

PEMERDAYAAN MASYARAKAT MELALUI PELATIHAN HIDROPONIK DALAM MEMBENTUK WIRAUSAHAWAN BARU DI DESA MUNDUSARI KECAMATAN PUSAKANAGARA

Anita¹

Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Subang
anitafirdaus127@gmail.com

Iwan Henri Kusnadi²

Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Subang
Iwanhenri01@gmail.com

Aziz Muhammad³

Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Subang
azizmuhammad@Qunsub.ac.id

Ade Nawawi⁴

Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Subang
adenawawi15.an@gmail.com

Sri Dinarwati⁵

Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Subang
sridinarwati94@gmail.com

Abstrak

Petanian yang kini semakin berkembang dimasyarakat menjadi salah satu penunjang kehidupan untuk masyarakat yang tinggal di daerah pedesaan, khususnya di Desa Mundusari. Untuk pertanian di Desa Mundusari masyarakatnya hanya bercocok tanam padi di mana menggunakan media tanah. Sedangkan jaman semakin maju dan tidak menutup kemungkinan perkembangan pertanian pun ikut berkembang. Dimana sekarang salah satu perkembangan pertanian yaitu, menanam sayuran menggunakan metode tanam hidroponik. Metode tanam hidroponik, yaitu media tanam yang tidak begitu memakan lahan yang luas, sehingga masyarakat yang tidak mempunyai ladang sawah mereka bisa berkebun di halaman rumahnya sendiri. Terutama ibu - ibu mereka bisa menghemat pengeluaran biaya rumah tangga untuk membeli bahan sayur - mayur. Ibu - ibu bisa menanam sayur - mayur, bumbu dapur seperti tomat dan cabai di pekarangan rumah mereka, sehingga mereka tidak perlu

membeli bahan poko ke pasar, mereka cukup memetik di tanaman mereka sendiri atau bahkan mereka bisa menjual hasil panennya. Acara pelatihan pembuatan produk keripik bayam hasil tanaman hidroponik di posko KKNM kelompok 7. Bukan hanya pelatihan pembuatan produk saja, tapi kita melatih berwirausaha agar bisa membentuk wirausahawan baru di Desa Mundusari. Yaitu dengan cara mempelajari *branding image* dan *product branding*. *Branding image* adalah keyakinan, ide atau kesan seseorang terhadap sebuah brand. Sedangkan *product branding* merupakan simbol atau desain yang membuat sebuah produk memiliki identitas unik yang melekat dan menjadi ciri khas dari produk tersebut.

Kata Kunci: *Hidroponik, Wirausaha, Branding image, Product branding, Masyarakat.*

Abstract

Agriculture, which is now growing in the community, has become one of the life supports for people living in rural areas, especially in Mundusari Village. For agriculture in Mundusari Village, the community only cultivates rice which uses soil media. Meanwhile, the era is getting more advanced and it is possible that agricultural development will also develop. Where now one of the agricultural developments is, growing vegetables using the hydroponic planting method. Hydroponic planting method, which is a planting medium that does not take up a large area of land, so that people who do not have rice fields they can garden in their own yard. Especially their mothers can save on household expenses to buy vegetables. Mothers can grow vegetables, herbs such as tomatoes and chilies in their yards, so they don't have to buy staples at the market, they just pick their own plants or they can even sell their produce. The training event for making hydroponic spinach chips products at the KKNM group 7 post. Not only training on product manufacture, but we also train entrepreneurship so that we can form new entrepreneurs in Mundusari Village. That is by studying branding image and product branding. Branding image is a person's beliefs, ideas or impressions of a brand. While product branding is a symbol or design that makes a product have a unique identity that is inherent and becomes the hallmark of the product.

Keywords: Hydroponics, Entrepreneurship, Branding image, Product branding, Society.

