

PEMBERDAYAAN EKONOMI MASYARAKAT PERKOTAAN DALAM PENGELOLAAN URBAN FARMING DENGAN PENDAMPINGAN KEUANGAN DAN PEMASARAN DIGITAL

Dwinanda Ripta Ramadhan¹, Supartini², Susilaningtyas B Kurniawati³

¹Manajemen, ^{1,2} Akuntansi, Universitas Tunas Pembangunan

¹ dwinanda.ripta@gmail.com, ² supartini@lecture.utp.ac.id,

³ susilaningtyas.kurniawati@lecture.utp.ac.id

Abstract

Limited land availability in urban areas drives the need for independent food innovation through urban farming ecosystems. However, the economic sustainability of urban farming groups is often hindered by weak business management, a lack of separation between household and business finances, and limited market reach—often relying solely on immediate local consumers. This community service program aims to transform urban groups from mere consumers into micro-scale commercial producers by optimizing cultivation practices, financial management, and the adoption of digital marketing. The implementation employs a Participatory Action Research (PAR) approach, comprising assessment, intensive training, hands-on coaching, and periodic evaluation. Program results demonstrate improved technical skills regarding the cultivation of high-value commodities, the implementation of financial record-keeping that successfully separates household and business funds, and the establishment of a digital brand identity via social media and local marketplaces. The program is expected to significantly increase the groups' revenue and sustainably strengthen community-based urban food security.

Keywords: Urban Farming, Micro-financial Management, Digital Marketing, Community Empowerment, Urban Food Security.

Abstrak

Keterbatasan lahan di area perkotaan memicu kebutuhan inovasi pangan mandiri melalui ekosistem *urban farming*. Namun, keberlanjutan roda ekonomi kelompok tani kota sering kali terbentur oleh lemahnya manajemen usaha, ketiadaan pemisahan kas modal, dan terbatasnya jangkauan pasar yang hanya mengandalkan konsumen lokal sekitar. Program pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk mentransformasi kelompok masyarakat perkotaan dari sekadar konsumen menjadi produsen komersial skala mikro melalui optimalisasi budidaya, tata kelola keuangan, dan adopsi *digital marketing*. Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan *Participatory Action Research* (PAR) yang meliputi tahap asesmen, pelatihan intensif, pendampingan melekat (*coaching*), dan evaluasi berkala. Hasil program menunjukkan peningkatan keterampilan teknis mitra dalam diversifikasi komoditas tinggi, pencatatan keuangan yang berhasil memisahkan kas domestik dan kas usaha, serta pembentukan identitas merek digital (*branding*) melalui media sosial dan *local marketplace*. Program ini diharapkan dapat menaikkan pendapatan omzet kelompok secara signifikan dan memperkuat ketahanan pangan berbasis komunitas perkotaan secara berkelanjutan.

Kata Kunci: Urban Farming, Manajemen Keuangan Mikro, Pemasaran Digital, Pemberdayaan Masyarakat, Ketahanan Pangan Perkotaan.

Submitted: 2026-06-10

Revised: 2026-06-17

Accepted: 2026-06-29

Pendahuluan

Wilayah Kelurahan Timuran, Kecamatan Banjarsari Surakarta merupakan kawasan perkotaan padat penduduk dengan keterbatasan lahan terbuka hijau. Mayoritas penduduk bekerja sebagai karyawan swasta dan ibu rumah tangga. Masyarakat mitra, yaitu KWT Loh Jinawi di Kelurahan Timuran, Kecamatan Banjarsari, Surakarta memiliki minat terhadap penghijauan, namun kegiatan *urban farming* yang dilakukan selama ini hanya sebatas hobi, sporadis, dan belum berorientasi ekonomi (bisnis).

