



PEMANFAATAN KONTEN *BRANDING* UNTUK MENINGKATKAN PEMASARAN HASIL PRODUKSI PADA KELOMPOK TANI *URBANFARMING* “KEPUTIH BERSEMI” KELURAHAN KEPUTIH, KECAMATAN SUKOLILO, KOTA SURABAYA

Fatsansyah Abimas Pratama
Program Studi Ilmu Komunikasi
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
E-mail : abimaspratama97@gmail.com

Noorshanti Sumarah
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
-E-mail : noorshanti@untag-sby.ac.id

Abstrak

Kelompok tani sayur merupakan salah satu yang aktif di Kelurahan Keputih, salah satu program pembudidayaan dan juga pengelolaan yang dikembangkan yakni *urban farming*. *Urban farming* dapat dimanfaatkan menjadi kegiatan produktif yang bisa diikuti oleh masyarakat atau warga sekitar khususnya di wilayah perkotaan. *Urban farming* menjadi solusi penanaman dan bentuk pemasaran sayur secara organik yang tidak memerlukan lahan luas mengingat daerah perkotaan sangat minim akan lahan. *Urban farming* menggunakan media tanam hidroponik yang efisien dalam waktu panen karna berbeda dengan media tanam di tanah. Tanaman atau sayur yang ditanam yakni seperti sawi pakcoy, selada dan masih banyak yang lainnya. Hasil panen yang dialami belum mampu stabil dan maksimal dikarenakan hama yang belum mampu teratasi secara maksimal. Hasil panen yang sudah dikemas pun belum memenuhi target dikarenakan pemasaran masih secara langsung atau cara konvensional. Kemasan yang digunakan saat *packaging* hasil panen masih menggunakan plastik biasa, sehingga kurangnya nilai daya jual saat dipasarkan. Tujuan dari pelaksanaan pengabdian masyarakat yakni membantu meningkatkan daya nilai jual hasil tani dengan konsep *branding* saat ditaukan kepada situs tani yang dipilih melalui media internet. Dengan adanya kegiatan ini diharapkan kedepannya dapat meningkatkan hasil panen dengan konsep *branding* media *online* pada tautan situs yang dikaitkan di internet.

Kata kunci : *Urban farming, branding, tautan situs internet.*

PENDAHULUAN

Sebagai kota besar, Kota Surabaya tak bisa mengelak dari persoalan pertanahan dan problem organisasi sosial. Kelompok tani urban farming salah satunya, kelompok ini merupakan salah satu organisasi sosial yang aktif di wilayah Keputih. Kelompok ini juga salah satu yang mengalami berbagai permasalahan organisasi sosial dan juga dalam lingkup pemanfaatan lahan tanah di Keputih. Masalah organisasi sosial lebih kerap timbul dengan masalah internal, sedangkan pemanfaatan lahan tanah di wilayah Keputih timbul karena adanya keterbatasan lahan yang akan dimanfaatkan.

Kelompok ini bergerak di bidang *urban farming*. *Urban farming* yang dilakukan menggunakan media tanam hidroponik sehingga memungkinkan untuk dilakukan di wilayah

perkotaan besar karna tak memakan lahan banyak. Media tanam hidroponik juga menjadi pembeda kualitas sayur yang dihasilkan dengan media tanam pada tanah karna sayur yang dihasilkan berupa sayur organik yang memiliki kualitas lebih tinggi dan nilai lebih pada daya jual. Hal tersebut juga berpengaruh terhadap nilai jual saat dipasarkan ke konsumen, persaingan harga pasar serta cara pemasaran kerap menjadi permasalahan yang masih dialami dan belum teratasi.

Pemasaran secara konvensional atau langsung masih digunakan sebagai metode pemasaran yang utama oleh kelompok tani. Metode pemasaran tersebut dirasa kurang efektif karna membutuhkan perjalanan saat memasarkan, terjadinya tawar menawar harga dengan konsumen dan seringkali hasil panen masih tersisa dan harus diangkut kembali oleh pengurus saat memasarkan. Diadakannya pengabdian masyarakat oleh Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya diharapkan mahasiswa mampu terjun ke masyarakat untuk membantumengatasi dan memberikan solusi bagi mitra dengan permasalahannya. Program kerja yang diselenggarakan yakni “Sosialisasi dan pelatihan konten branding serta mentautkan pada marketplace untuk meningkatkan pemasaran hasil produksi pada Kelompok Tani UrbanFarming Keputih”.

