
Penerapan Digital Marketing Sebagai Media Penjualan Agribisnis Dengan Teknik Hidroponik Desa Karang Rahayu Kab Bekasi

Fitri Rezeki¹, Yuan Badrianto²

¹Universitas Pelita Bangsa

²Universitas Pelita Bangsa

E-mail: Fitri_rezeki@pelitabangsa.ac.id¹, Yuan.badrianto@pelitabangsa.ac.id²

Article History:

Received: 15 April 2022

Revised: 26 April 2022

Accepted: 26 April 2022

Keywords: Digital Marketing, Agribusiness, Hydroponics

Abstract: Digital marketing is very helpful for business people in interacting with consumers directly to producers, to meet the company's operational needs, the ease obtained from digital marketing is expected to develop the agribusiness industry located in Karang Rahayu Village of South Cikarang District of Bekasi Regency. Limited land in the middle of the city becomes an obstacle to develop hydroponic cultivation. The lack of understanding of the people of Karang Rahayu Village regarding the opportunities of the agribusiness industry and hydroponic cultivation is the main problem that must be resolved immediately. The lack of ability to market will also have an impact on business prospects so that it is necessary to conduct Training on the Application of Digital Marketing as a Medium of Agribusiness Sales with Hydroponic Techniques in Karang Rahayu Village, Bekasi Regency. In community service in Karang Rahayu Village, South Cikarang Subdistrict, there are 4 methods used including observation methods, interview methods and training methods. The results achieved by Training in The Implementation of Digital Marketing as a Medium of Agribusiness Sales with Hydroponic Techniques in Karang Rahayu Village of Bekasi Regency from PKK Mothers earn additional income thanks to hydroponic cultivation and reach broad segmentation to exit the island by utilizing digital marketing.

PENDAHULUAN

Perkotaan yang jauh dari pekarangan luas menjadi hal penting untuk memulai pertanian perkotaan. Makanan yang segar dan menyehatkan hasil dari pertanian dan perkebunan mengalami kebutuhan untuk kualitas hidup seseorang. Kecanggihan teknologi dalam menyerap informasi menjadi poin penting dalam pengelolaan pertanian dan perkebunan ditengah perkotaan. Teknologi pertanian dilakukan dengan banyak cara seperti menanam dengan polybag sebagai media tanaman, hidroponik dan aeroponic. Tri Satya et al., (2017) Perkebunan hidroponik dapat dipraktikan dengan hal yang kecil seperti menanam pekarangan rumah ataupun secara besar untuk dikomersial

memanfaatkan pekarangan yang sempit.

Agribisnis yang merupakan kegiatan ekonomi pada sector pertanian, diharapkan dapat menjadi kegiatan ekonomi dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi pada daerah tersebut, manfaat agribisnis diharapkan menjadi pemerataan pembangunan, pertumbuhan ekonomi maupun stabilitas nasional. Berbagai kesempatan dalam manfaat dari agribisnis diharapkan masyarakat dapat termotivasi untuk menjalankan kegiatan agribisnis di Desa Karang Rahayu

Desa Karang Rahayu merupakan daerah yang sangat potensial dengan jumlah penduduk 14.994 jiwa dan berada di tengah kawasan industri Kurangnya pemahaman masyarakat Desa Karang Rahayu mengenai peluang industri agribisnis dan budidaya hidroponik menjadi permasalahan utama yang harus segera diselesaikan. Minimnya kemampuan dalam memasarkan juga akan berdampak terhadap prospek bisnis dalam menghadapi persaingan.

Berdasarkan uraian di atas, maka perlu dilakukan pengabdian kepada masyarakat untuk mengetahui apakah terjadi peningkatan produksi dan pendapatan yang diperoleh sesudah penerapan digital marketing sebagai media penjualan agribisnis dengan teknik hidroponik di Desa Karang Rahayu Kecamatan Karang Bahagia Kabupaten Bekasi.

