

# PENGEMBANGAN APLIKASI PEMASARAN PRODUK STROBERI BERBASIS WEB UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PADA KUBE HISHAN STRAWBERRY

*Development of a Web-Based Strawberry Product Marketing  
Application to Increase Sales at Kube Hishan Strawberry*

**Yusli Yenni**

Universitas Nahdlatul Ulama, Sumatera barat, Indonesia  
e-mail: [yusliany10@gmail.com](mailto:yusliany10@gmail.com)

**Januardi Nasir**

Universitas Nahdlatul Ulama, Sumatera Barat, Indonesia  
e-mail: [januardinasir@gmail.com](mailto:januardinasir@gmail.com)

**Liza Yuliana**

Universitas Nahdlatul Ulama, Sumatera Barat, Indonesia  
e-mail: [Lizha.1990@gmail.com](mailto:Lizha.1990@gmail.com)

## **Abstract**

*This Community Service activity aims to support the digital transformation of SMEs, specifically KUBE Hishan Strawberry, which cultivates and sells strawberries and their processed products. The main challenges faced by partners include limited online promotion and sales, low digital technology literacy, and the lack of an online platform to expand market reach. As a solution, the team developed a web-based marketing application equipped with business profiles, product catalogs, online ordering, and stock management features, using a participatory approach to empower partners to manage their business independently. Furthermore, marketing and financial management strategies were socialized to enhance business competitiveness. The activity also included Microsoft Office training to support administration and financial record-keeping, as well as training on creating and managing social media platforms for digital promotion. Through the integration of the website and social media, KUBE Hishan Strawberry was able to expand its market reach, improve business efficiency, and build a stronger brand image.*

**Keywords**— marketing, website, digital market, social media

## **1. PENDAHULUAN**

Pelaksanaan program pengabdian ini dilakukan pada aspek argobisnis pada tanaman stroberi yang dikelola oleh Kelompok Usaha Bersama (KUBE) sebagai penggerak UMKM di balingka. UMKM memiliki peran penting dalam menopang perekonomian bangsa Indonesia dengan membantu membuka

lapangan pekerjaan (Noerchoidah & Nurdina, 2022). Kube ini berada di daerah Nagari Balingka Koto IV kabupaten Agam Sumatera Barat. Nagari Balingka merupakan salah satu daerah penghasil buah stroberi terbesar yang ada di kabupaten Agam. Karena daerah Balingka sangat cocok untuk tanaman stroberi hal ini didukung oleh faktor iklim dan suhu berkisar antara 15- 15-25°C serta ketinggian tempat sekitar 800-1.200 meter dari permukaan laut. Nagari Balingka juga penghasil pertanian perorangan sebanyak 4.312 unit pertanian (Pertanian et al., n.d.) karena kesuburan tanah Balingka sangat cocok untuk tanaman organik seperti Stroberi. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik Kabupaten Agam dari tahun 2021 nagari Balingka koto IV telah menghasilkan 2.232 kuintal atau 223.200 kilogram buah strawberry (Badan Pusat Statistik Kabupaten Agam, 2022).

Sejak tahun 2018-2021 permintaan konsumen terhadap buah stroberi terus mengalami peningkatan di Kebun Strawberry Upang nagari Balingka sebesar 8,5-13,2% (Elvira et al., 2022). Hal ini membuat nagari Balingka menjadi pelopor penghasil stroberi dan wisata stroberi yang banyak di datangi oleh masyarakat luas. Agrowisata petik stroberi di Nagari Balingka sangat banyak dikunjungi oleh wisatawan yang banyak berasal dari luar provinsi bahkan dari luar pulau dan terus meningkat sejak awal produksi pada tahun 2021 (Nurhafifah, 2024). Produk utama yang dihasilkan adalah buah stroberi yang memiliki harga jual berkisar antara Rp. 35.000 sampai Rp. 80.000/kg tergantung dengan kualitas dan musim. Sebagaimana hasil panen juga di olah oleh KUBE sehingga menghasilkan produk olahan stroberi seperti sabun, makan dan minuman. Untuk pendistribusi produk yang di hasilkan oleh KUBE Hishan strawberry masih tergolong kecil karena produk di tawarkan hanya kepada wisatawan lokal dan pasar tradisional.

