



***Governance of Information Technology Utilisation Through  
Digitalisation of Agricultural Products In Effort to  
Increase Product Sales In Cikancung Subdistrict***

**Tata Kelola Pemanfaatan Teknologi Informasi Melalui Digitalisasi  
Hasil Pertanian dalam Upaya Meningkatkan Penjualan  
Produk di Kecamatan Cikancung**

**Tiris Sudrartono<sup>1</sup>, Yulia Listianti<sup>2</sup>, Ratnanto Aditiarno<sup>3</sup>, Dian Candra Fatimah<sup>4</sup>,  
Wiwi Warsiati<sup>5</sup>, Kasino Martowinangun<sup>6</sup>, Oscar Rachman<sup>7</sup>, Kartika Legistari<sup>8</sup>**

<sup>1,2,3,8</sup>Program Studi Komputerisasi Akuntansi, Politeknik Piksi Ganesha

<sup>4,5,6</sup>Program Studi Administrasi Kantor dan Keuangan, Politeknik Piksi Ganesha

<sup>8</sup>Program Studi Teknik Komputer, Politeknik Piksi Ganesha

E-Mail: <sup>1</sup>Tiris.sudrartono@gmail.com, <sup>2</sup>yulialisanti@gmail<sup>3</sup>, ratnanto@gmail.com,  
<sup>4</sup>diancandrafatimah@gmail.com, <sup>5</sup>wiwiwarsiati@gmail.com, <sup>6</sup>kasino.marto@gmail.com,  
<sup>7</sup>oscarrachman@yahoo.com, <sup>8</sup>legistikartika@gmail.com

*Received Feb 27th 2023; Revised March 25th 2023; Accepted Apr 24th 2023*

*Corresponding Author: Wiwi Wasriati*

**Abstract**

*Digital Marketing is an effective and efficient means of promoting and marketing producer products because it can reach consumers very easily and quickly. The people of Cikancung Sub-district, Bandung Regency, who mostly make their living from the agribusiness sector, need to be introduced to the Digital Marketing system through direct counselling to the community, especially farmers, because the methods used by farmers so far still use traditional methods. Extension on the optimisation of Digital Marketing in Cikancung Sub-district aims to make farmers change the pattern of marketing agricultural products from traditional patterns to digitalisation methods. This counselling is considered important so that farmers can increase the quantity of sales of agricultural products in a wider range of markets. Based on the results of extension activities on extension participants in Cikancung District, it can be concluded that in promoting and marketing agricultural products, they still use traditional patterns that are local with limited reach. Interactive dialogue occurred between the presenter of the material and the participants, which showed the participants' enthusiasm for the material presented. Thus it is suggested that in addition to the proactivity of farmers, it is hoped that the participation of the Regional Government can more intensively assist farmers in promoting the agricultural products of the Cikancung District community, Bandung Regency.*

*Keyword: Agricultural Product, Digitalisation, Information Technology, Cikancung, Sales Products*

**Abstrak**

Digital Marketing merupakan sarana yang efektif dan efisien dalam mempromosikan dan memasarkan produk-produk produsen karena dengan sangat mudah dan cepat dapat menjangkau konsumen. Masyarakat, Kecamatan Cikancung, Kabupaten Bandung yang sebagian besar mata pencahariannya darisektor agribisnis perlu diperkenalkan sistem Digital marketing melalui penyuluhan langsung kepada masyarakat khususnya para petani, karena metode yang dipergunakan para petani selama ini masih memakai metode tradisional. Penyuluhan tentang optimalisasi Digital Marketing di Kecamatan Cikancung bertujuan agar para petani merubah pola pemasaran hasil-hasil pertanian dari pola tradisional ke metode digitalisasi. Penyuluhan ini dianggap penting agar para petani dapat meningkatkan kuantitas penjualan hasil-hasil pertanian dipasar yang lebih luas jangkauannya. Berdasarkan hasil kegiatan penyuluhan pada peserta penyuluhan di Kecamatan Cikancung, dapat disimpulkan bahwa dalam mempromosikan dan memasarkan produk hasil-hasil pertanian masih memakai pola tradisional yang bersifat lokal dengan jangkauan yang terbatas. Dialog interaktif terjadi antara penyaji materi dengan peserta yang menunjukkan antusias peserta terhadap materi yang disampaikan. Dengan demikian disarankan disamping proaktif para petani, diharapkan peran serta Pemerintah Daerah dapat lebih intensif membantu para petani dalam mempromosikan hasil-hasil pertanian masyarakat Kecamatan Cikancung, Kabupaten Bandung.

