

Meningkatkan Usaha Budidaya Tanaman Hias Succulen Dan Kaktus Dengan Inovasi Packaging "Sucubox" Serta Pemasaran Media Sosial Didesa Kebonsari, Kecamatan Sumpalsari, Kabupaten Jember

Ninik Wakhidaturrohman^{a}, Murtaqib^b, Kushariyadi^c*

^{a} Program studi Agronomi, Fakultas Pertanian, Universitas Jember.*

^{b,c} Program Studi Ilmu Keperawatan, Fakultas Keperawatan, Universitas Jember.

corresponding author : wrninik@gmail.com

Abstract

Tanaman hias merupakan salah satu jenis tanaman yang memiliki kesan kecantikan, keindahan yang dapat memberikan daya tarik tersendiri. Kegiatan inovasi dalam pengembangan umkm tanaman hias yang terdampak covid-19 didesa Kebonsari, Kecamatan Sumpalsari Kabupaten Jember memberikan kesan yang positif. PKM dimulai pada tanggal 11 Agustus 2021 – 09 September 2021. Permasalahan yang dihadapi oleh sasaran yaitu kurang memahami strategi pemasaran melalui media online, peningkatan modal yang tinggi, kurang memahami teknis branding produk tanaman hias pada pelanggan sehingga minat masyarakat pembelian secara langsung menurun. Kegiatan dilakukan dengan observasi atau pengumpulan data permasalahan yang ada. Tanaman hias mini sangat mudah dilakukan pengembangan dalam penjualan jarak dekat maupun jarak jauh. Packaging merupakan tempat atau wadah yang memiliki fungsi sebagai alat komunikasi pelanggan serta produk yang dikirim lebih aman. Pemasaran dilakukan kepada masyarakat melalui media sosial mengingat daya tarik masyarakat pada tanaman hias serta terhambat kegiatan jual beli secara langsung. Hasil dari kegiatan tersebut menghasilkan penjualan tanaman hias pertanaman dibandrol harga Rp 20.000 – Rp 30.000 melihat dari jenis tanaman yang diminati, sedangkan penjualan paket succubox yaitu Paket 1. Seharga 65.000 didalam berupa satu tanaman kaktus/succulen, kunci rambut dan greeting card. Paket 2. Seharga Rp. 70.000 – Rp. 80.000 berupa tanaman kaktus/succulen, jilbab dan greeting card dan yang terakhir yaitu paket 3 seharga Rp.60.000 dengan isian tanaman kaktus/succulen, hope jar dan greeting card.

Keywords: Tanaman hias; Pengemasan; Pemasaran.

1. Pendahuluan

Kebonsari merupakan salah satu kelurahan yang terletak di Kecamatan Sumpalsari Kabupaten Jember. Jumlah masyarakat yang terdata pada badan statistika yaitu 9.803 Jiwa. Potensi mata pencaharian masyarakat Sumpalsari yaitu sebagian besar petani, pedagang, Pegawai negeri atau swasta. Permasalahan yang dihadapi saat ini yaitu masyarakat yang memiliki mata pencaharian pedagang dan terdampak covid-19 sehingga pendapatan berkurang. Hal ini tentunya cepat diatasi dengan macam strategi yang dapat membantu pelaku UMKM serta dapat bertahan untuk menghadapi perkembangan zaman. Solusi yang tepat pada saat ini yaitu penggunaan E-commers sebagai media pengembang dalam pemasaran suatu produk (Alfin., 2021).

Era pandemi covid-19 memberikan keluwesan serta kebebasan dalam melakukan pengembangan UMKM. Media digitalisasi belum banyak difahami oleh masyarakat sehingga adanya media digital dapat menjadikan jalan keluar untuk pelaku UMKM di era pandemic covid-19. Kondisi yang kurang fleksibel sehingga terbatas dalam aktifitas normal seperti pemasaran dilapang masih kurang efektif sehingga media sosial dapat menjadi jalan alternatif untuk pengembangan bisnis. Contoh dari media sosial yang ada yaitu instagram, facebook, whatsapp, lazada dan shopee sebagai media belanja. Menurut Racmawaty,(2021) menyatakan bahwa peran media sosial menjadi salah satu alat yang dapat digunakan untuk meningkatkan penjualan dalam proses pemasaran di era pandemi.

