

## Peningkatan Produksi, Optimalisasi Pemasaran Digital dan Komunikasi Bisnis pada Apk Platycerium Bali

<sup>1</sup>Ida Ayu Mirah Cahya Dewi, <sup>2</sup>Luh Putu Ersamiya Ika Jayanthi, <sup>3\*</sup>I Made Arya Budhi Saputra

Institut Teknologi dan Bisnis STIKOM Bali<sup>1,2,3</sup>

\*Email: aryabudhi@stikom-bali.ac.id

### ABSTRAK

Pendekatan menggunakan strategi pemasaran yang difokuskan pada platform Shopee dan Instagram diharapkan dapat meningkatkan jumlah pembelian dan kemampuan berkomunikasi. Permasalahan yang terjadi pada APK Platycerium Bali yaitu dalam segi fasilitas budidaya tanaman yang dimiliki hanya dengan *greenhouse* tanpa penerangan, strategi pemasaran dan penjualan yang digunakan masih kurang efektif karena pemasaran yang telah dilakukan tersebut kurang gencar dan kurang *ter-update* serta kurangnya kemampuan yang dimiliki oleh SDM pada mitra dalam bidang pemasaran dan komunikasi bisnis. Metode pelaksanaan kegiatan dibagi menjadi 6 tahapan pelaksanaan kegiatan yaitu sosialisasi awal kegiatan dan penentuan waktu pelaksanaan kegiatan, pembuatan akun Instagram dan Shopee, pengadaan dan pemasangan alat *grow light* dan panel surya, memberikan sebuah pelatihan kepada mitra tentang cara penggunaan Instagram dan Shopee serta fitur *live streaming*, pelatihan strategi pemasaran dan komunikasi bisnis, dilanjutkan dengan pemberian modul serta terakhir yaitu dengan melakukan monitoring dan evaluasi. Hasil evaluasi dari penggunaan *grow light* meningkatkan pertumbuhan dan produksi tanaman anakan baru selama 3 bulan sebanyak 1-4 tanaman. Hasil dari pelatihan komunikasi bisnis dan *digital marketing* yakni mitra bisa menerapkannya dalam penjualan produk melalui Shopee dan *live streaming*, hal tersebut dapat dilihat dari adanya pembelian *online* melalui Shopee serta jangkauan pembeli hingga ke daerah Gianyar dan Tabanan.

**Kata kunci :** platycerium, *grow light*, pemasaran digital

### ABSTRACT

*The approach involves utilizing marketing strategies focused on the Shopee and Instagram platforms, with the goal of boosting sales and improving communication capabilities. The problems faced by APK Platycerium Bali include limited cultivation facilities—currently only a greenhouse without proper lighting—and ineffective marketing and sales strategies, due to outdated and infrequent promotional efforts. Additionally, the partner's human resources lack adequate skills in marketing and business communication. The implementation method is divided into six stages: initial outreach and scheduling of activities; creation of Instagram and Shopee accounts; procurement and installation of grow lights and solar panels; training for the partner on using Instagram, Shopee, and live streaming features; training in marketing strategies and business communication; followed by the provision of training modules; and finally, monitoring and evaluation. The evaluation results showed that the use of grow lights improved the growth and production of new plant offshoots by 1–4 plants over a three-month period. The business communication and digital marketing training enabled the partner to apply these skills in product sales through Shopee*

and live streaming. This is evident from online purchases made via Shopee and the expanded customer reach to areas such as Gianyar and Tabanan.

**Key words:** *platycerium, grow light, digital marketing*

## PENDAHULUAN

Hingga saat ini tanaman hias *platycerium* masih menjadi tanaman hias yang memiliki banyak penggemar. Hal tersebut dikarenakan *platycerium* memiliki berbagai jenis dan karakteristiknya masing-masing. APK *Platycerium* Bali merupakan salah satu usaha budidaya *Platycerium* di Provinsi Bali.

