

Pemberdayaan UMKM Melalui Pelatihan Budidaya dan Pemasaran Tanaman Hias: Menuju Ekonomi Lokal yang Berkelanjutan

A Rohendi¹

Universitas Adhirajasa Reswara Sanjaya, arohendi@ars.ac.id

Rinawati²

Universitas Adhirajasa Reswara Sanjaya, raigim@gmail.com

Nining Handayani³

Universitas Adhirajasa Reswara Sanjaya, nininghandayani32@gmail.com

Tresna Budiarti⁴

Universitas Adhirajasa Reswara Sanjaya, tresnabudiarti@ars.ac.id

Putie Nadya Pratiwi⁵

Universitas Adhirajasa Reswara Sanjaya, putienadya1904@gmail.com

Abstrak

Pemberdayaan UMKM melalui pelatihan budidaya dan pemasaran tanaman hias merupakan strategi penting dalam meningkatkan ekonomi lokal yang berkelanjutan. Program ini bertujuan untuk membangun kapasitas masyarakat dengan mendorong, memotivasi, dan meningkatkan kesadaran akan potensi lokal, khususnya dalam bidang tanaman hias yang memiliki nilai ekonomi tinggi. Tanaman hias dipilih karena fungsinya yang luas sebagai dekorasi dalam dan luar ruangan, serta kontribusinya terhadap sektor hortikultura yang mencapai 5,7% dari PDB. Program ini dilaksanakan di Desa Cihideung, Kabupaten Bandung Barat, yang dikenal sebagai sentra agribisnis tanaman hias. Melalui pelatihan yang terfokus pada teknik budidaya dan strategi pemasaran digital, peserta diharapkan mampu meningkatkan kualitas produk dan memperluas pangsa pasar, yang pada akhirnya berdampak positif pada pendapatan dan kesejahteraan ekonomi lokal. Metode yang digunakan meliputi penyuluhan, pendampingan, dan monitoring untuk menciptakan ekosistem bisnis yang berkelanjutan. Hasil pelatihan menunjukkan peningkatan keterampilan teknis dalam budidaya dan pemasaran, namun juga mengungkapkan tantangan yang dihadapi peserta, seperti keterbatasan akses teknologi dan modal. Dengan dukungan pemerintah dan lembaga lokal, program ini berpotensi menjadi model pemberdayaan yang efektif dalam memperkuat ekonomi lokal dan meningkatkan daya saing UMKM di pasar nasional dan internasional.

Kata kunci: Pemberdayaan UMKM, Pelatihan Budidaya, Pemasaran Tanaman Hias, Ekonomi Lokal, Berkelanjutan.

Abstract

Empowering SMEs through training in ornamental plant cultivation and marketing is a crucial strategy for enhancing sustainable local economies. This program aims to build community capacity by encouraging, motivating, and raising awareness of local potential, particularly in ornamental plants, which hold significant economic value. Ornamental plants were chosen for their extensive use in indoor and outdoor decoration, and their contribution to the horticulture sector, which accounts for 5.7% of the national GDP. The program was implemented in Cihideung Village, West Bandung Regency, known as a center for the

ornamental plant agribusiness. Through training focused on cultivation techniques and digital marketing strategies, participants are expected to improve product quality and expand market share, ultimately leading to a positive impact on income and local economic welfare. The methods used include education, mentoring, and monitoring to create a sustainable business ecosystem. The training results showed significant improvement in technical skills in cultivation and marketing but also revealed challenges faced by participants, such as limited access to technology and capital. With support from the government and local institutions, this program has the potential to become an effective empowerment model for strengthening local economies and enhancing the competitiveness of SMEs in national and international markets.