Pendahuluan

Desa mundusari terletak di Kecamatan Pusakanagara Kabupaten Subang Provinsi Jawa Barat, Indonesia. Desa Mundusari merupakan Desa yang Masyarakatnya mempunyai mata pencaharian sebagai, PNS, Karyawan Suwasta, Pedagang, petani dan menariknya di salah satu Dusun yaitu Dusun 1 RT 04 masih ada masyarakat yang berternak Kuda. Hal yang penulis soroti adalah petani dimana mereka, masih mengelola pertanian hanya bercocok tanam padi, padahal di era modern ini, para petani bukan hanya menanam padi, tetapi bisa bercocok tanam sayur, buah - buahan dimana sekarang ada metode tanam hidroponik, yaitu media tanam yang tidak begitu memakan lahan yang luas, sehingga masyarakat yang tidak mempunyai ladang sawah mereka bisa berkebun di halaman rumahnya sendiri. Terutama ibu - ibu mereka bisa menghemat pengeluaran biaya rumah tangga untuk membeli bahan sayur - mayur. Ibu - ibu bisa menanam sayur - mayur, bumbu dapur seperti tomat dan cabai di pekarangan rumah mereka, sehingga mereka tidak perlu membeli bahan pokok ke pasar, mereka cukup memetik di tanaman mereka sendiri atau bahkan mereka bisa menjual hasil panennya.

Petanian yang kini semakin berkembang dimasyarakat menjadi salah satu penunjang kehidupan untuk masyarakat yang tinggal di daerah pedesaan, khususnya di Desa Mundusari.

Untuk pertanian di Desa Mundusari masyarakatnya hanya bercocok tanam padi di mana menggunakan media tanah. Sedangkan jaman semakin maju dan tidak menutup kemungkinan perkembangan pertanian pun ikut berkembang. Dimana sekarang salah satu perkembangan pertanian yaitu, menanam sayuran menggunakan metode tanam hidroponik.

Bicara peluang bertanam dengan media tanam hidroponik lebih efisien dari pada media tanam lain dikarenakan tidak membutuhkan lahan yang luas, karena yang harus di perhatikan pada media tanam ini hanya pemberian nutrisi, siklus air dan sesekali dilakukan perawatan pada media tanamnya dengan cara dibersihkan. Ada banyak metode dalam menanam sayuran tentunya masing - masing memiliki keunggulan dan kelemahannya sendiri.

Berkembang pesatnya teknologi di era globalisasi yang menyebabkan pengolahan bahan baku sayur mayur juga harus diperhatikan karena hal ini terkait dengan nilai konsumsi masyarakat dan nilai jual dari bahan baku tersebut. Karena dengan memanfaatkan ini masyarakat bisa mengelola sayur mayur yang fresh karena hasil tanam mereka sendiri yang ditanam depan pekarangan rumah mereka, untuk jangka panjang dari program ini yaitu selain digunakan sendiri masyarakat juga bisa memproduksinya sehingga bisa mereka jual untuk dapat menghemat uang belanja mereka / menambah pemasukan keluarga mereka sendiri.

Guna memaksimalkan hal itu maka mahasiswa KKNM Universitas Subang mengundang narasumber yaitu Bapak Kiki. M Iqbal, S.Sos, untuk melakukan pelatihan / Seminar hidroponik kepada ibu - ibu PKK dan masyarakat yang tertarik dengan tanaman hidroponik. Seminar yang diberikan bukan hanya memberikan materi apa itu hidroponik tapi bagaimana juga cara penanaman hidroponik dan cara mengelola tanaman hidroponik agar bisa mereka jual sendiri, salah satu contoh yang di berikan oleh narasumber hasil dari tanaman hidroponik yaitu keripik daun bayam, keripik daun sirih dan dodol tomat, itu adalah salah satu hasil dari panen tanaman hidroponik yang sudah di Kelola oleh narasumber selama ini.

Rumusan Masalah

Hasil dari pengamatan penulis soal pertanian di Desa Mundusari yaitu, masyarakat kurang memahami tentang tanaman hidroponik padahal tanaman hidroponik adalah pertanian masadepan dan kurangnya pengetahuan masyarakat tentang pengelolaan tanaman, dimana masyarakat mundusari hanya mengetahui kalau pertanian hanya bercocok tanam lalu jual hasil panennya, padahal pertanian bukan hanya itu tetapi pertanian bisa mengelola hasil panen mereka, lalu mereka kemas dan jual. Dari permasalahan itu mahasiswa KKNM Universitas Subang Kelompok 7 mengadakan pengenalan tanaman hidroponik ke pada masyarakat dengan cara pelatihan/ seminar hidroponik dan pelatihan cara produksi hasil panen, salah satunya tanaman bayam di produksi menjadi keripik bayam.

