

Deal Cash: Digital Platform Trending Pemasaran Hasil Pertanian dalam Meningkatkan Perekonomian di Era 4.0

Abul Mawahib. R¹, Sri Wahyuni², dan Nurfadillah³

¹Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Makassar, Kota Makassar

²Jurusan Sosiologi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Muhammadiyah Makassar, Kota Makassar

³Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Makassar, Kota Makassar

Abulmawahib10@gmail.com, sriwahyuniunhi731@gmail.com, nurfadillah2817@gmail.com

DOI: <https://doi.org/10.24071/exero.v4i1.5026>

Abstrak

Kemajuan teknologi telah banyak memberikan manfaat dan kemudahan serta sebagai cara baru dalam melakukan aktifitas bagi kehidupan manusia. Perkembangan teknologi yang disebut sebagai revolusi industri 4.0 membawa banyak perubahan dengan segala konsekuensinya mengharuskan seseorang untuk menguasai dalam pengoperasiannya termasuk bersaing dalam hal ekonomi digital. Indonesia sebagai negara kepulauan memiliki sumber daya hayati yang menjadikannya memiliki potensi ekonomi yang tinggi. Sektor pertanian memegang peran penting perekonomian Indonesia. Pertanian adalah suatu kegiatan pengelolaan sumber daya hayati untuk mencapai komoditas pertanian yang unggul di setiap sektornya. Sektor pertanian Indonesia masih memiliki banyak persoalan seperti permodalan dan pemasaran. Penelitian ini mengkaji tentang Deal Cash: Digital Platform Pemasaran Hasil Pertanian Mandiri dalam Meningkatkan Perekonomian di Era 4.0. Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kepustakaan melalui penelitian deskriptif kualitatif. Tujuan penulisan karya tulis ilmiah ini adalah untuk mendeskripsikan konsep dan manfaat aplikasi Deal Cash sebagai bentuk pemasaran dalam meningkatkan perekonomian di era revolusi industri 4.0. Deal Cash merupakan suatu inovasi peneliti berupa digital platform berbasis fintech sebagai solusi bagi para petani dari masalah-masalah yang dihadapi seperti permodalan dan pemasaran. Produk yang dapat dipasarkan antara lain dari hasil tanaman pangan, hasil perkebunan, perikanan dan peternakan. Deal Cash memiliki empat layanan utama yaitu layanan penjualan, pembelian, distribusi dan pinjaman modal. Deal Cash bertujuan untuk memudahkan pihak-pihak yang terkait untuk melakukan pemasaran, distribusi ataupun transaksi pemesanan dalam memenuhi kebutuhannya.

Kata kunci: Deal Cash, Digital Platform Trending Pemasaran, Fintech, Revolusi Industri 4.0

Abstract

Advances in technology have provided many benefits and conveniences as well as a new way of doing activities for human life. The development of technology known as the industrial revolution 4.0 brings many changes with all the consequences that require one to master in its operation, including competing in the digital economy. Indonesia as an archipelagic country has biological resources that make it have high economic potential. The agricultural sector plays an important role in the Indonesian economy. Agriculture is an activity of managing biological resources to achieve superior agricultural commodities in each sector. Indonesia's agricultural sector still has many problems such as capital and marketing. This research examines Deal Cash: Digital Marketing Platform for Independent Agricultural Products in Improving the Economy in Era 4.0. This research uses a literature study approach through qualitative descriptive research. The purpose of writing this scientific paper is to describe the concept and benefits of the Deal Cash application as a form of

marketing in improving the economy in the industrial revolution 4.0 era. Deal Cash is a research innovation in the form of a fintech-based digital platform as a solution for farmers from problems faced such as capital and marketing. Products that can be marketed include food crops, plantation, fishery and livestock products. Deal Cash has four main services, namely sales, purchase, distribution and capital loan services. Deal Cash aims to make it easier for related parties to carry out marketing, distribution or ordering transactions to meet their needs.

Keywords: Deal Cash, Digital Marketing Trending Platform, Fintech, Industrial Revolution 4.0

Pendahuluan

Tahun 2045, memasuki 100 tahun Indonesia, akan memperlihatkan kinerja Bangsa Indonesia menggapai cita-citanya. Pada tahun tersebut, diprediksi jumlah penduduk mencapai 340 juta dengan 180 juta diantaranya termasuk usia produktif 15-64 tahun. Kondisi tersebut lazim disebut sebagai jendela demografi (*window of demography*) yang berdampak kepada salah satu dari dua kemungkinan yakni: 1). bonus demografi (*demography dividend*) apabila profil penduduk Indonesia berkualitas, sehingga merupakan potensi bagi negara untuk melakukan akselerasi ekonomi dengan menggenjot industri manufaktur, infrastruktur dan UMKM, karena berlimpahnya angkatan kerja. 2). kutukan demografi (*demography diases*), menghasilkan pengangguran massal dan menjadi beban negara, manakala negara tidak melakukan investasi sumber daya manusia (*human capital investment*) (Triyon, 2016)

Indonesia berpeluang masuk ke 5 negara di dunia dengan ekonomi terbesar pada tahun 2045 mendatang. Pada tahun 2045, jumlah penduduk Indonesia mencapai 309 juta orang dengan angka Pendapatan Domestik Bruto (PDB) mencapai 29 ribu dolar AS per tahun. Dengan kondisi ini, Indonesia mempunyai peluang untuk dapat menikmati “bonus demografi”, yaitu percepatan pertumbuhan ekonomi akibat berubahnya struktur umur penduduk yang ditandai dengan menurunnya rasio ketergantungan (*dependency ratio*) penduduk non-usia kerja kepada penduduk usia kerja. Perubahan struktur ini memungkinkan bonus demografi tercipta karena meningkatnya suplai angkatan kerja (*labor supply*), tabungan (*saving*), dan kualitas sumber daya manusia (*human capital*).

Dilain hal, Kemajuan teknologi adalah sesuatu yang tidak bisa dihindari dalam kehidupan saat ini, karena kemajuan teknologi akan berjalan sesuai dengan kemajuan ilmu pengetahuan. Setiap inovasi diciptakan untuk memberikan manfaat positif,

memberikan banyak kemudahan, serta sebagai cara baru dalam melakukan aktifitas bagi kehidupan manusia. Khusus dalam bidang ekonomi, masyarakat sudah menikmati banyak manfaat yang dibawa oleh inovasi-inovasi yang telah dihasilkan dalam perkembangan teknologi saat ini, perkembangan teknologi saat ini disebut sebagai revolusi industri 4.0.

Revolusi industri akan membawa banyak perubahan dengan segala konsekuensinya, industri akan semakin kompak dan efisien. Namun, ada pula resiko yang akan muncul, misalnya berkurangnya sumber daya manusia karna digantikan oleh mesin atau robot. Merambahnya teknologi dipelosok negeri membuat seseorang harus mampu menguasai kemampuan dalam pengoperasiannya, termasuk bersaing dalam berbagai hal termasuk ekonomi digital yang mana kegiatannya sudah benar-benar memanfaatkan teknologi informasi.

Menurut Daryanto dalam Pratiwi (2017: 127) pertanian merupakan *way of life* dan sumber kehidupan sebagian besar masyarakat. Sekitar 45% tenaga kerja tergantung dari sektor pertanian primer. Besarnya peran sektor pertanian sekarang ini dapat diletakkan dalam kerangka “3F *contribution in the economy*”, yaitu *food* (pangan), *feed* (pakan) dan *fuel* (bahan bakar). Fungsi tersebut memperlihatkan bahwa sektor pertanian berperan strategis dalam mewujudkan pembangunan secara komprehensif sehingga dapat mengurangi tingkat kemiskinan, sekaligus menciptakan pertumbuhan ekonomi dan lapangan pekerjaan. Pengembangan hasil pertanian perlu dilakukan sebagai upaya untuk meningkatkan perekonomian daerah. Pengembangan ini dilakukan sebagai akibat belum meratanya penguatan potensi-potensi sumber daya setiap daerah. Ada daerah yang telah mengembangkan produk unggulan hasil produksi setempat dan ada beberapa daerah yang masih memerlukan penguatan, serta masih berada pada pasar lokal dan regional. Fokus pengembangan terletak pada pengembangan distribusi hasil pertanian atau produk lokal dalam mengembangkan dan memajukan perekonomian daerah.