Keywords: *SME Empowerment, Cultivation Training, Ornamental Plant Marketing, Local Economy, Sustainability.*

Pendahuluan

Pemberdayaan UMKM melalui pelatihan budidaya dan pemasaran tanaman hias merupakan strategi penting untuk meningkatkan ekonomi lokal yang berkelanjutan. Pemberdayaan adalah upaya untuk membangun daya masyarakat dengan mendorong, memotivasi dan membangkitkan kesadaran akan potensi serta berupaya untuk mengembangkan (Adman, 2014). Tanaman hias adalah pilihan ideal untuk dekorasi, baik di dalam ruangan maupun di luar ruangan. Terdapat beragam jenis tanaman hias, mulai dari tanaman berbunga hingga tanaman dengan bentuk yang unik. Setiap jenis tanaman hias memiliki keindahan tersendiri yang dapat digunakan untuk mempercantik berbagai ruang. Tanaman hias juga dapat digunakan untuk mengisi ruang kosong atau mempercantik halaman rumah, taman, ruang tamu, dan area lainnya. Dalam perekonomian, sektor hortikultura berkontribusi terhadap 5,7% dari total produk domestik bruto (PDB) (Tarno 2021).

Tanaman Hias Cihideung, Kabupaten Bandung Barat, menjadi tempat melaksanakan program pengabdian masyarakat yang bertujuan meningkatkan kompetensi dan ekonomi warga melalui pemberdayaan ekosistem bisnis tanaman hias. Kesuksesan suatu usaha dapat diukur dari seberapa besar pangsa pasar yang berhasil dimilikinya. Semakin luas upaya pemasaran yang dilakukan, maka semakin besar peluang untuk mendapatkan keuntungan yang lebih banyak dan meningkatkan permintaan dari konsumen (Septian et al., 2021).

Secara keseluruhan, terdapat tiga peran penting UMKM dalam kehidupan masyarakat kecil: (1) Sebagai alat untuk mengentaskan kemiskinan. Hal ini disebabkan oleh tingginya angka penyerapan tenaga kerja yang dilakukan oleh UMKM. (2) Sebagai sarana untuk meratakan perekonomian masyarakat kecil. UMKM tersebar di berbagai lokasi, termasuk di daerah terpencil, sehingga membantu mengurangi kesenjangan ekonomi antara yang kaya dan yang miskin. Keberadaan UMKM di seluruh provinsi di Indonesia memungkinkan masyarakat untuk tidak harus pindah ke kota demi mencari penghidupan yang layak. (3) Sebagai sumber devisa bagi negara. Pasar UMKM Indonesia kini tidak hanya meliputi skala nasional, tetapi juga sudah merambah ke pasar internasional (Budiarti *at al.* 2023).

Metode yang digunakan adalah penyuluhan, monitoring dan pendampingan dalam terbentuknya ekosistem bisnis tanaman hias yang dapat menata kota secara

berkelanjutan. Pendampingan yang dilakukan harus berupa model pendampingan yang berkelanjutan, sehingga usaha yang dijalankan akan memiliki ketahanan dan ada keberlanjutan bisnis (Radyanto & Prihastono, 2020). Desa Cihideung dikenal sebagai sentra agribisnis tanaman hias di Kabupaten Bandung Barat, dengan sekitar 85% penduduknya membangun green house dan menanam berbagai jenis tanaman hias seperti Bonsai, Palm, Anturium, dan lain-lain. Perkembangan ini tidak terlepas dari program Sekolah Masyarakat yang menyeluruh, berdaya saing, berbasis kerakyatan, berkelanjutan, dan terdesentralisasi yang digerakan oleh masyarakat serta di fasilitasi oleh pemerintah. Namun, masih banyak penduduk setempat yang sulit mendapatkan pekerjaan dan tidak memiliki keterampilan yang memadai dalam budidaya dan pemasaran tanaman hias.

Pusat Pelatihan Pertanian dan Pedesaan Swadaya –Astuti Lestari, mencatat bahwa sejak pandemi covid berakhir (pertengahan 2022) para petani tanam hias Cihideung mengalami penurunan tingkat penjualan, penyebabnya adalah selain karena menghadapi berbagai tantangan dalam memasarkan produk mereka, keterbatasan modal, kurangnya akses terhadap teknologi, dan minimnya pengetahuan serta keterampilan dalam digital marketing (Fikri et al., 2024). Hal ini menunjukkan bahwa UMKM tanaman hias perlu meningkatkan keterampilan pemasaran dan promosi untuk tetap berkompetitif. Oleh karena itu, program pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kompetensi dan ekonomi warga Desa Cihideung melalui pelatihan budidaya dan pemasaran tanaman hias. Seseorang yang mampu menghadapi tantangan di tempat kerja akan meningkatkan kinerja dalam berusaha (Chen & Pan, 2019). Kami berharap bahwa program ini akan terus berkembang dan memberikan manfaat yang lebih besar bagi masyarakat setempat.

