

# **PEMBERDAYAAN PEMUDA DI DUSUN NGLURAH, TAWANGMANGU, KARANGANYAR DALAM MENGIMPLEMENTASIKAN *E-COMMERCE* SEBAGAI MEDIA PENJUALAN ONLINE PRODUK BUDIDAYA TANAMAN HIAS**

**Andhika Fajar Prasetya**

Universitas Muhammadiyah Surakarta

\*Email korespondensi: 1100190264@student.ums.ac.id

## **ABSTRAK**

Dusun Nglurah yang berada di Kecamatan Tawangmangu merupakan sebuah dusun yang berada di dataran tinggi tepatnya di kaki gunung lawu yang berada pada ketinggian 1800 meter di atas permukaan laut. Dusun ini memiliki iklim yang dingin dan sangat cocok untuk ditanami berbagai jenis tanaman salah satunya tanaman hias. Sejak Covid-19 masyarakat kesulitan untuk memasarkan tanaman hias dikarenakan tempat wisata ditutup. Hal ini kemudian membuat omzet penjualan tanaman hias menurun. Tim PKM-PM mengidentifikasi solusi-solusi untuk mengatasi masalah mitra tersebut. Solusi-solusi yang dipilih memiliki bukti ilmiah yang dalam penerapannya pada kasus yang mirip terbukti efektif. Solusi pilihan tersebut merupakan pemanfaatan *e-commerce* dalam upaya meningkatkan penjualan produk tanaman hias. Target luaran dari kegiatan ini yaitu laporan kemajuan, buku pedoman, dan laporan akhir. Metode pelaksanaan dari kegiatan ini terdapat empat metode yaitu persiapan, sosialisasi dan pendekatan masyarakat, pelaksanaan kegiatan, serta pengamatan dan evaluasi. Hasil yang dicapai dari kegiatan ini adalah terlaksananya kegiatan berupa Sembilan kegiatan yaitu rapat koordinasi serta pemberian pre-test, rapat koordinasi dengan mitra mengenai teknis pelaksanaan acara dan perkenalan tim, Penyerahan segala properti untuk praktek fotografi dan videografi produk kepada mitra, pelatihan fotografi dan videografi beserta dasar editing, sosialisasi materi dasar *e-commerce*, pelatihan menata dan upload produk di toko online, pelatihan materi iklan kata kunci dalam *e-commerce* (shopee), pelatihan packing tanaman hias dan pemberian post-test kepada mitra. Kedua, hasil yang dicapai berupa peningkatan pengetahuan mitra mengenai *e-commerce*, meningkatnya viewers dan engagement dalam *e-commerce*. Ketiga, dari kegiatan ini TIM PKM-PM juga menghasilkan Buku Pedoman Pelaksanaan Kegiatan dan juga Poster Pelaksanaan Kegiatan.

**Kata kunci:** PKM-PM, Pemberdayaan Pemuda, Tanaman Hias, *E-commerce*

## ABSTRACT

Nglurah Hamlet, which is in Tawangmangu District, is a hamlet located in the highlands, to be precise at the foot of Mount Lawu, which is at an altitude of 1800 meters above sea level. This hamlet has a cold climate and is very suitable for planting various types of plants, one of which is ornamental plants. Since Covid-19, the community has had difficulty marketing ornamental plants because tourist attractions are closed. This then makes the sales turnover of ornamental plants decline. The PKM-PM team identified solutions to overcome the partners' problems. The solutions chosen have scientific evidence that they are effective in applying them to similar cases. The chosen solution is the use of *e-commerce* in an effort to increase sales of ornamental plant products. The output targets of this activity are progress reports, manuals, and final reports. There are four methods of implementing this activity, namely preparation, socialization and community approach, implementation of activities, as well as observation and evaluation. The results achieved from this activity were the implementation of activities in the form of nine activities, namely coordination meetings and giving pre-tests, coordination meetings with partners regarding the technical implementation of the event and team introductions, Handover of all properties for product photography and videography practice to partners, photography and videography training along with basic editing, dissemination of basic *e-commerce* materials, training on organizing and uploading products in online stores, training on keyword advertising materials in *e-commerce* (shopee), training on packing ornamental plants and giving post-tests to partners. Second, the results achieved are in the form of increasing partners' knowledge about *e-commerce*, increasing viewers and engagement in *e-commerce*. Third, from this activity the PKM-PM TEAM also produced an Activity Implementation Manual and also an Activity Implementation Poster.

