

Strategi Pemasaran Dan Pengelolaan Keuangan Pada Program "Bank Sayur" Hidroponik Rumah Tangga Berbasis Ekonomi Berkelanjutan

Agus Wicahyono¹, Muhammad Fiqi Hidayatulloh², Maulida Kurniawati³, Kristanti⁴, Desi Fitri Indriyani⁵

^{1,2}Manajemen, ^{3,4,5}Akuntansi, Universitas Modern Al Rifa'ie Indonesia

Email : a.wicahyono12@gmail.com¹

Kilas Artikel

Volume 6 Nomor 1

Februari 2026

DOI:<https://doi.org/10.58466/literasi>

Article History

Submission: 05-12-2025

Revised: 16-01-2026

Accepted: 16-01-2016

Published: 01-02-2026

Kata Kunci:

Bank Sayur, strategi pemasaran, pengelolaan keuangan .

Keywords:

Vegetable Bank, marketing strategy, and financial management .

Korespondensi:

(Agus Wicahyono)

(a.wicahyono12@gmail.com)

Abstrak

Akses terhadap sayuran segar dan sehat di wilayah perkotaan masih terbatas akibat ketergantungan pada pasokan dari luar daerah, yang menyebabkan tingginya biaya dan rendahnya kesegaran produk. Program Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) "Bank Sayur" hadir sebagai solusi untuk memberdayakan rumah tangga dalam memproduksi sayuran hidroponik skala kecil yang bebas pestisida, sekaligus memperkuat ekonomi keluarga melalui sistem pemasaran kolektif. Kegiatan ini dilaksanakan di Desa Gedog Wetan, Kecamatan Turen, Kabupaten Malang pada bulan Juni 2025, dengan melibatkan Kader, Karang Taruna dan Perangkat Desa sebagai mitra sasaran. Pelaksanaan dilakukan melalui lima tahap utama, yaitu survei dan sosialisasi, pelatihan teknis, pendampingan budidaya, simulasi pemasaran dan pencatatan keuangan, serta evaluasi akhir. Metode yang digunakan mencakup pelatihan hidroponik, penerapan bauran pemasaran (4P), dan pelatihan pencatatan keuangan sederhana. Hasilnya, peserta mampu menghasilkan sayuran berkualitas, memasarkan produk secara lokal maupun online, serta membuat laporan keuangan mandiri. Program ini tidak hanya meningkatkan keterampilan dan pendapatan keluarga, tetapi juga menciptakan model ketahanan pangan lokal berbasis komunitas yang dapat direplikasi

Abstract

Access to fresh and healthy vegetables in urban areas remains limited due to dependence on external supplies, leading to high costs and reduced product freshness. The Community Service Program (PkM) "Vegetable Bank" serves as a solution to empower households to produce small-scale, pesticide-free hydroponic vegetables, while simultaneously strengthening household economies through a collective marketing system. This activity was carried out in Gedog Wetan Village, Turen Subdistrict, Malang Regency, in June 2025, involving community health workers (Kader), youth organizations (Karang Taruna), and village officials as target partners. The implementation consisted of five main stages: survey and socialization, technical training, cultivation assistance, marketing simulation and financial recording, and final evaluation. The methods employed included hydroponic training, application of the marketing mix (4Ps), and training in basic financial recording. As a result, participants were able to produce high-quality vegetables, market their products both locally and online, and independently prepare financial reports. This program not only improved family skills and income, but also created a community-based local food resilience model that can be replicated.