Ibu Astuti mengakui bahwa komunitas yang dipimpinnya masih mengalami kesulitan dalam beradaptasi dengan digital marketing, sehingga pemasaran tanaman hiasnya masih terbatas. Namun, ia menyadari bahwa Pemberdayaan UMKM Melalui Pelatihan Budidaya dan Pemasaran Tanaman Hias menawarkan keunggulan.

Metode

Kegiatan PkM ini bertujuan untuk Pemberdayaan UMKM Melalui Pelatihan Budidaya dan Pemasaran Tanaman Hias: Menuju Ekonomi Lokal yang Berkelanjutan di bidang tanaman hias di Desa Cihideung. Dukungan yang diberikan mencakup pelatihan dan pendampingan terkait pengelolaan usaha. Metode Pendampingan atau Coaching adalah salah satu pendekatan yang efektif dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat, terutama dalam membantu UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) seperti UMKM Tanaman Hias untuk menerapkan teknik atau strategi yang telah diajarkan.

Coaching adalah usaha meningkatkan kemampuan individu untuk menetapkan dan mencapai tujuan, meningkatkan hubungan interpersonal, menangani konflik ataupun meningkatkan kinerjanya. Coaching. (pelatihan/pembinaan) merupakan solusi pendekatan individual, termasuk pembinaan dan pelatihan, fokus pada keterampilan, pengetahuan, dan kemampuan anggota organisasi (Fitriany, 2019 dan Kosmaya, 2012). Berikut adalah tahapan-tahapan yang umumnya dilakukan dalam metode ini:



Gambar 1. Metode Penelitian

1. Perencanaan Pendampingan

- 1) **Identifikasi Kebutuhan:** Tim pengabdian bersama UMKM melakukan analisis untuk mengidentifikasi area-area yang membutuhkan pendampingan, seperti manajemen bisnis, teknik budidaya, atau strategi pemasaran.
- 2) **Penyusunan Rencana:** Berdasarkan hasil identifikasi, disusun rencana pendampingan yang mencakup tujuan, metode yang akan digunakan, durasi pendampingan, dan indikator keberhasilan.

2. Pelaksanaan Pendampingan

- 1) **Kegiatan Awal:** Tim pengabdian memulai dengan memberikan bimbingan langsung, seperti pelatihan lanjutan atau pengarahan khusus mengenai teknik atau strategi yang akan diterapkan.
- 2) **Penerapan Teknik/Strategi:** UMKM mulai menerapkan teknik atau strategi yang telah diajarkan dengan pengawasan dan dukungan langsung dari tim pengabdian. Tim memantau proses ini secara berkala untuk memastikan bahwa UMKM memahami dan menerapkan pengetahuan yang diberikan dengan benar.

3. Monitoring dan Evaluasi

- 1) **Pemantauan Berkala:** Tim pengabdian melakukan kunjungan berkala atau komunikasi rutin untuk memantau perkembangan UMKM. Pemantauan ini meliputi evaluasi penerapan teknik atau strategi serta identifikasi tantangan yang dihadapi UMKM.
- 2) **Evaluasi Proses:** Berdasarkan hasil pemantauan, tim melakukan evaluasi terhadap kemajuan UMKM. Jika ada kesulitan atau kendala, tim memberikan solusi atau penyesuaian pada metode yang digunakan.
- 3) **Penyesuaian Pendampingan:** Jika diperlukan, tim melakukan penyesuaian terhadap rencana pendampingan untuk lebih sesuai dengan kondisi nyata di lapangan.