Sektor pertanian Indonesia masih memiliki banyak persoalan yang harus di hadapi. Menurut sekretaris jendral HKTI Bambang Budi Waluyo dalam Pitoko (2018) mengatakan, persoalan pertanian itu tak hanya terjadi pada lahan persawahan, melainkan pada lahan kehutanan dan rempah-rempah. Masalah pertama adalah

permodalan, ke-dua lahan makin sulit, ke-tiga teknologi pertanian modern, ke-empat persoalan pupuk, dan terakhir soal pemasarannya.

Menurut Rahim (2008) Pemasaran dalam kegiatan pertanian memainkan peran sangat penting. Pertama, berperan sebagai sumber terbentuknya harga produk pertanian, yang mempertemukan kepentingan produsen dan konsumen. Ke-dua, menjadi media pemindahan fisik dari titik produksi ke tempat pembelian. Namun, untuk memainkan kedua peran ini ada banyak kendala yang harus dihadapi.

Menurut laporan yang disampaikan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) dalam Hardilawati (2019: 88), sekitar 143 juta orang atau sudah lebih dari 50 persen orang telah terhubung dengan jaringan internet. Tidak bisa dipungkiri, hampir semua aspek kehidupan dipengaruhi oleh internet, pemanfaatan internet pada zaman sekarang bukan hanya untuk sekedar berkomunikasi namun sudah lebih jauh seperti berbisnis, melakukan pembelian barang, mendapatkan hiburan, media pemesanan transportasi dan komunikasi pemasaran.

Dari beberapa permasalahan diatas peneliti merancang suatu aplikasi sebagai tempat pemasaran dan mempermudah distribusi produk-produk hasil pertanian dari satu daerah ke daerah lain. Pemasaran ini sebagai digital *platform* dengan judul ***Deal Cash: Digital Platform Pemasaran Hasil Pertanian dalam Meningkatkan Perekonomian di Era 4.0***. Diharapkan dengan adanya aplikasi ini akan mempermudah para petani dalam memasarkan hasil pertaniannya dan memperoleh pinjaman modal, serta memudahkan para konsumen dalam memenuhi kebutuhannya.

Berdasarkan latar belakang diatas maka rumusan masalah pada Karya Tulis Ilmiah ini adalah sebagai berikut. 1. Bagaimana konsep *Deal Cash* sebagai bentuk pemasaran dalam meningkatkan perekonomian di era revolusi industri 4.0? 2. Apakah manfaat *Deal Cash* sebagai bentuk pemasaran dalam meningkatkan perekonomian di era revolusi industri 4.0?. Adapun tujuan dari Karya Tulis Ilmiah ini adalah sebagai berikut: 1. Untuk mendeskripsikan konsep *Deal Cash* sebagai bentuk pemasaran dalam meningkatkan perekonomian di era revolusi industri 4.0. 2. Untuk mendeskripsikan manfaat dari *Deal Cash* sebagai bentuk pemasaran dalam meningkatkan perekonomian di era revolusi industri 4.0.

Kajian Literatur

Deal Cash

Deal Cash terdiri dari dua suku kata dalam bahasa Inggris yaitu *deal* “kesepakatan” dan *cash* “uang tunai”. Dalam kamus besar bahasa Indonesia (KBBI), kesepakatan berasal dari suku kata “sepakat” yang berarti setuju, semufakat, sependapat, dan seia sekata. Sedangkan uang tunai berasal dari kata uang yang berarti alat tukar atau standar pengukur nilai yang sah, dikeluarkan oleh pemerintah suatu negara berupa kertas, emas, perak, atau logam lain yang dicetak dengan bentuk dan gambar tertentu, dan tunai yaitu diterima/diserahkan segera setelah dilakukan pembayaran. Uang tunai ialah alat tukar yang diterima atau diserahkan segera setelah dilakukan pembayaran. Jadi, *Deal Cash* adalah suatu penyerahan atau penerimaan uang yang dilakukan setelah adanya suatu kesepakatan.

Deal Cash merupakan suatu aplikasi yang dibuat dengan tujuan untuk memudahkan pihak-pihak yang terkait untuk melakukan suatu pemasaran, distribusi ataupun transaksi pemesanan berdasarkan jumlah stok barang tersedia serta jumlah permintaan barang. *Deal Cash* ini bisa digunakan oleh orang-orang yang sudah teregistrasi dalam aplikasi. Aplikasi ini bisa memberikan informasi jumlah pasokan yang tersedia, sehingga memudahkan *customer* untuk melakukan pemesanan. Aplikasi ini memiliki empat jenis layanan yaitu, penjual/ *supplier*, pembeli/ *customer*, distribusi dan pinjaman modal. Layanan pinjaman modal hanya diperuntukkan bagi petani yang membutuhkan modal untuk perkembangan usahanya.

Penjual bisa menerima pemesanan barang dan juga menampilkan jumlah stok hasil pertanian yang tersedia. Peran distributor yaitu bisa menerima pemesanan dari pembelidan juga menampilkan jumlah stok hasil pertanian yang tersedia. Pembeli hanya bisa melakukan pemesanan produk hasil pertanian, melihat jumlah stok hasil pertanian yang tersedia dari setiap penjual maupun distributor.

Digital Platform Trending Pemasaran

Digital platform

Menurut Setiawan (2018:64) Ekonomi digital pertama kali di perkenalkan oleh Tapscott. Menurutnya, ekonomi digital merupakan sebuah fenomena sosial yang mempengaruhi sistem ekonomi, dimana fenomena tersebut mempunyai karakteristik sebagai sebuah ruang intelijen, meliputi informasi, berbagai akses terhadap

instrument informasi, kapasitas informasi dan pemrosesan informasi. Komponen ekonomi digital yang berhasil diidentifikasi pertama kalinya yaitu industri TIK, aktivitas *e-commerce*, distribusi digital barang dan jasa.

Masih dalam Setiawan, di dalam dunia *platform*, berbagai jenis pengguna dapat menghubungkan dan melakukan interaksi satu sama lain menggunakan sumber daya yang disediakan oleh *platform*. Konteks pengguna dalam ekosistem *platform*, beberapa di antaranya adalah produsen, beberapa di antaranya adalah konsumen, dan beberapa di antaranya adalah orang-orang yang dapat memainkan peran keduanya di berbagai waktu. Dalam prosesnya, mereka saling bertukar, mengonsumsi, dan kadang-kadang membuat sesuatu produk atau layanan menjadi lebih bernilai. Alih-alih mengalir dalam garis lurus dari produsen ke konsumen, nilai dapat dibuat, diubah, dipertukarkan, dan dikonsumsi dalam berbagai cara dan tempat. Semua ini dimungkinkan oleh koneksi internet yang memfasilitasi *platform*. Setiap *platform* beroperasi secara berbeda, menarik berbagai jenis pengguna, dan menciptakan berbagai bentuk nilai, tetapi elemen dasar yang sama ini dapat dikenali di setiap bisnis *platform*.

Lanjutnya, revolusi *platform* pada dunia industri memberikan arahan yang jelas terhadap perkembangan ekonomi dan sosial yang paling penting saat ini, yaitu bangkitnya *platform* sebagai model bisnis dan organisasi. Model *platform* ini mendasari keberhasilan banyak perusahaan yang paling besar, berkembang paling cepat, dan yang paling kuat saat ini, mulai dari *Google*, *Amazon*, dan *Microsoft* hingga *Uber*, *Airbnb*, dan *eBay*. Terlebih lagi, *platform* mulai mengubah berbagai arena ekonomi dan sosial lainnya, dari perawatan kesehatan dan pendidikan hingga energi dan pemerintah. Selama dua dekade terakhir, disadari bahwa kekuatan ekonomi, sosial, dan teknologi yang kuat telah mengubah dunia dengan cara-cara yang hanya dipahami oleh segelintir orang. Menurut Hartini dalam Hardilawati (2019: 89) media sosial merupakan *platform* yang dibuat untuk menghubungkan orang diseluruh dunia dengan memanfaatkan internet, media sosial terbagi menjadi beberapa jenis antara lain *wordpress*, *wiki*, *blog* jejaring sosial dan lain-lain.

Digital *platform* merupakan suatu perkembangan teknologi dan media digital yang mempunyai karakteristik tertentu seperti ruang intelijen, meliputi informasi, berbagai akses terhadap instrument informasi, kapasitas informasi dan pemrosesan

informasi. Berbagai jenis pengguna dapat melakukan hubungan dan melakukan interaksi satu sama lain di beberapa daerah. Setiap *platform* beroperasi secara berbeda, menarik berbagai jenis pengguna, dan menciptakan berbagai bentuk nilai dan telah mengubah berbagai arena ekonomi dan sosial lainnya, dari perawatan kesehatan dan pendidikan hingga energi dan pemerintah.

