

MANAJEMEN DALAM PENGEMBANGAN PROSES BISNIS DAN PEMASARAN *ONLINE* PADA USAHA MIKRO TANAMAN *HYDROPONIC*

Ira Setiawati, SE., M.Si¹⁾, Retno Prihatiningsih, S.Kom., M.Kom²⁾, Arini Novandalina, SE., M.Si³⁾

¹Prodi Sistem Informasi, STMIK Himsya Semarang
email: seruni_78@yahoo.com

² Prodi Sistem Informasi, STMIK Himsya Semarang
email: Retno_8111@yahoo.co.id

³ Prodi Akuntansi, STIE Semarang
email: arini.novandalina@gmail.com

Abstrak

Peluang memasarkan produk dan jasa melalui media online untuk kedepannya akan semakin diminati masyarakat. Salah satu upaya untuk pemasaran secara luas serta mengelola proses bisnis usaha mikro, perlu adanya pengembangan keterampilan dan kreativitas di bidang manajemen, bisnis, dan pemasaran online. Manajemen dalam pengembangan proses bisnis yang dilakukan oleh pengusaha mikro tanaman hydroponic "Siliwangi Indah Hidroponik" dan "Adristy Ponik" masih menggunakan model sederhana dan konvensional. Pengembangan pemasaran masih terbatas pada lokasi atau tempat produksi dan penjualan. Keterbatasan tersebut menyebabkan rendahnya omset penjualan dan jumlah income atau pendapatan yang mengalami pasang-surut serta jumlah produksi tanaman yang dihasilkan tidak begitu banyak. Sebagai jawaban dari permasalahan tersebut, ditawarkan model pemasaran online, yang tidak mengenal batasan dan waktu dalam pemasarannya. Dengan adanya situs online maka kesempatan pengembangan pemasaran akan semakin besar, karena jumlah pengunjung tidak hanya berasal dari kota atau daerah sekitar akan tetapi seluruh pengguna internet. Informasi produk baru hingga perubahan harga dapat dilihat secara langsung dari situs pengusaha mikro. Selain itu untuk meningkatkan dan mengembangkan ketrampilan manajemen dan transaksi bisnis pada usaha mikro mitra, kami telah melakukan pelatihan / workshop tentang pengetahuan manajemen dan proses bisnis, pemasaran secara komputerisasi serta pengelolaan situs online. Pelatihan yang ditujukan untuk mitra pengusaha mikro tanaman hydroponic ini, dimaksudkan agar kedua mitra dapat mengelola transaksi bisnis dan situs online dan terus ter-update serta dapat mengatur dan mengembangkan transaksi bisnis tanaman hydroponic secara maksimal. Diharapkan dengan pelatihan ini, kedua mitra juga dapat menularkan kemampuan tersebut kepada pengusaha-pengusaha mikro lainnya sehingga dapat meningkatkan pengetahuan, kemampuan, dan ketrampilan.

Keywords: Manajemen, Pemasaran online, Proses Bisnis, Usaha Mikro, Tanaman Hydroponic

Abstract

Opportunities to market products and services through online media for the future will be more and more attention from the public. One effort to broadly marketing and managing business processes of micro enterprises, the need for the development of the skills and creativity in the fields of management, business, and online marketing. Management in the development of business processes carried out by micro entrepreneurs hydroponic plants "Siliwangi Beautiful Hydroponics" and "Adristy Ponik" still using simple and conventional models. Marketing development is still limited to the location or place of production and sales. These limitations lead to low turnover and the amount of income or revenue that goes up and down and the number of production plants produced not so much. As an answer to these problems, to offer online marketing model, which know no borders and time in marketing. With the online site, the marketing development opportunities will be even greater, because the number of visitors not only from the city or the surrounding area but all Internet users. New product information to price changes can be seen directly from the site microentrepreneurs. In addition to improving and developing the management skills and business transactions in micro-enterprise partners, we have conducted

training / workshop on knowledge management and business processes, and marketing of computerized management of online sites. The training is for partners hydroponic plant's micro entrepreneurs, meant that the two partners can manage business transactions and online sites and kept updated and can organize and develop a hydroponic plant business transactions to the fullest. It is expected with this training, both partners can also transmit the ability to do other micro entrepreneurs so as to increase the knowledge, abilities, and skills.

