatan Pemasaran Hasil Petanian Melalui Digitalisasi di Desa Kretek Kecamatan Taman Krocok Kabupaten Jember, Jurnal Dharmabakti Nagri, Vol. 2 No. 1, Desember 2023 – Maret 2024 : 8 – 15

robusta. Dimana biasanya para petani yang ada di Dusun Petung menyalurkan hasil produksinya berupa biji kopi yang sudah disangrai. Tetapi ada beberapa kelompok petani kopi yang sudah menyalurkan kopi dalam bentuk bubuk kopi yang sudah siap untuk dikonsumsi.

- e. Melakukan diskusi kelompok KKN 57 Universitas Jember guna mencari jalan solusi atas permasalahan yang ada di Desa Kretek. Diperoleh hasil bahwa akan dilakukan sosialisasi peningkatan hasil pemasaran hasil produksi pertanian melalui digitalisasi. Hal ini dimulai dari logo, kemasan, hingga pembuatan *market place* guna menarik para peminat dan meningkatkan hasil pendapatan masyarakat yang ada di Desa Kretek.
- f. Setelah *design* logo untuk produk kopi dan madu sudah dibuat, kami melakukan koordinasi kembali kepada kepala dusun Petung guna menunjukkan logo yang sudah kelompok KKN 57 Universitas Jember buat. Hal ini dilakukan untuk memperoleh saran dan masukan apakah logo yang sudah kami buat sesuai dengan produk yang ada untuk perbaikan *design* logo.
- g. Menyiapkan hal-hal apa saja yang dibutuhkan untuk proses kegiatan sosialisasi yang akan dilakukan. Beberapa alat dan bahan yang dibutuhkan yaitu:
 - 1) Pembuatan banner sosialisasi peningkatan pemasaran hasil produksi pertanian Desa Kretek.
 - 2) Pembuatan design logo untuk kopi dan madu Dusun Petung.
 - 3) Persiapan kemasan yang akan digunakan untuk Kopi Petung dan Madu Petung.
 - 4) Pembuatan materi mengenai topik yang sudah kami tentukan yaitu peningkatan pemasaran hasil produksi pertanian Desa Kretek yang memuat mengenai branding logo, kemasan, hingga pembuatan serta penggunaan *marketplace* yang nantinya akan digunakan untuk mendistribusikan hasil pertanian.

2. Tahap Pelaksanaan

Deta Safa Romansa dkk, Program Peningkatan Pemasaran Hasil Petanian Melalui Digitalisasi di Desa Kretek Kecamatan Taman Krocok Kabupaten Jember, Jurnal Dhamabakti Nagri, Vol. 2 No. 1, Desember 2023 – Maret 2024 : 8 – 15



Kegiatan yang akan dilaksanakan pada tahap pelaksanaan adalah:

- a. Melakukan sosialisasi di dua dusun yaitu Dusun Kretek Bawah dan Dusun Petung. Dusun Kretek Bawah dilakukan pada 29 Juli 2023 dan Dusun Petung pada tanggal 2 Agustus 2023.
 - b. Memamparkan materi yang sudah dibuat dalam bentuk *powerpoint* yang berisi mengenai *branding* logo, kemasan, dan pendistribusian hasil produk melalui *marketplace*. Dimana hal ini bermaksud untuk membantu meningkatkan pemasaran hasil produksi pertanian yang ada di Desa Kretek sekaligus membantu meningkatkan perekonomian petani Desa Kretek.
3. Tahap Pemantauan Setelah Kegiatan Sosialisasi
- Kegiatan yang akan dilaksanakan pada tahap ini adalah:
- a. Pemberian file design logo kemasan kopi dan madu Petung kepada Kepala Dusun Petung yaitu Bapak Sudahn dan Kepala Kelompok Tani Desa Kretek yaitu Bapak Suliyanto.
 - b. Melakukan bimbingan dan monitoring kepada Bapak Suliyanto terkait penggunaan *marketplace*, hal ini guna mengetahui apakah ada kendala yang dialami selama penggunaan *marketplace*. Hal ini bertujuan agar apa yang sudah kelompok 57 KKN Universitas Jember berikan bisa berguna bagi masyarakat luas dan bisa terus berkelanjutan.