1. PENDAHULUAN

Desa Gedog Wetan, Kecamatan Turen, Kabupaten Malang, merupakan wilayah dengan potensi pertanian yang cukup baik, terutama pada skala rumah tangga. Namun, masyarakat setempat masih menghadapi sejumlah permasalahan ekonomi, khususnya yang berkaitan dengan ketergantungan pada pertanian konvensional yang bersifat musiman dan tidak stabil. Di sisi lain, lahan pekarangan yang dimiliki oleh sebagian besar warga belum dimanfaatkan secara optimal sebagai sumber pangan ataupun pendapatan tambahan. Salah satu tantangan utama yang dihadapi adalah minimnya pengetahuan dan keterampilan masyarakat dalam memanfaatkan teknologi pertanian sederhana dan ramah lingkungan, seperti hidroponik. Selain itu, masyarakat, khususnya ibu rumah tangga dan generasi muda, belum memiliki akses yang memadai terhadap pelatihan kewirausahaan dan strategi pemasaran hasil pertanian. Hal ini berdampak pada kurangnya diversifikasi sumber penghasilan, serta terbatasnya akses terhadap pangan sehat dan segar di tingkat lokal.

Program Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini hadir sebagai solusi strategis melalui penerapan konsep "Bank Sayur" Hidroponik Rumah Tangga Berbasis Ekonomi Berkelanjutan. Program ini tidak hanya berfokus pada peningkatan keterampilan teknis dalam budidaya sayuran hidroponik, tetapi juga pada aspek manajemen usaha, pemasaran, dan pengelolaan keuangan rumah tangga secara terpadu. Dengan demikian, masyarakat didorong untuk mandiri secara ekonomi dan berdaya secara sosial. Urgensi program ini juga sejalan dengan kebutuhan desa dalam mengembangkan model pertanian yang adaptif, hemat lahan, dan ramah lingkungan, terutama dalam menghadapi perubahan iklim dan keterbatasan sumber daya air. Lebih dari itu, program ini mendorong pemberdayaan ibu-ibu kader dan karang taruna sebagai pelopor inovasi lokal yang berkelanjutan. Dengan pendekatan yang berbasis pada potensi lokal dan kolaborasi lintas kelompok masyarakat, program ini relevan untuk mendorong transformasi desa menuju ekonomi hijau berbasis rumah tangga. Diharapkan, model Bank Sayur ini dapat menjadi contoh praktik baik yang dapat direplikasi di wilayah lain dengan karakteristik serupa.

Tujuan pengabdian ini adalah memberikan pelatihan budidaya sayur hidroponik skala rumah tangga, membentuk skema distribusi dan pemasaran berbasis komunitas, meningkatkan literasi keuangan dan kemampuan pencatatan sederhana, mendorong keberlanjutan usaha mikro pangan lokal. Kegiatan ini didasarkan pada pendekatan community-based empowerment dan teori keberlanjutan ekonomi mikro, yang menekankan integrasi antara produksi, distribusi, dan pengelolaan sumber daya keuangan rumah tangga (Duan et al., 2024). Selain itu, Menurut Kotler & Keller (2016), strategi promosi adalah upaya sistematis yang dilakukan perusahaan untuk menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen mengenai produk atau jasa yang ditawarkan agar terjadi transaksi pembelian. Strategi promosi termasuk bagian dari bauran promosi (promotion mix) yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran, minat, dan loyalitas konsumen. Pendekatan yang digunakan juga merujuk pada model transfer teknologi tepat guna dan integrasi strategi pemasaran berbasis marketing mix (4P: Product, Price, Place, Promotion), (Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). yang relevan diterapkan dalam konteks usaha mikro berbasis keluarga. Penerapan konsep-konsep ini diharapkan mampu menjadikan "Bank Sayur" sebagai model inovatif yang bisa direplikasi di lingkungan serupa.



2. METODE

a. Lokasi dan Waktu

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini dilaksanakan di Desa Gedog Wetan, Kecamatan Turen, Kabupaten Malang, selama bulan Juni 2025. Lokasi ini dipilih berdasarkan beberapa pertimbangan strategis, antara lain:

