

Pendampingan Pemanfaatan *Digital Branding* dan *Marketing* untuk Pemasaran Hasil Panen Buah dan Bunga di Desa Bulukerto Kota Batu

Intan Nisfulaila¹, Maslihatul Bisriyah², Septia Dwi Jayanti³

¹Program Studi Matematika, UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

^{2,3}Program Studi Tadris Bahasa Inggris, UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

i.nisfulaila@uin-malang.ac.id, maslihatulbisriyah@uin-malang.ac.id, septiadwijayanti@uin-malang.ac.id

Info Artikel

Riwayat Artikel:

Diterima: Oktober 2022

Direvisi: Desember 2022

Diterbitkan: Maret 2023

Keywords:

Digital branding

Digital marketing

Social media

E-commerce

ABSTRACT

The Covid-19 pandemic and the flash flood disaster in the end of 2021 affected the income of fruit and flower farmers in Bulukerto Village, Bumiaji District, Batu City. The focus of this community research is to assist groups of farmers in Bulukerto Village through workshops related to digital branding and marketing. The workshop activities include discussing together and sharing experience so that farmer groups get education and insight to be able to maintain and even increase their income using digital media. The workshop also conducted through online discussion, monitoring, and evaluation activities by using WhatsApp group. The results of the series of activities are in the form of real steps by farmer groups to create unique and attractive brands of harvested products which are then marketed independently through platforms provided by social media.

Copyright © 2023 JRCE.

Korespondensi:

Intan Nisfulaila,

UIN Maulana Malik Ibrahim Malang,

Jl. Gajayana No. 50 Malang, Jawa Timur, Indonesia 65144

i.nisfulaila@uin-malang.ac.id

1. PENDAHULUAN

Kota Batu merupakan salah satu kota penghasil buah dan bunga yang terkenal di Jawa Timur. Pada tahun 2018, total produksi tanaman hias kota Batu melebihi target yang telah ditentukan, yaitu sebesar 142.233.611 tangkai dari target 137.798.314 tangkai.[2] Berdasarkan data tersebut, bunga mawar menjadi salah satu produk yang menjadi *highlight* dari sekian jenis tanaman hias yang diminati oleh masyarakat. Namun hal tersebut mendapatkan tantangan yang cukup serius ketika terjadi pandemi COVID-19.

Kondisi pandemi COVID-19 memberikan dampak yang cukup serius pada berbagai bidang di masyarakat, salah satunya pada bidang ekonomi, kesehatan, dan sosial di Indonesia [3]. Dampak pada bidang ekonomi yang dirasakan oleh masyarakat Desa Bulukerto terjadi karena adanya pembatasan kegiatan sosial termasuk kegiatan menyelenggarakan pesta pernikahan dan kegiatan sosial lain yang melibatkan banyak orang untuk berkumpul di suatu tempat tertentu. Hal ini memberikan dampak berkurangnya permintaan bunga mawar potong. Selain itu, berkurangnya penghasilan masyarakat akibat PHK atau rendahnya daya beli masyarakat menyebabkan berkurangnya permintaan buah oleh pemborong buah.

Musibah banjir bandang yang terjadi di Desa Bulukerto pada bulan November tahun 2021 juga sempat mengganggu ketahanan sektor ekonomi. Hal ini dikarenakan ada beberapa bagian tempat yang rusak akibat diterjang banjir termasuk area perkebunan warga [1]. Dengan demikian hasil panen buah dan bunga sempat mengalami perubahan selama dan pasca peristiwa tersebut. Oleh karena itu pendapatan petani buah dan bunga sempat mengalami kondisi turun.

Dampak akibat pandemi dan musibah banjir tersebut kemudian menjadi penting untuk segera mendapatkan solusi. Solusi yang diharapkan terkait dengan kendala yang dihadapi oleh para kelompok tani dalam meningkatkan penjualan yang berdampak kepada tingkat pendapatan. Latar belakang anggota kelompok tani yang bervariasi dalam hal usia, tingkat pendidikan, dan pengalaman juga menjadi bahan pertimbangan dalam menentukan langkah yang tepat untuk mendapatkan solusi. Hal ini dikarenakan di era teknologi yang berbasis digitalisasi seperti sekarang ini diperlukan pengetahuan dan wawasan dalam hal *branding* dan pemasaran produk sehingga dapat bersaing secara *fair* dengan produk yang serupa namun dikelola oleh pihak yang berbeda.