Trending pemasaran

Kotler dan Keller dalam Fauzia (2018: 121), pemasaran adalah proses perencanaan dan pelaksanaan konsepsi, penetapan harga, promosi, dan pendistribusian gagasan, barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang mampu memenuhi tujuan individu dan organisasi. Pertukaran dalam konteks ini dimaksudkan sebagai sebuah proses dimana dua atau lebih pihak saling mempertukarkan sesuatu yang memiliki nilai sehingga pada akhirnya mereka merasa lebih baik setelah melakukan proses tersebut.

Menurut Rangkuti dalam Jaura (2018: 160) pemasaran adalah suatu proses kegiatan yang dipengaruhi oleh berbagai faktor sosial, budaya, politik, ekonomi dan manajerial. Akibat dari pengaruh berbagai faktor tersebut adalah masing-masing individu maupun kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan dengan menciptakan, menawarkan, dan menukarkan produk yang memiliki nilai komoditas.

Trending pemasaran merupakan suatu kegiatan perencanaan dalam pengelolaan barang atau jasa. Dilakukan oleh perorangan atau sekelompok orang dengan mempertukarkan sesuatu yang dianggap memiliki nilai dalam rangka memenuhi kebutuhannya. Kegiatan pemasaran dipengaruhi oleh berbagai faktor dalam kehidupan masyarakat seperti, faktor sosial, budaya, politik, ekonomi dan manajerial.

Berdasarkan uraian di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa, digital *platform* sebagai trending pemasaran ialah suatu perkembangan teknologi dan media digital dalam bidang ekonomi khususnya dalam kegiatan pemasaran. Perkembangan ini telah memudahkan para penggunanya dalam memasarkan produk-produknya ke setiap daerah dengan memanfaatkan jaringan internet. Konteks pengguna dalam hal ini adalah produsen, konsumen dan orang yang mampu menjadi ke-duanya.

Fintech

Menurut definisi yang dijabarkan oleh *National Digital Research Centre* (NDRC) dalam Muchlis (2018:338), teknologi finansial adalah istilah yang digunakan untuk

menyebut suatu inovasi di bidang jasa finansial, di mana istilah tersebut berasal dari kata “*financial*” dan “*technology*” (*FinTech*) yang mengacu pada inovasi finansial dengan melalui teknologi modern.

Muchlis (2018:339) mengatakan bahwa *Fintech* atau teknologi keuangan adalah istilah yang digunakan untuk menunjukkan perusahaan yang menawarkan teknologi modern di sektor keuangan. Perusahaan-perusahaan *Fintech* kebanyakan adalah perusahaan mikro, kecil atau menengah yang tidak memiliki banyak ekuitas, tetapi memiliki gagasan yang jelas tentang bagaimana memperkenalkan sesuatu yang baru atau bagaimana meningkatkan layanan yang ada dalam keuangan pasar layanan. Umumnya, ini adalah *fintech start-up*, jumlah yang terus meningkat (dengan berbagai perkiraan, jumlah mereka telah melampaui sepuluh ribu perusahaan). Sebagai aturan, investasi ventura dan *crowdfunding* digunakan untuk membiayai perusahaan-perusahaan *fintech*.

Menurut Rizal (2018: 91) *Fintech* secara global menunjukkan secara pesat *Fintech* berkembang di berbagai sektor, mulai dari *startup* pembayaran, peminjaman (*lending*), perencanaan keuangan (*personal finance*), investasi ritel, pembiayaan (*crowdfunding*), remitansi, riset keuangan, dan lain-lain. Pelaku *Fintech* Indonesia masih dominan berbisnis payment (43%), pinjaman (17%), dan sisanya berbentuk agregator, *crowdfunding* dan lain-lain. *Fintech* juga memiliki peran penting dalam mengubah perilaku dan ekspektasi konsumen diantaranya :

- a. dapat mengakses data dan informasi kapan saja dan dimana saja
- b. menyamaratakan bisnis besar dan kecil sehingga cenderung untuk memiliki ekspektasi tinggi meski terhadap bisnis kecil yang baru dibangun.

Berdasarkan uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa *fintech* merupakan suatu inovasi teknologi modern yang bergerak di sektor keuangan. *Fintech* bergerak dalam sektor seperi; pembayaran, manajemen keuangan, pembiayaan, peminjaman dan laiannya. Keberadaan *fintech* ini bertujuan untuk memudahkan dalam melakukan transaksi keuangan.

Revolusi Industri 4.0

Menurut Scawat (Putrawangsa, 2018) mengatakan bahwa era industri 4.0 merupakan istilah yang digunakan untuk merujuk pada era dimana terjadi perpaduan teknologi yang mengakibatkan dimensi fisik, biologis, dan digital membentuk suatu

perpaduan yang sulit untuk dibedakan. Terjadinya digitalisasi informasi dan pemanfaatan *Artificial Intelligence* (AI) secara massif di berbagai sektor kehidupan manusia adalah tanda dimulainya era industri 4.0.

Menurut Schmidt (Glas, 2016) mengatakan bahwa industri 4.0 merupakan superposisi dari beberapa perkembangan teknologi itu mencakup produk dan proses. Ini terkait dengan apa yang disebut *Cyber Physical Systems* yang menggambarkan penggabungan digital dengan alur kerja fisik. Industri 4.0 harus didefinisikan sebagai penyisipan produk cerdas ke dalam digital dan proses fisik. Proses digital dan fisik saling berinteraksi dan melintasi batas geografi dan organisasi.

Menurut Hoffman (Sanders, 2016) mengatakan bahwa industri 4.0 merupakan revolusi industri keempat yang menerapkan prinsip *Cyber-Physical Systems* (CPS), internet dan teknologi berorientasi masa depan dan smart system dengan interaksi manusia-mesin yang ditingkatkan paradigma. Ini memungkinkan identitas dan komunikasi untuk setiap entitas dalam arus nilai dan mengarah ke kustomisasi massal yang dimungkinkan oleh *Information Technology* (IT). Menurut Sandler, *Cyber-Physical Systems* (CPS) adalah jaringan elemen yang berinteraksi dengan fisik dan *output* berbeda dengan mesin yang berdiri sendiri tetapi juga berbeda dengan data tunggal atau jaringan komunikasi tanpa *input* dan *output* fisik.

Menurut Davis (Syamsuar, 2018) mengatakan bahwa industri 4.0 ini sebagai *Cyber-Physical Systems* yang berarti teknologi bukan lagi menjadi 'alat' melainkan tertanam pada kehidupan masyarakat. Kecepatan, jangkauan/cakupan, dan dampak merupakan tiga alasan dari Schwab yang menjelaskan bahwa transformasi teknologi saat ini bukan perpanjangan dari revolusi industri ketiga, melainkan kedatangan revolusi industri 4.0. Dibandingkan dengan revolusi industri terdahulu yang berubah secara linier, industri 4.0 berubah secara eksponensial sehingga dapat mengganti sistem produk, manajemen, bahkan pemerintahan secara dalam.

Menurut Suardana (2018), industri memegang peran penting bagi pembangunan ekonomi disemua sektor kehidupan, dan tanggung jawab pemerintah/ pemilik industri adalah pemerataan pertumbuhan sebuah industri. Revolusi industri yang mengedepankan tata nilai pertumbuhan ekonomi masyarakat melalui pemberdayaan akan maupun pembangunan kerukunan dan kerja sama yang sinergi guna berkembangnya ekonomi masyarakat.

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa industri 4.0 adalah istilah yang digunakan untuk merujuk pada proses perkembangan era saat ini. Transformasi teknologi dan digitalisasi informasi yang berkembang secara eksponensial dalam kehidupan masyarakat telah menandai kedatangan era industri 4.0. Kedatangan revolusi industri 4.0 telah merubah dan memudahkan kehidupan masyarakat namun, seseorang harus mengikuti perkembangannya agar tidak tertinggal.

Metode Penelitian

Jenis Penelitian

Menurut Yusuf (2016) mengatakan bahwa jenis penelitian yang digunakan pada penulisan karya tulis ini yaitu dengan pendekatan studi kepustakaan (*library research*) melalui penelitian deskriptif kualitatif. Pengambilan data dilakukan dengan mengkaji buku-buku yang ada kaitannya dengan masalah yang diteliti. Penelitian kualitatif adalah suatu strategi *inquiry* yang menekankan pencarian makna, pengertian, konsep, karakteristik, gejala, simbol maupun deskripsi tentang suatu fenomena; fokus dan multimetode, bersifat alami dan holistic, mengutamakan kualitas, menggunakan beberapa cara, serta disajikan secara naratif.