**Keywords:** PKM-PM, Youth Empowerment, Ornamental Plants, *E-commerce*

## PENDAHULUAN

Dusun Nglurah merupakan sebuah daerah yang memiliki hawa sejuk karena berada di kaki Gunung Lawu dengan ketinggian 1800 meter di atas permukaan air laut. Masyarakat di daerah ini sebagian besar bermata pencaharian sebagai petani tanaman hias. Dusun ini juga merupakan penghasil tanaman hias terbesar di Indonesia dan pernah dinobatkan menjadi Dusun wisata kebun bunga pada tahun 2001. Tanaman hias itu sendiri adalah jenis tanaman yang sengaja ditanam untuk tujuan dekoratif atau sebagai hiasan. Tanaman hias bisa ditanam di taman sebagai pelengkap desain lanskap, ditanam pot yang diletakkan di dalam rumah atau di luar rumah, serta sebagai bunga potong. Deretan rumah warga di Dusun Nglurah tersusun rapi dan bersih, halaman tiap rumah pun

dipenuhi dengan beragam tanaman hias. Menurut salah satu warga, awalnya warga Dusun Nglurah hanya menanam seledri kira-kira pada tahun 70-an. Karena harga seledri yang rendah, mereka mencoba peruntungan baru dengan menjual tanaman hias. *E-commerce* merupakan sebuah proses pembelian dan penjualan secara elektronik atas barang atau jasa dan informasi (Ustadiyanto, 2001). Secara garis besar, perdagangan elektronik (*e-commerce*) didefinisikan sebagai cara untuk menjual dan membeli barang-barang (dan jasa) lewat jaringan internet (Nugroho, 2006).

Dibandingkan dengan pemasaran produk konvensional, pemanfaatan *ecommerce* sebagai media pemasaran akan jauh lebih efektif, efisien, dan lebih banyak benefitnya. Diantaranya adalah dapat

memperluas pangsa pasar karena tidak terbatas oleh letak geografis, lebih fleksibel karena bisa menjual produk dari mana saja dan kapan saja, memudahkan konsumen karena tidak harus datang ke toko. Hasil dari beberapa penelitian mengemukakan bahwa penggunaan *e-commerce* sebagai media pemasaran terbukti efektif meningkatkan penjualan produk (Alexander, 2002; Supardi 2009;).

Dengan memanfaatkan *e-commerce*, diharapkan dapat meningkatkan penjualan tanaman hias para petani di Dusun Nglurah. Maka dari itu kami bermaksud ingin memberikan program pengenalan dan pelatihan kepada pemuda masyarakat Dusun Nglurah tentang cara memanfaatkan *e-commerce* atau toko online sebagai salah satu media penjualan produk tanaman hias hasil pertanian mereka.

## METODE

Berdasarkan permasalahan yang dialami oleh mitra, maka tim PKM-PM mengidentifikasi solusi-solusi untuk mengatasi masalah mitra. Solusi-solusi yang dipilih memiliki bukti ilmiah yang dalam penerapannya pada kasus yang mirip terbukti efektif. Solusi pilihan tersebut merupakan pemanfaatan *e-commerce* dalam upaya meningkatkan penjualan produk tanaman hias. Cara ini terbukti efektif, berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Deni Apriadi, Arie Yandi Saputra (2017) mengatakan bahwa *e-commerce* dapat digunakan petani untuk memasarkan produknya secara lebih luas dan langsung kepada konsumen. Hal tersebut membuat rantai distribusi pemasaran dapat dipotong sehingga akan berimbas pada keuntungan bagi petani.

