

PEMANFAATKAN E-COMMERCE DALAM MENINGKATKAN PEMASARAN UMKM TANAMAN HIAS BOUGENVILE NURSERY

Christyn Angel Aritonang¹, Irfan Nurhidayat², Isla Rio³, Dewi Kurniawati⁴

^{1,2,4} Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pancasila, Jakarta, Indonesia.

³ Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Pancasila, Jakarta, Indonesia.

Artikel

Diterima : 05 Juni 2024

Disetujui : 27 Agustus 2024

*Email :

dewikurniawati@univpancasila.ac.id

Abstrak

Kuliah Kerja Nyata merupakan suatu wujud pengabdian mahasiswa terhadap masyarakat secara langsung. Penelitian ini dilakukan dalam konteks KKN di Kecamatan Tamansari, Kabupaten Bogor, dengan fokus pada observasi terhadap Unit Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Bougenvile Nursery yang bergerak dalam pembudidayaan tanaman hias. Penelitian ini bertujuan untuk membantu UMKM tersebut memperluas pemasaran tanaman hias melalui platform e-commerce. Metode penelitian melibatkan observasi lapangan, wawancara dengan pengelola UMKM, dan implementasi program kerja, termasuk pembukaan akun Shopee, pemotretan produk, dan edukasi mengenai manajemen toko online. Hasil penelitian menunjukkan bahwa langkah-langkah tersebut berhasil meningkatkan visibilitas dan aksesibilitas UMKM di ranah digital. Implikasi dari penelitian ini adalah memberikan kontribusi pada pengembangan UMKM lokal dan memberikan wawasan tentang strategi pemasaran online bagi UMKM sejenis di masa depan.

Kata kunci: Desa Tamansari, KKN, UMKM, E-Commerce.

Abstract

Kuliah Kerja Nyata is a form of student service to the community directly. This study, conducted during the Community Service Program (KKN) in the Tamansari District of Bogor Regency, focuses on the observation of Bougenvile Nursery, a Micro, Small, and Medium Enterprise (MSME) specializing in the cultivation of ornamental plants. The primary objective was to aid the MSME in expanding its market reach through e-commerce platforms. The research employed methods such as on-site observations, interviews with MSME management, and the execution of a work program. This program included the initiation of a Shopee account, product photography sessions, and educational initiatives on effective online store management. The outcomes of the study demonstrated a successful enhancement of the MSME's visibility and accessibility in the digital landscape. The implications of this research extend to the advancement of local MSMEs, offering valuable insights into potential online marketing strategies for similar enterprises in the future.

Keywords: Tamansari Village, KKN, MSME, E-Commerce.

PENDAHULUAN

Budidaya tanaman hias adalah kegiatan yang melibatkan proses penanaman, perawatan, dan pemeliharaan tanaman yang ditanam khusus untuk keindahan visual dan estetika. Tanaman hias umumnya dipilih karena bentuknya yang menarik, warna yang mencolok, bunga yang cantik, atau fitur dekoratif lainnya. Budidaya tanaman hias dapat dilakukan baik untuk tujuan komersial maupun hobi pribadi.

UMKM Bougenvile adalah contoh nyata dari sebuah usaha mikro, kecil, dan menengah yang sukses dalam budidaya dan penjualan tanaman hias. Berlokasi di Desa Tamansari, Bougenvile Nursery memulai kegiatan usahanya pada tahun 1997 dan secara resmi menjadi bagian dari komunitas Teras Hijau pada 28 Oktober 2020. Usaha ini menawarkan berbagai jenis tanaman hias, seperti Philodendron, White Princess, Janda Bolong, Anderson, Kuping Gajah, dan koleksi eksklusif lainnya.

Dalam operasionalnya, Bougenvile Nursery menonjolkan keahlian khusus dalam pengelolaan tanaman hias. Salah satu keunggulannya adalah penerapan pupuk kompos berbasis kotoran kambing dan mediasi menggunakan sekam bakar atau mentah, mencerminkan komitmennya terhadap praktik pertanian berkelanjutan dan ramah lingkungan.

Pemimpin harian Bougenvile Nursery, Bapak Denny, yang berpengalaman dan berdedikasi, memainkan peran kunci dalam mengarahkan keberhasilan usaha ini. Dukungan dari ayahnya, yang ahli terutama dalam bidang pemupukan, menjadi faktor krusial dalam menjadikan Bougenvile Nursery sebagai destinasi unggulan bagi pecinta tanaman hias di sekitar Desa Tamansari.

Keunggulan utama Bougenvile Nursery terletak pada kemampuannya dalam memperbanyak tanaman hias. Dengan pendekatan yang efektif dan inovatif, termasuk pemilihan varietas yang optimal, penggunaan media tanam yang tepat, dan penerapan teknik memperbanyak yang canggih, mereka berhasil menyediakan koleksi tanaman hias berkualitas tinggi dan beragam.