1. Karakteristik masyarakat yang terbuka terhadap inovasi dan teknologi pertanian, khususnya pertanian skala rumah tangga seperti hidroponik.
 2. Antusiasme dan partisipasi aktif perangkat desa, terutama dalam mendukung program-program yang berorientasi pada penguatan ekonomi lokal.
 3. Keterlibatan kelompok ibu kader, yang dinilai memiliki potensi besar dalam menjalankan peran edukatif serta penggerak ekonomi keluarga melalui program Bank Sayur.
 4. Dukungan dari karang taruna desa, yang berperan dalam proses pendampingan teknis, distribusi hasil panen, serta edukasi berkelanjutan kepada generasi muda desa.
- Pemilihan waktu pelaksanaan pada bulan Juni 2025 disesuaikan dengan kondisi iklim yang mendukung penanaman hidroponik serta ketersediaan waktu luang masyarakat pasca musim panen padi. Hal ini memudahkan proses sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan program secara optimal.

b. Sasaran/Mitra

Program ini menyasar kelompok masyarakat yang memiliki potensi sebagai penggerak utama dalam pemasaran hasil pertanian rumah tangga, yaitu ibu rumah tangga kader dan anggota Karang Taruna di Desa Gedog Wetan, Kecamatan Turen, Kabupaten Malang. Kelompok ini dipilih karena peran strategis mereka dalam jaringan sosial lokal serta kemampuan menjangkau pasar di lingkungan sekitar. Ibu kader memiliki kedekatan dengan konsumen rumah tangga dan pengalaman dalam kegiatan PKK serta layanan kesehatan, yang membuat mereka potensial sebagai agen promosi sayuran sehat. Sementara itu, Karang Taruna berperan dalam memanfaatkan media sosial dan jaringan komunitas muda untuk memasarkan produk secara digital serta mendukung distribusi di tingkat RT/RW. Proses identifikasi mitra dilakukan melalui:

1. Diskusi kelompok terarah (FGD) untuk menggali minat dan potensi mereka dalam bidang wirausaha.
2. Observasi dan wawancara untuk mengetahui pengalaman mereka dalam aktivitas komunitas dan teknologi informasi.
3. Seleksi berdasarkan kesiapan dan komitmen untuk mengikuti pelatihan pemasaran dan pencatatan keuangan.

Sebanyak 35 peserta terpilih dilibatkan dalam kegiatan ini, dengan komposisi 25 ibu kader dan 10 pemuda Karang Taruna. Peran mereka difokuskan pada:

1. Membentuk jaringan pemasaran lokal berbasis komunitas, seperti sistem pesan antar lingkungan, titip jual di warung, dan paket sayuran mingguan.
2. Mengembangkan promosi digital sederhana melalui media sosial pribadi, WhatsApp, dan grup komunitas.
3. Melakukan edukasi pasar kepada warga sekitar terkait manfaat sayuran hidroponik bebas pestisida dan pentingnya konsumsi pangan sehat.

Dengan keterlibatan mitra ini, pemasaran hasil hidroponik tidak hanya bersifat pasif (menunggu pembeli), tetapi menjadi aktif, kolektif, dan berorientasi jangka panjang, sejalan dengan misi program dalam menciptakan ketahanan pangan sekaligus pemberdayaan ekonomi rumah tangga.



c. Pendekatan dan Metode

Pendekatan yang digunakan adalah partisipatif berbasis pemberdayaan komunitas, dengan penekanan pada kolaborasi antara fasilitator (tim pengabdian) dan masyarakat sasaran. Metode pelaksanaan meliputi:

1. Pelatihan teknis hidroponik skala rumah tangga, mencakup perakitan sistem, pemeliharaan tanaman, dan pemanenan.
2. Workshop strategi pemasaran menggunakan pendekatan Marketing Mix 4P (Product, Price, Place, Promotion).
3. Pelatihan pengelolaan keuangan mikro, termasuk pencatatan transaksi kas dan penyusunan laporan sederhana.
4. Pendampingan intensif selama proses tanam, panen, dan pemasaran, dengan monitoring mingguan.

d. Tahapan Pelaksanaan

Kegiatan ini dilaksanakan dalam lima tahap utama:

1. Survei dan Sosialisasi Awal: Penjajakan lokasi, identifikasi calon mitra, dan penyampaian informasi program kepada masyarakat.
2. Pelatihan dan Perakitan Sistem Hidroponik: Peserta dilatih secara langsung untuk membuat instalasi hidroponik sederhana menggunakan bahan yang mudah diperoleh.
3. Pendampingan Proses Budidaya: Pendampingan teknis selama masa tanam, termasuk pemupukan dan pengendalian hama.
4. Simulasi Pemasaran dan Pencatatan Keuangan: Praktik membuat strategi penjualan, pencatatan modal dan hasil penjualan, serta simulasi pembagian keuntungan.
5. Evaluasi dan Refleksi Kegiatan: Diskusi bersama peserta untuk menilai keberhasilan, tantangan, dan peluang keberlanjutan program.

e. Alat dan Bahan

Alat dan bahan yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat pada program "Bank Sayur" Hidroponik Rumah Tangga Berbasis Ekonomi Berkelanjutan meliputi:

1. Sayuran:
 - a) Sawi Hijau
 - b) Pakcoy
 - c) 1 Set Sayur Sop (Wortel, Buncis, Kol, Seledri)
2. Peralatan Kemasan:
 - a) Plastik wrap untuk membungkus produk
 - b) Plastik wrap khusus sayur (lubang mikro) untuk menjaga kesegaran
 - c) Alas styrofoam tray sebagai tatakan sayuran kemasan
3. Peralatan Promosi dan Identitas Produk:
 - a) Label "Fresh" sebagai penanda produk segar
 - b) Stiker produk berisi nama program, jenis sayuran, dan logo tim pelaksana
 - c) Brosur dan pamflet sederhana tentang manfaat hidroponik dan Bank Sayur
4. Dokumentasi dan Administrasi:
 - a) Buku jurnal kegiatan harian dan mingguan
 - b) Kamera/ponsel untuk dokumentasi kegiatan (foto dan video)
 - c) Laptop dan alat tulis administrasi (nota, lembar evaluasi, absensi)



f. Metode Evaluasi

Untuk mengukur efektivitas dan keberhasilan kegiatan program Bank Sayur, evaluasi dilakukan dengan metode berikut:

1. Observasi Partisipatif:
Pemantauan langsung terhadap keterlibatan peserta selama pelatihan teknis, praktik pemasaran, dan pencatatan keuangan.
2. Wawancara Terstruktur:
Menggali persepsi dan pengalaman peserta terkait manfaat program terhadap peningkatan ekonomi keluarga dan keterampilan usaha.
3. Kuesioner Kepuasan Program:
Mengukur tingkat kepuasan peserta terhadap proses pelatihan, pendampingan, dan hasil program.
4. Simulasi Praktik Keuangan Usaha Mikro:
Evaluasi kemampuan peserta dalam membuat laporan keuangan sederhana

3. HASIL & PEMBAHASAN

a. Proses Pelaksanaan

Pelaksanaan program Bank Sayur tidak hanya menekankan pada pelatihan budidaya hidroponik, tetapi secara khusus diarahkan untuk membentuk sistem pemasaran kolektif berbasis komunitas. Kegiatan pemasaran dirancang untuk menyesuaikan dengan kapasitas peserta yang sebagian besar belum memiliki pengalaman berwirausaha, namun memiliki potensi jaringan sosial yang kuat di lingkungan sekitar.

Tabel 1.Proses Pelaksanaan

No	Tahap	Kegiatan	Tujuan	Hasil Sementara
1	Identifikasi Pemetaan potensi pembeli di Pasar Lokal	sekitar rumah, warung, dan komunitas lokal.	Mengenali kebutuhan konsumen dan RT/RW, jalur distribusi potensial.	Teridentifikasi segmen pasar warung dan grup ibu-ibu sebagai target awal.
2	Pelatihan Strategi Pemasaran (4P)	Materi disampaikan terkait: a. Product (jenis, kemasan, label) b. Price (harga paket) c. Place (kanal distribusi) Promotion (WA, stiker, pamflet)	Membekali peserta dengan konsep pemasaran yang relevan untuk strategi masing-masing.	Peserta memahami pemasaran dasar sederhana dan mampu menyusun masing-masing.
3	Simulasi dan Praktik	Simulasi penjualan langsung ke tetangga dan media sosial; pembuatan paket sayur siap jual.	Memberikan pengalaman langsung menjual produk kepada konsumen lokal.	Produk mulai terjual dalam bentuk paket harian dan mingguan, baik langsung maupun via WA.
4	Pencatatan Penjualan	Pelatihan penggunaan buku kas sederhana: pencatatan modal, omzet, laba, stok.	Melatih literasi keuangan peserta untuk usaha transaksi mikro.	88% peserta sudah memiliki catatan transaksi manual yang tertata.