Keywords: Management, Online Marketing, Business Processes, Micro, Plant Hydroponic

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi telah mempengaruhi berbagai aktivitas. Sejak kemunculan internet hingga saat ini para pengguna internet selalu bertambah dari waktu ke waktu. Meledaknya jumlah pengguna internet telah merambah dalam berbagai sektor, salah satunya sektor ekonomi dan bisnis. Penggunaan internet sebagai sarana bisnis sangat berkembang cepat di era informasi. Peluang memasarkan produk dan jasa melalui media *online* untuk kedepannya akan semakin diminati masyarakat. Keberadaan media pemasaran *online*, telah menjadi salah satu pangsa pasar yang menjanjikan bagi usaha mikro untuk memperluas dan memperkenalkan produk hasil tanaman *hydroponic*. Salah satu upaya untuk pemasaran secara luas serta mengelola proses bisnis usaha mikro, perlu adanya pengembangan keterampilan dan kreativitas di bidang manajemen, bisnis, dan pemasaran *online*.

Hydroponic merupakan salah satu bentuk dari sawah modern yang sedang *trend* di kota besar. Asal kata *hydroponic* dari bahasa Yunani yaitu *hydro* yang berarti air dan *ponos* yang artinya daya. *Hydroponic* memiliki pengertian secara bebas, tentang teknik bercocok tanam dengan menekankan pada pemenuhan kebutuhan nutrisi (unsur hara) bagi tanaman. Dari pengertian tersebut, terlihat bahwa munculnya teknik bertanam secara *hydroponic* diawali oleh semakin tingginya perhatian manusia akan pentingnya kebutuhan pupuk bagi tanaman.

Teknik *hydroponic* banyak dilakukan dalam skala kecil sebagai hobi di kalangan masyarakat Indonesia. Budidaya *hydroponic* memang termasuk salah satu solusi bertanam yang mudah untuk dipraktikkan oleh siapa saja, termasuk ibu rumah tangga. Di samping untuk konsumsi di rumah, budidaya *hydroponic* bisa juga digunakan sebagai usaha untuk mendapatkan penghasilan. Hal ini dilakukan pula oleh kedua mitra kami pengusaha mikro tanaman *hydroponic*, yakni “Siliwangi Indah Hidroponik” dan “Adristry Ponik”

Cara menanam tanaman *hydroponic* sangat mudah, dengan menggunakan media tanam tanpa tanah dan memanfaatkan air sebagai sumber nutrisi utama bagi tanaman. Di samping itu, digunakan pula media substrat padat sebagai penopang seperti: sekam bakar, *cocopeat*, *rockwool*, *vermiculite*, dan *perlite*. Agar tanaman tetap tegak berdiri, dapat juga digunakan batu *zeolit*, pasir malang, *hidrotan*, dan *stereof foam*. Berikut contoh media tanaman *hydroponic* :



Gambar 1.1. contoh media tanam *hydroponic*

Terdapat berbagai teknik untuk menanam dengan sistem *hydroponic*, mulai yang paling sederhana sampai yang canggih, mulai yang murah sampai yang mahal. Mulai yang hanya menggunakan barang bekas, sampai yang modern dengan menggunakan *green house* dan teknologi tepat guna lainnya untuk mendukung tumbuh - kembang tanaman. Beberapa teknik menanam *hydroponic* antara lain dengan menggunakan, *Aeroponic system*, *Drip system*, *NFT*, *Ebb dan flow system*, *Water Culture system*, *Wick System*. Di antara beberapa teknik tersebut, yang paling sederhana dilakukan dengan teknik model *Wick system*, yakni bisa menggunakan berbagai bahan bekas, seperti botol bekas minuman mineral yang paling sering kita lakukan terutama oleh para pemula.



Gambar 1.2. teknik sederhana, *wick system*

Tanaman yang biasa ditanam secara *hydroponic* untuk skala rumah tangga di antaranya adalah tanaman sayuran daun, seperti : bayam, kangkung, sawi, selada, kailan, pakcoy, seledri serta tanaman sayuran buah, seperti : tomat, cabe, terong, pare, mentimun, dan kacang panjang. Hal ini dilihat dari sisi ekonomis tanaman sayuran daun dan sayuran buah yang lebih cepat dipanen serta kualitasnya lebih baik jika ditanam sendiri untuk kebutuhan pangan keluarga. Selain itu, tanaman buah seperti : melon,

semangka, dan apotek hidup serta tanaman hias lainnya juga bisa dibudidayakan secara *hydroponic*.