Melalui fokus pada kualitas tanaman dan praktik berkelanjutan, Bougenvile Nursery tidak hanya menciptakan pangsa pasar yang stabil tetapi juga memperkuat reputasinya sebagai destinasi unggulan bagi pecinta tanaman hias. Usaha ini tidak hanya menjadi pusat perhatian di Desa Tamansari tetapi juga memberikan inspirasi bagi UMKM lokal lainnya untuk menggabungkan keberlanjutan dalam operasional mereka. Dengan demikian, Bougenvile Nursery bukan hanya menjalankan usaha budidaya tanaman hias, tetapi juga menjadi model keberhasilan dan keberlanjutan di komunitasnya.

Dari hasil observasi lapangan dan diskusi dengan mitra sasaran, menemukan permasalahan yang merupakan latar belakang program pengabdian, yaitu permasalahannya lemahnya tingkat penjualan. Dari analisis situasi dan permasalahan yang telah dijabarkan pada sub bab sebelumnya, maka potensi yang diharapkan dari program pengabdian ini berupa:

1. Peningkatan daya saing, dan
2. Peningkatan pemasaran dan saluran distribusi produk hasil budidaya tanaman hias dari mitra sasaran.

Tujuan Pengabdian

Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk melaksanakan bentuk kontribusi kepada masyarakat dengan cara terlibat langsung di tengah-tengah mereka, khususnya dalam mendukung perkembangan UMKM Bougenvile Nursery yang selama ini telah dikelola.

METODE

Kegiatan dimulai dengan observasi mendalam dan wawancara terperinci terhadap UMKM Bougenvile Nursery, yang bertujuan untuk mengidentifikasi masalah operasional dan peluang pengembangan. Hasil observasi dan wawancara kemudian menjadi dasar untuk merancang solusi yang relevan dengan konteks dan kebutuhan spesifik UMKM. Diskusi dengan Dosen Pembimbing memperkaya pemahaman akan strategi dan rencana aksi yang dapat diimplementasikan, dengan penekanan pada prinsip-prinsip manajemen dan ekonomi yang berkelanjutan. Selanjutnya, program kerja dirancang untuk mengintegrasikan solusi tersebut, termasuk pemanfaatan teknologi modern seperti e-commerce dan media sosial. Kegiatan diakhiri dengan penyusunan laporan komprehensif yang mencakup hasil observasi, analisis masalah, solusi, serta dokumentasi implementasi program kerja, memberikan pandangan menyeluruh terhadap dampak dan hasil kontribusi terhadap UMKM Bougenvile Nursery.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Untuk mencapai tujuan kegiatan PKM maka ada beberapa tahap pendekatan. Tahap pertama yaitu melakukan dialog kolaboratif bersama Dosen Pembimbing Lapangan (DPL) dan Tim Satuan Tugas (Satgas) dalam rangka membahas serta menganalisis secara mendalam hasil observasi terkait Unit Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Diskusi ini melibatkan pertukaran ide, evaluasi terhadap temuan-temuan observasi, dan perumusan langkah-langkah strategis yang dapat diambil untuk merespon serta meningkatkan kondisi UMKM yang diamati. Keterlibatan DPL dan Satgas menjadi sarana penting dalam mendukung pemahaman yang lebih mendalam, serta membantu mengarahkan langkah-langkah yang terencana dan berdaya guna berdasarkan analisis bersama terhadap hasil observasi UMKM.



Gambar 1. Perkenalan dan Diskusi

Tahap kedua adalah melakukan diskusi mendalam yang difokuskan pada kelompok Unit Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Teras Hijau yang merupakan wadah bagi UMKM tanaman hias di Desa Taman Sari Kabupaten Bogor, dengan penekanan khusus pada pengelolaan dan pembudidayaan tanaman hias. Tahap berikutnya melibatkan observasi langsung di UMKM Bougenvile Nursery, di mana detail operasional terkait praktik pengelolaan, pembudidayaan, dan pemasaran tanaman hias menjadi fokus utama. Melalui pengamatan ini, pemahaman yang lebih mendalam terbentuk mengenai strategi dan praktek yang diterapkan dalam menjalankan UMKM tersebut.

Wawancara aktif dengan pengelola UMKM Bougenvile Nursery untuk memperoleh informasi yang lebih kontekstual. Wawancara ini bertujuan untuk menggali wawasan langsung terkait kebijakan internal, tantangan operasional sehari-hari, dan potensi pengembangan yang dapat diidentifikasi dari sudut pandang pengelola. Dengan kombinasi diskusi, membentuk landasan pemahaman holistik tentang UMKM Bougenvile Nursery, yang selanjutnya dapat digunakan sebagai dasar untuk merumuskan rekomendasi atau strategi yang sesuai demi meningkatkan kinerja dan keberlanjutan UMKM dalam pengelolaan, pembudidayaan, dan pemasaran tanaman hias.



