



Pemanfaatan Media Sosial Untuk Pemasaran Hasil Urban Farming Pada Kelompok Tani Wanita

Desti Fitriani Rahmawati¹, Alifa Huaida², Aneu Octaviani³, Ulfa Siti Maspupa⁴

Universitas Siliwangi

Email: fitriyanir34@gmail.com

Received: 06 April 2022;

Revised: 19 April 2022;

Published: 25 April 2022

ABSTRACT

Social media is one of the most developed concepts in information technology. Social media provides many benefits and advantages compared with the conventional concept of spending. For instance, all information the consumer wants can be more detailed, quickly without time and space, and transaction processes can be much easier. The empowerment of people through Tasikmalaya city's urban programs is one of those efforts to address poverty and improve urban agricultural systems so that agricultural production can continue to be improved despite minimal land conditions. This research aimed to make it easier for farmers to market urban crops. The Mawar bodas farm group on its market has already begun to recognize digital market methods or to use social media to sell their wares. The technique used in this study is to use research methods with the kind of quantitative research with a descriptive approach data collection techniques through questionnaire, field documentation, and observation. Based on results obtained in the study, members of KWT rose bodas learned about social media use, and group members took the initiative to sell harvest on social media and in person. Because of being on social media, it is possible to capitalize on members' time. The success of marketing results from urban productivity can be seen from how enthusiastic, and consistent the people are in developing their skills after social media programs are implemented in order to increase farm group income with economic empowerment activities through marketing from urban integration in social media.

Keywords: social media, urban sprawl, economics.

ABSTRAK

Media sosial merupakan salah satu konsep yang cukup berkembang dalam bidang teknologi informasi. Media sosial memberikan banyak kemudahan dan kelebihan jika dibandingkan dengan konsep belanja yang konvensional, diantaranya semua informasi yang diinginkan konsumen dapat diakses lebih detail, cepat tanpa dibatasi tempat dan waktu, dan proses transaksi pun bisa dilakukan menjadi jauh lebih mudah. Pemberdayaan masyarakat melalui program urban farming yang ada di Kota Tasikmalaya merupakan salah satu upaya untuk mengatasi kemiskinan serta meningkatkan sistem pertanian perkotaan, agar hasil produksi pertanian dapat terus ditingkatkan walaupun dengan kondisi lahan yang sangat terbatas. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk memudahkan warga tani dalam memasarkan hasil panen urban farming. Kelompok Tani mawar bodas dalam proses pemasarannya sudah mulai mengenal metode pasar digital atau memanfaatkan media sosial untuk berjualan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode penelitian dengan jenis penelitian kuantitatif dengan menggunakan pendekatan secara deskriptif. Teknik pengumpulan data melalui angket (kuisisioner), dokumentasi dan observasi di lapangan. Dari hasil yang diperoleh dalam penelitian ini yaitu anggota KWT Mawar Bodas mengetahui tentang pemanfaatan media sosial, anggota kelompok juga berinisiatif untuk menjual hasil panen melalui media sosial dan juga secara langsung. Karena dengan adanya penjualannya melalui media sosial dapat menghemat waktu para anggota. Proses keberhasilan pemasaran hasil dari urban farming ini dapat dilihat dari seberapa besar antusias masyarakat dan konsisten dalam mengembangkan keterampilannya setelah adanya program pemanfaatan media sosial untuk meningkatkan pendapatan Kelompok Tani dengan kegiatan pemberdayaan ekonomi melalui pemasaran hasil dari urban farming di media sosial.

Kata kunci: Media Sosial, Urban Farming, Ekonomi.