HASIL DAN PEMBAHASAN PENGABDIAN MASYARAKAT

Kegiatan program digitalisasi dan peningkatan pemasaran hasil produksi pertanian yang telah di inisiasi oleh mahasiswa KKN Universitas Jember kelompok 57, diuraikan dalam kegiatan sebagai berikut:

1. Sosialisasi digitalisasi

Kegiatan sosialisasi yang dilakukan berkaitan dengan pentingnya digitalisasi dalam proses pemasaran sebagai bentuk peningkatan pemasaran hasil produksi pertanian. Tujuan dilakukannya kegiatan ini untuk menumbuhkan kesadaran masyarakat khususnya kelompok tani

betapa pentingnya *branding* dalam proses pemasaran hasil pertanian. Materi yang disampaikan dalam kegiatan ini yaitu mengenalkan digitalisasi yang berkembang saat ini, strategi meningkatkan hasil pemasaran, dan menampilkan contoh *branding* seperti logo dan *packaging* salah satu hasil pertanian di Desa Kretek yang telah di *desain* oleh kelompok 57 KKN Universitas Jember.

Gambar 1.
Kegiatan sosialisasi digitalisasi



2. Pelaksanaan “Event Petik Buah Melon”

Minggu pertama bulan Agustus kelompok 57 KKN Universitas Jember bekerja sama dengan salah satu ketua kelompok tani di Desa Kretek yang kebetulan sedang menanam buah melon untuk melaksanakan event petik buah melon, sebagai inisiasi mengenalkan hasil pertanian Desa Kretek ke masyarakat luas. Dalam pelaksanaan kegiatan ini, kami memanfaatkan digitalisasi berupa penyebaran *pamflet* ke *platform* seperti *Instagram*, *facebook*, dan *whatsapp*. Tujuan dari penyebaran pamflet tersebut yaitu mengajak masyarakat sekitar Bondowoso untuk datang ke event petik buah melon, sehingga pemasaran buah melon semakin meningkat. Dalam kegiatan ini, kami juga membuat logo buah melon, untuk meningkatkan branding penjualan. Pelaksanaan kegiatan ini, dapat menjadi contoh nyata

pentingnya digitalisasi dalam peningkatan pemasaran hasil pertanian di Desa Kretek.

Gambar 2.
Desain pamflet dan logo buah melon



Gambar 3.
Kegiatan “Event Petik Buah Melon”



3. Pendampingan pembuatan *marketplace*

Pendampingan dilakukan dengan membuat *marketplace* untuk kelompok tani Sejahtera XV

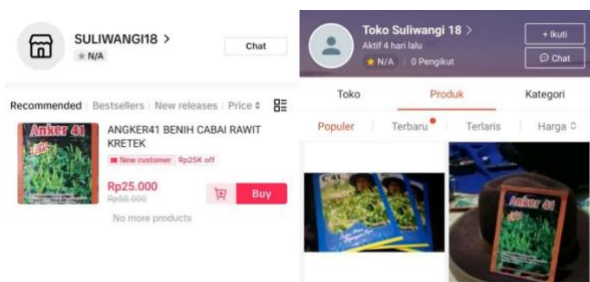
Deta Safa Romansa dkk, Program Peningkatan Pemasaran Hasil Petanian Melalui Digitalisasi di Desa Kretek Kecamatan Taman Krocok Kabupaten Jember, Jurnal Dharmabakti Nagri, Vol. 2 No. 1, Desember 2023 – Maret 2024 : 8 – 15

yang ingin memasarkan benih lokal asal Desa Kretek. Pembuatan *marketplace* ini bertujuan untuk memperkenalkan dan memasarkan benih lokal yang dimiliki Desa Kretek ini lebih luas. Pendampingan yang dilakukan mendapat respon yang sangat baik dan antusiasme yang tinggi dikarenakan mereka ingin memiliki *marketplace* untuk usahanya sendiri, akan tetapi masih belum mengetahui cara membuat dan menggunakannya. Pendampingan ini tidak hanya pada pembuatan *marketplace* saja, melainkan pendampingan mengenai cara menjalankan *marketplace* tersebut, seperti ketika ada pesanan terhadap produk yang dimiliki, cara pembayaran, cara pengiriman, dan cara penerimaan uang dari *marketplace* tersebut. *Marketplace* yang kami lakukan pendampingan pembuatan dan cara mengoperasikannya yaitu *Tiktok shop* dan *Shopee*.