Program pendampingan pemanfaatan *digital branding* dan *marketing* kemudian dipilih untuk membekali warga Desa Bulukerto dalam memasarkan hasil panen dengan jangkauan yang lebih luas dan memberikan ciri khas untuk *brand*-nya agar mendapatkan tempat yang baik di hati masyarakat. Selain itu, karena perkembangan teknologi maka teknik pemasaran pun terus berkembang dari waktu ke waktu, mulai dari penjualan secara konvensional (*offline*) hingga pemasaran berbasis internet (*online*) yang saat ini banyak digunakan oleh para pelaku usaha barang dan jasa [4]. Dengan demikian diperlukan adanya pendampingan khusus bagaimana memanfaatkan teknologi untuk memasarkan hasil panen buah dan bunga di Desa Bulukerto, Kecamatan Bumiaji, Kota Batu.

Penggunaan sosial media menjadi salah satu alternatif sarana yang mudah untuk digunakan dalam memasarkan hasil panen. Media ini terbukti sangat efektif dan bermanfaat bagi petani karena dapat memotong rantai pemasaran [5]. Para petani tidak lagi harus menjual hasil panen buah dan bunga melalui tengkulak namun bisa langsung bertransaksi dengan konsumen sehingga keuntungan yang didapat lebih tinggi. Selain itu, manfaat lain dari pemasaran melalui sosial media yaitu jangkauan konsumen lebih luas, dapat diakses 24 jam, dan praktis. Dengan menyadari manfaat penggunaan *digital branding* dan *marketing* melalui media sosial, kelompok tani di Desa Bulukerto diharapkan mampu memaksimalkan pendapatannya dengan memasarkan hasil panennya secara *online*.

2. METODE

Pelaksanaan pengabdian masyarakat dengan judul pendampingan pemanfaatan *digital branding* dan *marketing*, utamanya pada hasil panen buah dan bunga di Desa Bulukerto, ini dilakukan dengan menggunakan metode kaji tindak partisipatif. Kaji Tindak Partisipatif atau yang sering dikenal dengan Participatory Action Research (PAR) ini dilakukan dengan mengidentifikasi dan menganalisis situasi tentang permasalahan yang dihadapi masyarakat terkait dengan penjualan hasil kebun buah dan bunga sehingga mampu menghasilkan nilai tambah untuk perekonomian keluarga.

Dalam program pengabdian masyarakat ini, perwakilan dari kelompok tani (Poktan) dianggap sebagai subyek pendampingan. Dalam pelaksanaannya, tim pengabdian hanya sebagai fasilitator untuk mencapai tujuan dan hasil yang diharapkan serta membantu merumuskan strategi yang digunakan untuk memecahkan masalah yang muncul. Pengabdian ini melibatkan masyarakat dengan harapan bahwa bila masyarakat memiliki masalah sosial maka mereka sendiri bisa memecahkan dan menyelesaikan masalahnya tanpa bantuan orang lain.

Dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat ini terdapat empat proses yaitu:

1) Perencanaan (*Plan*)

Perencanaan ini dilakukan berdasarkan pemetaan hasil survei dan analisis kebutuhan para petani desa Bulukerto. Pada pemetaan tersebut dilakukan analisis SWOT yang meliputi kekuatan dan potensi yang dimiliki, kelemahan yang dimiliki, peluang usaha petani berdaya yang produktif yang akan dilakukan serta ancaman yang muncul dengan adanya usaha-usaha produktif yang dilakukan. Perencanaan ini melibatkan strategi dan metode pemecahan masalah yang dihadapi para petani dalam upaya meningkatkan pemasaran hasil panen mereka.

2) Tindakan (*Action*)

Tindakan ini dilakukan setelah proses perencanaan. Tindakan yang dilakukan adalah sesuai dengan rencana yang sudah ditetapkan, tim pengabdian hanya memberikan kemudahan (fasilitator) untuk melaksanakan tindakan.

3) Pengamatan (*Observe*)

Tim pengabdian melakukan pengamatan baik sebelum dilakukan tindakan maupun setelah dilakukan tindakan. Pengamatan yang dilakukan sebelum tindakan adalah untuk melengkapi hasil survei dan analisis kebutuhan di lapangan. Sedangkan pengamatan yang dilakukan setelah tindakan adalah untuk melihat gejala dan dampak yang muncul yang dapat memungkinkan dilakukan penyempurnaan strategi dan metode pada tindakan berikutnya.