PENDAHULUAN

Dikarenakan tingginya harga jual sayuran. Sedangkan di Indonesia sendiri, Urban farming pertama kali di cetuskan atau diciptakan oleh Bapak Gubernur Jawa Barat yaitu Ridwan Kamil sebagai gerakan kesadaran masyarakat terhadap kurangnya ruangan terbuka atau lahan terbuka untuk menanam dalam skala besar. Dikarenakan di daerah perkotaan sudah banyak lahan-lahan dan bahkan pesawahan dijadikan perumahan atau membangun gedung-gedung tinggi, sehingga berkurangnya lahan pertanian atau Urban Farming adalah sebuah langkah atau gerakan untuk tetap berkebun atau bertani meskipun di daerah perkotaan atau tidak mempunyai lahan luas. Urban farming pertama kali diselenggarakan di Amerika Serikat sebagai penanganan terhadap situasi ekonomi pada saat perang dunia penghijauan.

Di Kota Tasikmalaya yang khususnya di Kelompok Wanita Tani Mawar Bodas Kelurahan Kahuripan ini menerapkan Urban farming sebagai langkah penghijauan dan wadah bagi masyarakat khususnya kelompok Wanita Tani Mawar Bodas untuk bisa berinovasi dan menggali potensi mereka supaya lebih berdaya dan berpengetahuan.

Media sosial adalah sebuah media daring yang digunakan satu sama lain yang para penggunanya bias dengan mudah berpartisipasi, berinteraksi, berbagi dan menciptakan isi blog, jejaring sosial, forum dan dunia virtual tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu. Pemanfaatan media sosial sebagai wadah untuk pengembangan dan berinovasi baik dalam pendidikan maupun dalam pemasaran yang berganti menjadi lebih konvensional. Dengan pemanfaatan media ini mempermudah masyarakat untuk lebih praktis, fleksibel dan tidak dibatasi oleh ruang dan waktu.

Pemasaran adalah sebuah strategi bisnis yang mengacu pada aktivitas yang dilakukan perusahaan untuk mempromosikan penjualan suatu produk, yang mencakup periklanan, penjualan, dan pengiriman produk kepada konsumen atau bisnis lain.

Evaluasi program menurut Cronbach dan Stufflebeam adalah upaya menyediakan informasi untuk disampaikan kepada pengambil keputusan dan menegaskan bahwa meskipun evaluator menyediakan informasi, evaluator bukanlah pengambil keputusan tentang suatu program. (Cronbach, 1982). Evaluasi program adalah pengumpulan informasi yang sistematis mengenai kegiatan, karakteristik, dan hasil dari program untuk membuat penilaian mengenai program, meningkatkan efektifitas program, dan menginformasikan keputusan mengenai pembangunan program di masa depan. Dari

beberapa definisi para ahli dapat disimpulkan bahwa evaluasi program adalah serangkaian kegiatan yang dilaksanakan secara sistematis dalam upaya untuk mengetahui keberhasilan dan keterlaksanaan suatu program yang biasanya dilakukan untuk kepentingan pengambilan keputusan dalam rangka menentukan kebijakan selanjutnya.

Dalam penelitian ini kami akan berfokus pada permasalahan yang terjadi di Kelompok Wanita Tani Mawar Bodas yaitu kurangnya pengetahuan tentang memanfaatkan media untuk pemasaran hasil urban farming. Kelompok Wanita Tani Mawar Bodas ini sudah berjalan dengan baik dan sudah memasarkan hasil tani nya, namun belum maksimal dikarenakan pada zaman sekarang ini hampir semua orang menggunakan media social untuk belajar hingga berbelanja tetapi Kelompok Wanita Tani Mawar bodas ini belum memanfaatkannya.

Untuk mengatasi persoalan tersebut dibutuhkan model pengembangan pemberdayaan masyarakat yang mencoba mengintegrasikan dari program yang direncanakan. Pengintegrasian dapat dilakukan dalam program salah satunya yaitu *life skill* atau program kecakapan hidup sehingga akan menghasilkan output yang diharapkan dan sesuai dengan permasalahan.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan jumlah responden 15 orang. Sehingga penelitian ini menekankan pada sistematis terhadap bagian dan fenomena serta kualitas hubungannya. Dalam metode ini para peneliti dan ahli statistik menggunakan kerangka kerja matematika dan teori yang bersangkutan dengan kuantitas yang dipertanyakan. Berdasarkan dari hasil observasi di lapangan, sejalan dengan penelitian terdahulu maka kami simpulkan untuk menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan asumsi normalitas yang menggunakan metode kurva normal (histogram).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Kelompok wanita tani (KWT) Mawar Bodas yang berada di Jl. Sukanagara Rt 002 Rw 015 Kel. Kahuripan Kec. Tawang Kota Tasikmalaya . Kelurahan Kahuripan yang berada di Kecamatan Tawang memiliki luas wilayah paling kecil diantara Kecamatan yang ada di Tasikmalaya yaitu dengan luas wilayah 7,07km² atau 3,85%