Kata Kunci: Digitalisasi, Hasil Pertanian, Cikancung, Penjualan Produk, Teknologi Informasi

## 1. PENDAHULUAN

Diera modern sekarang internet digunakan sebagai penunjang kegiatan sehari-hari. Tercatat pengguna internet di Indonesia pada tahun 2019 sebanyak 107,2 juta. Penggunaan internet sudah merambat ke berbagai kehidupan seperti Pendidikan, penjualan dan interaksi sosial lainnya [1]. Begitu juga dengan penduduk Indonesia yang tinggal di daerah yang merupakan pedesaan sehingga pertanian merupakan sektor utama dalam perekonomian dan kelangsungan hidup masyarakat pedesaan. Perkembangan teknologi informasi membawa dampak yang besar bagi pengelolaan sektor pertanian, hingga pemasaran produk menggunakan pemasaran digital. Berkembangnya upaya pembanguan di pedesaan salah satunya perkembangan teknologi dan informasi yang berkembang di era digital saat sekarang ini [2].

Digitalisasi melibatkan dampak teknologi di masyarakat pada umumnya dalam kegiatan sehari-hari dalam berinteraksi dalam lingkungan sekitar dan dapat dikatakan sebagai tren global [3]. Hampir semua sektor aktifitas manusia bersentuhan dengan teknologi digital. Demikian halnya dengan kegiatan-kegiatan dibidang perekonomian dengan segala aspek bisnis termasuk dibidang pertanian. Pebisnis di bidang pertanian mau tidak mau harus ikut dalam memanfaatkan teknologi jika tidak ingin tergerus dengan kemajuan teknologi informasi. Pebisnis yang tidak bisa mengikuti arus perkembangan teknologi informasi akan tertinggal dengan usahayang stagnan dan bahkan akan mengalami kerugian [4].

Namun informasi dan kemajuan teknologi tidak dinikmati aksesnya oleh Sebagian orang, karena ketidak mampuan penguasaan teknologi baik melalui media sosial maupun media elektronik. salah satunya masyarakat desa terutama yang bergerak pada bidag pertanian. Mereka pada umumnya bekerja sebagai petani yang hanya mengetahui bagaimana mengelolah tanah, sawah hingga proses panen berlangsung namun informasi hasil pertanian tersebut belum dapat di sebarluaskan secara efektif dan efisien kurangnya pemahaman teknologi digital sehingga banyak para petani. Masih banyak di daerah-daerah pelosok negeri yang mengelola dan memasarkan produk pertanian secara konvensional bahkan secara tradisional. Oleh karena itu hasil-hasil pertanian hanya dapat dipasarkan secara lokal dengan harga yang relatif murah. Konsekuensinya pendapatan para petani tidak mengalami kemajuan yang signifikan [5].

Selain itu mata rantai distribusi penjualan produk untuk sampai ke konsumen juga masih panjang, sehingga para distributor membayar produk petani dengan harga murah. Kadangkala petani harus menjual hasil-hasil pertaniannya sebelum panen tiba akibat ketergantungan kepada para tengkulak dan ketidakmampuan dalam menjual produk langsung kepada konsumen. Hal ini diantaranya karena disebabkan keterbatasan informasi para petani tentang konsumen, dan sebaliknya konsumen juga tidak mengetahui petani penghasil bisnis tersebut [6].