LANDASAN TEORI

Usaha Kecil Menengah

Astiti et al., (2019) Usaha Kecil Menengah adalah jenis usaha tingkat kecil. Usaha kecil menengah, dimiliki oleh perseorangan atau kelompok usaha kecil menengah sangat berbeda di tempat yang berlainan. Di setiap negara memiliki pengertian yang berbeda mengenai skala bisnis sebagai usaha kecil menengah. Dengan pengkategorian tersebut, jenis bisnis skala kecil ini memiliki hak dan kewajiban khusus berkaitan dengan legalitas status perusahaan dan besaran pajak yang harus dibayarkan pada pemerintah. Definisi usaha kecil dari berbagai segi tersebut adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan Total Asset Berdasarkan total asset, pengusaha kecil adalah pengusaha yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 200.000.000,00 (Dua Ratus Juta Rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat membuka usaha.
2. Berdasarkan Total Penjualan Bersih Per Tahun Berdasarkan hal ini pengusaha kecil adalah pengusaha yang memiliki hasil total penjualan bersih per tahun paling banyak Rp 1.000.000.000 (Satu Miliar Rupiah)
3. Berdasarkan Status Kepemilikan
4. Dari segi ini, didefinisikan bahwa pengusaha kecil adalah usaha berbentuk perseorangan, bisa berbadan hukum atau tidak berbadan hukum yang didalamnya termasuk koperasi. UKM adalah jenis usaha yang paling banyak jumlahnya di Indonesia, tetapi sampai saat ini batasan mengenai usaha kecil di Indonesia masih beragam.

Fajar Istinganah et al., (2020) perkembangan UKM dapat dibagi menjadi 4 (empat) kelompok yaitu

1. Livelihood Activities, merupakan UKM yang digunakan sebagai kesempatan kerja untuk mencari nafkah, yang lebih umum dikenal sebagai sektor informal.
2. Contohnya adalah pedagang kaki lima.
3. Micro Enterprise, merupakan UKM yang memiliki sifat pengrajin tetapi belum memiliki sifat kewirausahaan.
4. Small Dynamic Enterprise, merupakan UKM yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan

mampu menerima pekerjaan subkontrak dan ekspor.

5. Fast Moving Enterprise, merupakan UKM yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan akan melakukan transformasi menjadi Usaha Besar (UB)

Agribisnis

Asriani et al. (2020) kegiatan agribisnis berhubungan dengan kebutuhan komoditi pertanian mencakup dari mata rantai produksi, pengolahan masukan dan keluaran produksi (agroindustri). agribisnis juga dapat diartikan upaya yang sangat penting dalam menciptakan industri pertanian yang tangguh, efisien dan fleksibel (Sudartono & Saepudin, 2021).

Teknik Hidroponik

(Panra & Damas Sadewo, 2020) Hidroponik merupakan budidaya menanam dengan memanfaatkan media air tanpa menggunakan tanah dengan menekankan pada pemenuhan kebutuhan nutrisi bagi tanaman. Hidroponik merupakan metode bercocok tanam yang biasanya digunakan untuk menanam sayuran sebagai upaya untuk memenuhi sumber vitamin dan mineral masyarakat sekaligus dapat memanfaatkan pekarangan yang sempit. Adapun tanaman yang sering ditanam dengan menggunakan sistem hidroponik adalah tanaman sayuran berupa sawi, bayam, selada dan kangkung. Budidaya hidroponik merupakan metode budidaya tanpa menggunakan media tanah, tetapi memanfaatkan air/larutan mineral bernutrisi yang diperlukan oleh tanaman dan bahan lainnya sebagai pengganti media tanah yang mengandung unsur hara seperti sabut kelapa, serat mineral. Dalam pengabdian ini digunakan media Rockwool yang mempunyai kelebihan dibandingkan media lainnya karena mempunyai perbandingan komposisi air dan udara yang ideal (Falentia Tia Indana & Beni, 2021)

teori yang dipakai pada penelitian ini. Pada bagian ini disarankan memuat banyak pendapat ahli dan berbagai referensi untuk memperkuat penelitian ini.

