
STRATEGI PEMASARAN SAYURAN DESA TANJUNG DALAM KABUPATEN OGAN KOMERING ULU

Putri Ayu Ogari, SP., M.Sc¹, Purwadi, SP., M.Si², Nurul Beauty Shafera^{3*},
Ferniyanti⁴

^{1, 2, 3, 4} Universitas Baturaja, Baturaja, Indonesia
*nurulbea@beautynurul30@gmail.com

ABSTRAK

Masyarakat Desa Tanjung Dalam memanfaatkan pekarangan rumah untuk menanam sayuran. Namun, kurangnya pengetahuan dan informasi masyarakat hanya menjual sayuran dengan seadanya sehingga pendapatan juga tidak sebanding dengan perjuangan. Berpijak dari hal ini menggerakkan akademisi Fakultas Pertanian beserta mahasiswa untuk memberikan solusi nyata atas permasalahan yang ada. Penyuluhan ini dilakukan dengan metode penyampaian materi dan tanya jawab yang memberikan kesempatan untuk berperan aktif yang dihadiri oleh masyarakat Desa Tanjung Dalam. Tujuan dari kegiatan ini adalah menyampaikan pengetahuan dan informasi tentang strategi pemasaran supaya dapat meningkatkan pendapatan keluarga.

Kata Kunci ; Masyarakat, strategi, pemasaran sayuran, pendapatan keluarga

ABSTRACT

The people of Tanjung Dalam Village use their yards to grow vegetables. However, due to lack of knowledge and information, the community only sells vegetables at a minimum so the income is also not worth the struggle. Based on this, the academics of the Faculty of Agriculture and their students are motivated to provide real solutions to problems which exists. This counseling was carried out using the method of delivering material and question and answer which provided an opportunity to play an active role which was attended by the people of Tanjung Dalam Village. The purpose of this activity is to convey knowledge and information about marketing strategies in order to increase family income.

Keywords: Society, strategy, marketing of vegetables, family income



PENDAHULUAN

Kegiatan usahatani komoditas sayuran khususnya sayuran organik saat ini mulai dikembangkan, komoditas ini juga sangat potensial dan prospektif untuk dijalankan karena metode pembudidayaannya sangat muda dan sederhana (Djafri et al., 2017). Alfarisi (2021), menjelaskan bahwa tanaman sayuran memiliki prospek pengembangan yang cukup cerah karena merupakan bahan pelengkap makanan pokok dan memiliki nilai ekonomi tinggi.

Memasuki era globalisasi dan sejalan dengan pesatnya perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, peranan informasi dalam pembangunan pertanian menjadi sangat penting (Pujiharto & Wahyuni, 2018). Era globalisasi ini bisa kita manfaatkan untuk mendapatkan informasi yang lebih luas, walau masih perlu adanya pendampingan terutama kepada masyarakat.

Pendampingan masyarakat dapat diartikan sebagai interaksi dinamis antara kelompok masyarakat dan pendamping untuk secara bersama-sama menghadapi beragam tantangan seperti, merancang program perbaikan kegiatan sosial ekonomi, pendidikan memobilisasi sumber daya masyarakat setempat, memecahkan masalah sosial, menciptakan atau membuka akses bagi pemenuhan kebutuhan, menjalin kerjasama dengan berbagai pihak yang relevan dengan konteks pemberdayaan masyarakat (Qomariah, 2015).

Sayur adalah salah satu komoditas pangan hortikultura yang penting untuk memenuhi kebutuhan gizi manusia. Sifat bahan sayuran yang mudah rusak mengharuskan penjual sayur untuk mendistribusikannya ke konsumen lebih cepat. Bila tidak, tentu saja sayuran sudah tidak segar bahkan rusak yang pada akhirnya tidak laku dijual. Oleh sebab itu, penting sekali menerapkan strategi pemasaran sayuran.

1. Strategi Produk Sayuran

Strategi produk yang bisa kita lakukan adalah memperlakukan khusus agar memiliki nilai tambah dan berkualitas. Perlakuan tersebut bisa berupa sortasi, grading dan packaging.

- a. *Sortasi* adalah proses pemisahan bahan-bahan kotoran yang tercampur ke dalam produk utama.
- b. *Grading* adalah pengelompokkan produk yang sudah bersih ke dalam beberapa kelompok mutu/kualitas.
- c. *Packaging* adalah pengemasan atau membungkus untuk melindungi suatu produk.

Selain itu, kita bisa mengolah sayuran menjadi makanan, minuman, camilan kekinian seperti keripik wortel, keripik bayam, kerupuk dan lain-lain.

2. Strategi Harga Produk

Sebelum pemasaran, kita ketahui kualitas produk yang diinginkan oleh konsumen. Menggunakan kemasan yang menarik konsumen. Setelah itu baru bisa menentukan harga jual. Kemudian cobalah melakukan inovasi dengan membuat produk olahan sehingga memiliki nilai tambah.