Data dan Sumber Data

Menurut Nugrahani (2014) mengatakan bahwa data dalam karya tulis ilmiah ini merupakan data sekunder yang peneliti dapatkan dari berbagai media, seperti buku, jurnal ilmiah dan artikel ilmiah. Sumber data sekunder merupakan sumber data tambahan yang diambil tidak secara langsung di lapangan, melainkan dari sumber yang sudah dibuat orang lain, misalnya: buku, dokumen, foto, dan statistik. Ada dua jenis data sekunder yang penelliti gunakan yaitu:

1. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan merupakan salah satu tehnik dalam pengumpulan data yang menggunakan kepustakaan sebagai sumber informasi. Penulis mencari informasi yang relevan dengan masalah yang dikaji.

2. *Internet Searching*

Internet searching merupakan salah satu teknik dalam pengumpulan data yang menggunakan media internet untuk mencari dan mengumpulkan informasi terkait masalah yang dikaji.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penulisan karya ilmiah ini menggunakan teknik studi kepustakaan. Studi kepustakaan yaitu teknik pengumpulan data dengan mencari informasi dari buku-buku, karya tulis ilmiah, jurnal ilmiah, dan sumber-sumber lainnya. Dengan melakukan studi kepustakaan, penulis dapat memanfaatkan semua informasi dan pemikiran-pemikiran yang relevan dengan karya tulisnya.

Teknik Analisis Data

Menurut Yusuf (2016) analisis data merupakan suatu proses sistematis pencarian dan pengaturan transkrip wawancara observasi, catatan lapangan, dokumen, foto, dan material lainnya untuk meningkatkan pemahaman peneliti tentang data yang telah dikumpulkan, sehingga memungkinkan temuan penelitian dapat disajikan dan diinformasikan kepada orang lain. Miles dan Huberman menawarkan pola umum analisis dengan mengikuti model alir. Peneliti melakukan tiga kegiatan analisis secara serempak yaitu:

1. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Reduksi data menunjuk kepada proses pemilihan, pemokusan, penyederhanaan, pemisahan, dan pentransformasian data "mentah" yang terlihat dalam catatan tertulis lapangan (*written-up field notes*).

2. Data *Display*

Display dalam konteks ini adalah kumpulan informasi yang telah tersusun yang membolehkan penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan.

3. Kesimpulan/verifikasi

Sejak awal pengumpulan data, peneliti telah mencatat dan memberi makna sesuatu yang dilihat atau diwawancarainya. Memo-memo telah ditulis, namun kesimpulan akhir masih jauh. Peneliti harus jujur dan menghindari bias subjektivitas dirinya.

Hasil dan Pembahasan

Konsep *Deal Cash*

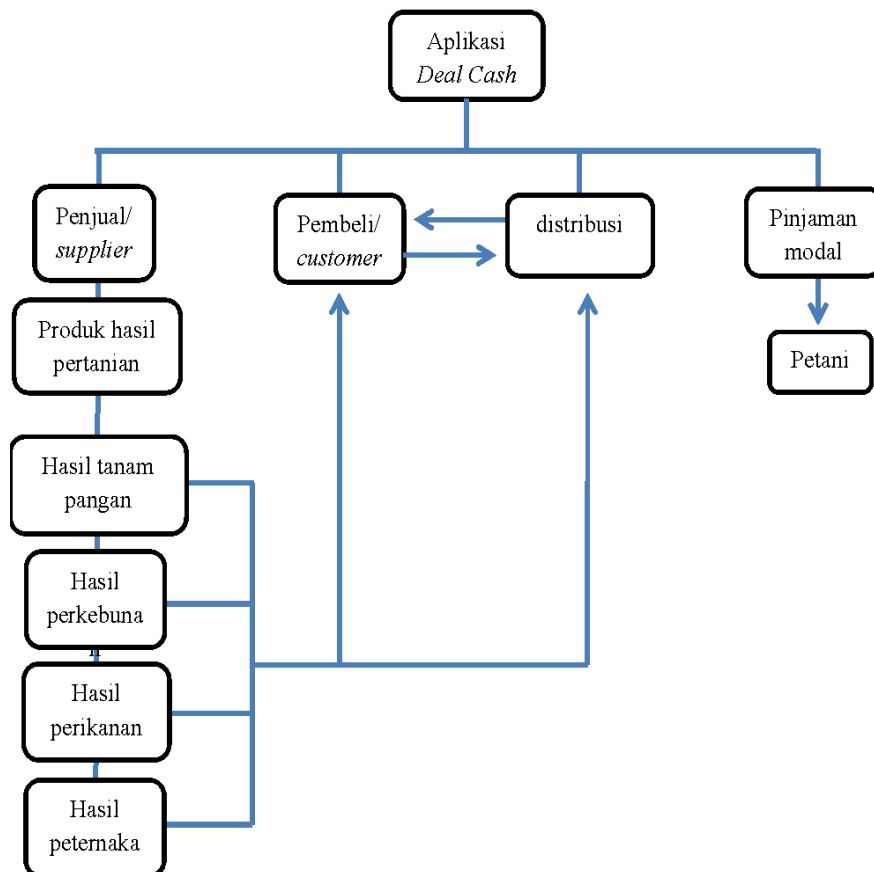
1. Selayang Pandang *Deal Cash*

Deal Cash merupakan suatu aplikasi berbasis digital *platform* yang dibuat sebagai solusi bagi para petani dari masalah-masalah yang dihadapi, seperti pada masalah permodalan dan pemasaran. *Deal Cash* memberikan layanan peminjaman modal bagi para petani yang membutuhkan modal untuk keperluan usaha taninya. Pada permasalahan pemasaran, *Deal Cash* memberikan layanan pemasaran yang dapat mengakses seluruh wilayah di Indonesia sehingga memudahkan para petani meyalurkan produk hasil pertaniannya ke luar daerah. Penyaluran barang *Deal Cash* memberikan layanan distribusi yang dibuat oleh pihak *Deal Cash* dengan bekerjasama dengan pemerintah daerah membuat usaha distribusi khusus untuk distribusi hasil pertanian.

Deal Cash adalah suatu aplikasi yang bergerak dalam pemasaran hasil pertanian. Pertanian dalam hal ini adalah yang bergerak dalam sektor pertanian dalam hal budidaya tanaman pangan, budidaya tanaman perkebunan, budidaya perikanan dan budidaya peternakan. *Deal Cash* juga menyajikan layanan peminjaman modal yang ditujukan pada masyarakat petani yang kurang memiliki atau tidak memiliki modal untuk melanjutkan usaha taninya. Tujuan utama dari *Deal Cash* adalah untuk mewujudkan terciptanya kesejahteraan masyarakat Indonesia dalam hal memenuhi kebutuhannya dari hasil pertanian. *Deal Cash* memudahkan pihak-pihak yang terkait untuk melakukan suatu pemasaran, distribusi ataupun transaksi pemesanan berdasarkan jumlah stok barang tersedia serta jumlah permintaan barang dan untuk memudahkan petani melakukan peminjaman modal.

Deal Cash ini bisa digunakan oleh orang-orang yang sudah teregistrasi dalam aplikasi. Aplikasi ini bisa memberikan informasi jumlah pasokan yang tersedia, sehingga memudahkan *customer* untuk melakukan pemesanan. Aplikasi ini memiliki dua jenis pengguna, yaitu administrator dan *user*. Administrator berperan sebagai pengelola data user (penjual/*supplier*, pembeli/*customer*, distribusi dan pinjaman modal). Dan *user* bertugas sebagai pengguna layanan dalam aplikasi. Penjual bisa menerima pemesanan barang dan juga menampilkan

jumlah stok hasil pertanian yang tersedia. Peran distributor yaitu bisa menerima pemesanan dari pembeli dan juga bisa menampilkan jumlah stok hasil pertanian yang tersedia. Pembeli hanya bisa melakukan pemesanan produk hasil pertanian, melihat jumlah stok hasil pertanian yang tersedia dari setiap penjual maupun distributor. Pinjaman modal hanya dikususkan bagi para petani yang membutuhkan untuk keperluan usahanya.