METODE

Metode Observasi

Metode ini merupakan teknik pengumpulan data, dimana peneliti melakukan pengamatan secara langsung ke objek penelitian untuk melihat dari dekat kegiatan yang dilakukan. Metode observasi sering kali diartikan sebagai pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada subyek penelitian. Teknik observasi sebagai pengamatan dan pencatatan secara sistematis hendaknya dilakukan pada subyek yang secara aktif mereaksi terhadap obyek.

Metode Wawancara

Wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara si peneliti dengan objek penelitian. Keterangan-keterangan yang hendak diperoleh melalui wawancara biasanya adalah keterangan dalam memperoleh dan memastikan fakta, memperkuat kepercayaan, memperkuat perasaan dan mengenali standar kegiatan.

Metode Pelatihan

Untuk mempelajari pengetahuan, keterampilan, perilaku serta kemampuan, pelatihan merupakan salah satu proses sistematis yang digunakan dalam mengetahui tujuan pribadi dan organisasi. Pelatihan juga suatu kegiatan yang bermaksud untuk memperbaiki dan mengembangkan sikap, tingkah laku keterampilan, dan pengetahuan dari karyawannya sesuai dengan keinginan perusahaan.

Metode Penyuluhan

Metode penyuluhan adalah cara yang sistematis untuk mencapai suatu tujuan yang telah direncanakan melalui diskusi, rapat dan pertemuan praktek. Setiap orang belajar melalui banyak cara yang berbeda – beda sesuai dengan kemampuan menangkap pesan yang diterima, ada yang cukup mendengar saja, atau melihat dan juga ada yang harus mempraktekkan dan kemudian mendistribusikannya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelatihan Agribisnis Metode Hidroponik

Kegiatan pelatihan budidaya hidroponik dilakukan di Desa Karang Rahayu Kecamatan Karang Bahagia Kabupaten Bekasi bekerjasama dengan PT SWES. dengan mengumpulkan sejumlah masyarakat yang terdiri dari pemuda, karang taruna dan Ibu-Ibu PKK Desa Karang Rahayu yang dibagi dalam beberapa kelompok. Dalam pelaksanaan pelatihan peserta pelatihan diberikan informasi tentang cara-cara usaha hidroponik seperti cara penyemaian benih, penanaman benih yang telah tumbuh, perawatan, pemanenan sayuran, tanaman apa saja yang bisa ditanam, apa keuntungan yang bisa diperoleh dari proses bercocok tanam dengan teknik hidroponik oleh narasumber. Selain penyuluhan, peserta pelatihan juga dapat melihat secara langsung demonstrasi penanaman tanaman dengan teknik hidroponik. Setelah kegiatan di atas selesai, dilakukan praktik budi daya sayuran dengan sistem Hidroponik. Setelah mengikuti pelatihan Ibu-Ibu PKK Desa Karang Rahayu hidroponik yang dilatih telah mampu melakukan teknik budi daya tanaman secara hidroponik khususnya tanaman sayur-sayuran. Peserta pelatihan sudah paham tentang cara pembibitan, persiapan media tanam, cara membuat rak hidroponik sampai dengan kegiatan pemanenan. Kegiatan pelatihan ini membentuk jiwa kewirausahaan terutama yang terkait dengan bisnis di bidang tanaman hidroponik. Tanaman muda seperti sayur-sayuran yang dibudidayakan dengan sistem hidroponik akan menghasilkan sayuran dengan kualitas yang baik dan higienis. Tanaman yang dibudidayakan dalam pelatihan ini adalah jenis tanaman selada yang ditanam dalam media instalasi pipa

Tabel. 1 Susunan Acara Pelatihan Agribisnis Metode Budidaya Hidroponik

No	Hari	Tanggal	Materi	Waktu
1			Tujuan dan Manfaat Agribisnis	08.00-10.00
2			Proses Pembuatan Kerangka Hidroponik	10.30-12.00
3	Minggu	13 Februari 2022	ISHOMA	12.00-13.00