Fenomena urbanisasi yang masif berdampak langsung pada penyusutan lahan produktif di wilayah perkotaan. Di sisi lain, ketergantungan masyarakat kota terhadap pasokan pangan dari luar daerah menimbulkan risiko kerentanan pangan, ketidakstabilan harga, serta penurunan

kualitas kesegaran komoditas sayur dan buah yang dikonsumsi harian (Smit, 2001). Ketahanan pangan berbasis keluarga menjadi isu krusial di era modern karena fluktuasi ekonomi global yang berdampak langsung pada daya beli masyarakat urban (Suryani, 2020). *Urban farming* memiliki potensi besar tidak hanya dalam menjaga ketahanan pangan tingkat rumah tangga, tetapi juga sebagai motor penggerak ekonomi sirkular di perkotaan. Kendati demikian, sebagian besar kelompok tani kota yang diinisiasi oleh warga atau kelompok swadaya masyarakat masih bersifat subsisten—hanya menanam untuk konsumsi mandiri. Ketika hasil panen melimpah (*overproduction*), komoditas tersebut sering kali rusak, terbuang, atau dijual dengan harga sangat murah karena tidak adanya sistem hilirisasi produk yang matang (Kurniawati, 2026).

Berdasarkan hasil observasi awal dan wawancara dengan kelompok mitra di wilayah perkotaan, ditemukan tiga masalah utama yang saling berkaitan:

1. Kelemahan Tata Kelola Operasional: Proses budidaya belum terjadwal secara berkala (*continuous harvesting*), sehingga pasokan produk tidak konsisten dan kerap terjadi kekosongan stok.
2. Ketiadaan Manajemen Keuangan Usaha: Pengelolaan keuangan masih dilakukan secara konvensional tanpa adanya pencatatan arus kas (*cash flow*). Uang operasional usaha pertanian masih bercampur baur dengan uang belanja domestik rumah tangga. Lemahnya literasi keuangan ini menjadi faktor utama terhambatnya perkembangan usaha mikro di Indonesia (Handayani et al., 2022)
3. Keterbatasan Akses Pasar: Strategi pemasaran hanya bersifat pasif dan konvensional (mengandalkan penjualan antar tetangga sekitar rumah melalui grup komunikasi lokal). Mitra belum memiliki identitas merek (*branding*) dan belum mengoptimalkan teknologi digital. Padahal, pemanfaatan *digital marketing* sangat krusial bagi pelaku usaha mikro untuk memperluas jangkauan pasar tanpa biaya operasional yang besar ((Darmaningrum & SB, 2024).

Melalui program pengabdian masyarakat ini, tim pelaksana menawarkan solusi komprehensif dari hulu ke hilir yang dikemas dalam bentuk **Program Tiga Pilar Integrasi (Budidaya - Finansial - Digital)**:

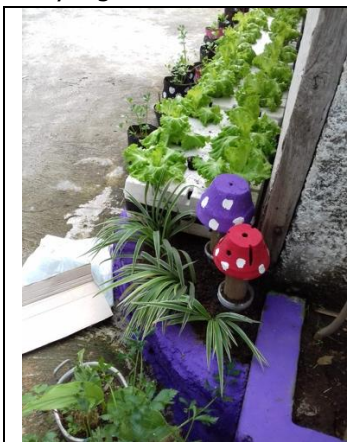
- Penerapan sistem manajemen tanam terjadwal untuk menjamin konsistensi produksi harian.
- Migrasi pencatatan keuangan manual ke digital dengan memanfaatkan aplikasi pembukuan mikro berbasis Android.
- Pembangunan ekosistem digital kelompok melalui pemanfaatan media sosial organik, desain visual kemasan menarik, dan integrasi ke *local e-commerce*.