Gambar 1.3. tanaman budidaya *hydroponic*

1.2. Permasalahan Mitra

Manajemen dalam pengembangan proses bisnis yang dilakukan oleh pengusaha mikro tanaman *hydroponic* “Siliwangi Indah Hidroponik” dan “Adristy Ponic” masih menggunakan model yang sederhana dan konvensional. Pengembangan pemasaran terbatas pada lokasi atau tempat produksi dan penjualan hasil tanaman *hydroponic*. Keterbatasan tersebut menyebabkan perkembangan jumlah pendapatan mengalami pasang-surut, dengan jumlah produksi tanaman yang dihasilkan tidak begitu banyak.

Pemasaran dan penyampaian informasi tentang tanaman *hydroponic* masih dilakukan dari mulut ke mulut. Selain itu, kekuatan informasi yang disampaikan pun sangat tergantung pada kemampuan orang yang menjelaskan. Dukungan brosur juga masih terkendala, karena perubahan informasi yang cepat menyebabkan apa yang dilihat oleh calon pembeli atau *customers* menjadi tidak *up to date* sehingga justru membingungkan. Umumnya tidak cukup sekali bertanya atau sekali membaca brosur saja, mereka ingin menggali informasi sebanyak-banyaknya terlebih dahulu sebelum memutuskan membeli. Andaikan ada sarana yang dapat dengan mudah diakses kapanpun, dari manapun, dan dapat digunakan sebagai media komunikasi

antara calon pelanggan dengan penjual, maka upaya dan kesempatan mereka untuk mengenal produk lebih lanjut makin mudah dilakukan. Dengan demikian peluang terjadinya transaksi atau bentuk-bentuk kerjasama yang lain makin besar pula.

Upaya meningkatkan dan mengembangkan ketrampilan manajemen dan transaksi proses bisnis terhadap pelaku usaha mikro tanaman *hidroponic* dibutuhkan suatu pelatihan. Pelatihan yang ditujukan untuk mitra tanaman *hydroponic*, dimaksudkan agar dapat memaksimalkan pengelolaan transaksi bisnis serta pengoperasian situs *online* sehingga dapat terus *ter-update* sesuai keinginan pengusaha.

1.3. Target dan Luaran

Diharapkan Target luaran yang didapat dari kegiatan I_bM ini berupa sebuah Situs *Online* untuk Usaha Mikro serta Pelatihan keterampilan manajemen dan proses bisnis untuk pengelolaan usaha yang lebih baik lagi. Secara lengkap akan tersaji situs *online* sebagai berikut :

a). Situs online mitra 1



b). Situs online mitra 2



METODE PENELITIAN

Kegiatan I_bM ini dilakukan melalui beberapa tahapan yang dapat

digunakan untuk mencapai pemecahan masalah yang telah dijabarkan diatas.

Tahap I : Evaluasi Pengembangan Strategi Pemasaran Online

Dalam tahapan ini, kegiatan yang dilakukan adalah mengevaluasi perkembangan pemasaran saat ini dan telah dijadikan sebagai prioritas. Kegiatan pemasaran yang telah dilakukan berdasarkan pemodelan pemasaran tradisional tanpa menggunakan teknologi sama sekali. Pemasaran yang dilakukan mengandalkan lokasi tanam untuk memamerkan hasil tanamannya. Pemesan oleh konsumen dilayani dengan langsung sehingga kemungkinan konsumen terbatas.

Untuk mengatasi hal tersebut akan dilakukan pembuatan situs *online* dan pelatihan / *workshop* keterampilan manajemen dan proses bisnis untuk pengelolaan usaha yang lebih baik lagi.

Tahap II : Pelatihan

Kegiatan pada tahap ini, bertujuan untuk meningkatkan kemampuan dan ketrampilan sumber daya manusia dari mitra tentang, perlunya keterampilan manajemen tentang fungsi, pemisahan tugas dalam kegiatan operasional sehari-hari usaha mikro, tata cara pembuatan desain *web* menggunakan CMS, sehingga mitra dapat membuat ilustrasi produk yang akan dihasilkan. Selain desain *web*, maka akan dilakukan pelatihan dengan memberikan materi berupa Akuntansi (pembukuan sederhana), Manajemen keuangan, Manajemen Pemasaran, serta tentang tata cara pengoperasian dari situs *online* sehingga mitra dapat mengelola sendiri manajemen dan transaksi bisnis dari situs mereka. Untuk meningkatkan jumlah pengunjung situs dalam rangka menjaring konsumen maka akan diberikan tips tentang strategi pemasaran secara *online*. Dengan demikian akan meminimalkan pihak ketiga untuk terlibat dalam proses penjualan.