4			Mendokumentasikan bukti transaksi dan pembuatan neraca saldo	13.00 -14.30
5			Praktek Instalasi Budidaya Hidroponik	14.30 sd Selesai



Gambar 1. Pelatihan Budidaya Hidroponik

Pelatihan Digital Marketing

Pelatihan diawali dengan sosialisasi. Sosialisasi bertujuan untuk memotivasi Ibu-Ibu PKK Desa Karang Rahayu agar bersedia mengikuti pelatihan dari awal sampai akhir dan menjelaskan kebermanfaatn program. Peserta juga diberikan wawasan tentang penting dan manfaatnya peran digital. Peserta dimotivasi agar mampu dan mau berusaha dengan beradaptasi dengan digitalisasi untuk memasarkan produknya kejangkauan yang luas. peserta antusias untuk mendengarkan sosialisasi dan mengikuti simulasi pemasaran melalui digital marketing. Digital marketing yang diperkenalkan selama masa pelatihan yaitu Bukalapak, Shopee, Tokopedia, dan olx. Pembuatan akun sudah dilakukan tim pelaksana sehingga pada saat pelatihan, peserta pelatihan langsung mempraktikkan pada smartphone masing-masing dengan proses instalasi yang dibantu oleh tim pelaksana. Deskripsi masing-masing digital marketing yang digunakan peserta pelatihan sebagai

berikut.

1. Buka Lapak

Akun bukalapak meminta peserta pelatihan mengisi profil usaha dan foto produk. Peserta pelatihan dengan antusias mengisi profil tersebut dengan foto yang sudah dimiliki selama pelatihan pembuatan produk. Mitra pelatihan juga aktif dalam mengisi deksripsi produk dan memberikan ide promo yang bisa calon pembeli dapatkan dengan mengikuti aturan pada Bukalapak.

2. Shopee

Akun Shopee juga meminta mitra pelatihan mengisi profil usaha dan foto produk. Secara antusias, mitra pelatihan mengupload foto produk untuk setiap botol dan pengemasan menggunakan kotak kardus. Peserta juga menyiapkan strategi untuk mengikuti Program Flash Sale dan mengelola penanggung jawab pembayaran sistem Cash on Delivery (COD).

3. Tokopedia

Peserta pelatihan mengupload foto produk dan mengisi profil usaha pada akun Bukalapak yang dimiliki. Peserta juga memberikan promo dan bonus pembelian untuk konsumen. Mitra membuka rekening yang digunakan khusus untuk pembayaran melalui online. Rekening dibuat dengan jenis bank yang berbeda-beda. Hal ini mengikuti aturan dari e-commerce yang diikuti.

4. OLX

Berbeda dengan e-commerce sebelumnya, pada akun olx ini, mitra setiap harinya harus mengupload produk dengan promo yang berbeda setiap harinya. Hal ini dikarenakan olx dapat menayangkan produk sesuai dengan keaktifan penjual dalam mengupload produk. Mitra juga membayar biaya penayangan produk di olx sehingga setiap pencarian minuman akan secara otomatis muncul pada bagian awal. Selain menggunakan bantuan e-commerce, mitra menggunakan media sosial Facebook, Instagram, Whatsapp, dan Twitter. Namun, media sosial ini hanya digunakan untuk menampilkan promo dan pengenalan produk. Transaksi jual beli produk tetap dilakukan melalui e-commerce dengan cara memberikan informasi link akun e-commerce yang telah dibuat.

Tabel. 1 Susunan Acara Pelatihan Digital Marketing

No	Hari	Tanggal	Materi	Waktu
1			Tujuan dan Manfaat Digital Marketing	08.00-10.00
2			Proses Pendaftaran Akun Marketplace	10.30-12.00
3	Minggu	20 Februari 2022	ISHOMA	12.00-13.00

4			Mendokumentasikan bukti transaksi dan pembautan neraca saldo	13.00 -14.30
5			Praktek Digital Marketing di Marketplace	14.30 sd Selesai