4. Pelatihan Lanjutan dan Penutup

- 1) **Pelatihan Tambahan:** Jika selama proses pendampingan ditemukan bahwa UMKM membutuhkan keterampilan tambahan, tim pengabdian dapat memberikan pelatihan lanjutan.
- 2) **Penutupan dan Tinjauan Akhir:** Setelah pendampingan dianggap selesai, tim melakukan tinjauan akhir bersama UMKM untuk mengevaluasi keseluruhan proses dan pencapaian tujuan yang telah ditetapkan.
- 3) **Penyerahan Laporan:** Tim pengabdian biasanya menyusun laporan akhir mengenai proses dan hasil pendampingan, yang juga bisa menjadi panduan bagi UMKM untuk masa depan.

5. Follow-up

- 1) **Dukungan Pasca-Pendampingan:** Meskipun tahap pendampingan formal telah selesai, tim pengabdian sering kali tetap menyediakan dukungan konsultasi atau bantuan tambahan jika UMKM menghadapi masalah di masa mendatang.

Hasil dan Pembahasan

Tabel 1. Waktu Pelaksanaan dan Materi Pelatihan

Waktu Pelaksanaan	Materi	Isi Materi
Kamis, 16 Mei 2024	Persiapan	<ol style="list-style-type: none">1. Identifikasi PesertaMenyeleksi UMKM di bidang tanaman hias di Cihideung, Kabupaten Bandung Barat.2. Penyediaan PeralatanMenyediakan peralatan fotografi dasar seperti kamera, tripod, dan peralatan pencahayaan sederhana.3. Lokasi PelatihanMenentukan lokasi yang nyaman dan sesuai untuk pelatihan, seperti balai desa atau ruang komunitas.
	Pelaksanaan Pelatihan	<p>Sesi Teori</p> <ol style="list-style-type: none">1. Manajemen Usaha2. Teknik Budidaya3. Pemasaran dan Penjualan4. Inovasi Produk5. Pengelolaan Operasional6. Digitalisasi dan Teknologi7. Legalitas dan Perijinan
Jum'at, 17 Mei 2024	Sesi Praktik	<ol style="list-style-type: none">1. Penanaman dan Potting2. Perawatan Tanaman3. Pengendalian Hama dan Penyakit4. Branding dan Packaging5. Pemasaran dan Penjualan6. Pengelolaan Persediaan7. Penggunaan Teknologi8. Logistik dan Distribusi



Gambar 2. Foto Pelaksanaan Kegiatan

1. Tingkat Pemahaman Peserta

Untuk mengukur tingkat pemahaman peserta pelatihan, dilakukan Pre-Test sebelum pelatihan dimulai dan Post-Test setelah pelatihan berakhir. Pre-Test dilakukan kepada peserta untuk mengetahui sejauh mana mereka memiliki pengetahuan dan keterampilan dalam fotografi sebelum pelatihan dimulai (Effendy, 2016). Langkah ini penting untuk mengidentifikasi area yang memerlukan perhatian lebih selama pelatihan. Dengan memahami tingkat pemahaman awal peserta, tim PKM dapat menyesuaikan materi pelatihan agar sesuai dengan kebutuhan mereka, memastikan bahwa pelatihan menjadi lebih efektif dan relevan bagi peserta (Effendy, 2016).

2. Penguatan Kapasitas UMKM Melalui Pelatihan Budidaya Tanaman Hias

Pelatihan budidaya tanaman hias yang diberikan kepada UMKM dalam program ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan teknis peserta dalam memelihara, mengembangkan, dan memperbanyak jenis tanaman hias yang memiliki nilai jual tinggi. Hasil pelatihan menunjukkan peningkatan signifikan dalam pengetahuan peserta tentang teknik budidaya, seperti cara penyemaian, pemupukan, pengendalian hama, dan pemangkasan. Peserta yang sebelumnya hanya memiliki pengetahuan dasar kini mampu menerapkan teknik budidaya yang lebih efisien dan efektif, yang diharapkan dapat meningkatkan produksi dan kualitas tanaman hias yang dihasilkan (Effendy 2016).

