EUMPANG BREUH: JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT
Website: https://ejurnalunsam.id/index.php/ebjpm
E-ISSN: 2962-6951 P-ISSN: 2963-4415

Teknik Pengemasan dan Strategi Pemasaran pada Usaha Tanaman Hias *Aglonema* di Kota Langsa

Packaging Techniques and Marketing Strategies in Aglonema Ornamental Plant Business in Langsa City

Hanisah[1], Siti Balqies Indra[1], Raja Novi Ariska[2], Fahmy Fadly[3], Suri Purnama Febri[4], Teuku Fadlon Haser[4], Syahriandi[5], Radhiah[5], Antoni Harahap[6], Basyarudin Acha[7]

[1]Prodi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Samudra
[2]Prodi Pendidikan Biologi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Samudra
3Prodi Agroteknologi, Fakultas Pertanian, Universitas Samudra
[4]Prodi Akuakultur, Fakultas Pertanian, Universitas Samudra
[5]Program Studi Pendidikan Bahasa Indonesia, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Malikussaleh
[6]Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan, Institut Pertanian Bogor
[7]Prodi Pendidikan Jasmani, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Samudra

Diterima: 14 April 2024, disetujui: 7 Juni 2024

ABSTRAK

Tanaman hias merupakan tanaman yang ditanam dan dirawat untuk tujuan estetika dan keindahan. anaman hias sering digunakan dalam hortikultura dekoratif, lanskap, dan desain interior. Algonema merupakan salah satu jenis tanaman hias yang populer dan sering ditemui. *Aglaonema* memiliki daun lebar dan berwarna-warni, yang seringkali memiliki pola atau corak menarik. Beberapa varietas *Aglaonema* memiliki daun berwarna hijau dengan bercak-bercak putih, merah, kuning, atau perpaduan dari beberapa warna tersebut. Tingginya permintaan akan tanaman aglonema, membuka peluang bagi produsen untuk mengkomersilkannya kedalam maupun keluar kota. Namun untuk mencapai target pemasaran keluar kota, pengemasan tanaman merupakan hal yang harus diperhatikan agar tanaman bisa sampai ke tangan konsumen dengan baik dan utuh. Tujuan dari pengabdian ini adalah menemukan pengemasan yang tepat untuk pemasaran aglonema keluar daerah dan menentukan strategi pemasaran yang efesien untu menjangkau konsumen dan meningkatkan pemasaran. Kegiatan pengabdian yang dilakukan meliputi: pendampingan dan sosialisasi mengenai teknik pengemasan aglonema yang cocok, murah dan aman untuk penjualan keluar daerah serta menyusun strategi penjualan untuk mencapai konsumen yang lebih luas; pemetaan model bisnis berdasarkan penentuan konsumen target yang telah ditentukan oleh mitra; mendaftarkan mitra ke platform e-commerce maupun marketplace untuk memudahkan proses penjualan produk dan menjangkau konsumen yang lebih luas; pendampingan pengaplikasian e-commerce maupun marketplace kepada mitra; dan dalam jangka waktu 3 bulan, tim pengabdi mengevaluasi penggunaan e-commerce maupun marketplace. Setelah pengabdian dilaksanakan, mitra memiliki pengetahuan tentang teknik pengemasan dan strategi pemasaran tanaman hias aglonema sehingga pendapatan mitra semakin meningkat.

Kata kunci: aglonema, pendapatan, pemasaran, pengemasan

ABSTRACT

Ornamental plants are plants that are planted and cared for aesthetic and beauty purposes. Ornamental plants are often used in decorative horticulture, landscaping, and interior design. Algonema is a type of ornamental plant that is popular and often found. Aglaonema has wide, colorful leaves, which often have interesting patterns or patterns. Several varieties of Aglaonema have green leaves with white, red, yellow spots, or a combination of these colors. The high demand for aglonema plants opens up opportunities for producers to commercialize them in and out of the city. However, to achieve the target of marketing outside the city, plant packaging is something that must be considered so that the plants can reach consumers properly and intact. The purpose of this service is to find the right packaging for marketing Aglonema outside the region and determine an efficient marketing strategy to reach consumers and increase marketing. The PKM activities carried out include: mentoring and outreach regarding suitable, inexpensive and safe aglonema packaging techniques for sales outside the region as well as developing a sales strategy to reach a wider range of consumers; business model mapping based on determining target consumers that have been determined by partners; register partners on e-commerce platforms and marketplaces to facilitate the product sales process and reach wider consumers; assistance with e-commerce and marketplace applications to partners; and within a period of 3 months, the service team evaluates the use of e-commerce and marketplaces. After the service is carried out, partners have knowledge about packaging techniques and marketing strategies for aglonema ornamental plants so that partner income increases.

