

Pendampingan Promosi Online Sayuran Hidroponik Mom's Farm Di Kampung Nagreg

Trifenaus Prabu Hidayat *, Christine Natalia, Agustinus Silalahi, Andre Sugioko, Marcellina Chyntia

Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya Jakarta
Jalan Raya Cisauk, Sampora, Cisauk, BSD City, Tangerang, Banten, 15345

Article Info	Abstract
<p><i>Article history:</i></p> <p>Received 11 Juli 2022</p> <p>Accepted 10 Agustus 2022</p> <p><i>Keywords:</i> Digital Marketing, Hydroponics, Urban Farming, Nagreg Village, Mom's Farm.</p>	<p>Mom's Farm is an organic vegetable growing business that is a community service program carried out and sheltered by the Faculty of Engineering, Atma Jaya Catholic University of Indonesia. This business is in hydroponic plant planting and urban farming in Nagrek Village, Sampora. In running the business, Mom's Farm encountered problems distributing products to consumers. The distribution of crops that is not clear and maximal will cause farmers at Mom's Farm to be disadvantaged because of the ineffective and efficient distribution system of production, so it is suspected that it will result in a lack of income received by farmers. Therefore, it is necessary to carry out further product marketing development, Mom's Farm Marketing Assistance with Digital Marketing Applications such as Grab and Tokopedia. It is hoped that assisting online product marketing will attract more buyers to the Mom's Farm business. So, in addition to getting consumers offline as they already are, they can also reach a broader range of new consumers.</p>

1. PENDAHULUAN

Peningkatan jumlah penduduk ini tentu datang bersama fakta meningkatnya kebutuhan bahan makanan. Dengan kebutuhan bahan makan yang tinggi maka akan berdampak langsung pada permintaan bahan makanan dimana akan mengalami peningkatan. Salah satu contoh bahan makanan yang mengalami peningkatan permintaan adalah sayur mayur. Khususnya penyebab hal ini terjadi adalah karena dimasa pandemi COVID- 19 seperti saat ini konsumen memiliki kebutuhan untuk makan sehat agar metabolisme tubuh menjadi kuat sehingga mengurangi resiko terkena penyakit. Apabila ada peningkatan jumlah konsumen maka peningkatan jumlah permintaan itu harus diisyaratkan dengan baik kepada seluruh produsen. Namun sayang di tengah demand atau permintaan yang begitu besar, ada pihak produsen yang belum dapat menyalurkan hasil tanamnya dengan baik salah satu contohnya adalah Mom's Farm, karena strategi pemasarannya yang kurang efektif.

Hidroponik merupakan salah satu solusi untuk menyikapi keterbatasan lahan yang terjadi akibat adanya konversi lahan, Rifaldi *et al.* (2019) dan Puspitasari & Sudarmo (2018). Mom's Farm adalah sebuah usaha penanaman sayuran organik seperti sawi, yang merupakan sebuah program pengabdian masyarakat yang dilakukan dan dinaungi oleh Fakultas Teknik Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya dalam bidang penanaman tanaman hidroponik dan urban farming yang bekerja sama dengan Desa Sampora khususnya Kampung Nagrek. Dimana program ini diharapkan akan menjadi program yang berkelanjutan sehingga bisa meningkatkan lapangan kerja bagi masyarakat di Kampung Nagrek. Berangkat dari tujuan awal yang menginginkan adanya perkembangan terhadap usaha ini, maka pengabdian ini

*Corresponding author. Trifenaus Prabu Hidayat
Email address: trifenaus.hidayat@atmajaya.ac.id

pun dilakukan agar kebutuhan akan sistem rantai pasokan sayuran yang dihasilkan para pekerja di kampung nagrek bisa terpenuhi. Sehingga diharapkan pada akhirnya hasil panen dapat pasaran lebih luas dan berkelanjutan. Besarnya manfaat dari kehadiran internet untuk mengembang jangkauan pemasaran Mahedy, (2016), maka salah satu upaya yang dilakukan adalah dengan melakukan digital marketing serta memperkuat *store offline* yang sudah ada.

