



WEB PRESENCE DALAM PERTANIAN

Muh. Bukhari

Fakultas Ekologi Manusia Pascasarjana IPB University, Bogor-Indonesia. Email: buchory45@gmail.com

Abstrak

Article History Sebagai negara agraris, wilayah Indonesia yang merupakan wilayah kepulauan harus dapat memaksimalkan teknologi dalam meningkatkan tingkat kesejahteraan para petani. Tentunya, kesenjangan digital pada petani membuat petani sangat rentan terhadap garis kemiskinan. Diperlukan fungsi *web presence* dalam meningkatkan tingkat kesejahteraan petani melalui peningkatan kinerja SEO, mengingat model B2C dan B2B sangat baik dalam pemasaran hasil pertanian. Dengan model tersebut, fungsi SEO akan menempatkan website pemerintah yang mengurus bidang pertanian agar selalu muncul pada urutan pertama mesin pencari dengan mempergunakan kata kunci tertentu

Keywords:
Web Presence,
Pertanian,
Web Site, SEO

A. LATAR BELAKANG

Perkembangan digitalisasi, perangkat lunak, big data, dan kekuatan pemrosesan yang menyertainya telah menciptakan perubahan, dilema, dan kemungkinan yang signifikan dalam pengelolaan keuangan organisasi, institusi, dan perusahaan (Wirawan dan Sinaga, 2022).

Namun, standar data dan mekanisme berbagi data yang cenderung lebih baik di masa mendatang karena banyak data yang harus online, terbuka, dibagikan di internet, dan hal-hal terkait lainnya (Wirawan dan Sinaga, 2022), masih belum dapat dinikmati oleh masyarakat tertentu, seperti petani tertentu di daerah tertentu di Indonesia. Terjadinya kesenjangan digital pada petani membuat petani sangat rentan terhadap garis kemiskinan, karena masih terjadi berbagai faktor dalam pertanian, seperti gagal panen, ketidakmampuan mengembalikan modal produksi, dan sistem tata niaga oligopsonistik yang tidak memihak petani, serta petani yang melakukan belum memiliki daya tawar (Wirawan *et al.*, 2022). Hal ini harus dapat ditangani oleh pemerintah, termasuk Indonesia, dengan memaksimalkan keberadaan *web presence* sebagai media promosi ataupun marketing dalam meningkatkan kesejahteraan petani-petani. Sehingga, perlu menjawab rumusan permasalahan bagaimana fungsi *web presence* yang dapat memaksimalkan tingkat kesejahteraan petani di Indonesia

B. Analisis dan Pembahasan

a. Gambaran Umum Web Presence

Web presence atau *web property* atau *point of presence* merupakan alamat yang merepresentasikan seseorang, usaha/bisnis, atau entitas lainnya yang direpresentasikan berdasarkan lokasi suatu *world wide web* (www). Tentunya, pemerintah harus memaksimalkan keberadaan *web presence* sebagai media promosi ataupun marketing

dalam memajukan pertaniannya, terutama karena Indonesia merupakan negara agraris yang berbentuk kepulauan. Eksistensi *web presence* yang sangat kuat sangat membantu pemerintah dalam membangun pemasaran baru produk agrikultural petaninya, dengan cara:

- a. mengoptimalkan waktu respon *web site*-nya,
- b. membuat semarik dan seinformatif mungkin konten *web site*-nya,
- c. membuat seaktif mungkin platform *web site*-nya,
- d. memastikan terjalannya dan lancarnya interaksi antara *web site* yang dibangun dengan para pengunjung *web site*-nya tersebut.

b. Internet business model

Menurut Henry Chan *et al.* (2001) terdapat empat model bisnis internet di dunia, yakni *Business-to-Consumer* (B2C), *Business-to-Business* (B2B), *Consumer-to-Consumer* (C2C), dan *Consumer-to-Business* (C2B). Namun, dari keempat model tersebut model yang paling tepat dipergunakan oleh pemerintah dalam membangun pemasaran baru produk agrikultural tropisnya adalah model B2C dan B2B. B2C yang dipergunakan dalam *web presence* berhubungan dengan transaksi penjualan barang atau penyerahan jasa yang dilakukan oleh pemerintah terhadap entitas usaha yang ada di wilayahnya kepada para konsumen (*end users*) yang ada di seluruh dunia melalui jaringan online internet. Sedangkan B2B merupakan transaksi penjualan barang atau penyerahan jasa yang dilakukan oleh pemerintah terhadap entitas usaha yang ada di wilayahnya melalui *web site*-nya kepada usaha-usaha besar, menengah, dan kecil lainnya.

c. Fungsi Seharusnya Web Presence

Fungsi *web presence* yang harus ditingkatkan kinerjanya adalah *search engine optimization* (SEO) yang merupakan proses dalam *www*, yang dimiliki oleh pemerintah dalam meningkatkan kesejahteraan petani melalui pemasaran baru produk agrikultural tropisnya, yang memiliki fungsi untuk meningkatkan kunjungan *traffic* melalui mesin-mesin pencarian yang ada di internet, terutama google. Dalam hal ini, fungsi SEO akan menempatkan website pemerintah yang mengurus bidang pertanian tersebut agar selalu muncul pada urutan pertama mesin pencari dengan mempergunakan kata kunci tertentu.

C. KESIMPULAN

Berdasarkan analisis dan pembahasan, disimpulkan bahwa fungsi *web presence* dalam meningkatkan tingkat kesejahteraan petani harus dibangun pemerintah melalui peningkatan kinerja SEO, mengingat maksimalisasi pemasaran produk agrikultural dapat dilakukan melalui model B2C dan B2B. Sehingga, dengan mempergunakan pemasaran model B2C dan B2B, fungsi SEO akan menempatkan website pemerintah yang mengurus bidang pertanian agar selalu muncul pada urutan pertama mesin pencari dengan mempergunakan kata kunci tertentu.

DAFTAR PUSTAKA

- Chan, Henry, Raymond Lee, Tharam Dillon, dan Elizabeth Chang, *E-Commerce: Fundamentals and Applications*, (West Sussex: John Wiley & Sons Ltd., 2001).
- Wikipedia, tersedia di laman https://en.wikipedia.org/wiki/Web_presence, diakses tanggal 28 Oktober 2022.
- Wirawan, Aditya, dan Sinaga, Elvrida N., Digitalization and Big Data in Preventing Corruption in Education Sector: Towards Inclusive and Equitable Education, *Scientium Law Review*, Vol. 1, No. 1, 2022, pp. 13-24, DOI:<https://doi.org/10.56282/slr.v1i1.53>.
- Wirawan, A., Warassih, E. and Sinaga, B.R.P., Capability Deprivation Meets the Digital Divide: The Urgency Of Accessibility and Connectivity in Alleviating the Poverty of Tobacco Farmers in Indonesia, *Journal of Tax Law and Policy*, Vol. 1, No. 1, 2022, pp. 42–56. DOI:<https://doi.org/10.56282/jtlp.v1i1.62>.