Metode

Program pengabdian masyarakat ini menerapkan metode *Participatory Action Research* (PAR). Metode ini menempatkan mitra bukan sekadar sebagai objek penerima bantuan, melainkan sebagai subjek aktif yang terlibat langsung dalam mengidentifikasi masalah, mengeksekusi solusi, hingga mengevaluasi program (Kindon, 2007). Kegiatan dilaksanakan selama jangka waktu 4 bulan dengan tahapan sistematis sebagai berikut:

1. Tahap Asesmen dan Observasi Lahan

Tim melakukan observasi lahan , pembenahan sistem irigasi, serta penataan area tanam menggunakan metode vertikultur dan hidroponik portabel guna memaksimalkan kapasitas ruang produksi yang terbatas.



Gambar 1. Hidroponik tanaman sayuran



Gambar 2. Observasi lahan oleh tim

2. Tahap Edukasi dan Pelatihan Teknis

Pelatihan dilakukan secara tatap muka dengan membagi materi ke dalam tiga modul utama:

- Modul I (Manajemen Budidaya Komersial): Pelatihan penyusunan kalender tanam, pembibitan terjadwal, dan penanganan pasca-panen (sortasi dan pengemasan standar pangan).
- Modul II (Aplikasi Keuangan Mikro): Workshop pengenalan literasi keuangan, penghitungan Harga Pokok Penjualan (HPP) yang presisi, serta simulasi penginputan data transaksi penjualan dan biaya operasional ke aplikasi keuangan berbasis *smartphone* ((Handayani et al., 2022)).
- Modul III (Digital Branding & Marketing): Praktik langsung teknik fotografi produk menggunakan ponsel, pembuatan desain logo kemasan menggunakan aplikasi grafis, serta pembuatan akun digital bisnis (Darmaningrum & SB, 2024; Kurniawati, 2026).

3. Tahap Mentoring dan Pendampingan Melekat

Tim pengabdian melakukan kunjungan rutin (*monitoring*) secara berkala untuk mendampingi mitra selama siklus tanam baru berjalan. Pada tahap ini, fokus utama adalah memastikan mitra disiplin melakukan pencatatan keuangan setiap ada transaksi masuk/keluar serta konsisten memproduksi konten promosi digital untuk menjangkau konsumen baru.



Gambar 3. Pendampingan Keuangan dan Pemasaran Digital Hasil Pertanian Hidroponik

4. Tahap Evaluasi dan Keberlanjutan Program

Evaluasi keberhasilan program diukur menggunakan indikator kinerja utama (IKU) yang meliputi aspek peningkatan pengetahuan (melalui *pre-test* dan *post-test*), tingkat adopsi teknologi pencatatan keuangan, dan volume penjualan digital yang tercipta selama masa pendampingan. Secara kuantitatif, rekapitulasi persentase pemahaman dan adopsi teknologi oleh mitra sebelum dan sesudah program menunjukkan lonjakan yang signifikan:

- Pilar I: Manajemen Budidaya Komersial & Panen Terjadwal
 - *Sebelum (Pre-test)*: 45% anggota kelompok yang memahami pentingnya zonasi waktu tanam untuk menghindari *overproduction*.
 - *Sesudah (Post-test)*: Meningkatkan menjadi 85%, di mana sebagian besar anggota kini terampil menyusun kalender pembibitan mandiri.
- Pilar II: Literasi & Pencatatan Keuangan Digital
 - *Sebelum (Pre-test)*: Hanya 20% mitra yang mengetahui cara menghitung Harga Pokok Penjualan (HPP) dan memisahkan uang pribadi dengan uang usaha.
 - *Sesudah (Post-test)*: Melesat hingga 75% setelah diberikan pendampingan intensif instalasi dan simulasi aplikasi pembukuan berbasis Android.
- Pilar III: Pemasaran Digital (*Branding & Medsos*)
 - *Sebelum (Pre-test)*: Hanya 30% mitra yang memiliki keberanian dan pengetahuan dasar untuk mempromosikan produk di luar grup WhatsApp warga.
 - *Sesudah (Post-test)*: Mencapai 80% kelayakan, ditandai dengan kemampuan kelompok dalam memproduksi konten visual mandiri dan melayani sistem *Pre-Order* secara daring.