3. Strategi tempat dan saluran distributor

Saluran distributor seperti pedagang pengumpul, koperasi yang menampung sayuran, buat packaging dan dititipkan ke warung-warung atau pasar modern.

4. Strategi promosi

Strategi promosi yang bisa kita lakukan adalah mulut ke mulut, menggandeng *influencer*, promosi di media sosial seperti Instagram, Facebook, WhatsApp dan lain sebagainya.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan ini dilaksanakan dengan metode penyampaian materi dan Tanya jawab kepada masyarakat Desa Tanjung Dalam Kabupaten Ogan Komering Ulu yang berkaitan dengan strategi pemasaran sayuran.

Langkah-Langkah Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Masyarakat

1. Tim pelaksana pengabdian kepada masyarakat melakukan survey awal ke Desa Tanjung Dalam Kabupaten Ogan Komering Ulu.
2. Tim pelaksana pengabdian kepada masyarakat menghubungi Kepala Desa Tanjung Dalam Kabupaten Ogan Komering Ulu.
3. Tim pelaksana pengabdian kepada masyarakat menentukan waktu yang tepat untuk melaksanakan pengabdian.
4. Tim pelaksana pengabdian kepada masyarakat menuju ke lokasi pengabdian sesuai dengan waktu yang telah ditentukan.
5. Tim pelaksana pengabdian kepada masyarakat menyampaikan materi dan tanya jawab kepada masyarakat Desa Tanjung Dalam Kabupaten Ogan Komering Ulu.

HASIL KEGIATAN

Kegiatan ini berjudul “Strategi Pemasaran Sayuran Desa Tanjung Dalam Kabupaten Ogan Komering Ulu” dilaksanakan pada :

Hari : Kamis
Tanggal : 15 Desember 2022
Waktu : 13.00 WIB s/d selesai
Tempat : Desa Tanjung Dalam Kabupaten Ogan Komering Ulu

Peserta sebanyak 15 orang yang terdiri dari kelompok tani di Desa Tanjung Dalam Kabupaten Ogan Komering Ulu. Respon yang didapat sangat positif terhadap kegiatan pengabdian masyarakat ini. Berdasarkan capaian , secara umum dapat dikatakan bahwa pelaksanaan penyuluhan ini berjalan dengan baik dan lancar serta bermanfaat bagi masyarakat Desa Tanjung Dalam Kabupaten Ogan Komering Ulu.

Masyarakat sangat antusias dalam penyuluhan dan Tanya jawab tentang strategi pemasaran sayuran, sehingga kegiatan ini perlu dilakukan secara berkelanjutan untuk membantu masyarakat dalam meningkatkan kesejahteraannya melalui manajemen usaha sayuran.



Gambar 1. Penyampaian Materi Strategi Pemasaran Sayuran

KESIMPULAN DAN SARAN

Secara keseluruhan pengabdian ini telah berhasil dengan baik. Mitra sangat antusias dalam menyambut kegiatan Penyuluhan tentang Strategi Pemasaran Sayuran Desa Tanjung Dalam Kabupaten Ogan Komering Uludengan materi yang mudah dipahami dan diterapkan dalam pemasaran sayuran. Kegiatan PKM ini dapat menjadi teknik pengembangan pemberdayaan masyarakat luas dalam meningkatkan pendapatan keluarga.

Disarankan agar masyarakat/petani yang ada di Desa Tanjung Dalam Kabupaten Ogan Komering Ulu agar lebih kreatif lagi dalam memasarkan sayuran dan bisa menerapkan materi penyuluhan karena dapat meningkatkan pendapatan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih kepada semua pihak yaitu Fakultas Pertanian Universitas Baturaja, yang telah memfasilitasi kegiatan pengabdian ini. Terima kasih kepada Kepala Desa Tanjung Dalam beserta perangkat desa yang telah mengizinkan terlaksananya kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat oleh Dosen dan Mahasiswa Fakultas Pertanian Baturaja. Terlebih kepada Kelompok Tani dan Masyarakat Desa Tanjung Dalam yang telah berpartisipasi aktif dalam rangkaian pelatihan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfarisi, S. (2021). Strategi Pemasaran Usahatani Sayuran Organik Di Kota Ambon. *Agrilan*, 9(2), 190–207.
- Djafri, M. S., Harianto, H., & Syaukat, Y. (2017). Optimasi Produksi Usahatani Sayuran Organik (Studi Kasus Yayasan Bina Sarana Bakti, Cisarua, Bogor). *Forum Agribisnis*, 6(1), 111–129. <https://doi.org/10.29244/fagb.6.1.111-129>

Pujiharto, & Wahyuni, S. (2018). *Strategi Pemasaran Produk Sayuran Dataran Tinggi Di Wilayah Kecamatan Batur Kabupaten Banjar Negara. XX(2)*.

Qomariah, N. (2015). Pemberdayaan masyarakat desa melalui pengembangan “ soft skill pembuatan krupuk samiler” dalam upaya peningkatan pendapatan keluarga di kabupaten bondowoso. *Jurnal Pengabdian Masyarakat IPTEKS, 1(2)*, 64–70.