Gambar 2. Pelatihan Digital Marketing

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada Masyarakat Universitas Pelita Bangsa yang terdiri dari dosen dan mahasiswa menfokuskan pada pengembangan ekonomi kreatif Desa Karang Rahayu Kecamatan Karang Bahagia Kabupaten Bekasi didapatkan beberapa hasil sebagai berikut:

1. Pada awalnya Ibu-Ibu PKK Desa Karang Rahayu tidak begitu memahami dan mengetahui tentang agribisnis dan budidaya hidroponik, akan tetapi setelah diberikan pelatihan agribisnis dan budidaya hidroponik, Ibu-Ibu PKK Desa Karang Rahayu saat ini sudah lebih paham tentang peluang usaha di sector agribisnis khususnya pada metode budidaya hidroponik yang bisa meningkatkan pendapatan walaupun dilahan yang sangat kecil.
2. Telah dilakukan pelatihan digital marketing dimana dilakukan untuk memperkuat segmentasi dan market agribisnis dan budidaya hidroponik yang dikembangkan oleh Ibu-Ibu PKK Desa Karang Rahayu

Saran

1. Bagi Pelaku Usaha diharapkan dapat meningkatkan hasil usaha Ibu-Ibu PKK Desa

Karang Rahayu yang sudah ada dengan melakukan kerjasama dengan instansi terkait dalam permodalan dan pengelolaan SDM sehingga dapat lebih berkembang dan meningkatkan produksinya di masa yang akan datang.

2. Bagi Masyarakat Desa Karang Rahayu diharapkan masyarakat Desa Karang Rahayu dapat meningkatkan dan melihat peluang usaha khususnya yang berhubungan dengan agribisnis dan industry lainnya yang ada di wilayahnya saat ini serta dapat memberikan kontribusi yang positif terhadap usaha kecil yang dimulai dari rumahan.

DAFTAR REFERENSI

- Asriani, A., Embe, W., Nafu, F., & Herdhiansyah, D. (2020). Persepsi Masyarakat Terhadap Agribisnis Sayuran Metode Hidroponik Starterkit Wick Di Kota Kendari. *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 6(1), 11. <https://doi.org/10.25157/ma.v6i1.2595>
- Astiti, N. P. N. S., Suamba, I. K., & Artini, N. W. P. (2019). Pengaruh Disiplin Kerja, Kepuasan Kerja Dan Loyalitas Karyawan Terhadap Kinerja Karyawan Agrowisata Bagus Agro Pelaga. *Agrisocionomics: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 3(1), 1–9. <https://doi.org/10.14710/agrisocionomics.v3i1.4801>
- Fajar Istinganah, N., Pendidikan Ekonomi, J., & Ekonomi, F. (2020). Pengaruh Modal Usaha, Tingkat Pendidikan, dan Karakteristik Wirausaha Terhadap Perkembangan UKM. *Eeaj*, 9(2), 438–455. <https://doi.org/10.15294/eeaj.v9i2.39293>
- Falentina Tia Indana, & Beni, S. (2021). Strategi Pemasaran Sayuran Hidroponik Shanti Bhuana. *Business, Economics and Entrepreneurship*, 3(2), 86–92. <https://doi.org/10.46229/b.e.e..v3i2.316>
- Panra, P., & Damas Sadewo, Y. (2020). Ukm Hidroponik Dan Ukm Organik Sebagai Wadah Praktik Kewirausahaan Di Stim Shanti Bhuana. *Business, Economics and Entrepreneurship*, 2(1), 1–9. <https://doi.org/10.46229/b.e.e..v2i1.132>
- Sudrartono, T., & Saepudin, D. (2021). Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Perkembangan Ukm Di Dinas Koperasi Usaha Kecil Dan Menengah Kabupaten Bandung. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 16(4), 327–332. <https://doi.org/10.22141/2224-0721.16.4.2020.208486>
- Tri Satya, M., Tejaningrum, A., & Hanifah. (2017). Manajemen Usaha Budidaya Hidroponik. *Jurnal Dharma Bhakti Ekuitas*, 01(02), 2528–2190. <http://repository.ekuitas.ac.id/handle/123456789/335>