4) Refleksi (*Reflection*)

Pada tahap ini, tim pengabdian melakukan refleksi dan evaluasi dari usaha atau tindakan yang telah dilakukan terhadap subjek pengabdian yaitu usaha-usaha yang diberikan untuk memfasilitasi para petani dalam menciptakan usaha produktif, baik kekuatan, kelemahan dan keberhasilan strategi maupun metode untuk memecahkan masalah yang dihadapi. Kegiatan refleksi dan evaluasi ini berakhir pada perencanaan untuk tindakan berikutnya yang akan dilakukan sampai tercapainya tujuan yang ditetapkan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pendampingan pemanfaatan *digital branding* dan *marketing* di Desa Bulukerto dilaksanakan dalam dua kegiatan, yaitu daring dan luring. Pemilihan sistem secara daring dan luring dimaksudkan agar kelompok tani terfasilitasi untuk bertanya dan berkonsultasi kepada narasumber dalam waktu yang cukup lama. Adapun tahapan secara rinci pelaksanaan kegiatan meliputi:

3.1. Tahap Perencanaan

Tahap perencanaan dimulai dengan observasi ke Desa Bulukerto. Tim pengabdian melakukan observasi serta analisis potensi, peluang, dan ancaman terkait bidang pertanian di desa Bulukerto. Setelah observasi mandiri ke sekitar desa Bulukerto, selanjutnya tim melakukan koordinasi dengan perangkat desa Bulukerto, yang saat itu diwakili oleh Bapak Hendra selaku sekretaris desa. Bapak kepala desa saat itu tidak berada di tempat karena sedang menghadiri suatu acara.



Gambar 3. 1. Koordinasi awal dengan perangkat Desa Bulukerto

Dari hasil observasi tim pengabdian mendapatkan informasi mengenai sektor pertanian di desa Bulukerto, termasuk kondisi lingkungan, potensi daerah, serta hasil perkebunan. Untuk hasil perkebunan paling dominan adalah buah dan tanaman hias, termasuk bunga mawar potong. Dari hasil observasi ini dan laporan dari pihak desa bahwa masih sedikitnya pelatihan terkait *digital branding* dan *marketing*, maka tim pengabdian merumuskan program pendampingan yang sesuai dibutuhkan oleh warga Bulukerto. Setelah kegiatan observasi dan koordinasi, selanjutnya tim pengabdian melakukan sosialisasi kegiatan yang sudah disusun dan siap dilaksanakan.

3.2. Tahap Pelaksanaan

a) Pelaksanaan Pendampingan Secara Luring

Tahap pelaksanaan dibagi menjadi dua tahap, yaitu luring dan daring. Kegiatan pendampingan secara luring dilaksanakan pada tanggal 27 Mei 2022. Kegiatan pendampingan ini berupa workshop dengan mendatangkan narasumber yang berpengalaman di bidang pemasaran dan pengemasan produk. Kegiatan workshop diikuti oleh sekitar 30 peserta yang merupakan beberapa perwakilan dari tiap kelompok tani. Acara workshop diawali dengan pembukaan, sambutan dari perwakilan perangkat desa dan tim pengabdian.



Gambar 3. 2. Pembukaan Kegiatan Workshop

Acara dilanjutkan dengan pelaksanaan kegiatan inti yang terdiri dari 3 kegiatan, meliputi:

1. Pemaparan teori mengenai *digital branding* dan *marketing* oleh Ibu Widyarta Mega Paramita.
2. Pemaparan pengalaman dan hasil observasi di lapangan untuk dibagikan kepada peserta workshop.
3. Tanya jawab serta diskusi mengenai teori, pengalaman, kendala – kendala yang dihadapi dalam berbisnis dan solusi yang mungkin bisa digunakan yang dilakukan secara dua arah.

Dalam kegiatan ini, seluruh peserta sangat antusias mengikuti kegiatan dan mendapatkan stimulus untuk membuat *brand* produk serta mulai memikirkan media pemasaran secara digital yang tepat.



Gambar 3. 3. Penyampaian materi oleh narasumber, Ibu Widyarta Mega Paramita



Gambar 3. 4. Kegiatan workshop luring diakhiri dengan foto bersama

b) Pelaksanaan Pendampingan Secara Daring

Untuk pelaksanaan kegiatan secara daring disepakati menggunakan WhatsApp *Group* karena lebih familiar bagi kebanyakan anggota kelompok tani. Kegiatan dalam pelatihan online meliputi diskusi lanjutan mengenai kendala yang sedang dan pernah dihadapi oleh beberapa anggota kelompok tani dan apa solusi yang pernah dicoba dan direkomendasikan. Selain itu juga dipersilakan kepada para peserta pelatihan online untuk menanyakan berbagai hal terkait *branding* dan *marketing* produk kepada narasumber, yakni Ibu Mega.

3.3. Tahap Monitoring dan Evaluasi

Kegiatan monitoring dan evaluasi dilaksanakan dua minggu setelah acara workshop. Kegiatan ini dibagi menjadi dua, yakni evaluasi secara mikro dan evaluasi secara makro. Evaluasi secara mikro terkait keberhasilan program pendampingan secara berkala, yakni keberhasilan setiap sesi yang telah dijadwalkan sampai akhir pelaksanaan pendampingan. Evaluasi secara makro terkait keberhasilan program pengabdian secara umum dan berkelanjutan, apakah peserta yang mengikuti pendampingan mampu menerapkan dalam kelompok taninya dan berhasil meningkatkan kesejahteraan ekonomi di bidang masing-masing. Bagaimana kendala penerapan di masyarakat dan tindak lanjut yang perlu dilakukan pada tahun-tahun berikutnya.