Pengabdian masyarakat ini didasarkan pada pemikiran bahwa pendistribusian hasil panen yang belum jelas dan maksimal akan menyebabkan para petani di Mom's Farm dirugikan karena kurang efektif dan efisiennya sistem pendistribusian hasil panen sehingga mengakibatkan terjadinya kurangnya pendapatan yang diterima petani karena tidak ada perhitungan mengenai biaya distribusi dan biaya produksi Anggraini *et al.*, (2020). Hal ini akan mempengaruhi tingkat pendapatan para petani, termasuk semangat dan motivasi para petani dalam menjalankan usaha pertanian ini karena tidak terlihat dengan jelas manfaat dan keuntungan yang bisa didapat. Hal ini yang mendorong, Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya memiliki upaya khusus untuk menangani masalah ini. Yaitu dengan memiliki program pengabdian masyarakat yang memiliki tujuan untuk mendampingi pemasaran Mom's Farm dengan Aplikasi Digital Marketing.

2. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian masyarakat dilaksanakan melalui beberapa tahapan yaitu pembuatan proposal, pembuatan konten materi sosialisai, pelaksanaan kegiatan sosialisai dan evaluasi pelaksanaan kegiatan.

a) Pembuatan Proposal

Sebelum melakukan pencarian informasi mengenai project yang tersedia khususnya pada Kampung Nagrek. Awalnya menghubungi beberapa pihak yang mengetahui progress dan kondisi urban farming di desa nagrek. Setelah mengetahui bagian atau bidang mana saja yang sudah dilakukan kegiatan pengabdian masyarakat. Setelah melihat dan mencocokkan dengan informasi, ternyata tujuan yang belum tercapai adalah pemetaan rantai pasok dari *Mom's Farm*.

Berbekal informasi tersebut, maka dilakukan observasi langsung untuk memeriksa apakah benar ini yang dibutuhkan atau ada permasalahan lain yang terjadi di lapangan (*Mom's Farm*). Hal ini perlu dilakukan karena selain silaturahmi dengan pemilik usaha namun juga kita bisa memastikan bahwa penelitian yang dilakukan benar-benar tepat sasaran dan berguna bagi usaha *Mom's Farm*.

Setelah melakukan observasi, ditemukan fakta bahwa usaha *Mom's Farm* sedang berjalan dengan baik, namun memang memiliki ketidakjelasan di bagian memasarkan hasil panennya dan penjualan juga dilakukan dengan harga yang tidak menentu keuntungannya. Alhasil semangat dari tenaga pekerja disana pun sedang menurun. Maka dari fakta tersebut bisa ditentukan topic yang akan dibahas yaitu sistem rantai pasok dari usaha *Mom's Farm*. Dimana untuk pemasok mereka sudah memiliki supplier yang baik, produksi juga sudah cukup baik, namun untuk distribusi produk sampai ke tangan konsumen belum berlangsung dengan baik.

Pada tahap selanjutnya, setelah mengetahui permasalahan dan yang dibutuhkan adalah mencari dan mempelajari literatur yang berhubungan dengan topic pengabdian masyarakat ini. Hal ini dimaksudkan agar kegiatan ini bisa mendapat masukan, ide, dan tambahan pengetahuan dalam mencapai tujuan kegiatan ini yaitu memecahkan masalah yang terdapat di usaha *Mom's Farm*. Setelah mencari dan memahami beberapa literatur,

baru mengetahui apa yang harus dilakukan dan mulai tahu apa saja langkah yang harus diambil dalam melakukan kegiatan ini. Akhirnya semuanya dituangkan dalam proposal kegiatan.

b) Pembuatan konten materi sosialisasi

Setelah kita mengetahui informasi umum dari usaha ini maka selanjutnya adalah mengumpulkan data yang berkaitan dengan keadaan sistem rantai pasok sekarang. Akan digambarkan bagaimana rantai pasok yang selama ini terjadi dan bagaimana sistem pendistribusian produk sehingga sampai ke konsumen. Akan dilihat dari bahan mentah atau dalam hal ini bibit, sampai produk sampai ditangan kostumer. Pihak-pihak mana saja yang terkait dan proses apa saja yang terjadi disetiap tahapnya.

Pada tahap pertama dalam pengumpulan data telah dipaparkan biaya pokok produksi dari sayuran-sayuran yang ditanam. Maka dari sana kita bisa menetapkan range harga yang pantas untuk produk. Penentuan harga produk ini juga memerlukan riset pasar dari toko retail bahan organic sehingga produk memiliki harga yang bukan hanya bisa bersaing dengan produk pesaing namun juga memiliki harga yang masih bisa diterima dikelas sayur organik.