3. Peningkatan Kesadaran Lingkungan Melalui Budidaya Tanaman Hias

Selain peningkatan kapasitas produksi, pelatihan ini juga menekankan pentingnya keberlanjutan lingkungan dalam proses budidaya tanaman hias. Peserta diajarkan untuk menggunakan pupuk organik dan pestisida nabati yang ramah lingkungan. Kesadaran akan pentingnya menjaga kelestarian lingkungan meningkat setelah pelatihan, dan sebagian besar peserta mulai mengadopsi praktik-praktik ramah lingkungan dalam usaha budidaya mereka. Hal ini sejalan dengan tujuan untuk menciptakan ekonomi lokal yang berkelanjutan (Effendy 2016).

4. Strategi Pemasaran yang Efektif untuk UMKM Tanaman Hias

Pelatihan juga mencakup aspek pemasaran, di mana peserta diajarkan tentang

strategi pemasaran modern yang memanfaatkan teknologi digital, seperti media sosial dan platform e-commerce. Sebelum pelatihan, banyak peserta yang hanya bergantung pada penjualan langsung di pasar lokal. Setelah pelatihan, mereka mulai mengembangkan strategi pemasaran yang lebih luas dan terstruktur, termasuk pembuatan akun media sosial dan toko online untuk memperluas jangkauan pasar (Effendy 2016).

5. Dampak Pelatihan terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM

Setelah implementasi pelatihan, terdapat peningkatan pendapatan rata-rata UMKM yang mengikuti program ini. Peningkatan ini disebabkan oleh meningkatnya kualitas produk dan cakupan pasar yang lebih luas. Beberapa peserta melaporkan adanya peningkatan penjualan hingga 50% setelah menerapkan strategi pemasaran yang diajarkan selama pelatihan. Dampak ini menunjukkan bahwa pelatihan yang diberikan efektif dalam memberdayakan UMKM dan meningkatkan kesejahteraan ekonomi peserta (Effendy 2016).

6. Tantangan dalam Penerapan Ilmu Budidaya dan Pemasaran

Meskipun pelatihan memberikan banyak manfaat, terdapat beberapa tantangan yang dihadapi peserta dalam menerapkan ilmu yang telah dipelajari. Beberapa UMKM menghadapi kendala dalam mengadopsi teknologi digital karena keterbatasan akses internet dan kurangnya pengetahuan teknologi. Selain itu, beberapa peserta masih kesulitan dalam mengakses pasar yang lebih luas, terutama karena keterbatasan modal untuk produksi skala besar (Effendy 2016).

7. Kolaborasi dengan Pemerintah dan Lembaga Lokal

Program pelatihan ini juga melibatkan kolaborasi dengan pemerintah daerah dan lembaga lokal untuk mendukung keberlanjutan UMKM. Pemerintah daerah memberikan dukungan dalam bentuk pelatihan lanjutan dan bantuan modal, sementara lembaga lokal seperti koperasi membantu dalam aspek pemasaran dan distribusi produk. Kolaborasi ini penting untuk memastikan keberlanjutan usaha UMKM dan membantu mereka mengatasi berbagai tantangan yang dihadapi (Effendy 2016).

8. Peran Pelatihan dalam Meningkatkan Keberlanjutan Ekonomi Lokal

Program pelatihan ini tidak hanya berdampak pada peningkatan kapasitas individu UMKM, tetapi juga berkontribusi pada penguatan ekonomi lokal secara keseluruhan. Dengan meningkatnya produksi dan penjualan tanaman hias, terdapat efek domino yang menguntungkan bagi ekonomi lokal, termasuk penciptaan lapangan kerja baru dan peningkatan daya beli masyarakat setempat. Keberlanjutan ekonomi lokal ini menjadi salah satu indikator keberhasilan program pemberdayaan ini (Effendy 2016).

9. Evaluasi dan Umpan Balik Peserta

Evaluasi program dilakukan melalui survei dan wawancara dengan peserta untuk menilai efektivitas pelatihan. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa sebagian besar

peserta merasa puas dengan materi yang disampaikan dan menganggap pelatihan ini sangat bermanfaat untuk pengembangan usaha mereka. Namun, beberapa peserta juga memberikan masukan terkait perlunya peningkatan dalam durasi pelatihan dan materi pendukung yang lebih mendalam, khususnya dalam penggunaan teknologi digital (Effendy 2016).