Keywords: *Aglonema, income, marketing, packaging*

Koresponding author: Hanisah
Email: ir.hanisah@unsam.ac.id

PENDAHULUAN

Aglonema adalah salah satu jenis tanaman hias yang berasal dari Asia Tenggara. Tanaman ini dikenal dengan daunnya yang indah dan warna-warni yang beragam, sehingga sering digunakan sebagai tanaman hias dalam ruangan. *Aglaonema* termasuk ke dalam keluarga Araceae dan memiliki banyak spesies yang berbeda, namun yang paling umum adalah *Aglaonema commutatum* dan *Aglaonema crispum* (Munawaroh et al, 2017) (Gambar 1). Tanaman ini dikenal tahan terhadap kondisi ruangan yang kurang sinar matahari dan perawatannya relatif mudah, sehingga banyak digunakan sebagai dekorasi dalam ruangan seperti kantor, rumah, dan tempat umum lainnya (Andarina et al, 2018).



Gambar 1. *Aglaonema commutatum* dan *Aglaonema crispum*

Permintaan akan tanaman hias terus meningkat, terutama pada kategori tanaman hias yang dapat hidup di dalam ruangan. *Aglaonema* memiliki banyak varietas dengan daun yang berbeda-beda, mulai dari yang berwarna hijau hingga yang bercorak dan bermotif. Varietas yang beragam ini memberikan banyak pilihan bagi konsumen untuk memilih yang sesuai dengan keinginan dan gaya dekorasi ruangan mereka (Ulfah et al, 2021). Perkembangan teknologi dan keterbukaan informasi di era digital memungkinkan konsumen untuk mengetahui dan membeli produk dari berbagai penjuru dunia. Hal ini membuka peluang bagi produsen tanaman hias seperti *Aglaonema* untuk memperluas pasar dan meningkatkan penjualan melalui media online (Patulak, 2021). Namun disisi lain, kemasan yang buruk dapat menjadi masalah dalam pemasaran online Aglonema. Aglonema yang tidak dikemas dengan baik dapat rusak selama pengiriman. Ini dapat menyebabkan kerugian bagi produsen dan konsumen, serta memengaruhi reputasi bisnis (Kusumawati et al, 2022). Kemasan yang tidak cocok untuk ukuran dan bentuk Aglonema dapat menyebabkan kerusakan saat pengiriman. Hal ini dapat terjadi jika kemasan terlalu kecil atau terlalu besar, atau jika kemasan tidak dirancang untuk menahan bentuk atau berat tanaman (Sucipta et al, 2017). Kemasan yang buruk dapat menambah biaya pengiriman karena memerlukan perlindungan tambahan atau bahan kemasan yang lebih mahal. Hal ini dapat menyebabkan biaya yang lebih tinggi untuk produsen dan konsumen (Firmansyah, 2019).

Produsen tanaman hias aglonema di Kota Langsa seringkali menghadapi beberapa permasalahan yang dapat menghambat kemampuan mereka untuk memasarkan produk mereka keluar daerah. Produsen hanya menerima pemesanan dari dalam daerah saja. Pemesaan dari luar daerah hanya dalam skala besar. Namun untuk pemesanan dalam skala kecil, produsen tidak bisa memberikan jaminan kerusakan barang apabila dikirim keluar daerah karena kemasan produk yang kurang memadai. Produsen belum menggunakan bahan kemasan yang baik untuk mendistribusikan produk mereka. Kerusakan daun aglonema sering terjadi saat proses pengemasan. Daun yang rusak dapat mengurangi nilai estetika dan nilai jual tanaman. Kerusakan media tanam juga sering terjadi karena saat proses pengiriman, tanaman mengalami guncangan yang mengakibatkan akar tanamn tercabut dari media tanamnya. Dalam hal ini, produsen sangat kesulitan untuk menemukan jenis kemasan yang cocok, murah, mudah dan efesien untuk pengemasannya.