Gambar 1 Alur Konsep *Deal Cash*
Sumber : Peneliti

Agar *brand* lebih mudah dikenal oleh masyarakat, maka diperlukan logo yang menggambarkan karakter dan identitas. Desain logo di desain sebagai berikut:

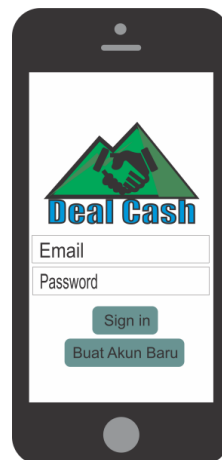


Gambar 2 Logo Aplikasi
Sumber : Peneliti

2. Profil Usaha

a. Deskripsi *Deal Cash*

Deal Cash merupakan suatu aplikasi terkait dengan pemasaran produk hasil pertanian. *Deal Cash* dibuat dengan tujuan untuk memudahkan pihak-pihak yang terkait untuk melakukan suatu pemasaran, distribusi ataupun transaksi pemesanan berdasarkan jumlah stok barang tersedia serta jumlah permintaan barang. *Deal Cash* juga memberikan layanan peminjaman modal bagi para petani yang membutuhkan untuk keperluan usahanya. Setiap *user* harus melakukan *login* terlebih dahulu sebelum masuk dalam layanan aplikasi. *Login* dilakukan dengan memasukkan email dan *password* yang dimiliki.



Gambar 3 halaman login Deal Cash
Sumber : peneliti

Deal Cash ini bisa digunakan oleh orang-orang yang sudah teregistrasi dalam aplikasi. Aplikasi ini bisa memberikan informasi jumlah pasokan yang tersedia, sehingga memudahkan *customer* untuk melakukan pemesanan. Aplikasi ini memiliki empat layanan utama, yaitu layanan penjual/ *supplier*, pembeli/ *customer*, distribusi, dan pinjaman modal.

Deal Cash sangat bermanfaat dalam mewujudkan Indonesia mandiri, karena akan mempermudah pengelolaan sumber daya hayati terutama di sektor pertanian ke berbagai daerah. Adanya *Deal Cash* ini akan memberikan motivasi bagi para petani untuk lebih mengolah lahan yang dimiliki. *Deal Cash* juga akan membantu dalam menciptakan lapangan pekerjaan dalam hal distribusi sehingga mengurangi angka pengangguran.

Adapun perbedaan *Deal Cash* dengan aplikasi pemasaran yang lainnya, ialah *Deal Cash* mencakup seluruh sektor pertanian mulai dari sektor tanaman pangan atau cocok tanam, sektor perkebunan, sektor perikanan, dan sektor peternakan. Dalam hal ini, harga dari setiap produk sesuai atau tidak melebihi harga pasar yang telah ditetapkan oleh kementerian ekonomi. *Deal Cash* juga menyediakan layanan pinjaman modal yang dikhususkan bagi para petani yang membutuhkan untuk keperluan usahanya. Aplikasi lain hanya mengkhususkan pada satu subsektor pertanian saja, misalnya pada sektor pertanian ternak saja.

b. Visi Misi

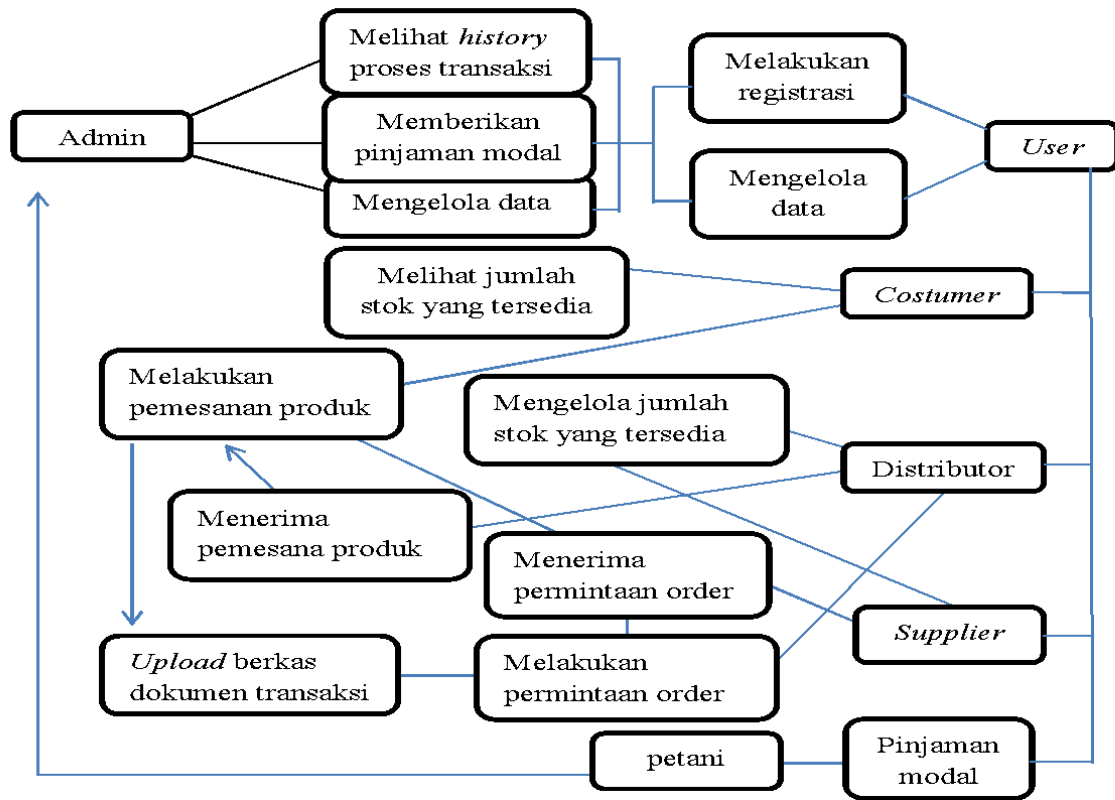
1) Visi

Mewujudkan terciptanya kesejahteraan masyarakat Indonesia dalam hal memenuhi kebutuhannya dari hasil pertanian.

2) Misi

- a) Meningkatkan hasil usaha mikro
- b) Memperluas akses pasar bagi para usaha tani
- c) Turut serta dalam pemberdayaan masyarakat
- d) Turut serta dalam menciptakan tenaga kerja dalam hal distribusi barang.

c. Skema kerja



Gambar 4 Diagram Skema Kerja
Sumber : Peneliti

3. Gambaran Operasional *Deal Cash*

a. Layanan Trending Pemasaran

Layanan trending pemasaran *Deal Cash* terdiri dari empat layanan yaitu penjual, pembeli dan distributor serta terdapat layanan peminjaman modal untuk para petani. Setiap *user* harus melakukan *login* terlebih dahulu sebelum masuk dalam layanan aplikasi. Setelah *user* berhasil melakukan *login* maka akan beralih ke menu utama dan akan menentukan layanan yang dipilih. Ketika ada kendala yang dihadapi *user* dalam pengoperasian, maka dapat melaporkannya pada admin.

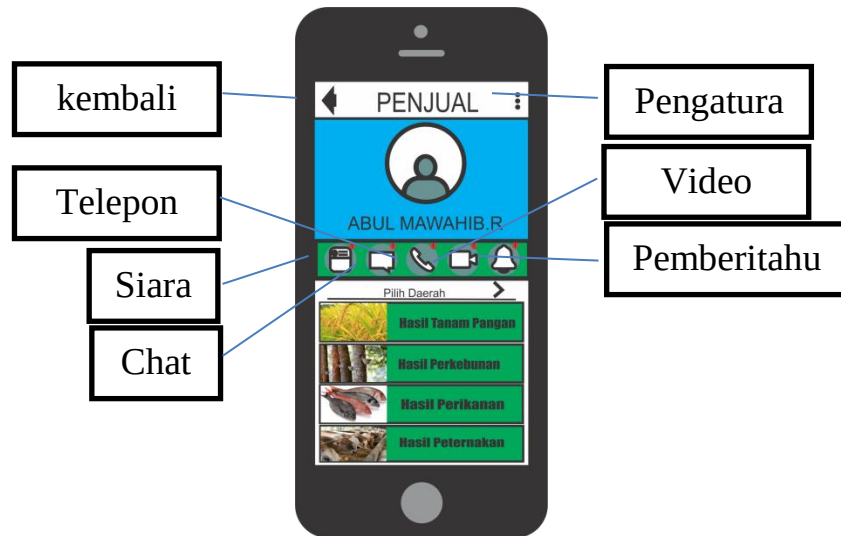


Gambar 5 Menu Utama *Deal Cash*
Sumber : Peneliti

b. Layanan *Deal Cash*

1) Layanan penjual/*supplier*

Setelah *user* memilih layanan penjual/*supplier* maka *user* diarahkan untuk mengisi data tentang informasi diri. Setelah *user* mengisi biodata maka *user* memilih dan mencantumkan produk yang akan di jual serta harga yang akan dipasarkan. Produk yang dapat di jual terdiri dari empat bagian, yaitu dari hasil tanam pangan, hasil tanaman perkebunan, hasil perikanan, dan hasil peternakan. Produk yang dapat diperjualkan dari hasil tanam pangan ialah pertama, makanan pokok seperti, sayur-sayuran, buah-buahan, dan rempah-rempah. Hasil tanaman perkebunan yang dapat diperjualkan ialah kopi, teh, tebu, kelapa,tembakau, cengkeh, kakao, vanili, kayu manis dan lain-lain. Hasil perikanan yang dapat diperjualkan adalah ikan, udang, kepiting, cumi-cumi, dan kerang. Hasil peternakan yang dapat diperjualkan adalah sapi, kambing, kerbau, unggas, dan telur. Untuk melakukan penjualan *user* harus mengisi terlebih dahulu produk-produk yang akan di jual dan secara otomatis akan terkirim ke setiap daerah yang dipilih.