dari luas Kota Tasikmalaya. Dan memiliki jumlah penduduk sebanyak 64.099 atau 9,89% dan jumlah kepadatan penduduk 9.066 orang/km².

Kelompok Wanita Tani (KWT) Mawar Bodas merupakan salah satu organisasi tani yang berada di daerah kahuripan, Kecamatan Tawang Kota Tasikmalaya, yang beranggotakan 20 Orang. Struktur kelembagaannya terdiri dari Ketua, Sekretaris, Bendahara dan Anggota. Pengolahan pertanian dari budidaya panen dan pascapanen masih belum berjalan secara optimal. Namun para anggota KWT Mawar Bodas tetap berfokus pada komoditas tanaman semusim diantaranya kangkung, bayam, cabai, selada dan rempah-rempah lainnya.

Para anggota KWT Mawar Bodas juga berfokus pada penanganan hasil dari pasca panen yaitu dengan menjual hasil dari panen melalui P4s, dan Pasar kaget dengan kegiatan para anggota yang berjualan langsung di tempat Pasar tersebut setiap hari Kamis. Dengan adanya pemanfaatan media sosial anggota KWT Mawar Bodas dapat membagi waktu antara menjual produk secara langsung (Pasar kaget) atau melalui media sosial.

Temuan pada penelitian ini sesuai dengan hasil yang kami peroleh dari observasi, wawancara, interview maupun dokumentasi, maka peneliti akan menguraikan dan menyelaraskan dengan teori yang sudah ada maupun membuat teori baru berdasarkan teknik analisa data penelitian dengan menggunakan penelitian kuantitatif.

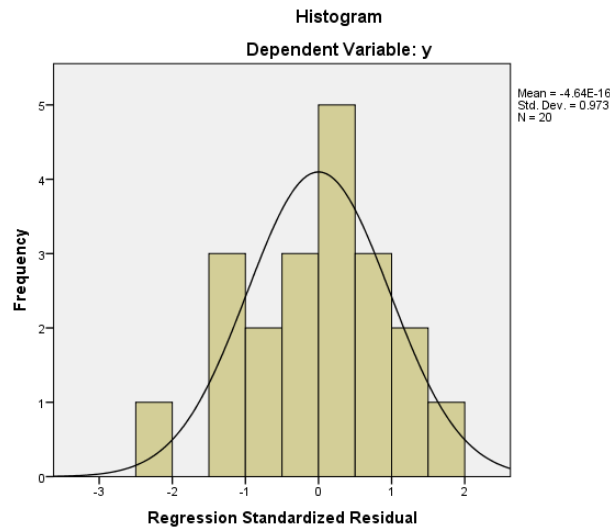
1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Hasil dari temuan yang kami peroleh selanjutnya kami melakukan Uji Validitas dan Uji Reliabilitas dengan jumlah responden 15 orang melalui sistem SPSS yang dimana hasil dari Uji Validitas dan Uji Reliabilitas yaitu pada X (Manfaat Media Sosial) dikatakan valid dikarenakan hasil perhitungan X total sejumlah 0.784 dimana angka tersebut terhitung lebih besar dari nilai r (0.514). Secara garis besar hasil dari uji Validitas dan Uji Reliabilitas bisa dikatakan valid karena dari 5 indikator pada manfaat media sosial 4 terhitung valid atau lebih dari nilai t (0.514).