Metode Penelitian

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan dengan beberapa langkah untuk mencapai hasil yang diharapkan, maka penulis menggunakan beberapa metode yaitu :

Metode Observasi

Kegiatan ini bertujuan untuk mengetahui keadaan di Desa Mundusari mengenai pertanian yang ada di Desa Mundusari Khususnya Dusun 3 RT 15, karena dekat posko KKNM. Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan dengan cara terlebih dahulu melakukan pengamatan dan terjun langsung ke lokasi di sekitar Desa Mundusari. Setelah mengetahui kondisi permasalahan yang terjadi, maka dapat dilakukan perumusan strategi terkait dengan pelaksanaan solusi permasalahan. Selanjutnya adalah dengan menyusun secara detail rangkaian kegiatan yang akan dilakukan. Hal ini dilakukan agar dalam langkah-langkah pelaksanaan kegiatan dapat berjalan dengan lancar.

Metode Wawancara

Pada tahap wawancara ini digunakan untuk mendapatkan data dari beberapa warga desa mengenai pengetahuan mereka tentang hidroponik. Dalam wawancara ini diajukan beberapa pertanyaan singkat mengenai hidroponik, dengan di wawancara secara langsung. Yang selanjutnya dapat diperoleh hasil berapa warga yang sudah mengetahui akan sistem pertanian hidroponik dan yang belum mengetahuinya.

Metode Pelatihan

Pada tahap pelatihan ini, kelompok 7 KKNM mengundang Ibu PKK dan Masyarakat Dusun 3 RT 15, untuk menghadiri pelatihan/seminar yang narasumbernya adalah Bapak Kiki. M Iqbal, S.Sos, dengan tema "Pelatihan Hidroponik". Setelah satu minggu pelatihan mahasiswa mengundang ibu PKK dan Masyarakat RT 15 yang tertarik akan tanaman hidroponik, untuk datang ke posko. Mahasiswa kelompok 7 KKNM mengadakan pelatihan cara mengelola hasil panen hidroponik sebagai contohnya tanaman bayam, yang di oleh menjadi keripik bayam, bukan hanya mengajarkan cara pengolahan hasil panen saja. Tapi mahasiswa juga

mengajarkan berwirausaha, yaitu dengan cara branding image dimana kita memberi pelatihan cara pengemasan produk, pembuatan amrek, promosi di sosial media dll.

Hasil dan Pembahasan

Metode Observasi

Observasi permasalahan dilakukan di Desa Mundusari ke beberapa lokasi, yang pertama Dusun 3 pada hari Rabu, 03 Agustus 2022, kedua Dusun 4 pada hari Senin, 15 Agustus 2022, ketiga Dusun 1 Pada hari Selasa, 1 Agustus 2022. Observasi ini dilakukan untuk mengajak masyarakat agar mengupgrade cara bercocok tanam/pertanian. Dimana sebenarnya pertanian bukan hanya menanam padi maupun sayuran di ladang/ sawah. Tapi bisa dilakukan juga di pekarangan rumah/memanfaatkan lahan yang sempit agar bisa menghasilkan sayuran yang mereka bisa olah sendiri atau bahkan bisa mereka jual agar bisa membantu perekonomian mereka.



Gambar 1. Observasi Tanaman Hidroponik

Setelah dilakukan observasi permasalahan, maka mendapatkan hasil berupa gambaran mengenai solusi untuk permasalahan lahan yang terbatas. Kemudian menganalisis rumusan strategi yang tepat dalam menjalankan program. Selain itu juga mencari tahu lebih banyak informasi mengenai sistem pertanian hidroponik melalui sosial media, baik alat dan bahan yang diperlukan, cara pembuatan, keunggulan dan sebagainya. Kemudian langkah kegiatan disusun berdasarkan hasil observasi serta analisis, pada proses penyusunan langkah kegiatan didapatkan urutan langkah kegiatan. Sehingga didapatkan langkah-langkah kegiatan yaitu persiapan alat dan bahan, berkonsultasi dengan yang ahli dalam bidang hidroponik Bapak Kiki

M Iqbal, S.Sos.,pelatihan/ seminar hidroponik narasumber Bapak Kiki M Iqbal, S.Sos. Pelatihan cara mengelola hasil panen tanaman hidroponik.

Metode Wawancara

Kegiatan wawancara ini dilakukan bersamaan dengan kegiatan observasi, terdapat 15 orang warga yang kami ajukan pertanyaan secara langsung. Dalam wawancara ini ada dua pertanyaan yang kami ajukan yakni, apa mereka mengetahui ada metode tanam hidroponik, dan apa mereka tertarik untuk mengupgrade pertanian dengan mempelajari cara penanaman hidroponik. Dari wawancara tersebut diperoleh gambaran terkait pemahaman informan terkait hidroponik, yaitu: 44% tidak mengetahui tanaman hidroponik , pernah mendengar tanaman hidroponik 31% , dan hanya 25% mengetahui tanaman hidroponik.