5. Evaluasi Strategi	Diskusi mingguan untuk Menyesuaikan menilai promosi dan respon strategi pasar, termasuk kesulitan pemasaran yang dihadapi.	Terbentuk sistem langganan dan pre-order; beberapa peserta memodifikasi di kemasan sesuai saran pelanggan.
----------------------	--	--

b. Hasil Luaran Program

Kegiatan Bank Sayur Hidroponik Rumah Tangga menghasilkan berbagai luaran yang signifikan, terutama dalam aspek pemasaran produk. Melalui tahapan pelatihan strategi pemasaran berbasis marketing mix (4P), simulasi penjualan, serta pelatihan pencatatan keuangan, peserta mampu menerapkan teknik promosi dan distribusi yang sesuai dengan skala usaha mikro rumah tangga. Luaran ini menunjukkan keberhasilan peserta dalam:

1. Menentukan produk unggulan sesuai kebutuhan pasar lokal.
2. Mengembangkan sistem kemasan dan penetapan harga.
3. Memanfaatkan media sosial sederhana untuk promosi.
4. Melakukan transaksi penjualan secara langsung ke pelanggan sekitar.
5. Menyusun laporan penjualan dan keuntungan secara manual.

Peserta tidak hanya memperoleh pengetahuan, tetapi juga praktik langsung yang menghasilkan nilai ekonomi nyata. Berikut ini disajikan tabel hasil luaran pemasaran dari kegiatan ini :

Tabel 2.Luaran Program

No	Jenis Luaran	Deskripsi Luaran	Capaian
1	Produk Siap Jual	Sawi hijau, pakcoy, dan paket sayur ± 245 paket terjual dalam 3 sop dikemas dalam tray, plastik minggu wrap, dan label "Fresh"	
2	Saluran Penjualan	Penjualan langsung ke tetangga, 100% peserta berhasil titip warung, dan pemesanan via menjual produknya WhatsApp (WA)	
3	Media Promosi	WA Story, pamflet, stiker produk, 80% peserta aktif dan rekomendasi dari mulut ke mempromosikan produknya	
4	Sistem Penjualan	Penjualan satuan, sistem pre-order, Sistem langganan dimulai dan percobaan langganan oleh 3 peserta mingguan	
5	Rata-rata Keuntungan Rumah Tangga	Margin bersih per paket Rp 3.000- 4.000	Tambahan pendapatan ± Rp 150-300 ribu/bln
6	Laporan Keuangan Sederhana	Buku kas harian, pencatatan modal, 88% peserta menyusun pengeluaran, dan pendapatan dari laporan manual hasil penjualan	



c. Dampak

Tabel 3. Dampak Program

Aspek	Sebelum Program	Setelah Program
Pengetahuan Hidroponik	Minim, belum tahu sistem tanam tanpa tanah	Peserta menguasai cara tanam, nutrisi, dan panen sayuran hidroponik
Literasi Keuangan	Tidak terbiasa mencatat transaksi	Telah memiliki buku kas dan bisa menyusun laporan sederhana
Penghasilan Tambahan	Tidak ada penghasilan dari pekarangan	Rata-rata penghasilan tambahan Rp 150.000–300.000 per bulan