Disisi lain, produsen hanya memasarkan produk mereka hanya dari media sosial mereka. Mereka mempromosikan produk mereka melalui media sosial seperti whatsapp, Instagram, dan facebook. Untuk saat ini, rata-rata permintaan konsumen terhadap tanaman aglonema hanya 5-10 pemesanan dalam satu minggu. Keterbatasan jangkauan dengan hanya mengandalkan media sosial, mengakibatkan produsen sulit mencapai konsumen melebihi lingkungan lokalnya. Dalam hal ini, perlu adanya suatu platform e-commerce atau marketplace yang lebih luas untuk menjangkau konsumen. Berdasarkan uraian tersebut sehingga pengabdian kepada masyarakat dengan judul Teknik Pengemasan dan Strategi Pemasaran pada Usaha Tanaman Hias Aglonema di Kota Langsa sangat perlu dilakukan.

METODE PELAKSANAAN KEGIATAN

Tempat dan Waktu

Pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan di Desa Gampong Jawa, Kec. Langsa Kota, Kota Langsa pada tanggal 07 Agustus 2023.

Khalayak Sasaran

Sasaran masyarakat yang mengikuti kegiatan pengabdian ini yaitu masyarakat yang memiliki usaha tanaman hias di Kota Langsa dengan total peserta berjumlah 20 orang.

Metode Pengabdian

Metode yang ditawarkan tim pengabdi untuk mendukung realisasi terhadap penyelesaian masalah mitra yaitu: (1) Pendampingan dan sosialisasi mengenai teknik pengemasan aglonema yang cocok, murah dan aman untuk penjualan keluar daerah serta menyusun strategi penjualan untuk mencapai konsumen yang lebih luas. (2) Pemetaan model bisnis berdasarkan penentuan konsumen target yang telah ditentukan oleh mitra. (3) Mendaftarkan mitra ke platform e-commerce maupun marketplace untuk memudahkan proses penjualan produk dan menjangkau konsumen yang lebih luas. (4) Pendampingan pengaplikasian e-commerce maupun marketplace kepada mitra. (5) Dalam jangka waktu 3 bulan, tim pengabdi mengevaluasi penggunaan e-commerce maupun marketplace.

Koresponding author: Hanisah
Email: ir.hanisah@unsam.ac.id

Indikator Keberhasilan

Indikator keberhasilan dari kegiatan ini yakni peningkatan pengetahuan dan pemahaman mitra tentang teknik pengemasan dan strategi pemasaran tanaman hias aglonema sebesar 85%.

Metode Evaluasi

Pendampingan akan dilakukan oleh tim pelaksanaan pengabdian dengan mengunjungi lokasi pembudidaya tanaman hias Aglonema di Kota Langsa sebanyak dua kali sebulan untuk monitoring dan evaluasi perkembangan kegiatan. Pada saat kunjungan, tim pelaksanaan akan berdiskusi dengan mitra mengenai perkembangan pelaksanaan, pengolahan dan permasalahan yang dihadapi. Selain itu, tim pelaksanaan akan memberikan motivasi, tambahan informasi mengenai kegiatan yang dilaksanakan, serta solusi untuk permasalahan yang timbul saat kegiatan.Metode Evaluasi. Pendampingan akan dilakukan oleh tim pelaksanaan pengabdian dengan mengunjungi lokasi pembudidaya tanaman hias Aglonema di Kota Langsa sebanyak dua kali sebulan untuk monitoring dan evaluasi perkembangan kegiatan. Pada saat kunjungan, tim pelaksanaan akan berdiskusi dengan mitra mengenai perkembangan pelaksanaan, pengolahan dan permasalahan yang dihadapi. Selain itu, tim pelaksanaan akan memberikan motivasi, tambahan informasi mengenai kegiatan yang dilaksanakan, serta solusi untuk permasalahan yang timbul saat kegiatan..

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penyampaian Materi dan Diskusi Terkait Teknik Pengemasan Aglonema

Kegiatan diawali dengan penyampaian materi oleh Tim Pengabdian mengenai teknik pengemasan aglonema yang cocok, murah dan aman untuk penjualan keluar daerah serta menyusun strategi penjualan untuk mencapai konsumen yang lebih luas (Gambar 2). Selanjutnya, Tim menyampaikan terkait cara mendaftarkan mitra ke platform e-commerce maupun marketplace untuk memudahkan proses penjualan produk dan menjangkau konsumen yang lebih luas.