APK *Platycerium* Bali telah memiliki *greenhouse*, 2 akun sosial media, dan 2 akun *e-commerce* serta ilmu penerapan terkait konten sosial media. Namun untuk pengembangan *greenhouse* dan promosi penjualan produk dirasa perlu untuk penambahan *grow light* untuk percepatan pertumbuhan tanaman yang berpengaruh terhadap produksi dan panel surya yang berfungsi sebagai sumber listrik dari *grow light* serta melakukan promosi melalui fitur *live streaming* sebagai salah satu strategi pemasaran digital. *Grow light* dapat digunakan saat tidak ada cahaya matahari sehingga intensitas cahaya yang diterima oleh tanaman yang tersinari oleh *grow light* dapat maksimum tanpa melihat faktor cuaca ataupun di malam hari (Hendriarto dkk., 2021).

Tabel 1. Analisis Situasi

No	Bidang	Permasalahan	Solusi
1	Fasilitas yang dimiliki mitra	Keterbatasan fasilitas atau alat untuk budidaya tanaman.	1. Pengadaan <i>Grow light</i> 2. Pengadaan panel surya
2	Skill Komunikasi Bisnis	Keterbatasan kemampuan komunikasi yang dimiliki oleh SDM.	Memberikan modul strategi komunikasi bisnis
3	Pemasaran digital	Keterbatasan jangkauan pemasaran produk.	Memberikan modul strategi pemasaran

Penggunaan *grow light* yang banyak dan dalam jangka waktu yang lama dapat memengaruhi konsumsi listrik yang tinggi, sehingga dapat menyebabkan biaya operasional mitra yang besar pula, oleh karena itu pengusul menyarankan mempergunakan energi terbarukan yaitu menggunakan panel surya sebagai sumber listrik *grow light* tersebut. Penggunaan panel surya memiliki manfaat seperti dapat menghemat biaya listrik dan ramah lingkungan (Yuwono, Diharto dan Pratama, 2021).

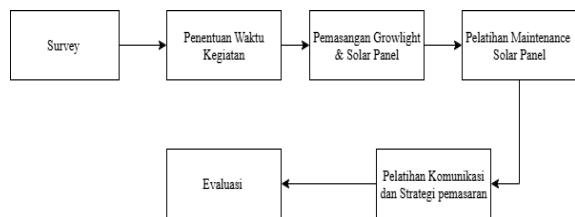
Berkaitan dengan proses pengelolaan usaha pada APK *Platycerium* Bali, dapat dijelaskan bahwa:

1. APK *Platycerium* Bali memiliki dua (2) Sosial Media yakni Instagram dan Facebook serta dua (2) *e-commerce* untuk pemasaran dan penjualan produknya yakni Shopee, Tokopedia, Instagram dan Facebook, namun ternyata masih dirasa kurang efektif karena pemasaran yang telah dilakukan tersebut kurang gencar dan kurang ter-update secara berkala oleh mitra, calon pembeli juga kurang mengetahui secara detail mengenai produk yang dijual.
2. Alat budidaya tanaman yakni *greenhouse*. Saat ini pada APK *Platycerium* Bali memiliki *greenhouse* tanpa penerangan yang telah diberikan saat pengabdian masyarakat sebelumnya dan telah dipergunakan sampai saat ini sebagai tempat menata letak tanaman agar lebih rapi dan memastikan pertumbuhan tanaman lebih maksimal. *Greenhouse* tersebut belum memiliki penerangan yang berimbang pada kualitas dan pertumbuhan tanaman terutama di malam hari.

3. Kemampuan yang dimiliki oleh SDM pada mitra dalam bidang pemasaran dan komunikasi bisnis yang kurang. Saat ini keahlian yang dimiliki oleh sumber daya manusia pada APK Platycerium Bali hanya sebatas memahami produk yang dijual serta cara membudidayakan tanaman Platycerium. Walau telah diberikan pelatihan penggunaan sosial media serta *e-commerce* yang diberikan pada pengabdian masyarakat sebelumnya, namun untuk keahlian dalam komunikasi yang tepat dan efektif serta strategi pemasaran yang dilakukan masih sangat kurang dan tidak *ter-update*, sehingga calon pembeli kurang mengetahui bisnis dari mitra terutama yang tinggal di luar Kota Denpasar.

## METODE

Metode yang digunakan adalah metode pelatihan dengan pelaksanaan kegiatan dibagi menjadi 6 tahapan seperti pada Gambar 1 di bawah ini.