Marketplace pada situs internet dirasa menjadi solusi untuk menangani permasalahan penjualan hasil panen kelompok tani, karena saat ini di era sekarang terutama pada saat masa pandemi semua aktifitas berjalan dengan menggunakan sarana online. Upaya peningkatan pemasaran melalui situs online juga harus melibatkan konten *branding* agar konsumen tertarik saat melihat produk melalui situs internet (situs tani) yang dipilih dan digunakan. Melalui situs internet, pemasaran akan terjangkau secara lebih luas dan efisien terhadap waktu, tenaga dan juga biaya yang dikeluarkan. Konten *branding* dirancang agar konsumen bisa terpicat saat melihat produk walaupun hanya dengan gambar, hal ini tentunya tak luput dari *packaging* yang nantinya dilakukan oleh kelompok tani. Pemilihan situs internet juga penting dilakukan untuk menyesuaikan kapasitas hasil panen yang diproduksi oleh kelompok tani. Dengan begitu pemasaran akan lebih efektif karena hasil panen yang akan dijual sesuai dengan kapasitas yang ditampung di situs tani (*marketplace*) dan juga persaingan antar *seller* dalam *marketplace* lebih terkoordinir.

Adapun lokasi pelaksanaan pengabdian masyarakat berada di wilayah Kelurahan Keputih, Kecamatan Sukolilo, Kota Surabaya. Dengan masa kerja yang diadakan selama 12 hari, diharapkan mahasiswa dapat mengimplementasikan ilmu yang didapatkan pada bangku perkuliahan dengan bentuk pengabdian kepada masyarakat sekitar. Program kerja yang dilaksanakan ditujukan agar anggota serta pengurus kelompok tani dapat mengaplikasikan ilmu yang telah di dapatkan pada saat kegiatan sosialisasi. Kedepanya diharapkan anggota serta pengurus kelompok tani mampu mengembangkan situs tani untuk memperluas pangsa pasar dan mengembangkan metode pemasaran yang efektif dengan sarana situs online.

IDENTIFIKASI MASALAH

Setiap adanya sebuah gerakan atau suatu organisasi tidak pernah hilang dari munculnya permasalahan dan tantangan. Hal tersebut yang saya temukan pada daerah lingkungan tempat pengabdian masyarakat saya, permasalahan yang timbul seperti permasalahan tanah/lahan penanaman, kurang maksimalnya hasil panen dan masalah yang utama yakni pemasaran hasil panen. Pemasaran hasil panen yang dilakukan secara langsung atau konvensional dirasa masih belum efektif dan belum bisa maksimal untuk hasil yang dicapai. Keterbatasan waktu, tenaga serta adanya tawar-menawar oleh pembeli mengakibatkan terjualnya hasil panen masih jauh dari harapan yang ingin dicapai. Lingkup wilayah penjualan hasil panen juga masih terbatas dan kurang meluas, dan seringkali hasil panen yang akan dipasarkan tidak terjual habis di satu wilayah.

SOLUSI

Dalam setiap permasalahan yang terjadi tentunya akan ada sebuah jalan keluar untuk menyelesaikan permasalahan tersebut, begitu pula dengan yang terjadi pada kegiatan ini. Seperti halnya ketika ada masalah terkait dengan adanya temuan masalah diatas, maka dalam kegiatan pengabdian mahasiswa perlu memberikan solusi yakni:

1. Berupa adanya sosialisasi dan pelatihan konten *branding* bagi anggota serta pengurus kelompok tani yang nantinya akan diterapkan pada situs tani (*marketplace*) yang digunakan untuk meluaskan pangsa pasar dan keefektifan dalam memasarkan hasil panen. *Marketplace* pada situs internet dirasa menjadi solusi untuk menangani permasalahan penjualan hasil panenkelompok tani, karena saat ini di era sekarang terutama pada saat masa pandemi semua aktifitas berjalan dengan menggunakan sarana online. Upaya peningkatan pemasaran melalui situs online juga harus melibatkan konten *branding* agar konsumen tertarik saat melihat produk melalui situs internet (situs tani) yang dipilih dan digunakan. Melalui situs internet pemasaranakan terjangkau secara lebih luas dan efisien terhadap waktu, tenaga dan juga biaya yang dikeluarkan. Konten *branding* dirancang agar konsumen bisa terpikat saat melihat produk walaupun hanya dengan gambar, hal ini tentunya tak luput dari *packaging* yang nantinya dilakukan oleh kelompok tani.
2. Pemilihan situs internet juga penting dilakukan untuk menyesuaikan kapasitas hasil panen yang diproduksi oleh kelompok tani. Dengan begitu pemasaran akan lebih efektif karena hasil panen yang akan dijual sesuai dengan kapasitas yang ditampung di situs tani (*marketplace*) dan juga persaingan antar seller dalam *marketplace* lebih terkoordinir. Program kerja yang dilaksanakan ditujukan agar anggota serta pengurus kelompok tani dapat mengaplikasikan ilmu yang telah di dapatkan pada saat kegiatan sosialisasi. Kedepannya diharapkan anggota serta pengurus kelompok tani mampu mengembangkan situs tani untuk memperluas pangsa pasar dan mengembangkan metode pemasaran yang efektif dengan sarana situs *online*.

