

**SOSIALISASI MARKETING MANAGEMENT BAGI PETANI TANAMAN HIAS
DI KELURAHAN BOJONGSARI BARU KECAMATAN BOJONGSARI KOTA DEPOK
DALAM RANGKA PENINGKATAN KESEJAHTERAAN MASYARAKAT**

^{1*}Heni Lestari, ²Imat Hidayat, ³Muamar Sidiq, ⁴Sham Mahesa Fauzi,
⁵Surya Seftiawan Pratama, ⁶Uwan Rianto
Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Banten, Indonesia
*myhoneyheni@gmail.com

Abstrak

Produk dan jasa di era digitalisasi saat ini sudah sangat banyak berseliweran di sosial media, produk dan jasa yang melimpah membutuhkan *marketing management* yang baik pula. Jika tanpa di imbangi dengan pemasaran maka akan terjadi penumpukan jumlah produk. Tanaman hias merupakan salah satu produk yang sedang banyak di minati masyarakat, harganya semakin melambung tinggi menjadikan tanaman hias primadona di kalangan pencinta tanaman. Pada masa pandemi covid- 19 saat ini tanaman hias merupakan suatu hobi sekaligus juga bisa menjadi lading bisnis. Tanpa di imbangi dengan ilmu manajemen pemasaran maka tanaman hias hanyalah menjadi penghias rumah saja, dan proses penjualan yang harus sistem cepat karena jika sudah musimnya maka beberapa jenis tanaman hias mengalami pasang surut peminat. Untuk itu guna menghindari tumpukan produk tanaman hias di perlukan strategi pemasaran yang massif sehingga sirkulasi penjualan tanaman hias menjadi lancar. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) ini adalah memberikan pengetahuan terkait *marketing management* agar tanaman hias yang di kelola warga semakin lancar penjualannya dan mengalami peningkatan keuntungan yang berdampak pada kesejahteraan masyarakat di kelurahan Bojongsari Baru, Kecamatan Bojongsari, Kota Depok.

Kata Kunci: Kesejahteraan Masyarakat, Marketing Management, Tanaman Hias

Abstract

Products and services in the current digitalization era are already milling about on social media, abundant products and services require good marketing management as well. If it is not balanced with marketing, there will be a balance in the number of products. Ornamental plants are one of the products that are in great demand by the public, prices are increasingly soaring, making ornamental plants the prima donna among plant lovers. During the current COVID-19 pandemic, ornamental plants are a hobby as well as a business field. Without being balanced with marketing management knowledge, ornamental plants only become home decorations, and the sales process must be fast because when it is in season, several types of ornamental plants experience ups and downs of interest. For this reason, in order to smooth the journey of ornamental plant products, a massive marketing strategy is needed so that the circulation of ornamental plant sales becomes. This community service activity (PKM) is to provide knowledge related to marketing management so that ornamental plants managed by residents can sell more smoothly and increase profits which have an impact on the welfare of the community in the Bojongsari Baru village, Bojongsari District, Depok City.

Keywords: Community Welfare, Marketing Management, Ornamental Plants

PENDAHULUAN

Usaha tanaman hias telah berkembang di Indonesia, menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2019 sebaran tanaman hias di Indonesia hampir seluruh provinsi memiliki perkembangan yang sama. Adapun jenisnya menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2019 adalah, anggrek, Anthurium Bunga (Tangkai), Anyelir

(Tangkai), Gerbera/Herbras (Tangkai), Gladiol (Tangkai), Heliconia/Pisang-pisangan (Tangkai), Krisan (Tangkai), Mawar (Tangkai), Sedap Malam (Tangkai), Dracaena (Pohon), Melati (Pohon) dan Palem (Pohon). Dari data tersebut provinsi Jawa Barat masih masuk urutan teratas untuk sektor ini.

Geliat usaha di sektor tanaman hias

ternyata memiliki peranan yang sangat penting dalam membantu pertumbuhan ekonomi. Usaha tanaman hias dapat dilakukan secara komersial, mengingat tanaman hias hanya di pandang dalam lingkup rumah tangga dan menjadi hobi saat waktu senggang. Tetapi di balik semua ini menyimpan potensi ekonomi yang sangat baik, bahkan potensi ekspor sangat terbuka lebar.