Selain media pemasaran hal yang harus dilakukan yaitu inovasi produk untuk menarik pembeli yaitu dengan cara mengembangkan produk dan pengemasan. Menurut Desintha dkk, (2020) menyatakan bahwa peran dari adanya pengemasan produk yaitu mengembangkan citra dari suatu produk kepada masyarakat. Kemasan merupakan tempat atau wadah yang digunakan untuk meningkatkan unsur nilai dari suatu produk yang akan dipasarkan. Tampilan dari kemasan suatu produk dapat dijadikan sebagai alat komunikasi bagi pelanggan, dengan adanya tampilan pengemasan dapat memberikan identitas, personalitas serta dapat dijadikan sebagai citra di mata pelanggan atau pembeli.

Tanaman hias merupakan salah satu jenis tanaman yang memiliki kesan kecantikan, keindahan yang dapat memberikan daya tarik tersendiri. Jenis dari tanaman hias antara lain bunga, daun, pohon, buah serta tanaman akar. Bentuk tanaman hias yang unik akan menciptakan harga jual yang tinggi. Tanaman hias yang mini seperti jenis kaktus dan sukulen dapat diperjual belikan dengan jarak pengiriman yang jauh sehingga diperlukan adanya pengemasan untuk melindungi tanaman dari benturan, getaran dan tekanan. Pengemasan yang menarik juga pondasi utama untuk memberikan pengaruh yang besar untuk pelanggan (Yuba., 2020).

2. Metode

Pelaksanaan Program Kreativitas dilaksanakan di Desa Kebonsari, Kecamatan Sumbersari, Kabupaten Jember. Pelaksanaan dimulai pada tanggal 11 Agustus 2021 sampai 9 September 2021. Sasaran dilakukan kepada keluarga Ibu Juraeni Ambarwati yang memiliki usaha tanaman hias yaitu berupa sukulen dan kaktus yang terdampak Covid-19. Pelaksanaan kegiatan adalah sebagai berikut:

1. Minggu pertama

- Minggu pertama dilakukan observasi secara langsung kepada mitra membahas terkait dengan permasalahan yang dihadapi
- Membuat perancangan untuk program kerja yang akan dilaksanakan selama 4 minggu
- Membuat canvas program kerja serta keberlanjutan program untuk usaha tanaman hias
- Membantu mitra dalam melakukan budidaya serta memberikan efisiensi penanaman agar pengeluaran yang akan digunakan berkurang.

2. Minggu kedua

- Merancang inovasi packaging yang akan digunakan serta inovasi produk
- yang akan ditambah dengan penjualan perlengkapan aksesoris seperti jilbab,

baju, kunci rambut sehingga dapat digunakan untuk kado dan souvenir.

- Membeli alat dan bahan yang akan digunakan untuk keberlanjutan mitra
- Memberikan sosialisasi kepada mitra terkait marketing place melalui kelas

3. Minggu ketiga

- Melakukan pelatihan terhadap mitra inovasi packaging tanaman hias agar tanaman yang dikirim jarak jauh aman melalui kelas secara offline
- Melakukan strategi marketing melalui branding produk menggunakan media sosial berupa instagram, shopee dan facebook
- Melakukan penjualan dan pembelian

4. Minggu keempat

- Memberikan edukasi terhadap masyarakat umum pelaku UMKM terhadap strategi pemasaran melalui kelas secara online
- Melakukan evaluasi terhadap program kerja yang telah dilakukan

3. Hasil dan Diskusi

Hasil menunjukkan kegiatan penulis pada saat melakukan pengembangan inovasi sebagai berikut :

Tabel 1. Hasil persentase pendapatan setiap bulan pelaku UMKM terdampak covid-19 sebelum adanya pengabdian.