Salah satu tujuan dari kegiatan ini adalah mengembangkan pemasaran produk sehingga bisa menjadi lebih luas dari sebelumnya. Salah satu caranya adalah dengan mencoba memasukan atau setidaknya menjadikan produk ini sesuai dengan standard yang dibutuhkan untuk bisa masuk kedalam toko-toko bahan makanan organic. Maka perlu dicari informasi mengenai syarat dan ketentuan untuk bisa memasukan produk kita ke supermarket atau toko bahan makanan organic.

Dalam melakukan branding sebuah produk diperlukan untuk mengetahui lebih dalam value dari usaha Mom's Farm maka untuk mempermudah kita menggunakan BMC atau Business Model Canvas. Dimana disini akan dijelaskan lebih dalam mengenai usaha ini. Penggunaan BMC diharapkan akan memberi gambaran dengan lebih mengenai usaha ini karna dia berbentuk tabel gambar sehingga singkat, padat, jelas, dan mudah dimengerti.

Setelah mendapat keterangan biaya apa saja yang butuhkan selama proses penanaman sayur maka selanjutnya kita bisa menghitung harga pokok produksi sehingga bisa didapatkan harga minimal dari produk. Setelah mendapatkan angka minimal untuk harga produk maka selanjutnya adalah tahap kita menentukan harga produk supaya kita bisa menghitung berapa keuntungan yang bisa didapat dari hasil penjualan sayur ini sehingga dananya bisa diputar kembali untuk melakukan penanaman selanjutnya. Penentuan harga ini bukan semerta-merta ditentukan berdasarkan keinginan pemilik usaha ataupun penulis. Dalam menentukan harga produk juga mempertimbangkan data hasil riset pasar tentunya untuk kelas sayur organik.

Setelah harga bisa ditetapkan maka selanjutnya kita bisa mulai melangkah ke langkah selanjutnya yaitu melakukan pemilihan retail shop yang bisa kita ikuti syarat dan ketentuannya. Dimana hal ini juga perlu mempertimbangkan data dari pengumpulan data tahap satu yaitu kapasitas produksi dan kondisi pengemasan produk apakah layak atau tidak. Maka dari itu selain melakukan pemilihan pada tahap ini juga akan dilakukan penambahan value yang diperlukan untuk memperbaiki kualitas dari produk Mom's Farm. Perbaikan kualitas yang dimaksud adalah perubahan kemasan menjadi kemasan yang ramah lingkungan dan juga meliputi pendaftaran produk untuk UMKM Mom's Farm.

c) Pelaksanaan kegiatan sosialisasi

Metode pelaksanaan pengabdian masyarakat ini dilakukan secara langsung yaitu di Kampung Nagreg dengan tentu saja memastikan protokol Kesehatan COVID-19, yakni dalam bentuk kegiatan sosialisasi atau Pendampingan Pemasaran Mom's Farm dengan Aplikasi Digital Marketing. Adapun target peserta Webinar ini adalah masyarakat Kampung Nagreg secara khusus dan penggiat Urban Farming secara umum yang tertarik untuk mempelajari Urban Farming dalam implementasinya di lingkungan masing-masing. Kemudian selanjutnya peserta yang mengikuti kegiatan ini akan melakukan pengisian umpan balik terhadap hasil pelaksanaan kegiatan dan pencatatan kebutuhan edukasi yang lebih spesifik.

d) Evaluasi pelaksanaan kegiatan

Hasil evaluasi pelaksanaan kegiatan dapat dikatakan bahwa secara keseluruhan narasumber mendapat nilai baik dan sangat baik dalam menyampaikan materi dan tujuan dari Kegiatan Pendampingan Promosi Online Sayuran Hidroponik Mom's Farm, di Kampung Nagrek.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari kegiatan pengabdian masyarakat ini antara lain:

- a. Kegiatan Pendampingan Promosi Online Sayuran Hidroponik Mom's Farm di Kampung Nagrek ini telah dilakukan pada hari Kamis tanggal 5 Agustus 2021 dengan jumlah peserta sebanyak 5 orang yang merupakan aktivis aktif dari Kelompok Usaha Moms Farms. Gambar 1 menunjukkan pelaksanaan kegiatan yang berlangsung.