Gambar 2. Penyampaikan Materi

Demonstrasi Prosedur Kerja Pengemasan Aglonema

Kegiatan demonstrasi dilakukan setelah penyampaian materi. Langkah-langkah pengemasan aglonema yaitu kemasan dibuat dengan menggunakan pipa paralon. Aglonema ditempatkan dalam pot plastik yang berisi tanah dan dibungkus dengan plastik agar tanah tidak tumpah. Daun- daun yang terbuka disatukan kebatang aglonema dan di tutup dengan plastik transparan. Bagian tajuk kemudian dibungkus dengan kardus yang sesuai serta bagian pot tanaman juga dibungkus dengan kardus yang sesuai dengan harapan kualitas produk aglonema tetap terjaga dengan baik. Hal terakhir adalah meletakkan tanaman kedalam dus yang telah di design oleh tim pengabdi. Selanjutnya mengajarkan langsung kepada mitra tentang cara mendaftarkan e-commerce sebagai media pemasaran untuk meningkatkan jangkauan ke konsumen melalui tokopedia, shopee, dan bukalapak (Gambar 3).



Gambar 3. Demontrasi Penyusunan Baglog

Keberhasilan Kegiatan

Berdasarkan hasil kegiatan pengabdian masyarakat tentang Teknik Pengemasan dan Strategi Pemasaran pada Usaha Tanaman Hias Aglonema di Kota Langsa (gambar 4) menggunakan metode evaluasi yakni wawancara sebagai bentuk umpan balik dari kegiatan yang dilakukan, dimana peserta memberi umpan balik tentang pemahaman mereka mengenai teknik pengemasan dan strategi pemasaran aglonema yang telah dilakukan oleh Tim Pengabdian dengan capaian keberhasilan dari kegiatan ini yakni peningkatan pengetahuan dan pemahaman masyarakat tentang pengemasan tanaman aglonema sebesar 75% dan peningkatan pemahaman tentang pemasaran tanaman aglonema sebesar 70%. Hasil dari wawancara pada peserta memberikan indikasi bahwa demonstrasi yang diberikan akan berdampak pada produktifnya kegiatan masyarakat yang bergelut pada bidang usaha tanaman hias aglonema di Kota Langsa.

Koresponding author: Hanisah
Email: ir.hanisah@unsam.ac.id



Gambar 4. Hasil Pengemasan Tanaman Hias Aglonema

KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian Pada Masyarakat yang dilaksanakan di Desa Gampong Jawa, Kec. Langsa Kota, Kota Langsa dapat meningkatkan anemo masyarakat dalam keikutsertaan pengabdian. Kegiatan ini berhasil meningkatkan pengetahuan mitra terkait cara pengemasan dan pemasaran tanaman hias aglonema agar produk dapat dipasarkan keluar daerah sehingga mitra dapat meningkatkan pendapatan dari bidang usahanya.

UCAPAN TERIMAKASIH

Tim Pengabdian mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Penelitian Pengabdian Kepada Masyarakat dan Penjaminan Mutu DIPA Universitas Samudra tahun 2023 atas pendanaan yang diberikan serta kepada Mitra yang telah berpartisipasi aktif sehingga kegiatan PKM terlaksana dengan lancar.

REFERENSI

Andarina, D. G., Kusumowidagdo, A. & Kusumawardhani, D. (2018). Perancangan Desain Interior Kantor Perhutani Departemen Perencanaan di Surabaya. Aksen. 3(1):5-30

Firmansyah, A. 2019. Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy). Qiara Media. Medan.

Kusumawati, N. F., Zaed, A. F., Dewi, Y. R. & Ambalika, N. D. (2022). Strategi Pemasaran Tanaman Hias *Aglaonema* Pada Masa Pandemi Covid-19. Jurnal Agrimas. 6(2):1-19.

Munawaroh, E., Yuzammi, Solihah, S. M. & Suhendar. (2017). Tumbuhan Berpotensi Sebagai Tanaman Hias. LIPI press. Jakarta.

Patulak, I. M. (2021). Peluang Bisnis Tanaman Hias Aglonema di Samarinda Melalui Komunikasi Digital. Buletin LOUPE. 17(1):8-14.

Sucipta, I. N., Suriasih, K. & Kencana, P. K. D. (2017). Kajian Pengemasan Yang Aman, Nyaman, Efektif dan Efesien. Udayana University Press. Bali.

Ulfah, K., Raihan, F., Natasya, N., Nafis, M. K., Ariyana, S. E. & Hartoyo, A. P. P. (2021). Teknologi Pembiakan Vegetatif Tanaman Hias. IPB Press. Bogor.

Koresponding author: Hanisah
Email: ir.hanisah@unsam.ac.id