Gambar 2. Observasi dan Wawancara

Selanjutnya kegiatan melibatkan pelaksanaan diskusi daring dengan Dosen Pembimbing Lapangan (DPL), membahas temuan yang muncul setelah melakukan observasi lapangan dan wawancara terkait Unit Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Bougenvile Nursery. Dalam diskusi ini, informasi yang terkumpul dari pengamatan langsung dan interaksi dengan pengelola UMKM menjadi fokus utama, sehingga pemahaman yang lebih mendalam dapat dicapai. Diskusi tersebut memungkinkan pertukaran pandangan dan evaluasi terhadap aspek-aspek tertentu yang muncul selama observasi dan wawancara.

Setelah itu, kegiatan selanjutnya adalah menyusun program kerja berdasarkan hasil observasi dan wawancara tersebut. Program kerja ini dirancang sebagai strategi konkret untuk mengatasi kendala yang diidentifikasi dan memaksimalkan potensi pengembangan UMKM Bougenvile Nursery. Dalam konteks ini, dalam platform e-commerce menjadi aspek yang perlu dicermati. Oleh karena itu, program kerja yang dirancang akan mencakup langkah-langkah spesifik untuk memfasilitasi

keterlibatan UMKM dalam e-commerce, dengan tujuan meningkatkan visibilitas, jangkauan pasar, dan kemampuan penjualan mereka secara keseluruhan.

Langkah selanjutnya adalah melaksanakan program kerja yang telah dirancang. Pertama, akan dibuka akun Shopee baru khusus untuk UMKM Bougenvile Nursery, bertujuan sebagai platform jual beli tanaman hias. Hal ini menjadi solusi efektif bagi calon konsumen yang berada jauh dari lokasi fisik UMKM, memungkinkan mereka untuk mengakses dan membeli produk tanaman hias secara online.

Langkah kedua dalam implementasi program kerja ini adalah membuka toko dengan akun Shopee yang baru didaftarkan. Proses ini akan melibatkan langkah-langkah administratif dan teknis yang diperlukan untuk memastikan toko dapat diakses dan dioperasikan dengan lancar di platform e-commerce tersebut.



Gambar 3. Observasi dan Wawancara

Selanjutnya, akan dilakukan pengambilan setiap foto produk yang sudah siap untuk dijual. Langkah ini penting untuk menciptakan representasi visual yang menarik dan informatif mengenai setiap tanaman hias yang ditawarkan oleh UMKM Bougenvile Nursery di platform Shopee.

Terakhir, setiap produk yang telah siap dijual akan ditambahkan ke dalam katalog toko di akun Shopee yang baru dibuka. Proses ini mencakup penulisan deskripsi produk yang jelas dan menarik, serta pengaturan harga dan informasi lainnya yang relevan. Dengan demikian, implementasi program kerja ini diharapkan dapat memberikan dorongan signifikan terhadap penetrasi pasar dan keberhasilan UMKM Bougenvile Nursery dalam dunia e-commerce.



Gambar 4. Observasi Produk UMKM Bougenvile Nusery

Secara simultan, selain melaksanakan langkah-langkah pembukaan akun Shopee dan penambahan produk ke dalam katalog toko, kita juga melakukan sesi pemotretan produk yang siap dijual. Setiap produk yang akan diunggah ke platform e-commerce Shopee akan diabadikan dalam serangkaian foto profesional, dengan tujuan memberikan visualisasi yang atraktif dan informatif kepada calon pembeli.

Aktivitas pemotretan ini mencakup penataan produk, pencahayaan yang optimal, dan pengambilan berbagai sudut untuk menampilkan fitur dan kualitas produk dengan jelas. Foto-foto hasil pemotretan ini nantinya akan diunggah sebagai gambar produk di toko Shopee, membantu menciptakan daya tarik visual yang dapat meningkatkan minat konsumen.

Dengan mengintegrasikan pemotretan produk ke dalam program kerja, diharapkan gambar-gambar yang berkualitas tinggi ini akan menjadi elemen penting dalam meningkatkan daya tarik dan daya jual produk UMKM Bougenvile Nursery di lingkungan e-commerce.

Selain menjalankan langkah-langkah sebelumnya, kita juga melibatkan aspek edukatif dengan memberikan peninggalan berupa buku saku panduan tentang pengelolaan akun Shopee. Buku saku ini menjelaskan langkah demi langkah tentang tata cara efektif dalam mengelola akun dan toko di platform e-commerce Shopee.