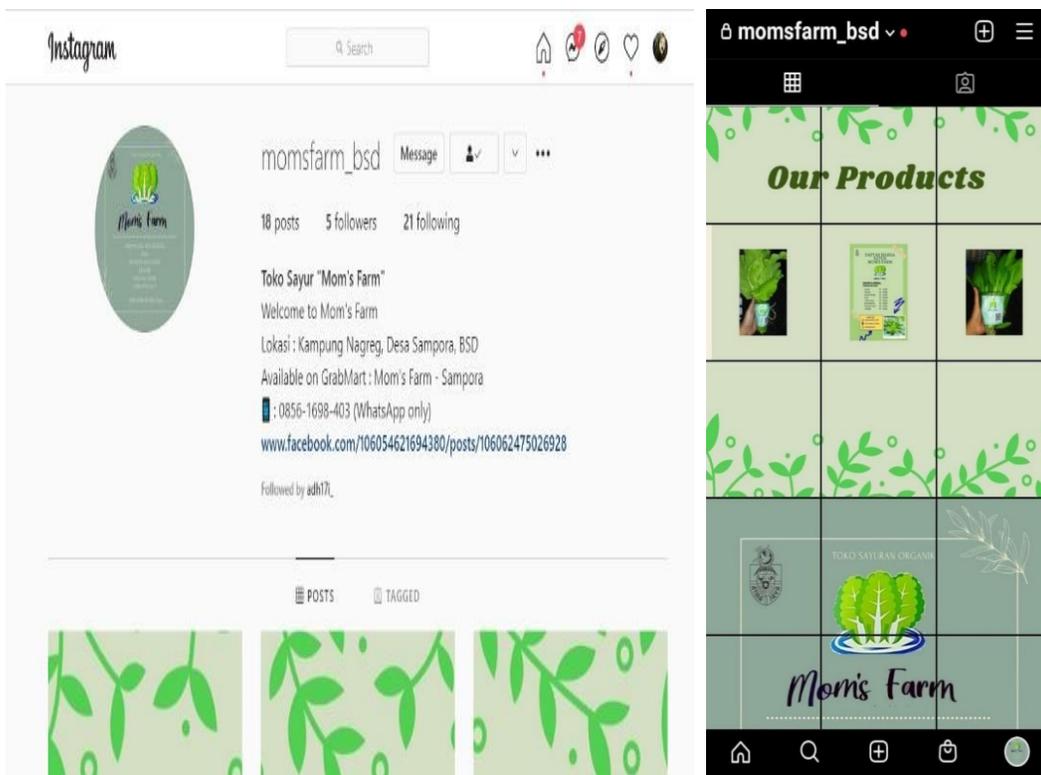


Gambar 1.
Pelaksanaan Kegiatan Berlangsung

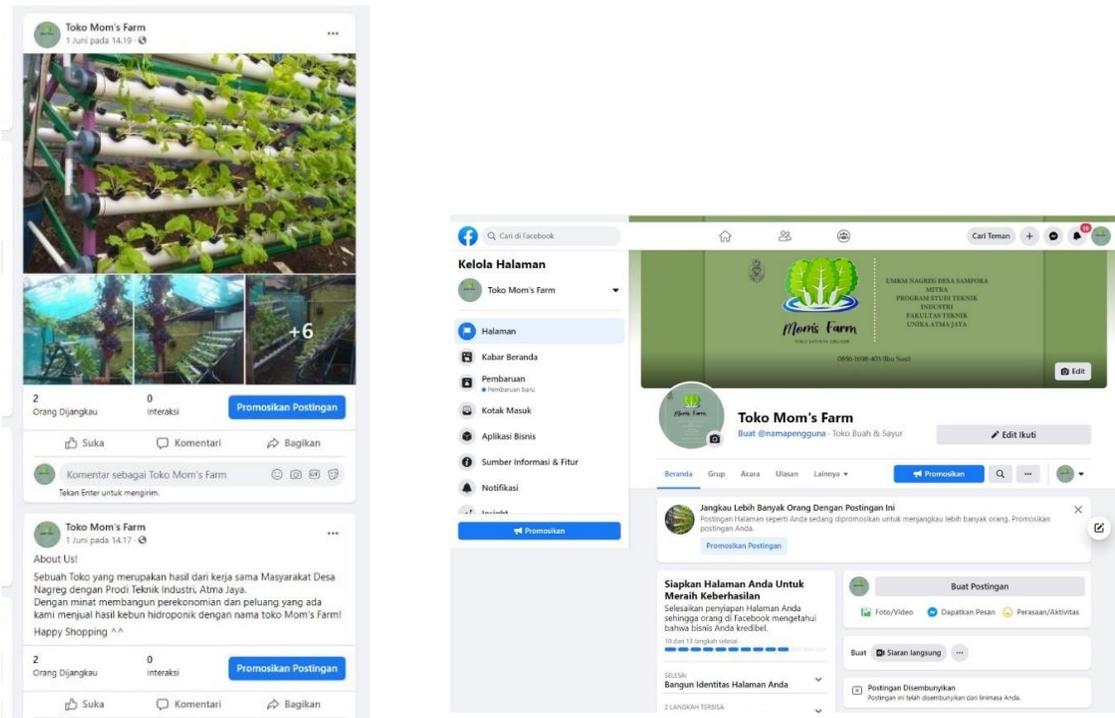
- b. Beberapa kegiatan yang dilakukan, demi terus meningkatkan penjualan kegiatan ini juga mulai memasarkan usaha *Mom's Farm* ini di media sosial seperti *Instagram* dan *Facebook*. Gambar 2 sampai dengan gambar 4 merupakan tampilan akun *Mom's Farm* di media sosial *Instagram* dan *Facebook*.