Untuk mendukung pemanfaatan *e-commerce* dalam rangka meningkatkan penjualan tanaman hias, maka akan diberikan juga materi tentang fotografi dan videografi produk. Fotografi dan videografi produk merupakan salah satu kunci dalam

kesuksesan pemasaran. Berdasarkan penelitian dari Intan Ratu Servanda, Putri Reno Kemala Sari, Nova Adhitya Ananda (2019) mengatakan bahwa variabel ulasan dan foto produk sangat berpengaruh terhadap minat beli konsumen di marketplace Shopee. Berdasarkan penelitian tersebut, maka kami memasukkan pemaparan dan pelatihan materi fotografi dan videografi produk untuk mengatasi persoalan yang dihadapi oleh mitra.

Disamping kesiapan produk dari segi visual, kami juga memaparkan tentang bagaimana cara beriklan menggunakan kata kunci (*keyword*) yang baik dan benar. Berdasarkan penelitian Deddi Duto Hartanto (1999) mengatakan bahwa peranan kata kunci (*keyword*) dalam beriklan memang sangat penting dan sangat berpengaruh untuk menjangkau konsumen lebih luas. Akan tetapi yang lebih penting lagi adalah bagaimana cara penjual untuk selalu konsisten dalam beriklan 5 maupun menawarkan penawaran menarik. Berdasarkan hal tersebut, kami mempersiapkan materi ini untuk mengatasi persoalan yang dialami mitra.

Beberapa metode yang kami gunakan dalam pelaksanaan program ini adalah persiapan, sosialisasi, pelaksanaan kegiatan, pengamatan, dan evaluasi. Mitra terdiri dari 10 orang yang tergabung dalam Karang Taruna "Dwi Tunggal". Untuk pelatihannya sendiri dilaksanakan selama 7 kali pertemuan yang dilaksanakan secara virtual. Sebelum itu, kami terlebih dahulu mensosialisasikan bentuk kegiatan dan memberikan properti penunjang secara langsung.

### A. Persiapan

Sebelum melaksanakan kegiatan, Tim PKM-PM terlebih dahulu melakukan diskusi untuk mempersiapkan segala hal, termasuk materi yang akan disampaikan hingga fasilitas penunjang kegiatan.

## B. Sosialisasi dan Pendekatan

Kondisi masyarakat sendiri yang belum dapat maksimal dalam memanfaatkan perkembangan teknologi membuat kami harus bisa melakukan pendekatan dan pemberian pemahaman kepada masyarakat terkait pentingnya mengikuti perkembangan teknologi.

## C. Pelaksanaan Kegiatan

Sehubungan dengan situasi pandemi Covid-19, maka untuk rangkaian proses pelaksanaan kegiatan kami laksanakan secara virtual. Tetapi untuk peserta penyuluhan dan pelatihan kami sediakan peralatan teknis dan properti yang lengkap. Selama 2 bulan, peserta kami beri penyuluhan serta pelatihan tentang memanfaatkan perkembangan teknologi untuk meningkatkan kesejahteraan mereka, salah satunya adalah meningkatkan penjualan tanaman hias mereka dengan cara memasarkannya lewat *e-commerce*. Beberapa materi yang kami bawaan adalah Pengenalan Dasar-Dasar *E-commerce*, Dasar-dasar fotografi dan videografi produk sekaligus materi dasar-dasar editing foto produk, upload dan menata produk di toko online, iklan kata kunci, dan materi tentang packing produk. Semua kegiatan pelatihan kami laksanakan selama 7 kali pertemuan.

## D. Pengamatan dan Evaluasi

Setelah rangkaian kegiatan penyuluhan dan pelatihan terlaksana, maka selanjutnya kami amati bagaimana perubahan perilaku dan perubahan sosial yang terjadi pasca program untuk nantinya akan dilakukan evaluasi.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Terlaksananya Kegiatan

Semua kegiatan yang kami rencanakan sudah terlaksana dengan baik dan sesuai harapan serta dana yang diberikan telah terserap 100%.

