

Training on e-commerce marketing of ornamental plants for the women farmers group in Petiga Village, Tabanan Regency

Ni Made Ayu Natih Widhiarini , Kadek Ayu Ekasani, I Wayan Eka Mahendra, Ni Luh Putu Ayu Daniella Santika Dewi, Putu Haskara Wijana, Adis Audiana Syafri
Institut Pariwisata dan Bisnis Internasional, Denpasar, Indonesia

 natih.widhiarini@ipb-intl.ac.id

 <https://doi.org/10.31603/ce.10289>

Abstract

One of the centers for ornamental plants in Bali is located in Petiga Village. However, the marketing of ornamental plants in Petiga Village has not yet embraced digital methods, limiting its reach primarily to the local market. The objective of this community service project is to introduce and train groups of women farmers in utilizing e-commerce to expand the marketing of ornamental plants. This community service activity comprises three main stages: preparation, implementation, and evaluation. The results obtained reveal that the women farmers' group has gained knowledge about marketing ornamental plants through e-commerce. Based on this, it can be concluded that the socialization and training on marketing ornamental plants through e-commerce have provided farmer groups with a better understanding of using digital media. As a next step, farmers still require additional skills in using social media platforms as digital marketing tools, such as Facebook, Instagram, TikTok, and others.

Keywords: *Ornamental plant marketing; E-commerce; Women farmers group*

Pelatihan pemasaran tanaman hias melalui e-commerce pada kelompok wanita tani di Desa Petiga, Kabupaten Tabanan

Abstrak

Salah satu sentra tanaman hias di Bali terdapat di Desa Petiga. Namun, pemasaran tanaman hias di Desa Petiga belum dilakukan secara digital sehingga jangkauan pasarnya masih berskala lokal. Tujuan kegiatan ini untuk mengenalkan dan melatih kelompok wanita tani dalam pemanfaatan *e-commerce* untuk memasarkan tanaman hias. Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan dengan 3 tahapan metode, yakni tahap persiapan, pelaksanaan dan evaluasi. Adapun hasil yang diperoleh adalah kelompok wanita tani mendapatkan pengetahuan mengenai cara pemasaran tanaman hias menggunakan *e-commerce*. Berdasarkan hal tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa sosialisasi dan pelatihan pemasaran tanaman hias melalui *e-commerce* memberikan pemahaman kepada kelompok tani tentang cara memasarkan tanaman hias dengan media digital khususnya dengan *e-commerce*. Sebagai tindak lanjut, petani masih membutuhkan keterampilan menggunakan media sosial sebagai media pemasaran digital, seperti Facebook, Instagram, Tiktok dan lain sebagainya.

Kata Kunci: Pemasaran tanaman hias; E-commerce; Kelompok wanita tani

1. Pendahuluan

Tanaman hias merupakan tanaman yang ditanam di luar atau di dalam ruangan untuk menciptakan kesan keindahan dan daya tarik pada suatu objek serta memiliki berbagai macam jenis mulai dari tanaman hias berbunga sampai tanaman hias yang berbentuk unik (Yudha et al., 2022). Tanaman hias merupakan tanaman yang memiliki nilai keindahan dan daya tarik tertentu. Di samping itu juga mempunyai nilai ekonomis untuk keperluan hiasan di dalam dan di luar ruangan. Karena mengandung arti ekonomi, tanaman hias pun dapat diusahakan menjadi suatu bisnis yang menjanjikan keuntungan besar karena keindahannya saat ini seolah-olah sudah menjadi daya tarik tersendiri bagi penggemarnya atau sekedar menjadikannya sebagai pelengkap keindahan di setiap sudut halaman rumah (Supiani & Sinaini, 2020).

Dusun Semingan merupakan salah satu dusun yang berada di Desa Petiga, Kecamatan Marga, Kabupaten Tabanan. Mayoritas masyarakat dusun ini berprofesi sebagai petani tanaman hias dan sudah puluhan tahun menggeluti bidang tersebut. Kondisi geografis Dusun Semingan yang berada pada ketinggian sekitar 500 meter di atas permukaan laut, dengan suhu udara sekitar 30 derajat Celsius dan curah hujan rata-rata 2.000 mm/tahun menjadikan Dusun Semingan sebagai tempat yang sangat ideal untuk mengembangkan budidaya tanaman hias. Sejak tahun 1980-an, tren menanam tanaman hias sebagai penghias rumah mulai merambah di kota-kota besar. Tidak hanya rumah, tanaman juga banyak digunakan sebagai penghias ruangan di perkantoran, hotel, restoran dan tempat lain yang dirasa cocok. Hal inilah yang menjadi salah satu alasan mengapa tanaman hias mempunyai potensi yang begitu menjanjikan untuk terus dikembangkan dan diharapkan dapat meningkatkan perekonomian masyarakat (Fadila et al., 2023).