Dalam membantu petani memasarkan produk pertanian, telah banyak marketplace yang telah dibuat oleh pemerintah maupun swasta. Misalnya aplikasi TaniHub yang sering digunakan untuk menjual hasil pertanian secara langsung kepada konsumen. Beberapa manfaat *Digital Marketing* untuk pemasaran produk antara lain [7]:

1. Peningkatan penjualan karena mempersempit jarak produsen dan konsumen.
2. Menekan biaya iklan jika dibandingkan dengan iklan di televisi, radio, atau cetak.
3. Penjual dapat secara langsung (*real time*) memberikan layanan kepada konsumen.
4. Dapat terhubung dengan pelanggan melalui perangkat mobile yang dapat diakses dimana saja dan kapan saja.
5. Keuntungan yang diperoleh lebih besar daripada modal untuk iklan dan promosi yang telah dikeluarkan.
6. Brand/merek akan selalu dikenang oleh konsumen.
7. Pengusaha kecil dan menengah akan mampu menyaingi pengusaha besar.
8. Pengusaha kecil akan semakin terbiasa dengan penggunaan Internet of Things (IOT).
9. Pengusaha semakin mudah untuk memperkenalkan produk kepada konsumen sehingga produk lebih dikenal oleh masyarakat luas

Untuk meningkatkan pertanian, petani berhak mendapatkan manfaat dari kemajuan teknologi, hal ini seperti petani di Negeria, untuk memajukan pertanian teknologi yang sering digunakan oleh petani antara lain radio, televisi, video dan audio players serta telepon. Penelitian ini akan mengkaji pemanfaatan teknologi informasi internet Loklasi dan Partisipan Pengabdian di Kecamatan Cikancung memiliki jarak orbital dari pusat pemerintah Kabupaten Bandung 54 KM dan dari pusat pemerintah Propinsi Jawa Barat 35 Km, Luas wilayah Kecamatan Cikancung adalah 3.932.871 Ha Yang terdiri dari 1.099.55 Ha merupakan tanah darat. Jumlah Penduduk yang memiliki petani 4.690, Petani penggarap 6.316 sedangkan buruh tani 8.827 mayoritasnya di Desa Cikancung adalah petani.

## 2. BAHAN DAN METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan metode penyuluhan kepada masyarakat, yang kemudian ditutup dengan diskusi. Metode penyuluhan terbukti efektif terutama pada pelaku usaha yang produktif dan muda sehingga dapat dengan mudah menerima transfer ilmu yang disampaikan.

Permasalahan-permasalahan yang dihadapi dapat efektif dibahas dan diberikan solusi yang baik. Metode penelitian ini menggunakan wawancara lokasi di Kecamatan Cikancung pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan kriteria inklusi antara lain petani berumur 25-50 tahun, metode pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat dapat dilihat pada Gambar 1.



**Gambar 1.** Tahapan Kegiatan Penyuluhan

Kelompok sasaran yang menjadi target penyuluhan adalah para pelaku ekonomi dibidang agribisnis khususnya petani, pekebun dan peternak yang masih produktif terutama yang masih muda. Target sasaran pelaksanaan pengabdian diarahkan terutama kepada para petani muda produktif terutama yang sudah melek digitalisasi (*Petani Milenial*). Artinya para petani sudah mempunyai handphone android dan sudah mengenal aplikasi WhatsApp, Facebook, Instagram dan marketplace. Sehingga diharapkan tujuan pengabdian lebih tepat sasaran dan lebih bermanfaat.

Pada tahap persiapan adalah dengan mengidentifikasi profil desa terutama terkait klasifikasi mata pencaharian atau pekerjaan masyarakat Desa Cikancung. Untuk memperoleh data-data ini informasi diperoleh dari kepala desa dan perangkat desa, Lembaga Masyarakat Desa dan pengurus Tim Penggerak PKK Desa. Penggalan informasi perlu dilakukan untuk memperoleh informasi jenis pertanian yang dilakoni masyarakat serta permasalahan dalam memasarkan hasil-hasil produk.