Gambar 6 Tampilan layanan penjual
Sumber : peneliti

2) Layanan pembeli/*costumer*

Setelah *user* berhasil melakukan *login* dan memilih layanan pembeli/*costumer*, maka *user* diarahkan untuk mengisi data tentang informasi diri. Setelah *user* mengisi biodata maka *user* bisa mengakses para penjual/ *supplier* di setiap daerah yang dipilih dan menentukan produk hasil pertanian yang diinginkan. Untuk melakukan pembelian *customer* memilih daerah terlebih dahulu kemudian menentukan produk hasil pertanian yang akan dibeli.



Gambar 7 Tampilan layanan pembeli
Sumber : peneliti

Setelah *user* menentukan produk hasil pertanian yang akan dibeli, maka akan tampil para penjual/ *supplier* dan distributor sesuai

daerah yang dipilih. pemesanan bisa dilakukan melalui penjual ataupun distributor. Pemesanan melalui penjual, tentukan dulu penjual yang diinginkan kemudian *customer* akan di arahkan ke halaman penjual dan bisa melihat produk-produk yang dijualkan. Setelah memilih produk dan melakukan pemesanan kemudian pilih distributor sebagai penghubung distribusi barang. Biaya distribusi dibayarkan langsung setelah menerima barang.

Pemesanan melalui distributor, setelah memilih distributor *customer* akan diarahkan ke halaman distributor dan memilih hasil pertanian yang diinginkan dan bisa melihat produk-produk yang dijualkan. Setelah itu, *customer* bisa memilih produk dan melakukan pemesanan.

Langkah-langkah melakukan transaksi pembayaran

- a) Setelah *customer* menentukan produk dan jumlah barang yang akan dibeli kemudian tab tombol beli dan akan melanjutkan ke proses pembayaran.
 - b) Terdapat dua metode pembayaran yang dapat dipilih yaitu dengan kartu kredit dan transfer bank
 - c) Jenis pembayaran kartu kredit, isikan dulu nama yang tertera di kartu, nomor kartu, tipe, tanggal akhir masa berlaku dan kode cvv yang berda dibelakang kartu, kemudian tab tombol kirim dan pembayaran akan di proses.
 - d) Jenis pembayaran transfer bank, pilih dulu bank yang akan digunakan kemudian tab tombol buat pesan.
 - e) Setelah pembayaran dilakukan, sistem *Deal Cash* akan secara otomatis melakukan verifikasi
 - f) Pembayaran biaya distribusi dibayarkan langsung setelah menerima barang pesanan.
- 3) Layanan distribusi

Layanan distribusi adalah suatu layanan penyaluran barang produk hasil pertanian. Distribusi dalam hal ini adalah khusus untuk penyaluran barang melalui *Deal Cash*. Usaha distribusi dibuat oleh

administrator *Deal Cash* dengan bekerja sama dengan pemerintah daerah untuk membuat usaha distribusi barang disetiap per kecamatan di wilayah indonesia. Setiap *user* yang memilih layanan distribusi akan diarahkan untuk mengisi data sebelum bisa mengaktifkan layanan aplikasi.

Distributor bisa mengelola jumlah stok barang dengan bekerjasama dengan penjual/ *supplier* atau para petani, sehingga *customer* dapat langsung memesan produk ke distributor. Penjual memberikan data jumlah produk yang dimiliki ke distributor. Ketika ada pesanan dari *customer* maka distributor yang bertanggung jawab menyediakan produk sesuai jumlah permintaan. Petani yang tidak bisa atau memiliki kendala dalam memasarkan hasil pertaniannya melalui *Deal Cash*, dapat bekerja sama dengan distributor untuk pemasaran produknya. Biaya pemasarannya yang di kenakan adalah 1% dari haraga per produk.

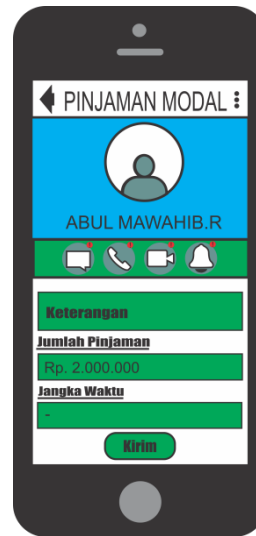


Gambar 8 Tampilan Layanan Distributor
Sumber : peneliti

4) Layanan pinjaman modal

Layanan pinjaman modal dalam aplikasi *Deal Cash* hanya ditujukan pada masyarakat petani yang membutuhkan modal untuk kelanjutan usahanya. Setiap *user* yang akan melakukan pinjaman, setelah masuk dalam layanan pinjaman modal maka akan diarahkan

untuk mengisi biodata diri dan mencantumkan surat keterangan dari pemerintah daerah setempat.



Gambar 9 tampilan layanan pinjaman modal
Sumber : Peneliti

Langkah-langkah untuk melakukan pengajuan pinjaman modal sebagai berikut.

- a) Melakukan pengajuan proposal surat keterangan pinjaman modal ke pemerintah daerah untuk mendapatkan rekomendasi.
- b) melakukan registrasi data diri dan mengunggah proposal investasi yang telah dilengkapi foto di *website Deal Cash*
- c) Tim *Deal Cash* akan verifikasi melalui evaluasi dari setiap proposal pengajuan pinjaman modal usaha dengan melibatkan pihak-pihak yang berkompeten di bidangnya. Evaluasi mencakup *feasibility* dan *profitability*. Tim juga akan melakukan analisis risiko melalui *integrated risk mitigation* untuk meminimalisir segala kemungkinan risiko yang akan muncul. Waktu verifikasi adalah 3-4 hari setelah itu, apabila dinyatakan layak, akan di tampilkan di halaman informasi setiap user yang melakukan pinjaman dan mendapatkan tanda verifikasi.

4. Analisis Swot

a) Kekuatan

- Dalam aplikasi *Deal Cash* terdapat berbagai layanan dalam hal pemasaran produk hasil pertanian.

- Dalam aplikasi *Deal Cash* terdapat layanan peminjaman modal bagi para petani.
- Aplikasi *Deal Cash* merupakan media *online*, sehingga akses dilakukan dengan cepat dan dapat dipantau kapan dan dimana saja.

b) Kelemahan

- Kurangnya pemahaman masyarakat dalam penggunaan internet.

c) Peluang

- Sub sektor pertanian memiliki peran penting dalam perekonomian indonesia
- Pengguna internet di indonesia berkembang dengan pesat

d) Ancaman

- Belum meratanya akses jaringan di seluruh daerah
- Sudah ada aplikasi terkait dengan pemasaran pada sub sektor pertanian

5. Potensi *Deal Cash*

a. Dampak Ekonomi dan Sosial

- 1) sub sektor pertanian merupakan salah satu sektor primer dalam perekonomian Indonesia.
- 2) kontribusi PDB dan Investasi di sektor pertanian terus mengalami peningkatan. Disamping itu, permintaan dan penawaran hasil pertanian akan selalu ada.

b. Potensi Ekonomi dan Sosial

- 1) Memberikan peluang terhadap petani dalam melakukan pemasaran terhadap hasil pertaniannya
- 2) Memberikan peluang terhadap masyarakat untuk memperoleh barang dalam memenuhi kebutuhannya.
- 3) Mendorong pemerataan tingkat kesejahteraan penduduk
- 4) Mendorong kemampuan ekspor negara
- 5) Memberikan motivasi pada masyarakat petani untuk lebih memaksimalkan lahan yang dimiliki.
- 6) Menambah pendapatan masyarakat
- 7) Menambah lapangan pekerjaan