Meski demikian, hasil penjualan tanaman hias hanya cukup digunakan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Hal ini terjadi karena belum optimalnya penjualan tanaman hias karena beberapa hal seperti pemasaran masih konvensional dengan harapan pembeli datang langsung ke Dusun Semingan, kurangnya kapasitas produsen tanaman hias, belum terlalu memahami penjualan melalui *e-commerce* dan periklanan terbatas pada penggunaan jejaring sosial yang sifatnya belum profesional. Salah satu strategi pemasaran yang dapat dilakukan untuk meningkatkan penjualan tanaman hias adalah *digital marketing*. Menurut Susanto et al. (2021), *digital marketing* memiliki dampak yang signifikan dalam proses meningkatkan *brand awareness*, meningkatkan jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan. Orinaldi (2020) menambahkan bahwa pemasaran melalui *e-commerce* lebih efektif dan efisien. Dengan adanya *e-commerce* sebagai penyedia toko *online*, konsumen tidak perlu datang langsung ke tempat penjualan, sehingga hemat waktu dan biaya. Beberapa aplikasi *e-commerce* yang biasa dipakai saat ini seperti Lazada, Shopee, Bukalapak, dan lain-lain.

Berdasarkan permasalahan tersebut, maka diperlukan kegiatan pelatihan pemasaran tanaman hias melalui *e-commerce* pada Kelompok Wanita Tani Dusun Semingan, Desa Petiga, Kabupaten Tabanan. Oleh karena itu, tujuan kegiatan ini untuk mengenalkan dan melatih Kelompok Wanita Tani Dusun Semingan, Desa Petiga, Kabupaten Tabanan dalam pemanfaatan *e-commerce* khususnya untuk memasarkan tanaman hias.

2. Metode

Pengabdian ini dilakukan pada selama tiga bulan, yakni bulan Juli – September 2023 di Desa Petiga, Kecamatan Marga, Kabupaten Tabanan, tepatnya di Dusun Semingan. Peserta pada kegiatan ini yaitu 16 orang yang merupakan Kelompok Wanita Tani Dusun Semingan. Pelaksanaan kegiatan diawali dengan persiapan. Pada tahap ini, kami melakukan observasi terkait kendala yang dihadapi oleh masyarakat dan melakukan koordinasi dengan Kepala Desa dan Kelompok Wanita Tani terkait program pengabdian yang akan dilakukan. Kegiatan dilanjutkan dengan sosialisasi dan pelatihan tentang cara pemasaran tanaman hias melalui *e-commerce*. Pada akhir kegiatan, kami melakukan monitoring dan evaluasi dari hasil pelaksanaan program pengabdian.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Observasi lapangan bersama kelompok wanita tani

Kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Semingan diawali dengan melakukan observasi lapangan untuk menemukan kendala pemasaran yang dihadapi Kelompok Wanita Tani (KWT) pada 29 Juli 2023 ([Gambar 1](#)). Berdasarkan hasil observasi, KWT Dusun Semingan belum sepenuhnya memahami tentang pentingnya pemasaran melalui media digital karena selama ini proses pemasaran hanya dilakukan secara konvensional kepada pengepul tanaman hias.



Gambar 1. Kegiatan observasi lapangan bersama KWT Dusun Semingan

3.2. Koordinasi dengan kepala desa dan KWT

Setelah dilaksanakan observasi, kegiatan selanjutnya adalah melakukan koordinasi dengan Kepala Desa dan KWT terkait program pengabdian yang akan dilakukan sesuai dengan permasalahan yang dihadapi ([Gambar 2](#)). Kegiatan koordinasi dilakukan pada tanggal 21 Agustus 2023 di Bale Banjar Dusun Semingan, Desa Petiga, Kabupaten Tabanan. Berdasarkan dari hasil tersebut ditemukan bahwa program yang disepakati adalah melakukan sosialisasi dan pelatihan pemasaran tanaman hias melalui *e-commerce* yang akan mengundang narasumber ahli dibidang pemasaran digital.