### B. Meningkatnya Pengetahuan Mitra tentang *E-commerce*

Setelah 7 kali melakukan pelatihan kepada mitra, hasilnya mitra yang awalnya sangat asing dengan *e-commerce* setelah kami beri pengertian dan pelatihan menjadi paham dan mulai merasakan dampak positifnya. Hal tersebut dapat kami ukur melalui pre-test dan post-test yang kami berikan kepada mitra sebelum dan sesudah pelatihan untuk mengetahui sejauh mana mitra mampu menangkap dan memahami apa yang kami sampaikan.

### C. Buku Pedoman Pelaksanaan Program, Poster, dan Artikel Publikasi

Buku pedoman yang berisikan tentang hasil implementasi program kepada mitra telah kami susun. Diharapkan dengan adanya buku ini, dapat menjadi rujukan atau data bagi mitra maupun bagi kelompok lain yang membutuhkan. Selain itu kami juga membuat poster yang berisikan informasi ringkas mengenai pelaksanaan program yang mudah dipahami dengan visual menarik. Laporan kegiatan PKM-PM ini telah berhasil dipublikasikan dalam bentuk artikel populer yang telah tayang di Kompasiana.com.

### D. Pembuatan Akun Toko Online Mitra

Pembuatan akun toko online ini untuk memasarkan produk Tanaman Hias mitra. Akun tersebut kemudian akan ditata, diberi deskripsi yang jelas, serta foto

produk yang menarik. Selain itu juga mitra dibekali bagaimana caranya beriklan di toko online untuk mengoptimalkan agar produk yang dijual semakin mudah ditemukan oleh calon konsumen.

- E. Potensi Keberlanjutan: Manfaat Sosial Ekonomi  
Terjadinya peningkatan viewers dan engagement di toko online mitra yang dapat memperluas pangsa pasar mereka. Nantinya hasil ini akan diharapkan dapat meningkatkan jumlah penjualan dan omzet mitra.

## KESIMPULAN

Setelah terlaksananya seluruh kegiatan, program PKM-PM ini telah memberikan dampak yang signifikan bagi mitra. Mulai dari meningkatnya pengetahuan dan pemahaman mitra tentang cara memasarkan produk tanaman hias melalui *e-commerce*, meningkatnya skill fotografi dan videografi produk, hingga editing foto produk dan menata produk di *e-commerce* sudah mitra kuasai.

Beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam kegiatan ini adalah pembagian tugas yang harusnya lebih spesifik dari pihak mitra dalam memasarkan produk lewat *e-commerce* agar lebih tertata. Selain itu juga perlu lebih konsisten lagi dalam meng-*upload* dan menata produk walaupun produk belum banyak peminatnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Yap, A. Y. (2002). Enabling E-Commerce Growth through the Social Construction of a Virtual Community's Culture. *J. Electron. Commer. Res.*, 3(4), 279-294.
- Supardi, J., & Dores, V. (2009). Rancang bangun collaborative system pemasaran hotel secara on-line dengan pendekatan mediator

based. *JSI: Jurnal Sistem Informasi (E-Journal)*, 1(2).

- Apriadi, D., & Saputra, A. Y. (2017). E-Commerce berbasis marketplace dalam upaya mempersingkat distribusi penjualan hasil pertanian. *Jurnal RESTI (Rekayasa Sistem dan Teknologi Informasi)*, 1(2), 131-136.
- Servanda, I. R. S., Sari, P. R. K., & Ananda, N. A. (2019). Peran Ulasan Produk Dan Fot Produk Yang Ditampilkan Penjual Pada Marketplace Shopee Terhadap Minat Beli Pria Dan Wanita. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(2), 69-79.
- Hartanto, D. D. (2006). RETHORICAL ANALYSIS PADA IKLAN ESIA. *Nirmana*, 8(1).
- Adi, N. (2006). E-Commerce: Memahami Perdagangan Modern di Dunia Maya. *Bandung: Informatika Bandung*.
- Ustadiyanto, R. (2001). Framework e-commerce. *Yogyakarta: Andi*.