Gambar 1. Alur Kegiatan Pengabdian

Pelaksanaan kegiatan diawali dengan survei dan penentuan waktu pelaksanaan kegiatan, pengadaan dan pemasangan alat *grow light* dan panel surya, pelatihan *maintenance* panel surya dilanjutkan dengan memberikan sebuah pelatihan kepada mitra tentang cara penggunaan Instagram dan Shopee serta fitur *live streaming*, pelatihan strategi pemasaran dan komunikasi bisnis, dilanjutkan dengan pemberian modul serta terakhir yaitu dengan melakukan monitoring dan evaluasi.

## PEMBAHASAN

Melihat adanya kemajuan teknologi yang digunakan untuk melakukan promosi dan pemasaran saat ini dengan menggunakan fitur *live streaming* pada platform TikTok dan Shopee, dapat merepresentasikan produk secara langsung (*real-time*), dan promosi khusus yang memberikan pengalaman berbelanja lebih menarik bagi konsumen.



Gambar 2. Contoh Tanaman pada APK Platycerium

APK Platycerium Bali merupakan salah satu usaha budidaya Platycerium di Provinsi Bali. APK Platycerium Bali berlokasi di Kota Denpasar tepatnya di Jalan Ahmad Yani Gang Satriya IIA.

Fitur *live streaming* dapat menjadi salah satu alat komunikasi pemasaran yang efektif dan signifikan dalam meningkatkan niat konsumen untuk membeli, terutama karena terjadi interaksi langsung dengan penjual dan presentasi produk yang lebih imersif dan menarik (Arief, Hadi dan Tjahyana, 2023). Studi lain menyebutkan bahwa *live streaming* memberikan kemudahan dalam memahami produk, meningkatkan kepercayaan, dan menciptakan ikatan emosional yang lebih kuat antara konsumen dan penjual, yang pada akhirnya memengaruhi keputusan pembelian (Nilawardhani dkk., 2024).

### A. *Live Streaming*

Melalui fitur *live streaming*, produk akan dijelaskan oleh *host*/pemberi informasi secara detail untuk memamerkan produknya, meningkatkan *brand awareness*, dan meningkatkan potensi penjualan. Adanya permintaan dari pembeli yang berada di luar Denpasar, Gianyar dan Badung untuk dapat dijelaskan secara detail mengenai produk yang dijual dari jenis tanaman yang ada, produk lain yang tersedia, hingga harga dari masing-masing produk membuat fitur *live streaming* dirasa perlu untuk dilakukan karena pembeli dapat berinteraksi secara cepat tanpa harus datang langsung ke lokasi APK Platycerium Bali. Sampai saat ini media pemasaran yang digunakan oleh APK Platycerium Bali melalui informasi dari satu orang ke orang lain, dari sosial media Instagram, Facebook, *e-commerce* Shopee dan Tokopedia, namun nyatanya media tersebut masih kurang efektif karena calon pembeli menginginkan melihat langsung produk yang dijual tanpa harus datang langsung jauh-jauh ke lokasi sehingga melalui fitur *live streaming* diharapkan mampu memberikan pemasaran yang lebih meluas dan interaktif.

Dengan adanya fitur *live streaming* sebagai wujud *direct selling* melalui media pemasaran digital, penjual harus memastikan bahwa komunikasi yang telah disampaikan baik dan tepat. Dalam interaksi jual beli melalui *live streaming* kegiatan komunikasi merupakan kegiatan yang sangat mendorong adanya upaya komunikasi timbal balik (interaktif) yang berperan penting dalam membangun hubungan antara penjual dan pembeli (Evanita, Fahmi dan Syawalki, 2023).

Pelanggan akan merespon melalui komunikasi tertulis dan memungkinkan penjual untuk berkomunikasi dengan banyak pelanggan dalam satu waktu yang sama. Aktivitas yang berkaitan dengan komunikasi pemasaran menggunakan strategi yakni mendengarkan, bereaksi, berbicara, hingga bertukar gagasan,

sehingga sangat diperlukan kemampuan komunikasi yang baik agar tercapai tujuan pemasaran yang diinginkan yakni dapat diketahui oleh banyak kalangan dan dari daerah manapun.

Hingga saat ini kemampuan sumber daya manusia yang dimiliki oleh APK Platycerium Bali hanya sebatas memahami produk yang dijual serta cara membudidayakan tanaman Platycerium, pengetahuan yang mendalam mengenai komunikasi pemasaran, cara pemasaran yang tepat, dan praktiknya masih sangat minim sehingga pemberian modul strategi pemasaran dan komunikasi bisnis pada APK Platycerium Bali diharapkan memberikan pengetahuan tambahan kepada sumber daya manusia yang dimiliki dan pengetahuan tersebut dapat diterapkan secara langsung.