3.3. Sosialisasi dan pelatihan tanaman hias melalui *e-commerce*

Sosialisasi dan pelatihan pemasaran *e-commerce* diadakan pada hari Sabtu, 16 September 2023 di Kantor Desa Petiga. Pelatihan ini dihadiri oleh KWT Dusun Semingan serta Seka Teruna Teruni Dusun Semingan sebagai generasi muda yang akan meneruskan budidaya tanaman hias di Dusun Semingan ke depannya. Sosialisasi ini menghadirkan

Ibu Ni Made Ayu Natih Widhiarini, S.Tr.Par., MM. sebagai narasumber yang memberikan materi untuk memperkenalkan *e-commerce* kepada KWT di Dusun Semingan serta memberikan pelatihan pembuatan dan penggunaan *e-commerce* sebagai media untuk memasarkan tanaman hias di Dusun Semingan (**Gambar 3**).



Gambar 2. Kegiatan koordinasi program pengabdian



Gambar 3. Kegiatan sosialisasi dan pelatihan pemasaran melalui *e-commerce*



Gambar 4. Diskusi pada kegiatan sosialisasi dan pelatihan pemasaran *e-commerce*

Sesi sosialisasi diakhiri dengan diskusi antara pihak narasumber dengan peserta sosialisasi (**Gambar 4**). Peserta pelatihan merasa puas mengikuti pelatihan ini, terbukti dari antusiasnya peserta dalam bertanya dan berdiskusi bersama narasumber. Hasil dari pengabdian masyarakat ini yaitu KWT di Dusun Semingan mulai sadar akan pentingnya pemasaran melalui media digital seperti *e-commerce*, terlihat dari antusias para peserta ketika dilakukan demonstrasi pembuatan akun toko pada *e-commerce*. 85%

peserta bersedia membuat toko *online* tanaman hias pada *e-commerce* dan tertarik untuk mengetahui cara pengelolaan toko *online* lebih lanjut.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil yang dicapai, maka dapat disimpulkan bahwa sosialisasi dan pelatihan pemasaran tanaman hias melalui *e-commerce* memberikan pemahaman kepada kelompok tani tentang cara memasarkan tanaman hias dengan media digital khususnya dengan *e-commerce*. Terbukti dengan adanya peningkatan pemahaman masyarakat sasaran mengenai materi pemasaran tanaman hias melalui *e-commerce*. 85% peserta ingin membuka toko *online* dan mempelajari pengelolaan toko *online* di *e-commerce*. Saran dari kegiatan yang telah dilaksanakan yaitu perlu dilakukan pendampingan yang lebih intens terkait cara pengemasan produk tanaman hias agar pada saat pengiriman tanaman hias ke luar kota, tanaman hias tidak menjadi layu atau busuk. Selain itu, petani perlu dilatih menggunakan media pemasaran digital lain seperti media sosial seperti Facebook, Instagram, Tiktok dan lain sebagainya.

Ucapan Terima Kasih

Terima kasih disampaikan kepada Direktorat Pembelajaran dan Kemahasiswaan serta Institut Pariwisata dan Bisnis Internasional yang telah mendanai pelaksanaan kegiatan pengabdian Masyarakat ini dalam Program Penguatan Kapasitas Organisasi Kemahasiswaan (PPK Ormawa) 2023 serta dukungan mahasiswa pelaksana program dari UKM Digimark yang telah senantiasa membantu proses pelaksanaan kegiatan.

Daftar Pustaka

- Fadila, A., Kartika, J. G., & Sopandie, D. (2023). Aspek Hortikultura dan Usaha Tani Budidaya Tanaman Hias Asteraceae dan Violaceae di Cianjur, Jawa Barat. *Buletin Agrohorti*, 11(2), 185–192. <https://doi.org/10.29244/agrob.v11i2.46845>
- Orinaldi, M. (2020). Peran E-commerce dalam Meningkatkan Resiliensi Bisnis di era Pandemi. *Iltizam: Journal of Sharia Economics Research*, 4(2). <https://doi.org/10.30631/iltizam.v4i2.594>
- Supiani, & Sinaini, L. (2020). Analisis Pendapatan Usaha Tanaman Hias (Studi Kasus UD.Rahma Nurseri di Desa Bangunsari Kabupaten Muna). *Paradigma Agribisnis*, 3(1), 1–6. <https://doi.org/10.33603/jpa.v3i1.3634>
- Susanto, B., Hadiano, A., Chariri, F. N., Rochman, M., Syaokani, M. M., & Daniswara, A. A. (2021). Penggunaan Digital Marketing untuk Memperluas Pasar dan Meningkatkan Daya Saing UMKM. *Community Empowerment*, 6(1), 42–47.
- Yudha, E. P., Nurislamingsih, R., & Fahmawati, F. U. (2022). Tata Cara Menanam dan Merawat Tanaman Hias Daun Dengan Baik. *Abdimas Galuh: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 1120–1128. <https://doi.org/10.25157/ag.v4i2.8261>



This work is licensed under a Creative Commons Attribution Non-Commercial 4.0 International License