d. Pembahasan

Dari hasil yang diperoleh, dapat disimpulkan bahwa pendekatan berbasis partisipatif dan lokal yang digunakan dalam program ini sangat efektif. Pelibatan aktif kader dan karang taruna memudahkan transfer pengetahuan dan meningkatkan keterlibatan warga lainnya. Strategi pemasaran berbasis 4P (produk yang dikemas menarik, harga kompetitif, distribusi lokal, dan promosi sederhana) mampu meningkatkan daya jual hasil hidroponik. Sementara itu, pelatihan keuangan mikro mendorong peserta untuk berpikir jangka panjang mengenai keberlanjutan usaha (Sucipto dan Fatihin, 2024). Model “Bank Sayur” menunjukkan potensi sebagai inovasi lokal untuk memperkuat ketahanan pangan rumah tangga, sekaligus menjadi sumber pendapatan alternatif berbasis lingkungan. Hal ini relevan dengan tantangan ekonomi desa pasca-pandemi dan krisis iklim yang menuntut solusi pertanian yang adaptif dan berkelanjutan (Nugrahani dkk, 2019).

4. KESIMPULAN

Program Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) dengan tema “Bank Sayur” Hidroponik Rumah Tangga Berbasis Ekonomi Berkelanjutan di Desa Gedog Wetan, Kecamatan Turen, Kabupaten Malang telah berhasil dilaksanakan dengan capaian yang sesuai target. Program ini mampu memberikan kontribusi nyata dalam:

- Meningkatkan keterampilan teknis masyarakat, khususnya ibu rumah tangga dan anggota karang taruna, dalam budidaya sayuran hidroponik skala kecil dengan teknologi sederhana dan ramah lingkungan.
- Mendorong kemandirian ekonomi rumah tangga melalui pelatihan pemasaran berbasis komunitas dan sistem pencatatan keuangan mikro yang aplikatif.
- Menghasilkan luaran nyata, seperti instalasi hidroponik aktif di 35 rumah peserta, produk sayuran kemasan siap jual, serta kelompok distribusi yang beroperasi secara mandiri.
- Membangun pola pikir kewirausahaan dan semangat gotong royong, yang menjadi fondasi penting bagi keberlanjutan kegiatan ini ke depannya.
- Mewujudkan ketahanan pangan berbasis lokal, dengan memanfaatkan pekarangan rumah sebagai sumber pangan sehat yang terjangkau dan berkelanjutan.

Melalui pendekatan partisipatif dan pendampingan intensif, program ini terbukti relevan dengan kebutuhan lokal dan berpotensi direplikasi di wilayah lain dengan kondisi serupa



5. UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

- a. Universitas Modern Al Rifa'ie Indonesia atas dukungan dan kesempatan yang diberikan dalam kegiatan KPPM 2025.
- b. Dosen Pembimbing dan Koordinator Lapangan yang telah membimbing dan memberikan arahan selama proses pelaksanaan program.
- c. Pemerintah Desa dan Masyarakat Setempat atas partisipasi, kerjasama, dan sambutan hangat selama kegiatan berlangsung.
- d. Seluruh Anggota Tim SAKURA dan Tim HORE atas kerja sama, dedikasi, dan semangat kebersamaan

DAFTAR PUSTAKA

- Duan et al., (2024). Network embeddedness, entrepreneurial bricolage, and family farm sustainability. *Frontiers in Sustainable Food Systems*, Vol. 8, 2024
- FAO. (2020). Urban Agriculture for Sustainable Food Systems. www.fao.org
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kotler, Philip, dan Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke 13, Jilid Jakarta: Penerbit Erlangga
- Mardikanto, T., & Soebianto, P. (2012). *Pemberdayaan Masyarakat dalam Perspektif Kebijakan Publik*. Alfabeta.
- Nugrahani, dkk. (2019). Potential of Social Capital and Community Participation in Village Development. *JEJAK: Jurnal Ekonomi dan Kebijakan*, Vol. 12, No. 1
- Sucipto dan Fatihin, MK (2024). Participatory Learning for Rural Community Empowerment. *Jurnal Ilmu Pendidikan*, Vol. 30, No. 1.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