10. Rekomendasi untuk Program Pelatihan Selanjutnya

Berdasarkan hasil evaluasi, disarankan agar program pelatihan berikutnya mencakup sesi tambahan yang lebih mendalam tentang pemasaran digital dan manajemen keuangan. Selain itu, pelatihan dapat diperluas cakupannya dengan melibatkan lebih banyak peserta dan memperluas topik ke aspek pengembangan produk dan inovasi dalam budidaya tanaman hias. Juga, perlu ada upaya untuk memastikan peserta yang berada di daerah terpencil memiliki akses yang lebih baik terhadap teknologi dan internet (Effendy 2016).

Simpulan dan Rekomendasi

Secara keseluruhan, pelatihan budidaya dan pemasaran tanaman hias ini telah berhasil memberdayakan UMKM lokal dan meningkatkan keberlanjutan ekonomi mereka. Program ini memberikan dampak positif yang signifikan dalam meningkatkan keterampilan, pendapatan, dan kesadaran lingkungan di kalangan peserta. Implikasi dari keberhasilan ini adalah pentingnya terus melanjutkan dan mengembangkan program-program serupa untuk memperkuat ekonomi lokal dan memberdayakan masyarakat secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Mahdi, A. (2014). *Panduan penelitian praktis untuk menyusun skripsi, tesis dan disertasi*. Alfabeta.
- Bapak Tarno ketua petani bonsai Desa Margo Mulyo Kecamatan Tumijajar Tulang Bawang Barat pada tanggal 15 Desember 2021
- Budiarti, E., Kusmaningtyas, A., Shabana, M. A., & Wardhani, Y. P. (2023). Pendampingan Pengetahuan Pengelolaan Usaha untuk Meningkatkan Penjualan Tanaman Hias, Desa Banyuurip, Kecamatan Kedamean, Kabupaten Gresik. *Communnity Development Journal*, 4(4), 6907-6912.
- Chen, Y., & Pan, J. (2019). Do Entrepreneurs' Developmental Job Challenges Enhance Venture Performance In Emerging Industries? A Mediated Moderation Model Of Entrepreneurial Action Learning And Entrepreneurial Experience. *Frontiers In Psychology*, 10(Jun), 1-11. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.01371>
- Effendy, I. (2016). Pengaruh Pemberian Pre-Test Dan Post-Test Terhadap Hasil Belajar Mata Diklat Hdw.Dev.100.2.A Pada Siswa Smk Negeri 2 Lubuk Basung. *Volt< Jurnal Ilmiah Pendidikan Teknik Elektro*, 1(2).
- Fikri, G. Al, Marlana, E., Fitriani, P., Aliyudin, A., & Veranita, M. (2024). Strategi Manajemen: Analisis Lingkungan Internal Dan Eksternal. *Service Management Triangle: Jurnal Manajemen Jasa*, 6(1).
- Fitriany, R. (2019). Pengaruh Pelatihan Coaching untuk Meningkatkan Kinerja Supervisor pada Divisi Wiraniaga di PT. X. *Jurnal PSYCHE*, 12(1), 5-12.

- Kosmaya, V. (2012). Intervention of Coaching Training and Supervisory for Improving Perceived Organizational Support and Organizational Commitment of XYZ's Employee. Tesis UI
- Radyanto, M. R., & Prihastono, E. (2020). Pengembangan Sistem Pendampingan Usaha Berkelanjutan Bagi Umkm Berbasis Sistem Manajemen Kinerja. Opsi, 13(1), 17. <https://doi.org/10.31315/Opsi.V13i1.3467>
- Septian, F., Syaripudin, A.,(2021). Sosialisasi Dan Pelatihan Digital Marketing Bagi UMKM Dan Pemuda Karang Taruna Cilandak Barat. JAMAICA: Jurnal