No	Produk	Harga	Sasaran	Keuntungan
1.	Suculen	Rp. 25.000 – Rp. 40.000	Pasar masyarakat setempat	Rp. 100.000
2.	Kaktus	Rp. 15.000 – Rp. 50.000	Pasar masyarakat setempat	Rp. 120.000
				Rp. 220.000

Sumber: Pribadi (2021)

Hasil pengabdian kepada masyarakat kami disebutkan pada Tabel 1 yaitu penghasilan pada pelaku UMKM terdampak covid-19 selama satu bulan kurang lebih yaitu Rp.220.000. tanaman yang di jual yaitu berupa sukulen dan kaktus dengan pemberian harga setiap

tanaman berbeda di mulai harga Rp. 20.000 – Rp. 30.000 untuk sukulen dan Rp. 15.000- Rp. 30.000 untuk tanaman kaktus. Pemberian harga yang berbeda tergantung dengan jenis tanaman yang ada.

Tabel 2. Hasil persentase pendapatan setiap bulan pelaku UMKM terdampak covid-19 sesudah adanya pengabdian.

No	Produk	Harga	Sasaran	Keuntungan
1.	Sukulen	Rp. 25.000 – Rp. 30.000	Seluruh Masyarakat	Rp. 500.000
2.	Kaktus	Rp. 15.000 – Rp. 30.000	Seluruh Masyarakat	Rp. 450.000
3.	Succubox 1	Rp. 60.000	Seluruh Masyarakat	Rp. 300.000
4.	Succubox 2	Rp. 65.000	Seluruh Masyarakat	Rp. 350.000
5.	Succubox 3	Rp. 70.000 – Rp. 80.000	Se;uruh Masyarakat	Rp. 400.000
				Rp. 2.000.000

Sumber: Pribadi (2021)

Hasil pengabdian kepada masyarakat kami disebutkan pada Tabel 2 yaitu penghasilan pada pelaku UMKM terdampak covid-19 Setelah adanya inovasi pagaging dan penjualan melalui e-commers yaitu menjadi kurang lebih setiap bullannya Rp. 2.000.000. Produk yang dijualkan berupa satuan kaktus, sukulen dan paket sucubox. Paket 1 Seharga 65.000 didalam berupa satu tanaman kaktus/suculen, kunci rambut dan greeting card. Paket 2. Seharga Rp. 70.000 – Rp. 80.000 berupa tanaman kaktus/sukulen, jilbab dan greeting card dan yang terakhir yaitu paket 3 seharga Rp.60.000 dengan isian tanaman kaktus/sukulen, hope jar dan greeting card.

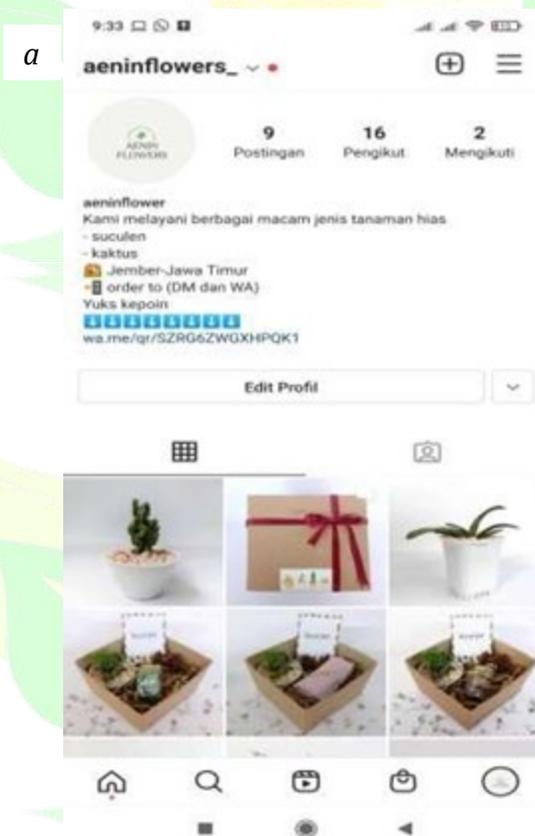
a



Gambar. 1 (a) Perancangan Inovasi Packaging “Succubox”

Sumber: Dokumen pribadi (2021)

Gambar 1. Menunjukkan bahwa penulis melakukan perancangan pengemasan dengan mitra. Pengemasan menggunakan box karton dan diberi nama succubox. Inovasi yang diberikan selain penjualan kaktus yaitu menjual aksesoris berupa baju, jilbab dan kunci rambut sehingga konsumen tidak hanya bertujuan membeli keinginan pribadi melainkan dapat dilakukan untuk orang lain yaitu berupa kado dll.