Untuk Uji Validitas dan Reliabilitas pada pemasaran hasil urban farming (y) tidak perlu di uji Validitas maupun ujia Realibilitas diikarenakan nominal atau hasilnya sudah tetnu atau sudah pasti yaitu pemasaran dari proses penanaman urban farming tentunya membuahkan hasil.

a) Histogram

Uji Asumsi Klasik (asumsi normalitas) menggunakan metode kurva normal (histogram) yaitu

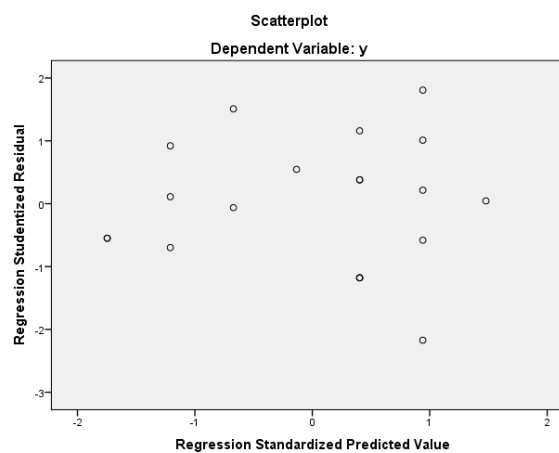


Gambar 1. Histogram Uji Asumsi Normalitas

Dikatakan Normal jika Kurva atau garis yang melengkung mengikuti dengan kurva. Pada gambar histogram tersebut termasuk kedalam normal dikarenakan kurva yang terbentuk cenderung membentuk pola simetris mengikuti garis lengkung jadi sesuai antara naik atau turunnya.

b) Heteroskedastisitas

Uji Asumsi Heteroskedastisitas dengan menggunakan metode scatter plot yaitu.



Gambar 2. Uji Asumsi Heteroskedastisitas

Dinyatakan menyebar secara normal yaitu jika titik-titik residual menyebar secara acak tidak mengumpul seperti pada gambar.

c) Uji Hipotesis Regresi Linier Sederhana

Tabel 1. Uji Hipotesis Regresi Linier Sederhana

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	20.763	2.585		8.033	.000
x	-.217	.163	-.299	-1.329	.200

a. Dependent Variable: y

Hasil menunjukkan nilai t pada variabel manfaat media sosial berniali -1.329, sedangkan nilai probabilitas sebesar 0.200. Hal ini menunjukkan bahwa nilai probabilitas < dari alpha (0,05) berarti manfaat media sosial tidak berpengaruh terhadap pemasaran hasil dari urban farming.

Tabel 2. Model Summary

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.299 ^a	.089	.039	1.322

a. Predictors: (Constant), x

b. Dependent Variable: y

Nilai korelasi berganda (R) sebesar 0.299. menunjukkan hubungan yang Lemah antara Variabel Manfaat Media Sosial dengan proses pemasaran Hasil Urban Farming.

Nilai R Square sebesar 0.039 (39%). Artinya kontribusi variabel manfaat media sosial (X) terhadap pemasaran hasil urban farming (Y) sebesar 39%. Untuk sisanya yaitu kontribusi dari variabel lain yang tidak termasuk kepada X dan Y.

Berdasarkan dari hasil SPSS yang sudah dijelaskan maka manfaat dari adanya Penggunaan Media Sosial Tidak terlalu berpengaruh terhadap proses pemasaran dari hasil pertanian Urban Farming.

Pembahasan

Kelompok Wanita Tani Mawar Bodas dalam proses pemasarannya sudah mulai mengenalkan metode pasar digital atau memanfaatkan media sosial untuk berdagang bukan hanya berjualan secara langsung yang biasanya kelompok Wanita Tani lakukan. Dimana menurut B.K. Lewis (2010) media sosial adalah label bagi teknologi yang memungkinkan orang untuk berhubungan, berinteraksi, memproduksi, dan berbagi isi pesan. Bukan hanya sekedar untuk bertukar pesan atau bertukar kabar tetapi juga bisa dipergunakan atau dimanfaatkan untuk berjualan.