Hasil dan Pembahasan

1. Transisi Budidaya Subsisten Menuju Manajemen Produksi Terjadwal

Sebelum adanya intervensi program, mitra menanam komoditas (seperti selada, pakcoy, dan kangkung) secara serentak dalam satu waktu. Dampaknya, terjadi penumpukan hasil panen yang melebihi kapasitas serap pasar lokal dan memicu pembusukan produk.

Tim pengabdian bersama mitra melakukan restrukturisasi dengan membagi lahan ke dalam beberapa zonasi waktu tanam yang berbeda. Hasilnya, kelompok tani kini mampu melakukan panen berkala setiap minggu (siklus bergilir), sehingga ketersediaan sayur segar selalu terjaga

stabil. Pihak konsumen (termasuk katering lokal dan beberapa rumah makan) mulai menaruh kepercayaan tinggi karena kepastian pasokan produk dari mitra.

2. Digitalisasi Laporan Keuangan dan Pemisahan Kas Usaha

Sesi pelatihan keuangan memberikan pemahaman baru bagi mitra bahwa keuntungan usaha tidak dapat diukur hanya dari sisa uang di dompet. Penghitungan komponen biaya variabel (seperti nutrisi, benih, media tanam, listrik pompa air) dan biaya tetap (penyusutan alat hidroponik) berhasil dirumuskan untuk menentukan HPP yang akurat. Berikut ini perubahan yang terjadi sebelum dan sesudah pendampingan keuangan pada tabel 1 dibawah ini.

Tabel 1. Perubahan Sebelum dan Sesudah Pendampingan Keuangan

Komponen Evaluasi Keuangan	Sebelum Pendampingan	Setelah Pendampingan
Sistem Pencatatan	Mengandalkan ingatan/ tanpa nota	Ada Pembukuan sederhana di Smartphone Android (digital)
Pemisahan Rekening/Kas	Tercampur dengan uang dapur pribadi	Terpisah (Kas Khusus Kelompok)
Penentuan Harga Jual	Mengikuti harga pasar (tradisional)	Berdasarkan HPP + margin keuntungan
Analisis Arus Kas	Tidak Terdeksi bulanan	Bisa diketahui dikarenakan pencatatan teratur dan tertib melalui smarphone android (digital)

Peranan pembukuan sederhana dan penggunaan android smartphone meningkatkan rasa keyakinan dan semangat bagi pengguna (Eni Maryanti et al., 2024; Handayani et al., 2022; Kurniawati et al., 2025).

3. Pembentukan Digital Branding dan Perluasan Pasar Komunitas

Hilirisasi produk *urban farming* dicapai melalui peluncuran identitas visual baru. Sayuran yang dipanen tidak lagi dijual menggunakan kantong plastik biasa, melainkan dikemas rapi menggunakan plastik berlubang sirkulasi yang ditemplei stiker logo merek dagang kelompok tani. Hal ini menaikkan nilai estetika dan nilai jual produk (*perceived value*). Aktivasi media sosial bisnis sebagai katalog produk digital dan integrasi ke platform pemesanan berbasis peta terbukti memperluas pangsa pasar secara masif. Konsumen baru di luar area rukun warga (RW) kini dapat dengan mudah menemukan lokasi kebun *urban farming* ini melalui mesin pencari digital (Darmaningrum & SB, 2024; Kurniawati, 2026). Sistem penjualan *Pre-Order* (PO) yang diterapkan 2 (dua) hari sebelum jadwal panen raya terbukti sangat efektif menekan angka kerugian akibat produk tidak terjual (*zero waste*). Seluruh produk yang siap dipanen telah habis dipesan secara daring sebelum sayuran tersebut dipotong dari instalasi tanam.