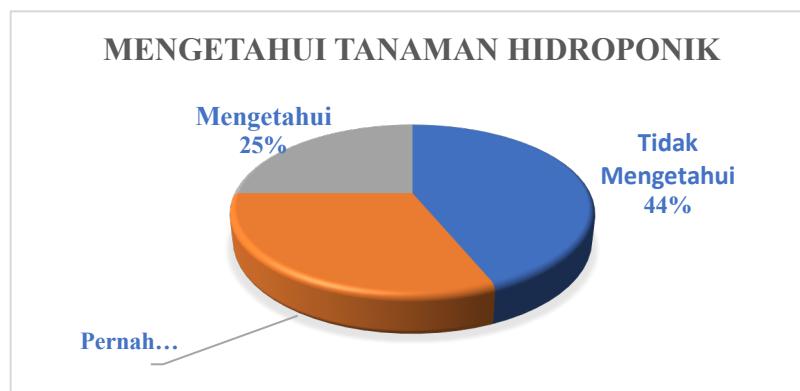


Diagram 1. Hasil Survey Tanaman Hidroponik

Metode Pelatihan

Pada metode pelatihan ini, mahasiswa KKNM kelompok 7 mengadakan seminar/pelatihan yang diadakan di aula Desa pada hari minggu, 21 Agustus 2022 yang bertema “Pelatihan hidroponik”, Mulai dari pukul 09.00 s.d Selesai. Acara ini dihadiri oleh ibu PKK dan warga sekitar yang tertarik dengan pelatihan hidroponik.



Gambar 2. Pelatihan Hidroponik

Setelah selesai acara ini, seminggu setelahnya ada acara pelatihan pembuatan produk keripik bayam hasil tanaman hidroponik. Acara pelatihan produk ini dibuat pada hari minggu, 27 Agustus 2022, pukul 09.00 s.d Selesai, lokasi di posko KKNM kelompok 7. Bukan hanya pelatihan pembuatan produk saja, tapi kita melatih berwirausaha agar bisa membentuk wirausahawan baru di Desa Mundusari. Yaitu dengan cara mempelajari *branding image* dan *product branding*. *Branding image* adalah keyakinan, ide atau kesan seseorang terhadap sebuah brand.

Komponen *Brand Image*

Komponen pembentuk *Brand Image* ada 3, yaitu:

1. Citra Pembuat (*corporate image*) yaitu: sekumpulan asosiasi yang dipersepsikan konsumen terhadap perusahaan yang membuat suatu produk dan jasa.
2. Citra Pemakai (*user image*) yaitu: sekumpulan asosiasi yang dipersepsikan konsumen terhadap pemakai yang menggunakan barang atau jasa, meliputi pemakai itu sendiri, gaya hidup atau kepribadian dan status sosial.
3. Citra Produk (*product image*) yaitu: sekumpulan asosiasi yang dipersepsikan konsumen terhadap suatu produk, yang meliputi atribut produk tersebut, manfaat bagi konsumen, penggunaannya, serta jaminan.

Manfaat *Brand Image*

Brand Image yang telah dibentuk oleh perusahaan dan sudah menjadi persepsi konsumen, akan memberikan manfaat baik bagi perusahaan maupun konsumen. Ada pun manfaatnya sebagai berikut:

1. Manfaat bagi perusahaan,
Perusahaan dapat mengembangkan lini produk lainnya dengan memanfaatkan citra positif yang telah terbentuk terhadap produk lamanya.
2. Manfaat bagi konsumen,
Konsumen dengan citra yang positif terhadap merek tertentu, lebih mungkin untuk melakukan pembelian hingga pembelian ulang secara terus menerus.

Cara Membangun *Brand Image*

1. Memiliki positioning yang tepat.
Merek dapat di positioningkan dengan berbagai cara, misalnya dengan menempatkan posisinya secara spesifik di benak pelanggan. Membantu

positioning adalah menempatkan semua aspek dari brand value (termasuk manfaat fungsional) secara konsisten, sehingga selalu jadi nomor satu di benak pelanggan.