Gambar. 2 (a) Merancang e-commers untuk media pemasaran online

Sumber: Dokumen pribadi (2021)

Gambar 2 merupakan kegiatan pembuatan media sosial untuk melakukan pemasaran secara online mengingat pada saat ini konsumen memiliki minat pembelian tanaman hias yang tinggi untuk memperindah atau meningkatkan seni rumah. Pembuatan media online

juga meningkatkan penghasilan dari mitra karena konsumen yang didapat lebih banyak dibanding dengan penjualan dipasar maupun menetap dirumah. Penjualan meningkat 60% dibanding sebelumnya.

4. Kesimpulan

Program kreatifitas masyarakat ini memiliki tujuan yaitu memahami sasaran dalam strategi pemasaran melalui media sosial, meningkatkan laba dengan cara melakukan inovasi macam produk dan memberikan pelabelan, melakukan branding produk kepada pelanggan agar tetap setia dalam pembelian produk tanaman hias, membuat pemasaran melalui media sosial yaitu berupa instagram, shopee dan facebook mitra untuk memasarkan produk tanaman hias dan yan terakhir melakukan bentuk inovasi pembelian tanaman hias dicampur dengan produk jilbab dan kuncir rambut untuk menambah penghasilan.

Ucapan Terima Kasih

Penyusunan artikel tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, maka dari itu saya sampaikan ucapan terimakasih kepada :

- 1. Bapak Herlan Hisajat,S.Sos. selaku kepala Desa Kebonsari, Kecamatan Sumbersari, Kabupaten Jember beserta jajarannya.*
- 2. Ibu Jureni Ambarwati selaku pemilik usaha dari sasaran pelaksanaan KKN Back to village 3 Universitas Jember.*

Referensi

- Aliami, S., E. N. Hakimah., dan D. A. S. Fauji. 2018. Dampak Pengembangan Pemasaran Digital Pada Startup's (Studi Kasus Pada Wirausaha Baru). EKONIKA. 3(1): 73-87.*
- Alfin.A., 2021. Analisis Strategi UMKM Dalam Menghadapi Krisis Di Era Pandemi Covid-19. Inovasi Penelitian.1(8):1543-1552.*
- Deintha.S., I.K.Ayu dan H.Octamediana., 2020. Unsur Visual Kemasan Granola Creations., Visualita. 8(2):89-95.*
- Islami, N. N., S. Wahyuni., dan Tiara. 2020. The Effect of Digital Marketing on*

- Organizational Performance Through Intellectual Capital and Perceived Quality in Micro, Small and Medium Enterprises. Organisasi dan Manajemen. 16(1): 59-70.*
- Lazuardi, S. D., T. Achmadi., P. Wuryaningrum., S. N. Purtri., 2020. Model Standardisasi Pengiriman Kemasan Rantai Dingin pada Usaha Kecil dan Menengah dengan Moda Transportasi Laut. *JAHT. 2(1): 51-65.*
- Mukhsin. 2019. Manfaat Penerapan Marketing Online (Menggunakan E-Commerce Dan Media Sosial) Bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (Ukm). *Teknokom. 2(1): 1-10*
- Rachmawaty.A., 2021. Optimasi Media Sosial Dalam Meningkatkan Penjualan Di Masa Pembatasan Sosial Berskala Besar. *Teknologi Informasi Dan Komunikasi. 8(1):29-44.*
- Samuddin, S. F., B. Lahi., R. Toalib., dan Gazali. 2018. Sosialisasi Pentingnya Menjaga Mutu Dan Daya Pikat Kemasan Produk. *Character Education Society. 1(2):18-23.*
- Yuba.Z.P.D., 2020. Pengembangan Desain Produk Packaging Tanaman Hias Mini Yang Dapat Menjadi Display Portabel. *Skripsi:*