Kesimpulan

Program pengabdian kepada masyarakat ini berhasil merevitalisasi eksistensi gerakan pertanian perkotaan di KWT Loh Jinawi Timuran, Kecamatan Banjarsari, Surakarta tidak hanya sebagai aktivitas pengisi waktu luang, tetapi bertransformasi menjadi unit usaha mikro yang prospektif dan berkelanjutan. Sinergi antara perbaikan teknik budidaya terjadwal di hulu dengan digitalisasi tata kelola keuangan serta pemanfaatan strategi pemasaran digital di hilir terbukti

mampu memecahkan masalah klasik keberlanjutan ekonomi sirkular masyarakat urban. Model pemberdayaan terintegrasi seperti ini sangat potensial untuk direplikasi di wilayah perkotaan padat penduduk lainnya guna mewujudkan kemandirian ekonomi berbasis komunitas yang tangguh.

Daftar Pustaka

- Darmaningrum, K., & SB, et. al. (2024). Pelatihan Digital Marketing Dan Penggunaan E-Commerce Untuk Umkm Di Desa Karang Sari Kabupaten Karanganyar. *Ganesha Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 2024.
- Eni Maryanti, I., Widyaswati, R., Abdullah, S., Budiana Kurniawati, S., & Tunas Pembangunan Surakarta, U. (2024). Pengenalan Akuntansi Sederhana Umkm Di Desa Karangbun, Kecamatan Matesih, Kabupaten Karanganyar. *Ganesha Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 2024.
- Handayani, P., Syarifudin, S., & Nurhayati, N. (2022). Pemanfaatan Aplikasi Akuntansi Berbasis Android Dalam Pembukuan Sederhana UMKM (Pada Anggota UMKM Pondok Petir Sejahtera). *JMM - Jurnal Masyarakat Merdeka*, 5(1), 35. <https://doi.org/10.51213/jmm.v5i1.104>
- Kindon, et. al. (2007). *Participatory Action Research Approaches and Methods*.
- Kurniawati, S. (2026a). Pemberdayaan Ekonomi Lokal Berbasis Manajemen Talenta Inklusif, Ketahanan Pangan, dan Literasi Keuangan Melalui Pemanfaatan Sumber Daya Pertanian Singkong Bagi Ibu-Ibu PKK Desa Butuh Kecamatan Mojosongo Kabupaten Boyolali. *Jurnal Pengabdian Inovasi Masyarakat Indonesia*, 5(1), 94–101. <https://doi.org/10.29303/jpimi.v5i1.8565>
- Kurniawati, S. (2026b). *Pemberdayaan Kelompok Wanita Tani (Kwt) Melalui Implementasi Teknologi Tepat Guna Untuk Meningkatkan Produktivitas Pertanian Dan Membangun Ketahanan Pangan* (Vol. 7, Number 1).
- Kurniawati, S. dkk. (2026c). *Penguatan Rantai Pasok Pepaya Melalui Pemberdayaan Talenta Inklusif Dan Transformasi Digital Pada Kelompok Wanita Tani (Kwt) Ngudi Makmur Surakarta* (Vol. 7, Number 1).
- Kurniawati, S., Eni Maryanti, I., & Abdullah, S. (2025). Laporan Keuangan Akuntansi Sederhana Pada Umkm Industri Kreatif Fashion. *Jurnal Pengabdian Inovasi Masyarakat Indonesia (JPIMI)*, 4(2b), 294–300. <https://doi.org/10.29303/mr9nb858>
- Smit, et al. (2001). *Urban Agriculture Food, Jobs and Sustainable Cities 2001 Edition Sources for Cases*. www.cityfarmer.org/GazaUrbA.html.
- Suryani, dkk. (2020). Pemanfaatan Lahan Sempit Perkotaan Untuk Kemandirian Pangan Keluarga. In *Jurnal Ilmiah Respati* (Vol. 11, Number Desember). <http://ejournal.urindo.ac.id/index.php/pertanian>