6. Pihak-Pihak yang terlibat dalam implementasi *Deal Cash*

Dalam upaya mewujudkan dan merealisasikan konsep aplikasi *Deal Cash* berbasis android, tentunya diperlukan beberapa pihak yang mampu mendukung dan memiliki wewenang dalam merealisasikan aplikasi *Deal Cash*. Pihak-pihak yang terlibat dalam mewujudkan konsep ini adalah

a. Pemerintah

Pemerintah memiliki peran yang sangat besar dalam mewujudkan konsep aplikasi *Deal Cash*, yaitu sebagai pengawas pelaksanaan program, pengontrol pelaksanaan program, sekaligus sebagai akumulasi dana yang dibutuhkan dalam mewujudkan konsep *Deal Cash*.

b. Kementrian ekonomi

Dalam implementasi konsep aplikasi *Deal Cash*, peran dari kementrian ekonomi yaitu sebagai pengawas pertumbuhan ekonomi, dan sebagai lembaga yang turut serta dalam mensosialisasikan konsep aplikasi *Deal Cash*.

c. Perbankan

Dalam implementasi konsep aplikasi *Deal Cash*, peran perbankan yaitu untuk memudahkan masyarakat dalam mengakses produk-produk keuangan dan mempermudah kegiatan transaksi serta mempermudah petani yang membutuhkan modal dalam rangka pengembangan usaha.

d. Kementrian riset dan teknologi

Kementrian riset dan teknologi dalam mewujudkan konsep aplikasi *Deal Cash* memiliki tugas sebagai tim ahli yang ditunjuk oleh pemerintah dalam membuat aplikasi pemasaran produk hasil pertanian. Dalam kementrian riset dan teknologi yang berperan dalam mewujudkan konsep aplikasi adalah staf ahli bidang teknologi informas, komunikasi dan transportasi.

e. Petani (produsen *Deal Cash*)

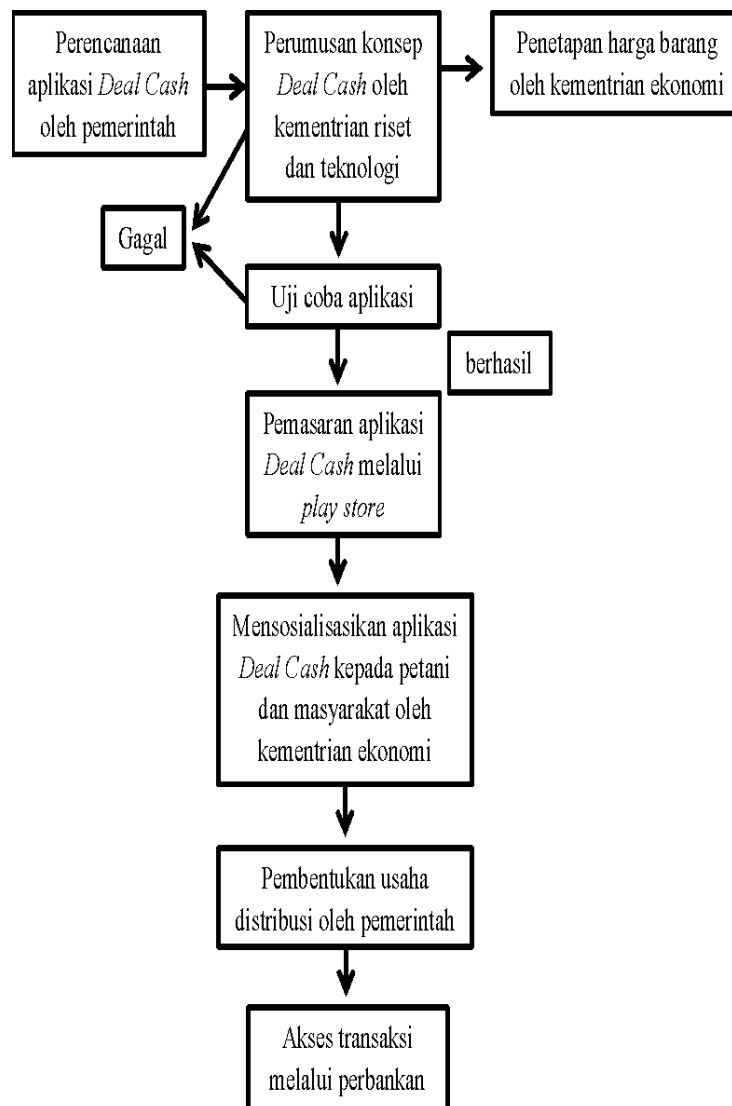
Petani (produsen *Deal Cash*) dalam mewujudkan konsep aplikasi deal cash perannya sebagai masyarakat sasaran yang akan menggunakan aplikasi deal cash untuk memasarkan produk hasil pertanian mereka ke berbagai daerah di indonesia.

f. Masyarakat (konsumen *Deal Cash*)

Masyarakat (konsumen *Deal Cash*) dalam mewujudkan konsep aplikasi deal cash peranannya sebagai masyarakat sasaran yang akan menggunakan aplikasi *Deal Cash* untuk memperoleh produk hasil pertanian dalam memenuhi kebutuhannya.

7. Langkah-Langkah Implementasi *Deal Cash*

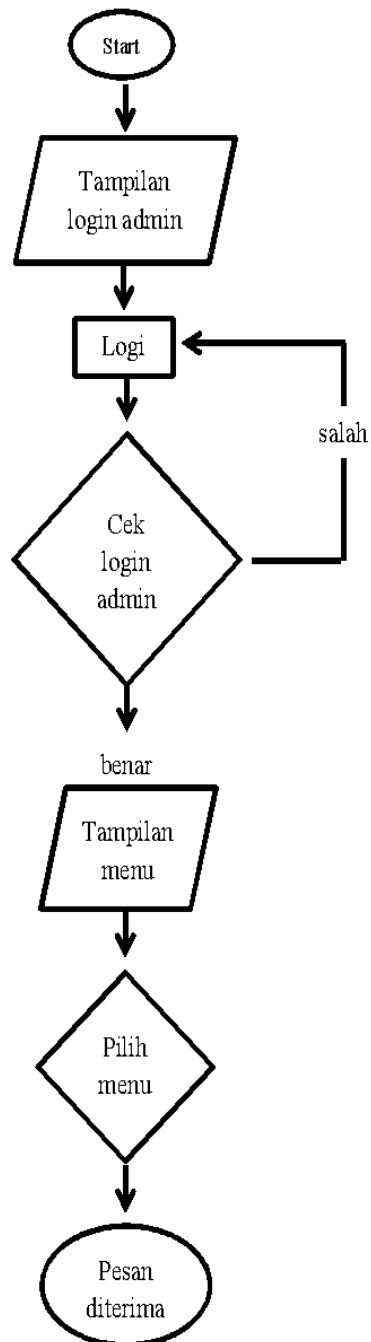
Dalam rangka kemajuan konsep aplikasi *Deal Cash* ada beberapa langkah-langkah yang harus dilakukan untuk mengimplementasikan konsep *Deal Cash*. Langkah-langkah pengimplementasian ini adalah sebagai berikut