### B. *Grow light* dan Panel Surya

*Grow light* memiliki fungsi untuk mempercepat pertumbuhan tanaman yang berpengaruh terhadap produksi tanaman dan panel surya memiliki fungsi sebagai sumber listrik dari *grow light*. *Grow light* dapat digunakan saat tidak ada cahaya matahari sehingga intensitas cahaya yang diterima oleh tanaman yang tersinari oleh *grow light* dapat maksimum tanpa melihat faktor cuaca ataupun di malam hari.

## HASIL

### 1. Pemberian *Grow light* dan Panel Surya

*Grow light* digunakan mempercepat pertumbuhan tanaman pad APK Platycerium. *Grow light* berfungsi sebagai pengganti cahaya matahari yang merupakan salah satu komponen penting bagi pertumbuhan tanaman. Alat ini sangat diperlukan oleh APK Platycerium untuk meningkatkan jumlah produksi tanaman. *Grow light* yang telah dipasang oleh APK Platycerium dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3. *Grow Light* pada APK Platycerium

## 2. Pemberian Panel Surya

*Grow light* yang menggunakan energi listrik cukup besar tentunya menjadi salah satu beban operasional bagi APK Platycerium. Penggunaan Set Solar Panel bertujuan untuk mengurangi beban biaya operasional terkait penggunaan listrik. Hal ini tentunya sangat membantu pihak APK Platycerium untuk tetap meningkatkan produksi tanpa adanya tambahan biaya operasional. Panel Surya yang telah dipasang pada APK Platycerium dapat dilihat pada Gambar 4.



Gambar 4. Panel Surya pada APK Platycerium

Selama proses pelaksanaan, tim memberikan pelatihan mengenai cara kerja sistem *grow light* dan panel surya, cara perawatan, serta pemanfaatan teknologi ini untuk mendukung produktivitas budidaya tanaman.

Hasil evaluasi menunjukkan bahwa dalam waktu tiga bulan setelah penerapan, terjadi peningkatan pertumbuhan anakan tanaman baru sebanyak 1-4 tumbuhan dibandingkan dengan metode konvensional yang dapat dilihat perbedaannya pada Gambar 5.



Gambar 5. Peningkatan Pertumbuhan Anakan Baru

Pemakaian *grow light* dan panel surya ini tidak hanya membantu dalam meningkatkan hasil budidaya tanaman, tetapi juga memperkenalkan penggunaan energi terbarukan, yang berkontribusi pada pengurangan biaya listrik dan pencemaran lingkungan.

## 3. Pelatihan Komunikasi Bisnis dan *Digital Marketing* (*Live Streaming*)

Pelatihan komunikasi bisnis dan *digital marketing* ini dilakukan untuk mengembangkan *softskill* penjual terhadap cara berkomunikasi dengan pelanggan baik secara langsung ataupun dalam sosial media, terutama saat melakukan *live streaming*, yakni salah satu cara yang dipergunakan untuk mempromosikan usaha dan produk APK Platycerium.

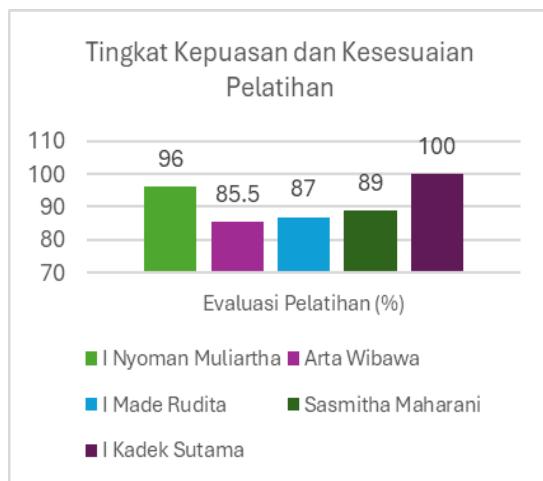
Dapat dilihat pada Tabel 2 menunjukkan hasil kuesioner yang diberikan kepada enam orang responden setelah diberikan pelatihan.