METODE PELAKSANAAN

Melalui program pengabdian ini mahasiswa mengabdikan untuk ikut serta membantu memberi pemahaman terhadap pentingnya sarana penjualan atau transaksi secara *online* (*digital marketing*). Mahasiswa juga memberikan kritik serta saran terhadap pemasaran yang diterapkan dengan tujuan agar kedepannya penjualan hasil panen tersebut mengalami perubahan dan mengalami peningkatan. Mahasiswa melakukan pemaparan materi dengan mengimplementasikan ilmu yang didapatkan pada bangku perkuliahan mengenai pemahaman dan pentingnya konten *branding* saat pemasaran melalui sarana internet atau media digital (*marketplace*). Pendampingan saat pelatihan turut serta menjadi kegiatan yang diadakan oleh mahasiswa agar para anggota dan pengurus kelompok tani mampu mengaplikasikan ilmu yang telah di dapatkan pada saat kegiatan sosialisasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah mahasiswa ikut serta terjun ke masyarakat untuk membantu mengatasi dan memberikan solusi bagi mitra dengan permasalahannya, mahasiswa mendapatkan banyak pengalaman dan ilmu baru. Berinteraksi dan turut andil peran dalam lingkup kelompok tani menghasilkan banyak sekali ilmu yang belum diketahui oleh mahasiswa sebelumnya seperti masa penanaman/pembibitan, pencarian hama ulat yang dilakukan setiap hari, pemberian vitamin, pengaturan kadar air dan masih banyak lagi. Mahasiswa juga mengimplementasikan ilmu yang didapatkan pada bangku perkuliahan untuk membantu permasalahan yang dialami



oleh mitra dalam bentuk sosialisasi, pelatihan dan pendampingan dengan edukasi tentang pentingnya konten branding dalam meningkatkan pemasaran hasil panen kelompok tani yang akan menggunakan sarana internet *online* dalam penjualan dan pemasaran (*digital marketing*).

ANGGARAN

Terlaksananya kegiatan pengabdian masyarakat ini menghasilkan anggaran biaya yang di rincikan sebagaiberikut :

No.	Komponen	Banyak Barang	Harga Satuan	Jumlah (Rp)
1.	Banner 2x1	1	30.000/m	Rp. 60.000
2.	Poster A0	1	80.000/cetak	Rp. 80.000
3.	Poster A2	1	25.000/cetak	Rp. 25.000
4.	Snack Pelatihan	15	10.000/kotak	Rp. 150.000
5.	Konsumsi (makan)	15	20.000/orang	Rp. 300.000
6.	Kuota Internet (12Gb)	2	50.000/kuota	Rp. 100.000
7.	Aqua Botol 330ml	2 Dus	38.000/dus	Rp. 76.000
8.	Handsanitizer 55ml	4 Botol	13.500/botol	Rp. 54.000
9.	Surat-menyurat	-	-	Rp. 25.000
Total				Rp. 870.000

LUARAN WAJIB DAN TAMBAHAN

Adapun luaran yang dapat menjadi target dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini terbagi menjadi 2 yakni luaran wajib dan luaran tambahan. Luaran wajib yang pertama yakni berupa video inspiratif selama kegiatan pengabdian masyarakat dilaksanakan, dengan harapan video tersebut mampu menginspirasi para penonton untuk mampu berinovasi menjadi lebih baik. Luaran wajib yang kedua publikasi yakni berupa media massa yang berisikan uraian capaian kegiatan selama pengabdian masyarakat terlaksana, terpublikasinya artikel media massa ini di harap mampu menggerakkan kemampuan yang di miliki para pembaca artikel. Luaran wajib yang ketiga adalah prosiding, dengan harapan agar beberapa pihak terkait mampu mendapatkan pemahaman terkait kegiatan yang telah mahasiswa laksanakan. Luaran wajib yang keempat adalah poster hasil pengabdian masyarakat yang di harap agar pembaca mampu memahami kegiatan mahasiswa melalui bacaan pada narasi poster yang jauh lebih singkat dan menarik.

Kemudian selain luaran wajib, ada juga luaran tambahan yang menjadi target yaitu dengan membuat poster berukuran A0 dan A2 yang di tempelkan di pendopo kelurahan saat berlangsungnya kegiatan sosialisasi dan juga pelatihan dengan harapan peserta mampu memahami gambaran secara ringkas dan garis besar konten *branding* serta pemanfaatan *digital marketing* melalui poster yang ditempelkan di lokasi kegiatan.