Gambar 2.
Tampilan Menu usaha *Mom's Farm*



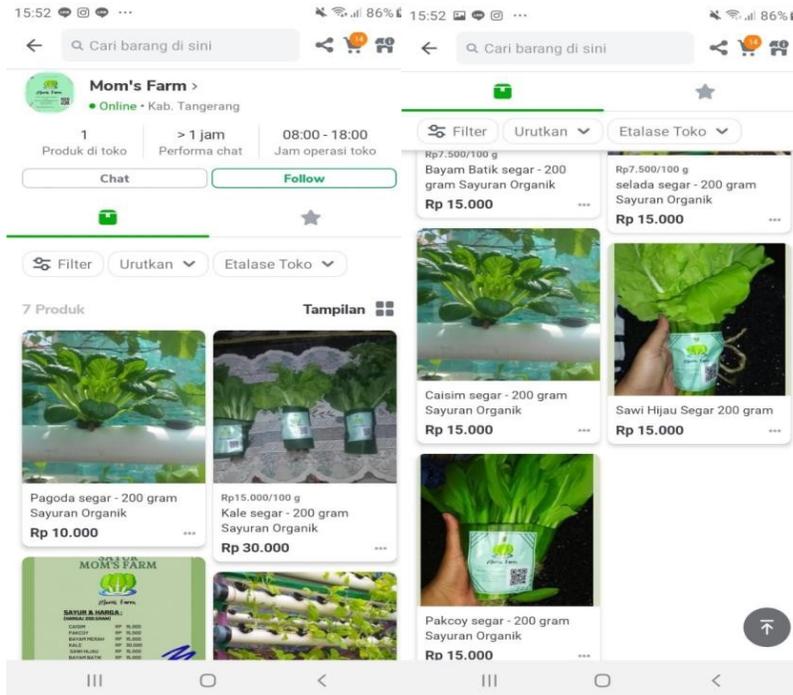
Gambar 3.
Tampilan Akun *Instagram Mom's Farm*



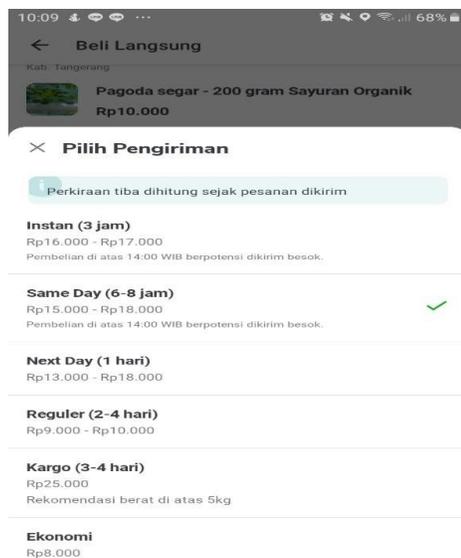
Gambar 4.
Tampilan Halaman *Mom's Farm* pada Facebook