Tahap selanjutnya menyusun Tim pengabdian kepada masyarakat, mempersiapkan materi penyuluhan dan perlengkapan sarana dan prasarana untuk pelaksanaan penyuluhan. Tim berkoordinasi dengan Pemerintah Desa untuk persiapan penyuluhan, memperoleh ijin dari Kepala Desa sekaligus dapat mengarahkan masyarakat dalam kegiatan pengabdian. serta bekerjasama dengan Koperasi Rahastra Kabupaten Bandung yang wilayah kerjanya berada di daerah tempat pengabdian masyarakat dengan tujuan dengan digandengnya koperasi dapat membantu masyarakat dalam hal perdanaan pengolahan hasil pertanian

Tahap pelaksanaan dilakukan dengan memaparkan materi penyuluhan sesuai topik yang telah ditentukan kepada peserta penyuluhan dan diteruskan dengan diskusi dan tanya jawab, dengan cara ini diharapkan petani lebih antusias mengikuti segala kegiatan yang dilakukan oleh tim di dukung dengan suasana kekeluargaan sehingga dapat diharapkan para petani lebih leluasa berdiskusi dan pendampingan. Tahap evaluasi dilakukan untuk mengetahui apakah materi yang disampaikan dapat dipahami dan dapat ditindaklanjuti oleh masyarakat. Antusias masyarakat dalam sesi tanya jawab menunjukkan masyarakat dapat menerima dan memahami materi dengan baik, sehingga bermanfaat bagi masyarakat. Tahap penyusunan laporan bertujuan untuk menggambarkan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang diawali dengan persiapan, pelaksanaan, dan hasil-hasil yang diperoleh berdasarkan evaluasi kegiatan.

### 3. HASIL DAN DISKUSI

Kegiatan penyuluhan *digital marketing* produk pertanian di Kecamatan Cikancung Kabupaten Bandung terselenggara berkat adanya kerjasama antara Politeknik Piksi Ganesha dengan Perangkat Desa Cikancung Kabupaten Bandung serta Koperasi Rahastra Wilayah Kerja Desa Cikancung dan memberikan apresiasi yang tinggi terhadap tim penyuluh dari Politeknik Piksi Ganesha. Kegiatan penyuluhan *digital*

*marketing* ini dihadiri oleh 30 orang petani mewakili para petani yang jumlahnya 112 orang. Berdasarkan Hasil wawancara dan pelaksanaan di lapangan yang hadir dengan jenis kelamin laki – laki rata rata 25 sampai 50 tahun dengan latar belakang Pendidikan yang berbeda. Petani yang mengikuti penyuluhan ini sebagian besar bermata pencaharian sebagai petani tomat dan cabe merah. Kegiatan ini merupakan salah satu upaya perangkat Kecamatan Cikancung dalam memberikan pengetahuan kepada anggota masyarakat untuk mencari pemecahan masalah pertanian yang dihadapi terutama dalam hal pemasaran hasil pertanian.

Tim penyuluhan dari Politeknik Piksi Ganesha sesuai dengan bidang keahliannya dikirim untuk melaksanakan kegiatan penyuluhan di Desa Cikancung pada tanggal 24 Agustus 2022. Penyuluhan yang dilakukan berkaitan dengan sistem pemasaran hasil pertanian, penanganan dan pengemasan produk, manfaat pemasaran online, jenis-jenis pemasaran online, dan tools yang digunakan dalam pemasaran online (*digital marketing*). Kegiatan penyuluhan pemasaran online (*digital marketing*) produk pertanian Di Kecamatan Cikancung dilakukan melalui beberapa metode, yaitu metode pertemuan yang dibagi menjadi tiga kelompok melalui ceramah dan diskusi, dan praktek penjualan secara online langsung kepada konsumen.

### 3.1 Digitalisasi Pertanian

Topik materi penyuluhan Digital Marketing dalam memasarkan produk hasil-hasil pertanian Kecamatan Cikancung dinilai tepat untuk disampaikan mengingat permasalahan-permasalahan pemasaran produk agribisnis umumnya masih sangat sederhana dan tradisional. Tingkat pendapatan masyarakat yang relatif rendah dapat diindikasikan karena rendahnya tingkat penjualan masyarakat dengan jangkauan wilayah yang sangat terbatas.