Gambar 4.
Kegiatan pendampingan pembuatan *marketplace*



Gambar 5.
Marketplace salah satu kelompok tani



4. Pemberian desain *branding* berupa logo dan *packaging* kepada Perangkat desa

Branding yang kami berikan untuk Desa Kretek adalah kemasan untuk produk kopi dan madu serta logo untuk semua produk unggulan yang dimiliki oleh Desa Kretek seperti kopi, madu, melon, dan logo utama untuk produk asli Desa Kretek. Logo ini kami berikan kepada perangkat desa dan *stakeholder* agar dapat digunakan pada setiap produk yang dimiliki dan dihasilkan oleh Desa Kretek.

Gambar 6.
Desain logo dan *branding*



KESIMPULAN

Kegiatan digitalisasi dan peningkatan pemasaran hasil produksi pertanian yang menjadi program kerja KKN Universitas Jember kelompok 57 Desa Kretek berlangsung sesuai dengan agenda yang telah ditetapkan. Terdapat beberapa kegiatan yang dilakukan untuk mengimplementasikan program tersebut, sebagai berikut: 1) sosialisasi digitalisasi, 2) pelaksanaan "Event Petik Buah Melon", 3) pendampingan pembuatan *marketplace*, dan 4)

Deta Safa Romansa dkk, Program Peningkatan Pemasaran Hasil Petanian Melalui Digitalisasi di Desa Kretek Kecamatan Taman Krocok Kabupaten Jember, Jurnal Dhamabakti Nagri, Vol. 2 No. 1, Desember 2023 – Maret 2024 : 8 – 15

pemberian desain *branding* berupa logo dan *packaging* kepada perangkat desa. Semua kegiatan yang menjadi inisiasi program kerja dapat dikatakan cukup berhasil. Keberhasilan tersebut dapat dilihat dari minatnya masyarakat khususnya kelompok tani belajar lebih dalam terkait dengan digitalisasi seperti pembuatan *marketplace* dan *branding*, sebagai upaya meningkatkan pemasaran hasil produksi pertanian di Desa Kretek.

DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, dkk. (2022). *Metodologi Pengabdian Masyarakat*. Jakarta: Direktorat Pendidikan Tinggi Keagamaan Islam Direktorat Jenderal Pendidikan Islam Kementerian Agama RI.
- Endrayani. E. C., A. Badrudin., dan F. Aji. 2020. Upaya Pengembangan dan Pengelolaan Eduwisata Puncak Petualang di Desa Kretek Kecamatan Taman Krocok Kabupaten Bondowoso. Laporan Akhir. Jember: Universitas Jember
- Kumpanan Tempo. (2023). Digitalisasi: Pengertian dan Manfaatnya Di Era Modern. 23 Agustus 2023.
- Ramadhika Dwi Poetra (2019) 'BAB II Tinjauan Pustaka BAB II TINJAUAN PUSTAKA 2.1. 1-64', *Gastronomía ecuatoriana y turismo local.*, 1(69), pp. 5-24.
- Sufandy, S. (2020) 'Analisis dan Penerapan Bauran Promosi Pada Toko Adore Batam', *Monograph* [Preprint]. Available at: <http://repository.uib.ac.id/id/eprint/2689>.
- Wicaksana, A. and Rachman, T. (2018) *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951-952., 3(1), pp. 10-27. Available at: <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>.

Deta Safa Romansa dkk, Program Peningkatan Pemasaran Hasil Petanian Melalui Digitalisasi di Desa Kretek Kecamatan Taman Krocok Kabupaten Jember, Jurnal Dharmabakti Nagri, Vol. 2 No. 1, Desember 2023 – Maret 2024 : 8 – 15