

Pendahuluan

Pertanian perkotaan tidak hanya menawarkan solusi untuk keterbatasan lahan di daerah perkotaan tetapi juga memberikan manfaat ekologis dan sosial. Melalui kegiatan urban farming, masyarakat dapat memanfaatkan ruang terbuka yang terbatas secara optimal, meningkatkan kualitas lingkungan, serta membangun ketahanan pangan di tingkat lokal. Kelompok Tani "Keputih Bersemi" sebagai salah satu pelopor urban farming di Surabaya, berupaya memberikan edukasi kepada masyarakat sekitar tentang pentingnya pertanian perkotaan serta teknik budidaya hidroponik yang efisien dan ramah lingkungan.

Kelompok Tani Urban Farming "Keputih Bersemi" merupakan salah satu kelompok tani yang aktif di Kelurahan Keputih, Kecamatan Sukolilo, Kota Surabaya. Berbasis pada metode hidroponik edukatif, kelompok ini berfokus pada penanaman tanaman sayur seperti sawi pakcoy dan selada. Urbanfarming atau pertanian perkotaan telah menjadi pilihan yang tepat bagi warga perkotaan untuk terlibat dalam kegiatan produktif yang dapat diikuti oleh masyarakat sekitar, serta memberikan nilai tambah melalui hasil produksi yang dihasilkan.

Kelompok Tani "Keputih Bersemi" sedang menghadapi tantangan dalam hal pemasaran. Hasil panen sering kali tidak terjual atau terdistribusi dengan maksimal. Hal ini disebabkan oleh metode pemasaran yang masih konvensional, di mana produk pertanian ditawarkan secara langsung oleh anggota kelompok tani kepada masyarakat atau komunitas sekitar. Kegiatan promosi dinyatakan efektif jika terdapat hubungan yang terjalin antara produsen dan konsumen (Septiani et al., 2019). Kondisi pada Kelompok Tani Urban Farming "Keputih Bersemi" diperburuk dengan fakta bahwa mayoritas anggota kelompok tani merupakan kalangan lansia yang kurang familiar dengan teknologi dan media sosial.

Teknologi digital dan media sosial menawarkan peluang besar untuk mengatasi hambatan ini. Media sosial seperti Instagram telah terbukti memiliki dampak signifikan dalam meningkatkan visibilitas dan penjualan produk pertanian. Penggunaan media sosial memungkinkan kelompok tani untuk menjangkau audiens yang lebih luas, menciptakan kesadaran merek, dan membangun hubungan langsung dengan pelanggan. Melalui strategi pemasaran yang melibatkan pembuatan konten menarik, penggunaan hashtag yang relevan, serta interaksi aktif dengan pelanggan potensial, kelompok tani dapat memperluas jangkauan pasar dan menarik lebih banyak pelanggan. Media sosial dalam menjalankan bisnis membawa beberapa manfaat, seperti memudahkan pengusaha untuk memperoleh data tentang calon pelanggan, membantu menemukan pelanggan target dengan lebih efektif, meningkatkan loyalitas dan kesadaran merek, meningkatkan lalu lintas dan peringkat situs web di mesin pencari, biaya promosi yang terjangkau, sebagai media untuk berbagi informasi dengan cepat, menganalisis pesaing, dan sebagai media untuk menganalisis kinerja bisnis (Prihartini, et al., 2023).

Penggunaan media sosial seperti Instagram telah terbukti memiliki dampak signifikan dalam meningkatkan visibilitas dan penjualan produk pertanian. Dengan strategi pemasaran yang melibatkan pembuatan konten menarik, penggunaan hashtag yang relevan, serta interaksi aktif dengan pelanggan potensial, diharapkan dapat memperluas jangkauan pasar dan menarik lebih banyak pelanggan. Efektivitas media sosial sebagai media promosi ditentukan oleh kredibilitas dalam menampilkan pesan. Penggunaan media sosial memungkinkan pengguna untuk berbagi informasi dengan berkomunikasi satu sama lain guna menciptakan kolaborasi (Sangen et al, 2021). Oleh karena itu, pengembangan pemasaran digital berbasis media sosial menjadi langkah penting untuk meningkatkan daya jual hasil produksi kelompok tani urban farming "Keputih Bersemi". Selain manfaat ekonomi, pemasaran digital juga dapat membantu kelompok tani dalam membangun komunitas online yang solid. Komunitas ini dapat menjadi platform untuk berbagi informasi, mendapatkan umpan balik, dan membangun loyalitas pelanggan. Interaksi yang aktif dan responsif dengan pelanggan dapat meningkatkan kepercayaan dan kepuasan pelanggan, yang pada akhirnya akan berdampak positif pada penjualan.

Dalam konteks ini, pendampingan bertujuan untuk mengembangkan strategi pemasaran digital yang efektif berbasis media sosial untuk kelompok tani "Keputih Bersemi". Melalui pendekatan kualitatif, pendampingan ini akan mengidentifikasi tantangan dan peluang dalam pemasaran digital, serta merumuskan langkah-langkah strategis yang dapat diterapkan oleh kelompok tani untuk meningkatkan visibilitas dan penjualan produk mereka. Diharapkan, hasil penelitian ini dapat menjadi model bagi kelompok tani lainnya yang ingin mengoptimalkan pemasaran produk mereka melalui platform digital, dan pada akhirnya meningkatkan kesejahteraan anggota kelompok tani serta masyarakat sekitar.