Berdasarkan pedoman penelitian dimana sebelum melakukan uji hipotesis sederhana atau sebelum melakukan pengujian yang sebenarnya harus dilakukan uji validitas dan reliabilitas terlebih dahulu untuk melihat apakah data yang dihasilkan valid atau tidak dimana hasil uji validitas tersebut yaitu menunjukkan bahwa sebagian besar hasil dari Indikator yang berjumlah 5 indikator dalam pemanfaatan media sosial valid, dan hanya ada satu indikator yang tidak valid yaitu indikator x3 dimana totalnya kurang dari nilai r hitung ($-0.041 < 0.514$).

Dengan Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas dinyatakan valid, selanjutnya peneliti melakukan uji asumsi klasik berupa Histogram dalam hasil Uji Asumsi Klasik Histogram tersebut pada *Gambar 1* terlihat bahwa garis yang melengkung mengikuti dengan kurva. Dimana bisa dikatakan normal jika garis melengkung yang ada pada gambar mengikuti kurva atau tidak jauh dari kurva lengkungannya. Pada gambar tersebut bisa dikatakan normal dikarenakan garisnya yang mengikuti kurva atau sejalan dengan tingkatan kurva. Sedangkan pada *Gambar 2* yaitu hasil uji asumsi heteroskedastisitas dengan menggunakan metode scatter plot dikatakan normal dikarenakan titik-titik residual yang ada pada gambar 2 menyebar secara acak tidak mengumpul pada satu titik.

Selanjutnya penulis melakukan uji hipotesis untuk melihat nilai t pada variabel manfaat media sosial bernilai -1.329 , sedangkan untuk nilai probabilitas sebesar 0.200 . Dengan begitu nilai probabilitas $>$ dari α (0.05). Bisa disimpulkan bahwa dengan memanfaatkan media sosial dalam proses pemasarannya sangat berpengaruh.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai Pemanfaatan media sosial untuk pemasaran hasil urban farming yang dilaksanakan di Kelompok Wanita Tani Mawar Bodas, Kelurahan Kahuripan, Kecamatan Tawang, Kota Tasikmalaya. Kelompok Wanita Tani Mawar Bodas termasuk masyarakat yang dapat memanfaatkan pekarangan rumah dengan menggunakan teknik urban farming. Hasil dari penanaman melalui urban farming ini, KWT Mawar Bodas menjual hasilnya secara langsung yang diadakan pada hari Kamis yang dikenal oleh masyarakat setempat dengan sebutan “pasar kaget”.

Setelah KWT Mawar Bodas mengetahui tentang pemanfaatan media sosial, anggota kelompok berinisiatif untuk menjual hasil panen secara online dan secara langsung. Dengan adanya penjualan secara online bukan hanya penghasilannya saja yang meningkat tetapi juga mengefesienkan waktu para anggota sehingga lebih banyak waktu untuk melakukan aktivitas lain. Dalam penjualan hasil urban farming juga dapat dilakukan setiap hari

DAFTAR PUSTAKA

- Andres Kaplan & Michael Haenlein, 2010. *User Of The World, Unite! The Challenges and Opportunities Of Social Media, Business Horizons*.
- Cronbach, L.J. 1982. *Designing evaluation of educational and social programs*. San Francisco, CA: Jossey-Bass.
- Cross, Michael. 2013. *Social Media Security, 1st Edition: Leveraging Social Networking While Mitigating Risk*. Syngress.
- Gumilar, G. (2015). Pemanfaatan Instagram Sebagai Sarana Promosi Oleh Pengelola Industri Kreatif Fashion di Kota Bandung. *Jurnal Ilmu Politik Dan Komunikasi*, V(2), 77–84.
- Lewis, B. K. (2010). *Social Media and Strategic Communication: Attitudes and Perceptions among College Students*. *Public Relations Journal*.
- Stufflebeam, D.L. 1997. *Educational evaluation and decisionmaking*. Itaca, IL: Peacock.