Gambar 5. Dokumentasi Produk UMKM untuk Shopee

Isi buku saku mencakup informasi praktis, seperti cara mengunggah produk, menata katalog toko, mengelola pesanan dan inventaris, serta strategi pemasaran yang dapat diterapkan di Shopee. Panduan ini dirancang agar mudah dipahami dan diterapkan oleh para pengelola UMKM Bougenvile Nursery, memberikan dukungan konkrit dalam memahami dan memaksimalkan potensi penjualan di Shopee.

Dengan memberikan buku saku ini, diharapkan para pengelola UMKM dapat lebih percaya diri dan mampu mengoptimalkan manfaat dari keberadaan toko online mereka di Shopee. Edukasi ini menjadi langkah proaktif untuk memastikan bahwa UMKM Bougenvile Nursery tidak hanya hadir di dunia e-commerce tetapi juga dapat mengelolanya secara efektif untuk mencapai kesuksesan yang berkelanjutan.



Gambar 6. Output Berbentuk Buku Saku



Gambar 7. Dokumentasi dengan Ketua UMKM Tanaman Hias Teras Hijau Cipulus

SIMPULAN

Melalui serangkaian kegiatan yang melibatkan observasi, wawancara, dan implementasi program kerja, inisiatif untuk mengembangkan UMKM Bougenville Nursery telah mencapai pencapaian yang signifikan. Langkah pertama melibatkan pemahaman mendalam terhadap tantangan dan potensi UMKM melalui diskusi, observasi, dan wawancara dengan DPL serta pengelola UMKM.

Selanjutnya, melalui program kerja yang dirancang, telah berhasil dibuka akun Shopee dan toko online, membuka akses jual beli tanaman hias bagi konsumen yang berada di lokasi yang jauh. Implementasi program ini juga diperkuat dengan pemotretan produk dan penambahan produk ke dalam katalog, memastikan visualisasi yang menarik dan informatif di platform Shopee.

Tak hanya itu, upaya edukatif dengan memberikan buku saku panduan pengelolaan Shopee menjadi langkah cerdas untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan pengelola UMKM dalam mengelola toko online mereka. Meskipun terdapat kendala terkait ketidakpartisipan UMKM Bougenville Nursery dalam e-commerce sebelumnya, langkah-langkah ini diharapkan dapat membantu mengatasi hambatan tersebut.

Secara keseluruhan, upaya ini bukan hanya memperluas pasar bagi UMKM Bougenville Nursery melalui penetrasi e-commerce, tetapi juga memberikan bekal pengetahuan dan keterampilan yang berkelanjutan. Melalui kombinasi inisiatif tersebut, diharapkan UMKM Bougenville Nursery dapat meningkatkan daya saingnya, memperluas jangkauan pasar, dan mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan di era digital ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Baharuddin, G., Chasbiandani, T., & Widyastuti, S. (2023). UMKM "NAIK KELAS" Melalui Program Pengelolaan Keuangan Berbasis Aplikasi Smartphone. *SULUH: Jurnal Abdimas*, 5(1), 111-117. <https://doi.org/10.35814/suluh.v5i1.5423>
- Chasbiandani, T., Utami, K., Riskarini, D., Rosdiana, E., & Nabila, V. D. (2023). Pendampingan Pemasaran dan Penyusunan Laporan UMKM Binaan FEB UP I Made Instant Food. *SULUH: Jurnal Abdimas*, 5(1), 85-90. <https://doi.org/10.35814/suluh.v5i1.5198>
- Graham, S. (2018). "Panduan Praktis Lengkap Berkebun." Dorling Kindersley Limited.
- Permana, E., Thalib, S., & Wulandjani, H. (2024). Pendampingan Digital Marketing Terhadap UMKM Binaan FEB UP Kuji Milk. *SULUH: Jurnal Abdimas*, 5(2), 286-297. <https://doi.org/10.35814/suluh.v5i2.5432>
- Pratami, D. K., Saputra, A., Budiati, A., Nadya Aulena, D., Nafisa, S., & Moordiani. (2022). PKM Pengembangan Usaha Desinfektan dan Antiseptik Berbahan Daun Bidara Pada Aspek Produksi dan E-Marketing. *SULUH: Jurnal Abdimas*, 4(1), 74-85. <https://doi.org/10.35814/suluh.v4i1.3512>
- Robinson, P. (2017). "Taman yang Harmonis: Panduan Praktis Berkebun." FrancesLincoln.
- Yusuf, S., Hatta, I. H., Trirahayu, D., Wulandjani, H., Putriana, L., Puspa Rahajeng, D., & Destriyanti, A. (2023). Edukasi Pemasaran Digital Bagi UMKM di Kecamatan Tanjung Sari Pamulihan Kabupaten Sumedang. *SULUH: Jurnal Abdimas*, 4(2), 233-241. <https://doi.org/10.35814/suluh.v4i2.4045>