Gambar 10 langkah-langkah implementasi *Deal Cash*
Sumber : Peneliti

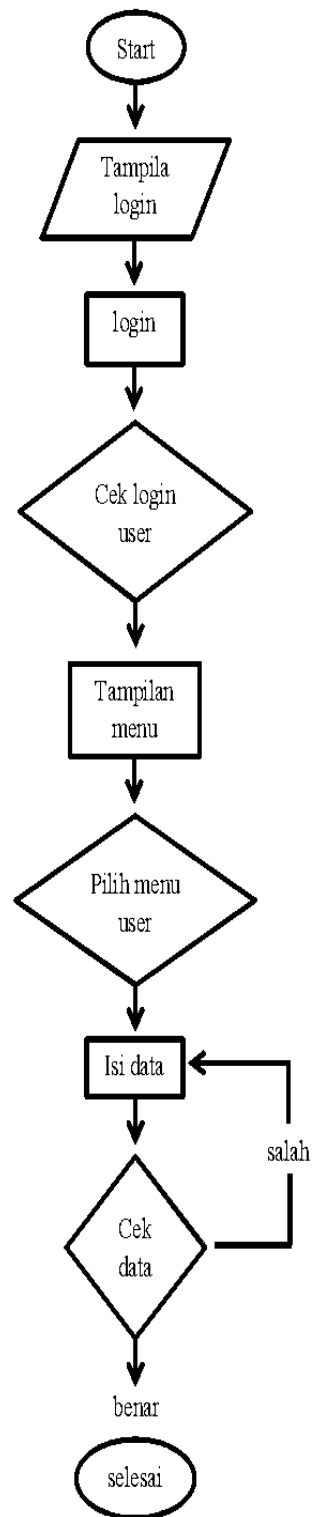
8. Flowchart

a. Flowchart admin



Gambar 11 *flowchart* admin
Sumber : Peneliti

9. *Flowchart* user



Gambar 12 *flowchart user*
Sumber : Peneliti

Manfaat Deal Cash

Deal Cash sebagai digital *platform* berbasis *fintech* dibuat untuk memudahkan pihak yang terkait untuk melakukan suatu pemasaran produk hasil pertanian, distribusi ataupun transaksi pemesanan berdasarkan jumlah stok barang tersedia serta jumlah permintaan barang. Pihak yang dimaksud di sini adalah petani dan masyarakat. *Deal Cash* memberikan empat layanan yaitu, layanan penjualan, pembelian, distribusi dan pinjaman modal. Pemasaran menggunakan *Deal Cash* akan memudahkan para penjual/ supplier untuk memasarkan hasil pertaniannya ke seluruh wilayah di Indonesia dan akan memudahkan masyarakat untuk memperoleh barang dalam memenuhi kebutuhannya dari hasil pertanian. Selain itu, *Deal Cash* juga akan membantu untuk menciptakan tenaga kerja dalam hal distribusi. layanan pinjaman modal dalam aplikasi *Deal Cash* hanya dihususkan kepada para petani yang membutuhkan modal untuk keperluan usahanya.

Deal cash sebagai digital *platform* sangat bermanfaat untuk pemasaran produk hasil pertanian karna didorong dengan perkembangan zaman yang semakin canggih. Penggunaan *Deal Dash* akan memudahkan pemasaran hasil pertanian keseluruhan wilayah yang ada di indonesia dari satu daerah kedaerah yang lainnya. Selain itu, akan memudahkan masyarakat memperoleh kebutuhannya akan pangan dari hasil pertanian dan akan menghemat waktu, tenaga dan biaya. Penggunaan *Deal Cash* akan lebih mudah untuk dipantau karna menggunakan metode online, maka perkembangan usaha bisa dipantau kapan dan dimana saja.

Kesimpulan, Implikasi, Saran dan Keterbatasan

Kesimpulan

Deal Cash merupakan suatu digital *platform* terkait dengan pemasaran produk hasil pertanian. *Deal Cash* memiliki empat layanan, yaitu layanan penjualan/supplier, pembelian/customer, distribusi dan layanan pinjaman modal. Setiap *user* yang ingin menggunakan *Deal Cash* harus melakukan *login* terlebih dahulu dengan menggunakan alamat email yang dimiliki. Setelah *user* melakukan *login*, akan tampil layanan utama memuat empat layanan *Deal Cash* yang akan dipilih setiap *user*. Setiap *user* bisa menggunakan dua layanan selain dari layanan distribusi dan pinjaman modal. Layanan distribusi hanya bisa digunakan oleh orang-orang yang terdaftar pada usaha-usaha distribusi yang telah dibuat oleh pihak *Deal*

Cash dan untuk layanan pinjaman modal hanya bisa digunakan oleh para petani. Setiap *user* diarahkan untuk mengisi data tentang informasi diri setelah menentukan layanan yang dipilih. Setelah mengisi data, maka setiap *user* bisa menggunakan layanan *Deal Cash*.

Deal Cash sebagai digital *platform* bertujuan untuk memudahkan masyarakat melakukan suatu pemasaran produk hasil pertanian, distribusi ataupun transaksi pemesanan berdasarkan jumlah stok barang tersedia serta jumlah permintaan barang. *Deal Cash* juga memberikan layanan pinjaman modal kepada para petani yang membutuhkan. *Deal Cash* sangatlah bermanfaat karena menggunakan metode *online* yang akan memudahkan penggunaannya untuk mengakses keseluruhan wilayah Indonesia dari satu daerah ke daerah yang lainnya. *Deal Cash* juga berkontribusi dalam menciptakan tenaga kerja dalam hal distribusi.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan dari karya tulis ilmiah ini, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut

1. Bagi pemerintah

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan diketahui bahwa pertanian memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia, namun sektor pertanian Indonesia masih memiliki banyak persoalan seperti dalam hal permodalan dan pemasaran. Oleh karena itu, diharapkan pihak pemerintah dapat menindak lanjuti *Deal Cash* agar dapat diimplementasikan kepada petani dan masyarakat guna terwujudnya kesejahteraan masyarakat.

2. Bagi petani

Saran kepada petani agar dapat memaksimalkan lahan yang dimiliki agar dapat memperoleh hasil yang memuaskan.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Kepada peneliti selanjutnya diharapkan dapat memberikan inovasi dan ide cemerlang terkait permasalahan-permasalahan yang dihadapi petani

Referensi

- Fauzia, W. Dkk. 2019. Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Villa Kancil Majalaya. *Jurnal Abdimas BSI*. Vol 2. No 1. Hal 118-124.
- Glas, A. H., & Kleemann, F. C. 2016. The Impact of Industry 4.0 on Procurement and Supply Management: a Conceptual and Qualitative Analysis. *International Journal of Business and Management Invention*. Vol 5. No 6.
- Hardilawati, W.L. Dkk. 2019. Endorsement: Media Pemasaran Masa Kini. *JIM UPB*. Vol 7. No 1. Hal 88-98.
- Jaura. Dkk. 2018. Strategi Pemasaran Kerajinan Kayu Ebony pada Toko Krisna Karya di Kota Palu. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako*. Vol 4. No 2. Hal 159-172.
- Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan RI. 2016. *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi V*. Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa. Jakarta
- Muchlis, R. 2018. Analisis SWOT Financial Technology (Fintech) Pembiayaan Perbankan Syariah Di Indonesia (Studi Kasus 4 Bank Syariah Di Kota Medan). *At-Tawassuth*. Vol 3. No 2. Hal 335-357.
- Nugrahani, F. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif*. Solo: Cakra Books.
- pitoko, R.A. 2018. 5 persoalan ini masih dihadapi petani indonesia. (online) Kompas.com. diakses tpada tanggal 20 juli 2019 pukul 11.00 WITA
- Pratiwi, N.A. Dkk. 2017. Peran agro industri hulu dan hilir dalam perekonomian dan distribusi pendapatan di indonesia. *Jurnal manajemen dan agribisnis*. Vol 14. No.2. hal 127.
- Prasetyo, H. 2018. Industri 4.0 : Telaah Klasifikasi Aspek dan Arah Perkembangan Riset. *Jurnal Teknik Industri*. Vol 13. No 1.
- Putrawangsa, S., & Hasanah, U. 2018. Integrasi Teknologi Digital dalam Pembelajaran di Era Industri 4.0. *Jurnal Tatsqif*. Vol 16. No 1.
- Rahim dan Hastuti. 2008. *Ekonomi pertanian*. Jakarta: Penebar Swadaya
- Rizal, M. Dkk. 2018. Fintech As One Of The Financing Solutions For SMEs. *Jurnal Pemikiran dan Penelitian Administrasi Bisnis dan Kewirausahaan*. VOL3. NO 2. Hal 89-100.
- Sanders, A., dkk. 2016. Industry 4.0 Implies Lean Manufacturing: Research Activities in Industry 4.0 Function as Enablers for Lean Manufacturing. *Journal of Industrial Engineering and Management (JIEM)*. Vol 9. No 3.
- Setiawan, A.B. 2018. Revolusi Bisnis Berbasis Platform sebagai Penggerak Ekonomi Digital di Indonesia. *Jurnal Masyarakat Telematika dan Informasi*. Vol 9. No 1. Hal 61-76.
- Suwardana, H. 2018. Revolusi Industri 4.0 Berbasis Revolusi Mental. *Jurnal ilmiah Teknik Manajemen Industri*. 1(2): 102-110
- Syamsuar, S., & Deflianto, R. 2018. Pendidikan dan Tantangan Pembelajaran Berbasis Teknologi Informasi di Era Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Ilmiah Teknologi Pendidikan*. Vol 2. No 2.
- Undang-Undang Republik Indonesia no.19 tahun 2013. *Perlindungan dan Pemberdayaan Petani*. 6 agustus 2013. Tambahan-Lembaran-Negara Nomor 5433. Jakarta

- Yusuf, A. M. 2016. *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan penelitian gabungan*. Jakarta: Prenadamedia yuGroup.
- Triyono. 2016. Menyiapkan Generasi Emas 2045. *Seminar Nasional ALFA-VI*. Unwidha Klaten.