Adapun luaran tambahan yang kedua yakni berupa mitra yang produksinya meningkat. Kegiatan pelaksanaan tersebut nantinya akan dilaksanakan pada saat setelah sosialisasi dalam

bentuk pendampingan dan pelatihan dengan dilakukannya pentautan profil mitra ke dalam situs tani (*marketplace*) yang sudah dipilih. Diharapkan kedepannya mitra mampu memperluas pangsa pasar dan juga jangkauan konsumen secara merata dengan menggunakan situs tani (*marketplace*).

SIMPULAN

Pada era saat ini perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi (IPTEK) sudah sangat pesat, hampir semua informasi mengenai berita, kebutuhan dan lain sebagainya dapat terjadi dengan mudah, instan, real time (langsung), dan cepat hanya melalui satu genggaman dengan *smartphone*. Tak luput dari perkembangan teknologi, dalam dunia pemasaran (*marketing*) juga mengalami kemajuan dengan pesat. Kini berjualan atau berdagang tak perlu lagi melalui *door to door* atau secara langsung menemui konsumen satu persatu, dengan adanya situs *website* jual beli (*marketplace*) dan media sosial memudahkan kita untuk memasarkan produk atau jasa dengan mudah. Situs *website* (*marketplace*) dirasa sangat penting dalam pemasaran masa kini, keunggulan yang dimiliki saat melakukan pemasaran secara *online* yakni penjualan yang efektif, jangkauan yang luas, hemat waktu, efisien serta praktis.

Maka dari itu mahasiswa diharapkan mampu terjun ke masyarakat untuk membantu mengatasi dan memberikan solusi bagi mitra dengan permasalahannya. Melalui program pengabdian masyarakat, mahasiswa terjun untuk mengabdikan dan ikut serta membantu serta memberi pemahaman terhadap pentingnya sarana penjualan atau transaksi secara *online* (*digital marketing*) yang nantinya dikemas melalui konten *branding*.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardelia, R., Anwarudin, O., & Nazaruddin. (2020). Akses Teknologi Informasi melalui Media Elektronik pada Petani KRPL. *Jurnal Triton*, 11(1), 24–36.
<https://doi.org/10.47687/jt.v11i1.101>
- Candraningrat, C., Adrianto, Y. R., & Wibowo, J. (2018). Pengabdian Kepada Masyarakat Bagi Kelompok Tani Elok Mekar Sari Surabaya. *Jurnal Pengabdian Masyarakat LPPMUntag Surabaya*, 3(1), 1–6.
<http://jurnal.untag-sby.ac.id/index.php/jpm17/article/view/1162>
- Irawan, D., & Affan, M. W. (2021). Pelatihan Penggunaan Mobile Marketplace Pada Kelompok Tani Sayur Desa Torong Rejo Batu. *Jurnal Pengabdian Dan Peningkatan Mutu Masyarakat (Janayu)*, 2(2), 90–95.
<https://doi.org/10.22219/janayu.v2i2.16007>
- Junainah, W., Kanto, S., & Soenyono. (2016). Program Urban Farming Sebagai Model Penanggulangan Kemiskinan Masyarakat Perkotaan. *Wacana*, 19(3), 148–156.
- Kawulur, S. K., L. S., B. O., & Loho, A. E. (2017). Modal Sosial Kelompok Tani “Citawaya” Di Desa Talikuran I, Kecamatan Sonder, Kabupaten Minahasa. *Agri-Sosioekonomi*, 13(3), 31
<https://doi.org/10.35791/agrsosek.13.3.2017.17942>
- Kencana, W. H., Budilaksono, S., & Oisina, I. V. (2021). Pelatihan Urban Farming Dengan Hidroponik & Budidaya Tanaman Porang Bernilai Jual Tinggi. 4(3), 172–177.

Sugianto, N., & Utama, F. P. (2021). E-Commerce Untuk Optimalisasi Pemasaran Produk Di Era Digital Bagi Usaha Mikro Kelompok Tani Pangestu Rakyat Desa Barumanis Kabupaten Rejang Lebong. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 27(1), 14. <https://doi.org/10.24114/jpkm.v27i1.23656>

Maduwinarti, A., Andayani, S., Erni, D., & Putri, P. (n.d.). JHP 17 (Jurnal Hasil Penelitian) STRATEGI PEMASARAN PRODUK UMK DAN PENDAMPINGAN PROSES PRODUKSI DI DESA MINGGIRSARI KECAMATAN KANIGORO KABUPATEN BLITAR. *Januari*, 2022(1), 2579–7980. <http://jurnal.untag-sby.ac.id/index.php/jhp17>

LAMPIRAN