Tahap III : Monitoring

Kegiatan ini bertujuan untuk memonitoring manajemen transaksi proses bisnis, persediaan dan pemanfaatan aplikasi *web online* sebagai sarana pemasaran, ketepatan dalam pengelolaan keuangan, serta kekinian dari situs dan penggunaan strategi dalam pemasaran dan hubungan dengan pelanggan secara *online* yang dilakukan oleh mitra, setelah adanya pelatihan manajemen operasional, manajemen keuangan, persediaan, pemberian situs *online*, dan pelatihan strategi pemasaran secara *online*.

Dengan adanya pelatihan manajemen keuangan, persediaan, dan pemasaran secara *online* serta strategi pemasaran *online*, manfaat yang dapat diambil oleh pihak usaha mikro mitra yaitu:

1. Keterampilan akuntansi (pembukuan sederhana) dan manajemen keuangan untuk usaha mikro
2. Keterampilan manajemen operasional untuk usaha mikro
3. Pengembangan usaha secara *online* dan diikuti dengan menerapkan strategi pemasaran *online*, akan berdampak kepada model pengembangan pemasaran usaha mikro sehingga dapat menjangkau konsumen dimanapun dia berada.
4. Pemasaran secara *online* oleh usaha mikro mitra akan memperkenalkan atau sebagai ajang promosi secara tidak langsung bagi para pengusaha tanaman hydroponic.
5. Bagi usaha mikro yang belum mengembangkan usahanya secara *online* dapat menitipkan hasil tanam mereka kepada usaha mikro yang menjadi sasaran kegiatan I_bM ini dengan cara ber-*partner* sebagai mitra.
6. Biaya untuk mempromosikan jenis tanaman baru atau media tanam dapat ditekan.
7. Keterampilan manajemen usaha mikro mitra semakin meningkat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan I_bM yang berjudul “Manajemen Dalam Pengembangan Proses Bisnis dan Pemasaran *Online* Pada Usaha Mikro Tanaman “*Hydroponic*”, memberikan luaran, yang berupa ;

1. Pembuatan *website* pemasaran untuk masing – masing mitra, yakni : situs *online* untuk mitra 1, www.siliwangi-indah-hidroponik.com, dan situs *online* untuk mitra 2, <http://www.adristy-ponic.com> .
2. Modul materi dan pelatihan dalam bentuk *workshop* pengelolaan / manajemen dalam proses bisnis dan pemasaran *online* bagi mitra I_bM.
3. Pemberian alat berupa seperangkat *notebook*, *printer* dan modem serta paket data koneksi internet, kepada masing – masing mitra, untuk digunakan dalam peroses pengoperasian dan *maintenance website* pemasaran produk serta pengelolaan transaksi proses bisnis mitra.

SIMPULAN

Penggunaan internet sebagai sarana bisnis sangat berkembang cepat di era informasi. Dengan adanya situs *online* masyarakat dunia akan mengetahui adanya produk-produk usaha mikro tanaman *hydroponic* “Siliwangi Indah Hidroponik” dan “Adristy Ponic”. Diharapkan akan ada pembeli atau wisatawan luar negeri yang tertarik dengan hasil tanaman *hydroponic*.

Penerapan model penjualan secara *online*, selain dapat meningkatkan penjualan dapat digunakan sebagai promosi secara tidak langsung. Dengan demikian, pengusaha mikro tidak membutuhkan pihak ketiga dalam mempromosikan hingga penjualan produk ke konsumen.

Hal itu berdampak pada kesinambungan kebutuhan bahan baku dari masyarakat sekitar akan dapat meningkat yang berimbas dengan peningkatan kesejahteraan taraf hidup masyarakat sekitar.

Hasil dari pelatihan ini, diharapkan pengusaha mikro juga dapat menularkan kemampuan tersebut kepada pemilik usaha mikro lainnya untuk dapat meningkatkan pengetahuan, kemampuan dan ketrampilan.

DAFTAR PUSTAKA

- Edison, E. 2010. *Human Resource Development Pengembangan Sumber Daya Manusia*. Bandung:Alfabeta.
- Female.kompas.com. 2012. *Ingin Berbisnis Online Baca ini*. <http://female.kompas.com/read/2012/09/17/17075599/Ingin.Berbisnis.Online.Baca.ini>, diakses pada 5 juli 2014
- Madura, Jeff. 2007. *Introduction to Business*. Jakarta: Salemba Empat.
- X. He dan L. Zhang, “E-Commerce Strategy for SMEs,” vol. 10, 2010.