Masyarakat Kelurahan Bojongsari Baru, Kecamatan Bojongsari, Kota Depok telah mengembangkan tanaman hias dari hobi menjadi ladang bisnis yang menjanjikan. Dan Depok merupakan salah satu sentra tanaman hias. Kota Depok masih memiliki lahan yang cukup untuk di jadikan usaha tanaman hias, pekarangan rumah warga yang cukup luas dapat di jadikan lahan pengembangan tanaman hias berbagai jenis dan ragam.

Dari berbagai data - data yang di dapatkan, bahwa potensi tanaman hias di Kelurahan Bojongsari Baru , Kecamatan Bojongsari Kota Depok sangatlah berpotensi untuk lebih di kembangkan lagi. Terutama terkait dengan strategi pemasarannya , agar peningkatan penjualan

semakin tinggi dan berdampak pada peningkatan penghasilan masyarakat. Definisi dari American marketing Association (AMA) mencakup kedua perspektif itu: "Marketing is the process of palnng and executing the conception, pricing, promotion, and distribution of ideas, goods, and services to create exchange that satisfy individual and organizational goals". Artinya bahwa pemasaran merupakan suatu proses perencanaan dan menjalankan konsep, harga, promosi,dan distribusi sejumlah ide , barang, dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang mampu memuaskan tujuan individu dan organisasi (Lamb, Hair, McDaniel,2001:06)

Dari pengertian di atas bahwa jika proses konsep, harga, promosi dan distribusi di kelola dengan baik maka penjualan akan meningkat dan keuntungan akan tercapai, sehingga berdampak pda peningkatan laba dan berimbas juga pada sektor lainnya, karena geliat ekonomi terbangun di tempat tersebut.

Untuk itu kegiatan pengabdian masyarakat yang di laksanakan oleh

magister manajemen Unversitas Pamulang mengakat tema tentang Marketing Management, harapannya dengan mengelola bisnis tanaman hias ini sesuai ilmu manajemen harapannya isa membantu petani tanaman hias dapat memahami dan menerapkan ilmu manajemen terkhusus terkait dengan ilmu marketingnya.

METODE PELAKSANAAN KEGIATAN

Adapun rangkaian kegiatannya adalah melaksanakan tahap persiapan yaitu tim PKM melaksanakan survey ke lokasi , lalu observasi dan rapat koordinasi tim. Setelah melaksanakan tahap awal maka tim PKM langsung merealisasikan agenda sosialisasi untuk memecahkan masalah yang ada dengan pendekatan metode keilmuan. Peserta dari kegiatan PKM ini adalah masyarakat kelurahan Bojongsari Baru, Kecamatan Bojongsari Kota Depok yang lebih tepatnya yang berada di lingkungan RT / RW : 003/ 006.

Tempat dan waktu kegiatan PKM berada di alamat GG Rotan. Jalan POR Pelita Jaya No.10 RT/RW: 003/006, Kelurahan Bojongsari Baru, Kecamatan Bojongsari, Kota Depok. Dilaksanakan pada hari minggu , 20 Desember 2020.

Metode yang dipergunakan dalam sosialiasi ini adalah diskusi terarah dengan warga masyarakat yang mengelola tanaman hias di Kelurahan Bojongsari Baru Kecamatan Bojongsari kota Depok. Di dalam metode diskusi ini di harapkan menambah wawasan keilmuan terkait pemasaran sehingga dapat di terapkan pada petani tanaman hias guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam kegiatan pemaparan materi yang mahasiswa sampaikan banyak sekali pertanyaan - pertanyaan yang di tanyakan oleh kelompok tani terkait dengan imu manajemen dan juga strategi apa yang harus di gunakan untuk menambah jumlah konsumen.

Maka kami memberikan solusi dengan era digital saat ini bahwa kita harus memanfaatkan gadget yang telah kita miliki untuk meningkatkan penjualan. Di dalam social media terdapat fitur - fitur yang dapat di akses secara gratis untuk memulai

melakukan penjualan .

Metode ini di sebut dengan digital marketing, target pemasaran digital marketing sangat luas tidak seperti penjualan secara tradisional menunggu konsumen datang ke lokasi, dengan digital marketing target sasaran konsumen tidak hanya di wilayah tersebut tetapi juga wilayah lain seluruh Indonesia bahkan di luar Negara Indonesia juga dapat terjangkau.

Dengan digital marketing, waktu dan biaya juga dapat di tekan seminimal mungkin, waktu berjualan juga tidak mengenal batas waktu, iklan kapan saja bisa di pasang dengan mengaktifkan timer yang telah di sediakan. Saat kita sibuk iklan otomatis muncul sesuai jadwal yang telah di tentukan.