Oleh karena itu *output* dari penyuluhan ini diharapkan masyarakat petani dalam memasarkan produk dapat beralih dari cara-cara tradisional ke arah digital dengan memanfaatkan teknologi. Melalui pemasaran digital tentunya jangkauan promosi produk akan jauh lebih luas karena konsumen dapat lebih mudah memperoleh informasi produk-produk petani dengan cepat dan murah. Produk- produk yang dihasilkan masyarakat tidak saja hasil pertanian yang bersifat baku, melainkan juga hasil-hasil olahan dari hasil-hasil pertanian tersebut. Misalnya hasil olahan tomat dan cabe merah menjadi saos dalam kemasan plastik maupun botol, cabe merah kering yang bias di konsumsi langsung di kemas dalam kemasan plastik dengan jumlah tertentu atau gramasi tertentu.

Menurut [8], teknologi informasi dapat mendukung kegiatan penyuluhan pertanian baik itu mencari informasi pertanian untuk diri sendiri maupun untuk dibagikan kepada orang lain. Materi yang disampaikan memperkenalkan promosi dan pemasaran produk digital seperti cara login shoppee, tokopedia, lazada, sehingga jangkauan luas dan cepat, dengan biaya murah. Konsep materi yang disampaikan adalah bagaimana masyarakat melakukan promosi dan pemasaran memanfaatkan teknologi. Tampilan Hasil pertanian yang menarik akan memberi nilai tambah pada produk dan akan menggugah konsumen untuk membeli produk pertanian. Selain itu dapat meningkatkan nilai jual yang menguntungkan petani, menurut [9] seiring dengan perkembangan teknologi maka petani dan penyuluh dituntut untuk menyadari teknologi sehingga dapat memanfaatkan berbagai media sesuai kebutuhan di era digital. Pemanfaatan Digital Marketing dinilai sangat efektif dan menguntungkan bagi petani Kecamatan Cikancung untuk melakukan promosi dan pemasaran produk. Keuntungan yang diperoleh para petani di Kecamatan Cikancung melakukan promosi dan pemasaran online (*Digital Marketing*) antara lain:

1. Petani dapat bertemu langsung dengan pembeli sehingga memperpendek jarak distribusi produk dari petani kepada pembeli karena memotong peranan agen-agen penjualan, pengepul atau tengkulak.
2. Petani dapat terhindar dari tekanan pengepul atau tengkulak yang membeli hasil pertanian dengan harga rendah.
3. Harga jual bisa lebih tinggi terutama jika produk dikemas dengan baik dan menarik.
4. Biaya produksi lebih rendah sehingga petani dapat memperoleh keuntungan lebih besar dibandingkan jika menjualnya kepada agen, pengepul atau tengkulak.
5. Jangkauan promosi dan pemasaran produk jauh lebih luas dan murah.
6. Petani lebih termotivasi untuk mengolah dan meningkatkan hasil-hasil produk karena perolehan keuntungan yang meningkat.
7. Kuantitas penjualan produk semakin meningkat.

Dalam kegiatan penyuluhan para peserta diperkenalkan beberapa bentuk pemasaran online, manfaat yang diperoleh dengan pemasaran online dan contoh-contoh kemasan produk olahan hasil pertanian agar kualitas produk lebih menarik dan bagus. Pemasaran secara online (*Digital Marketing*) merupakan pemasaran efektif dan interaktif, yang dapat menghubungkan konsumen dengan penjual secara elektronik. Pemasaran secara online bertujuan untuk menjangkau calon pelanggan melalui saluran elektronik yang sudah menjadi kebiasaan masyarakat dalam bersosialisasi, berinteraksi dan mencari informasi secara online.

Bentuk-bentuk saluran pemasaran secara online antara lain dengan memanfaatkan sarana handphone android dan komputer. Keterbatasan kemampuan secara ekonomi dan kemampuan teknologi Handphone

merupakan alat yang dapat diefektifkan semaksimal mungkin melalui jejaring media sosial yang dapat dimanfaatkan masyarakat untuk melakukan promosi dan pemasaran produk.