- c. Usaha yang ketiga dalam jenis *online store* adalah dengan menjadi toko pada *e-commerce* yang sedang bertumbuh dan berkembang yaitu Tokopedia seperti yang ditunjukkan pada gambar 5. Dengan pertimbangan yaitu pengiriman harus bisa dilakukan dalam satu hari karena produk yang dikirimkan adalah berupa sayuran segar yang tidak akan bertahan lama jika melalui pengiriman yang panjang dan lama. Untuk permasalahan tersebut Tokopedia menyediakan solusi yaitu mereka menyediakan pilihan pengantaran sayur same day. Artinya sayur akan diterima pada hari yang sama dengan waktu pembelian. Dengan adanya pilihan tersebut diharapkan cangkupan pasar akan bertambah dan disaat yang bersamaan tidak akan menyulitkan para ibu Mom's Farm. Karena seperti yang kita ketahui bersama selain mengurus Mom's Farm, ibu-ibu penggiat usaha hidroponik ini juga bekerja menjadi ibu rumah tangga dan mengurus anak-anak sehingga tidak bisa mengantar sayur satu per satu menuju konsumen. Gambar 6 adalah contoh pilihan pengantaran di Aplikasi Tokopedia untuk daerah sekitar BSD dan tampilan Toko Mom's Farm di Tokopedia.
- d. Feedback dilakukan dengan mengisi Kuesioner acara dengan hasil sebagai berikut:
 - a) Penguasaan materi diberikan penilaian Baik
 - b) Sistematika Penyajian diberikan penilaian Baik
 - c) Kemampuan Penyajian diberikan penilaian Sangat Baik
 - d) Sikap dan Perilaku diberikan penilaian Sangat Baik
 - e) Pemberian Motivasi kepada Peserta penilaian Baik
 - f) Kerjasama antar Narasumber penilaian Sangat Baik
 - g) Penguasaan Materi penilaian Sangat Baik
 - h) Sistematika Penyajian penilaian Sangat Baik

- i) Kemampuan Penyajian penilaian Sangat Baik
- j) Sikap dan Perilaku penilaian Baik
- k) Pemberian Motivasi kepada Peserta penilaian Baik



Gambar 5.
Tampilan Toko Mom's Farm di Tokopedia



Gambar 6.
Contoh Daftar Harga Pengiriman Mom's Farm di Tokopedia

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Sesuai dengan tujuan kegiatan pengabdian ini yaitu Kegiatan Pendampingan Promosi Online Sayuran Hidroponik Mom's Farm, telah diikuti aktivis aktif dari Kelompok Usaha Moms Farms. Kegiatan ini dirasakan memberikan tambahan ilmu bagaimana melakukan peningkatan penjualan dengan memanfaatkan strategi penjualan online.

Dapat dikatakan bahwa secara keseluruhan narasumber mendapat nilai baik dan sangat baik dalam menyampaikan materi dan tujuan dari Kegiatan Pendampingan Promosi Online Sayuran Hidroponik Mom's Farm, di Kampung Nagrek.

6. DAFTAR PUSTAKA

1. Anggraini, N., Sutarni, S., Fatih, C., Zaini, M., Analiasari, A., & Humaidi, E. (2020). Digital Marketing Produk Pertanian di Desa Sukawaringin Kecamatan Bangunrejo Kabupaten Lampung Tengah. *DHARMASABHA*, 1(1), 36 – 45.
2. Mahedy, K. S., Parmawati, P., & Ernanda, K. (2016). Pelatihan Pemanfaatan Media Online Sebagai Sarana Pemasaran HasilProduksi Bagi Asosiasi Pengrajin Industri Kecil (Apik) Kabupaten Buleleng. *Seminar Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat*, Bali, Indonesia.
3. Puspitasari, A & Sudarmo (2018). Pemanfaatan Pertanian Secara Hidroponik untuk Mengatasi Keterbatasan Lahan Pertanian di Daerah Perkotaan. *Seminar Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat*, UTCC.
4. Rifaldi, I., Elsje, P., & Gene, H., (2019). Analisis Pendapatan Usaha Tani Hidropionik Matuari di Kelurahan Paniki Bawah Kota Manado, *AGRIRUD*, 1(2), 153 - 161