Tabel 2. Nilai Evaluasi Pelatihan oleh Peserta

Nama	Evaluasi Pelatihan (%)
I Nyoman Muliartha	96
Arta Wibawa	85,5
I Made Rudita	87

Sasmitha Maharani	89
I Kadek Sutama	100
Rata-rata	91,5 (Sangat Baik)

Dari tabel di atas menunjukkan angka rata-rata hasil evaluasi pelatihan sebesar 91,5% yang termasuk dalam kategori sangat baik, hal ini didukung dalam penelitian yang dilakukan oleh Febtriko dan Puspitasari (Febtriko dan Puspitasari, 2019). Tabel tersebut dapat divisualisasikan pada Gambar 6.

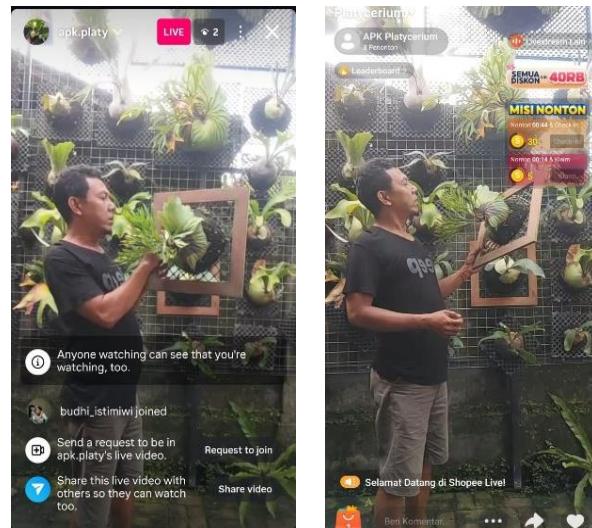


Gambar 6. Tingkat Kepuasan dan Kesesuaian Pelatihan

Dalam pelatihan ini yang dapat dilihat pada Gambar 7 dan 8, peserta diajarkan cara membuat konten pemasaran yang menarik, menulis caption yang persuasif, membuat katalog digital, serta teknik dasar fotografi produk menggunakan smartphone. Tak hanya itu, peserta juga dilatih untuk menggunakan platform seperti Instagram dan Shopee untuk metode *live streaming* agar bisa memperluas jangkauan pasar.

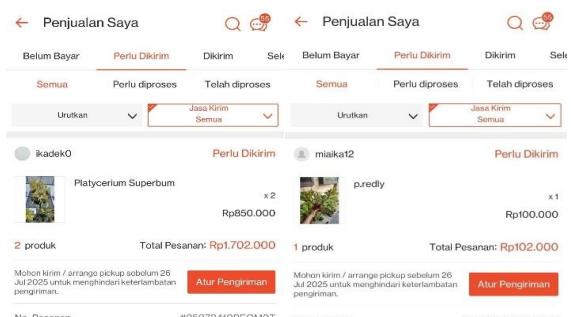


Gambar 7. Pelatihan Komunikasi Bisnis dan Digital Marketing



Gambar 8. Live Streaming pada IG dan Shopee

Penjualan tanaman platycerium setelah melalui pemasaran digital menggunakan Shopee terlihat adanya pembeli yang memesan melalui platform tersebut, dan jangkauan pembeli tidak hanya dari seputaran Denpasar dan Badung saja tapi juga dari Gianyar dan Tabanan.



Gambar 9. Pembelian pada Platform Shopee

#### 4. Pemberian Modul Komunikasi Bisnis dan *Digital Marketing*

Sebagai bentuk kontribusi nyata, tim pengabdian menyusun dan membagikan modul pelatihan yang berisi materi dasar dan lanjutan terkait komunikasi bisnis profesional, *branding*, manajemen pelanggan, serta teknik pemasaran digital menggunakan media sosial, *marketplace*, dan platform gratis lainnya. Modul disusun secara praktis dengan contoh kasus dan panduan langkah demi langkah agar mudah diterapkan oleh *owner* dan tim dalam APK Platycerium.

Modul ini bertujuan untuk membantu pihak APK Platycerium dalam memasarkan tanamannya secara lebih luas dengan metode komunikasi yang cukup menarik. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan profit atau keuntungan dalam bisnis budidaya tanaman. Pemberian Modul dapat dilihat pada Gambar 10.