Kegiatan pemasaran produk menggunakan sistem lapak dijalan wisata dan dari mulut ke mulut tanpa didukung dengan kemajuan teknologi baik dalam media social maupun penggunaan websiteresmi. KUBE ini juga memiliki permasalahan dalam pencatatan stok barang dan data pelanggan karena masih menggunakan cara manual yaitu dengan mencatat dalam buku. Hal ini tentu memberikan masalah jika buku catatan itu hilang atau rusak akan berakibat kerugian nantinya. Walaupun KUBE Hishan Strawberry memiliki tindak produksi yang tinggi namun jika tidak di dukung dengan pemasaran dan digitalisasi akan menjadi masalah dan penghambatan dalam berkembangnya usaha secara berkelanjutan. Sistem dan teknologi sebagai penggerak pembangunan yang memegang peranan penting dalam pertumbuhan berkelanjutan dalam suatu organisasi bisnis (Rahmat et al., 2019)

## 2. METODE

Kegiatan pengabdian ini dilakukan pada KUBE Hishan Strawberry Kota Agam Sumatera Barat. Target dari kegiatan ini Adalah mitra yang terdiri dari ibu-ibu petani yang tergabung dalam KUBE HISHAN Strawberry ini. Agar kegiatan pengabdian ini terlaksana dengan baik maka pada tahapan Menggunakan lima tahapan dalam pelaksanaan pengabdian ini Adalah sebagai berikut:

1. Sosialisasi Merupakan kegiatan dilakukan dengan proses menyebar luaskan informasi bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan, pemahaman dan ketrampilan mitra sasaran terhadap aspek penggunaan teknologi, manajemen pemasaran dan pemasaran produk. Kegiatan ini memastikan bahwa mitra sasaran dapat memahami cara memanfaatkan teknologi tersebut secara efektif dan efisien. Sosialisasi ini juga memberikan penambahan pengetahuan dan ketrampilan mitra sesuai dengan topik materi penyampain. Kegiatan sosialisasi ini menggunakan yaitu (a). ceramah dan diskusi. (b).

- demonstrasi dan praktek langsung (c) implementasi langsung. Kegiatan ini di lakukan
2. Pelatihan Merupakan kegiatan yang merupakan pengembangan aplikasi pemasaran produk kegiatan dilakukan dengan menerapkan langsung terhadap teknologi yang digunakan yaitu website dan aplikasi Microsoft office.
  3. Implementasi teknologi Merupakan kegiatan yang dilakukan dengan menerapkan teknologi pemasaran produk berbasis website yang memiliki peran penting dalam meningkatkan efisiensi operasional dan jangkaun pasar pada era digital. Hal ini di lakukan dengan cara menghosting website tersebut.
  4. Pendampingan dan evaluasi Merupakan kegiatan berkaitan dengan dua komponen utama yang sangat penting dalam pengembangan sistem. Kedua proses ini untuk memastikan bahwa teknologi yang di terapkan memberikan manfaat yang optimal dan berkelanjutan bagi sasaran mitra pengabdian ini. Kegiatan pendampingan ini akan berkaitan dengan pelatihan dalam perancang dan penggunaan aplikasi pemasaran produk berbasis website. Sedangkan pada tahapan evaluasi akan berkaitan dengan program pengabdian dan hasil monitoring dari program pengabdian ini.
  5. Kelanjutan program Merupakan merupakan pengembangan aplikasi pemasaran dengan memastikan bahwa aplikasi yang dirancang memenuhi solusi dan target yang di ingin dan di tetapkan. Serta memastikan bahwa aplikasi yang di terapkan memberikan manfaat yang optimal dan berkelanjutan bagi mitra sasaran.

### **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **3.1. Hasil**

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat pada KUBE Hishan Strawberry menghasilkan beberapa capaian utama dalam mendukung transformasi digital usaha. Salah satu hasil penting adalah tersedianya platform pemasaran produk stroberi berbasis web yang berfungsi sebagai media promosi dan penjualan secara daring. Website yang dikembangkan memuat informasi profil usaha, katalog produk, sistem pemesanan, manajemen stok, serta layanan komunikasi dengan pelanggan. Keberadaan platform ini memperluas jangkauan pemasaran produk yang sebelumnya terbatas pada wilayah lokal.

Kegiatan sosialisasi strategi pemasaran dan pengelolaan keuangan memberikan hasil berupa meningkatnya pemahaman mitra mengenai konsep pemasaran modern, perencanaan usaha, dan pentingnya pencatatan keuangan. Mitra mulai menerapkan pencatatan sederhana terhadap arus kas dan stok produk sebagai dasar evaluasi usaha. Selanjutnya, pelatihan Microsoft Office menghasilkan peningkatan kemampuan administrasi, khususnya dalam penyusunan dokumen usaha, pencatatan keuangan menggunakan spreadsheet, serta pembuatan materi promosi yang lebih sistematis dan profesional.



**Gambar 1.** Kegiatan Pengabdian

Hasil lainnya adalah terbentuk dan aktifnya akun media sosial bisnis KUBE Hishan Strawberry pada platform TikTok, Facebook, dan Instagram. Mitra telah mampu memproduksi dan mengelola konten promosi secara mandiri, baik berupa foto, video, maupun informasi kegiatan budidaya dan produk olahan stroberi. Media sosial ini berfungsi sebagai sarana komunikasi langsung dengan konsumen dan pendukung utama promosi digital.