Tahapan memulai digital marketing adalah memiliki akun market place, media social, website dan company profile.

Banyak manfaat yang di dapat dengan pemasaran secara digital yaitu :

1. Selalu terkoneksi dengan konsumen
2. Bisa melayani konsumen dengan cepat via online
3. Dapat membantu brand bisnis

Ini merupakan strategi pemasaran yang dipaparkan dalam pengabdian kepada masyarakat di Kelurahan Bojongsari Baru , Kecamatan Bojongsari, Kota Depok. Marketing Management dapat di gunakan untuk mengembangkan bisnis tanaman hias agar semakin luas pemasarannya sehingga menghasilkan laba yang dapat memberikan kesejahteraan masyarakat.



Gambar 1. tim kelompok PKM berfoto dengan dosen pembimbing PKM Ibu Dr. Endang Sugiarti, SE., MM (Dosen Magister Manajemen Universitas Pamulang)



Gambar 2. diskusi tanya jawab tim PKM mahasiswa Magister Manajemen Universitas Pamulang dengan warga yang mengelola tanaman hias .



Gambar 3. Foto bersama Tim PKM dengan petani tanaman hias Kelurahan Bojongsari Baru , kecamatan Bojongsari Kota Depok.



Gambar 4. team PKM dan dosen pembimbing melihat lokasi tanaman hias milik warga masyarakat Kelurahan Bojongsari Baru , kecamatan Bojongsari Kota Depok

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Mengadakan Pengabdian Kepada Masyarakat Lanjutan dalam pendampingan terhadap marketing management dalam pengembangan bisnis tanaman hias Kelurahan Bojongsari Baru , Kecamatan Bojongsari, Kota Depok
2. Pada Pengabdian Kepada Masyarakat berikutnya di bentuk brand khusus tanaman hias di Kelurahan Bojongsari Baru , Kecamatan Bojongsari, Kota Depok
3. Pada Pengabdian Masyarakat selanjutnya melaksanakan pendampingan atau pembentukkan kelompok-kelompok tani tanaman hias yang lebih terorganisir di daerah Bojongsari baru

Saran

1. Mendorong alokasi dana desa tidak selalu digunakan untuk pembangunan infrastruktur saja, tetapi juga dapat dialokasikan untuk sarana dan prasarana yang lebih dibutuhkan oleh masyarakat khususnya untuk desa wisata berbasis tanaman hias
2. Agar seluruh masyarakat dapat bekerjasama dalam membangun sarana dan prasarana menuju lokasi sehingga menarik minat masyarakat di luar kelurahan Bojongsari untuk datang ke lokasi Tanaman Hias Kelurahan Bojongsari Kecamatan Bojongsari Kota Depok
3. Agar petani tanaman hias mendapatkan perhatian yang lebih dari pemerintah maka harus dibuat kelompok – kelompok tani yang lebih terorganisasi, agar lebih

mudah dalam menyalurkan bantuan untuk pengembangan UMKM.

4. Membentuk brand tersendiri agar lebih mudah di pasarkan secara online.

DAFTAR PUSTAKA

Lamb, Hair, McDaniel. (2001). *Pemasaran* penerbit Salemba empat (PT Salemba Emban Patria) Jakarta 2001 cetak pertama, buku 1 - 2

Sugiyanto, Ugeng Budi Haryoko 2020. *Manajemen Pemasaran* penerbit Yayasan pendidikan dan sosial

Haryadi, R. N., Anda Rojali, Khumidin, & M. Fauzan. (2021). Sosialisasi Penggunaan Online Shop berbasis Website di UMKM Cimanggis. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani*

(JPMM), 1(1), 10-16.
<https://doi.org/10.51805/jpmm.v1i1.3>

Kotler ,P dan K.A Fox 1995 (Sugiyanto dan Ugeng 2020) *Strategic Marketing For Education Insstitt* edisi ke - 2 New Jersey; Prentice Hall.

Nurjaya, N., et al. (2021). The Effect of Product Promotion and Innovation Activities on Marketing Performance in Middle Small Micro Enterprises in Cianjur. *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal): Humanities and Social Sciences*, 4(1), 528-540.

<http://bojongsari.depok.go.id/>

<https://www.bps.go.id/>

<http://dkppp.depok.go.id/>