### 3.2 Sosial Media Cara Efisien dalam memasarkan Produk

Melalui Pelatihan Digital, Diharapkan para petani dapat memahami mengelola usaha dengan memasarkan produk secara digitalakan di lakukan oleh warga kecamatan Cikancung dapat menjadi solusi yang efisien untuk menjual produk petani, Sosial media yang di sosialisasikan mulai dari pengertian sampai dengan pembuatan akun media social tersebut seperti, Facebook, Instagram, Youtube dan Tiktok dan kegiatan ini dapat diperoleh nilai tambah petani berupa Manfaat berikut:

1. Memudahkan calon pembeli dalam melihat produk tomat dan cabe serta olahannya melalui akses informasi media sosial dalam 24 jam penuh.
2. Menjangkau calon pembeli dari luar Kecamatan Cikancung.
3. Melalui pemasaran online dapat memetakan calon pembeli seperti jenis olahan tomat- cabe merah yang di sukai pelanggan serta konsumen Industri lainnya.
4. Melalui pemasaran online produk hasil petani berupa tomat dan cabe serta olahannya semakin meningkat berikut hasil dokumentasi kegiatan.



Gambar 2. Foto Bersama Time kegiatan PKM



Gambar 3. Penyampaian Materi Pendampingan

### 3.3. Urgensi Kegiatan PKM di Kecamatan Cikancung

Menurut [10] penunjang mempunyai peranan yang sangat penting untuk mendukung keberhasilan dalam kegiatan agribisnis agar kegiatan dalam sagribisnis ini dapat berjalan dengan baik. Secara keseluruhan, dan memberikan dampak positif bagi penyuluh maupun petani. Untuk itu maka kegiatan PKM ini penting dilakukan karena para petani Kecamatan Cikancung dengan hasil pertanian utama berupa tomat dan cabe merah belum maksimal dalam proses pemasarannya dan selama ini pemasaran dilakukan langsung ke pasar induk melalui perantara sehingga biaya yang dikeluarkan lebih besar untuk distribusi dan dampaknya keuntungan petani menjadi lebih kecil. Dengan adanya kegiatan PKM ini diharapkan para petani dapat menjual hasil pertaniannya langsung ke tangan konsumen tanpa perantara sehingga diharapkan keuntungan petani jauh lebih besar karena biaya distribusi ke pasar induk bias di tekan serendah rendahnya, Masyarakat petani Kecamatan Cikancung cukup antusias dan serius dalam

mengikuti penyuluhan. Pertanyaan demi pertanyaan dilontarkan terutama menyangkut pemasaran digital pada sesi tanya jawab. Pada saat berlangsungnya kegiatan diskusi, pemateri berusaha menjawab dan memberi solusi sehingga komunikasi aktif terjadi dalam forum. Sesuai dengan topik bahasan maka salah satu solusi yang ditawarkan untuk mengatasi permasalahan pemasaran adalah dengan memanfaatkan secara optimal sistem Digital Marketing dalam melakukan promosi dan pemasaran produk petani. Selain masyarakat memahami bentuk-bentuk dan cara promosi dan pemasaran secara online, penyuluhan ini dimaksudkan bertujuan untuk merubah perilaku sasaran yang meliputi perubahan metode, sikap, pengetahuan dan ketrampilan yang lebih inovatif dan modern



**Gambar 4.** Promosi Kegiatan PKM

#### 4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kegiatan penyuluhan pendampingan dan diskusi dengan para petani kecamatan Cikancung Kabupaten Bandung tentang digitalisasi hasil pertanian untuk pemasaran hasil produk petani berupa Tomat, Cabe merah dan hasil olahannya maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Peluang untuk melakukan pemasaran yang lebih luas hasil pertanian kecamatan Cikancung terbuka lebar dengan metode online baik melalui *Marketpalce* maupun social media *Facebook*, *Instagram*, *Youtube* maupun *Tiktok*.
2. Penyuluhan dan diskusi dengan para petani diharapkan dapat merubah perilaku dan sudut pandang para petani Tomat dan Cabe kecamatan Cikancung dalam mempromosikan dan memasarkan produk dan hasil olahannya akan lebih inovatif, kreatif sehingga menghasilkan keuntungan yang lebih baik lagi karena biaya pemasaran lebih rendah
3. Penyuluhan dan diskusi serta pendampingan pemasaran secara online yang melibatkan perangkat Kecamatan dan Unit Usaha Koperasi Rahastra Wilayah Cikancung diharapkan para petani lebih produktif lagi baik dalam tata kelola pemasaran maupun dalam pemecahan permasalahan permodalan melalui Koperasi