### 3.2 Pembahasan

Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi digital melalui website dan media sosial berperan signifikan dalam meningkatkan visibilitas dan daya saing usaha KUBE Hishan Strawberry. Integrasi antara website sebagai pusat informasi dan transaksi dengan media sosial sebagai sarana promosi interaktif menciptakan ekosistem pemasaran digital yang efektif bagi usaha skala kecil. Temuan ini sejalan dengan konsep transformasi digital UKM yang menekankan pada pemanfaatan teknologi informasi untuk memperluas akses pasar dan meningkatkan efisiensi usaha.

Peningkatan literasi digital mitra menjadi faktor kunci keberlanjutan program. Pendekatan partisipatif terbukti mampu meningkatkan rasa memiliki dan kepercayaan diri mitra dalam mengelola teknologi yang diperkenalkan. Dengan keterampilan administrasi dan pencatatan keuangan yang lebih baik, mitra memiliki dasar yang lebih kuat untuk pengambilan keputusan usaha secara rasional dan terukur.

Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian ini tidak hanya menghasilkan luaran berupa platform digital, tetapi juga memberikan dampak pada perubahan pola pikir dan perilaku usaha mitra menuju pengelolaan usaha yang lebih profesional dan adaptif terhadap perkembangan ekonomi digital. Hasil ini menunjukkan bahwa pendampingan berbasis teknologi yang disertai penguatan kapasitas sumber daya manusia efektif dalam mendukung keberlanjutan dan peningkatan kinerja UKM berbasis komunitas.

## 4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan bersama KUBE Hishan Strawberry telah berhasil memberikan dampak positif terhadap peningkatan kapasitas sumber daya manusia, pemanfaatan teknologi digital, serta efektivitas pemasaran produk pertanian di era digital. Melalui pengembangan aplikasi pemasaran berbasis web, mitra kini memiliki sarana yang lebih modern dan efisien untuk mempromosikan serta menjual produk stroberi secara luas kepada konsumen.

## 5. SARAN

Agar hasil pengabdian memberikan manfaat jangka panjang dan dapat menjadi model pengembangan bagi kelompok usaha lain, diperlukan keberlanjutan pengelolaan sistem pemasaran berbasis web melalui pemeliharaan dan pembaruan konten secara berkala. Selain itu, peningkatan kapasitas anggota KUBE perlu dilakukan secara berkelanjutan melalui pelatihan lanjutan di bidang manajemen digital, analisis penjualan, dan strategi pemasaran media sosial. Penguatan branding dan promosi digital juga penting untuk membangun citra usaha yang konsisten dan menarik. Lebih lanjut, model usaha digital yang telah diterapkan pada KUBE Hishan Strawberry dapat direplikasi pada kelompok usaha tani lainnya guna memperluas dampak dan mendorong digitalisasi sektor pertanian.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terimakasih kepada Universitas Nahdlatul Ulama Sumatera Barat dan mitra Kube Hisha Strawberry yang telah memfasilitasi pengabdian ini. Serta Kegiatan ini terlaksana dengan dukungan dana program Pemberdayaan Masyarakat Pemula dari Direktorat Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat, Direktorat Jendral Riset Dan Pengembangan, Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains Dan Teknologi Tahun Anggaran 2025.

## DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik Kabupaten agam. (2022). *Kecamatan IVKoto dalam angka*.  
 Elvira, S., Putra, R. E., & Rahman, H. (2022). ANALISIS STATUS  
 KEBERLANJUTAN AGROWISATA BERBASIS PERTANIAN  
 BERKELANJUTAN: STUDI KASUS KEBUN STRAWBERRY UPANG. *JSEP*  
*(Journal of Social and Agricultural Economics)*, 15(2), 123.  
<https://doi.org/10.19184/jsep.v15i2.30767>  
 Noerchoidah, N., & Nurdina, N. (2022). MEDIA WEBSITE SEBAGAI SOLUSI  
 PROMOSI PENJUALAN PADA UMKM. *Jurnal Kreativitas Dan Inovasi*  
*(Jurnal Kreanova)*, 2(1), 1–6. <https://doi.org/10.24034/kreanova.v2i1.5212>  
 Nurhafifah, S. M. (2024). Potensi Agrowisata Petik Stroberi di Nagari Balingka  
 Kecamatan IV Koto Kabupaten Agam. *Jurnal Pendidikan Tambusai*.  
 Pertanian, U., Hortikultura, P., & Regency, A. (n.d.). *HASIL PENCACAHAN*  
*LENGKAP SENSUS PERTANIAN 2023 TAHAP II Edition 2 Kabupaten*  
*Agam*.  
 Rahmat, F., Bukit, A., Geby, G., Irvan, ), Fahmi, ), & Teknik, F. (2019).  
*PEMBUATAN WEBSITE KATALOG PRODUK UMKM UNTUK*  
*PENGEMBANGAN PEMASARAN DAN PROMOSI PRODUK KULINER*  
*WEBSITE CREATION PRODUCT CATALOG MSMEs FOR MARKETING*  
*AND PROMOTION DEVELOPMENT OF CULINARY PRODUCTS 1).*  
[www.imosumut.com](http://www.imosumut.com).