3.4. Tahap Follow Up

Adapun untuk *follow up* kegiatan ini adalah dengan memberikan pembinaan lanjutan dan konsultasi terkait *branding* dan *marketing* produk yang mulai dicoba oleh beberapa kelompok tani. Dari pihak desa juga memberikan *follow up* dengan memantau perkembangan penjualan hasil panen buah dan bunga setelah adanya perubahan *brand* produk dan pemasaran yang dilakukan melalui media sosial seperti Instagram. Dari pihak tim pengabdian juga masih memberikan media konsultasi gratis melalui WhatsApp *Group*, baik terkait dengan metode *branding* produk dan pemasaran yang tepat melalui platform digital yang dipahami oleh kelompok tani.

4. KESIMPULAN

Kegiatan pendampingan pemanfaatan digital branding dan marketing masyarakat desa Bulukerto dilakukan melalui beberapa tahapan, yakni perencanaan, pelaksanaan kegiatan inti dan evaluasi. Tahap perencanaan meliputi analisis kebutuhan para petani di desa Bulukerto. Kemudian disusunlah kegiatan pendampingan yang sesuai dan tepat guna untuk masyarakat yang kemudian disetujui oleh perangkat desa setempat.

Pelaksanaan kegiatan pendampingan meliputi pemberian materi mengenai *digital branding* dan *marketing*, berbagi pengalaman terkait kendala yang dihadapi dalam *digital branding* dan *marketing*, serta pemberian contoh teknik *branding* dan *marketing*. Selain pelaksanaan secara tatap muka (*luring*), pendampingan ini juga dilakukan secara daring melalui WhatsApp *Group* dengan materi yang lebih fleksibel sebagai media konsultasi bagi para anggota kelompok tani yang akan dan sedang *mem-branding* dan/atau memasarkan hasil panennya melalui media sosial.

Di akhir kegiatan pendampingan dilakukan evaluasi, baik secara mikro dan makro. Evaluasi secara mikro adalah dengan melihat hasil pelaksanaan kegiatan dan dapat disimpulkan bahwa kegiatan pendampingan ini berjalan dengan baik. Adapun evaluasi secara makro yaitu berlanjutnya kegiatan dengan memberikan sarana konsultasi bagi anggota kelompok tani. Dari 30 peserta yang mengikuti pendampingan, ada 1 peserta yang aktif melakukan konsultasi *online* yang ingin terus mengembangkan pemasaran hasil pertaniannya melalui sosial media.

5. UCAPAN TERIMAKASIH

Kami sampaikan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LP2M) Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang yang telah memfasilitasi kegiatan pengabdian ini dengan memberikan *financial support*, serta kepada perangkat desa Bulukerto beserta jajarannya yang memberikan izin terselenggaranya kegiatan pendampingan ini, dan para kelompok tani yang bersedia mengikuti kegiatan workshop baik secara daring dan *luring*.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Eko, "Banjir Bandang Terjang Desa Bulukerto Kota Batu", *bacamalang.com*, 4 November 2021, [Online], Tersedia : <https://bacamalang.com/banjir-bandang-terjang-desa-bulukerto-kota-batu/> [Diakses 26 Maret 2022]
- [2] F. Mubarok, "Banyak Permintaan, Produktivitas Bunga Mawar Kota Batu Terkendala Musim Hujan", *Mongabay Situs Berita Lingkungan*, 30 Desember 2019, [Online]. Tersedia : <https://www.mongabay.co.id/2019/12/30/banyak-permintaan-produktivitas-bunga-mawar-kota-batu-terkendala-musim-hujan/> [Diakses 25 Maret 2022].
- [3] I. Chairani, "Dampak Pandemi Covid-19 dalam Perspektif Gender di Indonesia", *Jurnal Kependudukan Indonesia*, pp. 39-42, 2020
- [4] O. Anggraini, M. Indrayana, and Supriyanta, "Optimalisasi Digital Marketing untuk Penguatan IRT Teh Bunga Telang Penunjang Mitigasi Pandemi Agrowisata Lereng Merapi Kabupaten Sleman," *Diseminasi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, vol. 4, no. 1, pp. 63-71, 2022.
- [5] P. S. Banar, "Manfaat Penggunaan Sosial Media bagi Petani Holtikultura di Desa Bulukerto Kecamatan Bumiaji Kota Batu," *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB UB*, vol. 7, no. 2, pp. 62-71, 2019.