Gambar 10. Pemberian Modul Komunikasi Bisnis dan *Digital Marketing*

### SIMPULAN

Dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini, permasalahan terdapat pada *greenhouse* yang dimiliki dirasa masih kurang efektif dalam memengaruhi produksi tanaman yang berkualitas, *greenhouse* tersebut perlu didukung oleh

*grow light* untuk mempercepat pertumbuhan tanaman yang berpengaruh terhadap produksi terutama saat musim hujan dan malam hari, dan panel surya yang berfungsi sebagai sumber listrik dari *grow light* agar lebih hemat energi serta menghemat biaya operasional. Selain itu, terdapat keterbatasan jangkauan pemasaran dikarenakan banyak calon pembeli yang berasal dari luar Denpasar dan ingin mengetahui produk secara detail sebelum datang langsung ke lokasi dan solusi yang didapatkan yakni dengan menggunakan fitur *live streaming* pada Instagram dan Shopee.

Pada praktiknya pemasaran secara digital terutama fitur *live streaming* ini memerlukan komunikasi bisnis SDM pada mitra yang baik, tepat, dan efektif sehingga perlu diberikan pelatihan mengenai komunikasi bisnis SDM yang ada. Dari permasalahan tersebut, tiga aspek utama akan dipertimbangkan dan diimplementasikan untuk meningkatkan kinerja dan hasil kegiatan yakni pemberian *grow light* dan panel surya untuk peningkatan produksi tanaman, pemberian modul strategi pemasaran dan komunikasi bisnis untuk menunjang kegiatan pemasaran agar lebih efektif dan efisien lagi, serta pelatihan diberikan melalui implementasi aspek-aspek tersebut.

Diharapkan hasil dari kegiatan ini dapat memberikan peningkatan jumlah produksi tanaman platycerium yang berkualitas, peningkatan upaya pemasaran yang lebih luas dan efektif, serta peningkatan kemampuan komunikasi sumber daya manusia yang dimiliki. serta pelatihan terkait penggunaan Instagram dan Shopee serta fitur *live streaming* untuk memperluas jangkauan pemasaran produk.

### UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada mitra APK Platycerium Bali yang telah memberikan kesempatan untuk melakukan kegiatan pengabdian ini, dan kepada pihak yang mendukung terlaksananya kegiatan pengabdian dengan baik dan lancar, serta

kepada pihak yang memberikan gagasan, saran, masukan serta pandangan terhadap penyusunan artikel pengabdian ini.

## DAFTAR PUSTAKA

Arief, P. B., Hadi, I. P. dan Tjahyana, L. J. (2023) “Efektivitas Komunikasi Pemasaran Brand Nvmee Melalui TikTok Live Stream,” *Jurnal e-Komunikasi*, hal. 1–11. Tersedia pada:

<https://publication.petra.ac.id/index.php/ilmu-komunikasi/article/viewFile/14004/11982>.

Evanita, S., Fahmi, Z. dan Syawalki, L. (2023) “Studi Komunikasi Pemasaran Interaktif berbasis Live Streaming Online dalam menciptakan keterlibatan Konsumen,” *Jurnal Komunikatif*, 12(1), hal. 118–129. doi: 10.33508/jk.v12i1.4747.

Febtriko, A. dan Puspitasari, I. (2019) “Anip Febtriko, 2) Ira Puspitasari,” 3(1), hal. 1–9.

Hendriarto, C. dkk. (2021) “Pengaruh Growlight Pada Ketinggian Tanaman Untuk Menentukan Jarak Antar Grow Hole Dengan Growlight,” *Imdec*, 3, hal. 1–8. Tersedia pada: <https://publikasi.atmi.ac.id/index.php/imdecatmi/article/ownload/129/108>.

Nilawardhani, F. D. dkk. (2024) “Strategi Pemasaran Langsung Melalui Live Streaming di Platform Shopee,” *Business UHO: Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(1), hal. 432–443.

Yuwono, S., Diharto, D. dan Pratama, N. W. (2021) “Manfaat Pengadaan Panel Surya dengan Menggunakan Metode On Grid,” *Energi & Kelistrikan*, 13(2), hal. 161–171. doi: 10.33322/energi.v13i2.1537.