#### UCAPAN TERIMA KASIH

Kegiatan penyuluhan yang dilakukan tentang digitalisasi hasil pertanian Kecamatan Cikancung berjalan lancar dan dirasakan manfaatnya oleh para petani, untuk itu tim PKM Politeknik Piksi Ganesha mengucapkan terimakasih kepada perangkat Kecamatan Cikancung, Pengurus Koperasi Wilayah Kerja Cikancung serta warga sekitar utamanya para petani Tomat dan Cabe merah yang telah memediasi dan memberikan dukungan kepada Tim PKM Politeknik Piksi Ganesha dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat hal ini juga guna mendukung program Tridharma perguruan tinggi. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Direktur dan Ketua LPPM Politeknik Piksi Ganesha dalam mendukung kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini

#### REFERENSI

- [1] D.H.jayani, "beberapa pengguna internet di indonesia," 2019, [Online]. Available: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/09/09/berapa-pengguna-internet-di-indonesia>.
- [2] Kementerian Komunikasi dan Informatika RI., *Buku Saku Data dan Tren TIK*. Jakarta: Badan litbang SDM Kominfo, 2014.
- [3] P. Leviäkangas, "Digitalisation of Finland's transport sector. Technology in Society," *Technol. Soc.*, vol. 001, pp. 1–15, 2016, [Online]. Available: <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2016.07.001>.
- [4] A. . Kusumadinata, "Pengguna Internet Di kalangan Petani Sayur Dalam Memperoleh Informasi Pertanian di kab.cianjur," *Indones. J. Agricultural Econ.*, vol. 7(1), pp. 13–24, 2016.
- [5] M. Latief, A., Syardiansah, S., & Yakob, "Pelatihan Kewirausahaan Berbasis E- Marketing Pada

- Kelompok Usaha Perempuan Anyaman Tikar Di Gampong Matang Gleum Kecamatan Peureulak Kabupaten Aceh Timur,” *Technol. Soc.*, pp. 17–26, 2020, [Online]. Available: <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2016.07.001>.
- [6] A. Hadi,A.S.,&Khairi, “Pemilihan strategi Pemasaran Di Era Digital Pada Kelompok Ibu Pkk desa Gadingharjo,” *Din. Pengabd. Kpd. Masy.*, vol. 4(1), pp. 127–132, 2020.
- [7] Rebecca, “Manfaat Digital Marketing untuk Bisnis,” 2016.
- [8] K. Atrisiandy, “Pengembangan Profesionalisme Penyuluh Pertanian Melalui Penguasaan Teknologi Informasi (TI),” *Balai Pengkaj. Teknol. Pertan. Sumatera Utara*, vol. 33, 2015, [Online]. Available: <https://adoc.pub/pengembangan-profesionalisme-penyuluh-pertanian-melalui-peng.html>.
- [9] F. . Fiaz,S.,Noor,M.A.,&Aldosri, “Achieving Food Security In The Kingdom Of Saudi Arabia Through Innovation: Potential Role Of Agricultural Extension,” *J. Saudi Soc. Agric. Sci.*, vol. 2016.09.00, pp. 365–375, 2016, [Online]. Available: <https://doi.org/10.1016/j.jssas.2016.09.001>.
- [10] A. A. Ramadhan, S., Agussabti., “Pengembangan Agribisnis Padi di Kecamatan Indrapuri Kabupaten Aceh Besar,” *J. Ilm. Mhs. Pertan.*, vol. 2, pp. 220–231, 2017, [Online]. Available: <https://doi.org/10.17969/jimfp.v2i1.2274>.