2. Memiliki brand value yang tepat.

Semakin tepat merek dipositioningkan di benak pelanggan, merek tersebut akan semakin kompetitif. Untuk mengelola hal tersebut kita perlu mengetahui brand value. Brand value membentuk brand personality. Brand personality lebih cepat berubah dibandingkan brand positioning. Karena brand personality mencerminkan gejala perubahan selera konsumen.

3. Memiliki konsep yang tepat.

Tahap akhir untuk mengkomunikasikan brand value dan positioning yang tepat kepada konsumen harus didukung oleh konsep yang tepat. Pengembangan konsep merupakan proses kreatif, karena berbeda dari positioning, konsep dapat terus menerus berubah sesuai dengan daur hidup produk yang bersangkutan. Konsep yang baik adalah dapat mengkomunikasikan semua elemen-elemen brand value dan positioning yang tepat, sehingga *Brand Image* dapat terus menerus ditingkatkan.

Sedangkan *product branding* merupakan simbol atau desain yang membuat sebuah produk memiliki identitas unik yang melekat dan menjadi ciri khas dari produk tersebut.

Branding terdiri dari 5 jenis, yaitu :

1. Cultural branding: pemberian identitas sesuai budaya, kebiasaan suatu bangsa, lokasi, atau orang-orang asalnya. Contoh: orang Jepang terkenal disiplin dari segi waktu.
2. Destination branding: menggambarkan identitas, negara, kota, daerah, dan wilayah tertentu, yang biasanya dimanfaatkan untuk kebutuhan promosi pariwisata. Contoh: Enjoy Jakarta dan Wonderful Indonesia.
3. Personal branding: Branding ini ditujukan untuk perseorangan. Contoh: Jackie Chan adalah seorang artis laga.
4. Corporate branding: Aspek untuk jenis branding ini berkaitan dengan produk yang ditawarkan, bagaimana cara komunikasi ke pelanggan, hingga kontribusi

perusahaan terhadap masyarakat. Contoh: Moka adalah startup platform penyedia satu solusi untuk semua kebutuhan mulai dari pencatatan penjualan dengan aplikasi kasir hingga omnichannel sales.

5. Product branding: identitas yang diberikan kepada produk guna memengaruhi keputusan konsumen untuk membelinya. Contoh: Moka Capital adalah platform untuk mendapatkan pendanaan usaha lewat Moka Capital Lending dan Moka Capital Investment.

Manfaat branding produk:

1. Menarik konsumen untuk membeli produk
2. Meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap produk atau bisnis
3. Membuka peluang untuk menetapkan harga jual yang tinggi
4. Menonjolkan keunggulan produk dibandingkan kompetitor
5. Melakukan diferensiasi produk.

Cara Branding Produk sehingga Dikenal Konsumen

1. Kualitas produk, terbaik dapat menjadi cara branding yang sangat kuat. Tidak bisa dimungkiri bahwa kualitas produk akan menentukan tingkat kepuasan konsumen.
2. Kemasan menarik dan unik, Hal pertama yang selalu menarik minat konsumen adalah desain kemasan yang menarik dan unik. Desain kemasan yang menarik dan mampu melindungi produk dengan baik akan meningkatkan minat konsumen.
3. Membuat iklan, Iklan adalah salah satu cara yang cukup efektif untuk proses branding sehingga produk lebih banyak dikenal dan diminati masyarakat. Bagi perusahaan besar, membuat iklan produk adalah perkara cukup mudah yang tidak menghabiskan banyak biaya. Namun bagi perusahaan kecil, pembuatan iklan ini justru dapat membuat biaya pemasaran semakin meningkat. Untuk menyiasatinya, Anda bisa membuat iklan digital dengan memanfaatkan media online. Iklan digital ini dibuat dengan biaya yang cukup terjangkau, sehingga beban branding yang harus ditanggung tidak terlalu besar.

4. Mengikuti pameran, Fungsi stand pameran ini adalah untuk memastikan produk yang jual dapat dilihat pengunjung. Sangat penting untuk memastikan stand yang dibuat menarik, unik dan memiliki ciri khas terhadap produk yang dipasarkan.



Gambar 3. Label Produk Hasil Tanaman Hidroponik

Kesimpulan

Hasil dari kegiatan ini dapat disimpulkan bahwa, pelatihan hidroponik bisa membantu perkembangan pertanian di Desa Mundusari. Sehingga para petani, warga dan ibu PPK bisa mengaplikasikan di pekarangan rumahnya masing - masing. Mahasiswa KKNM kelompok 7 juga mengadakan pelatihan di posko cara pembuatan produk keripik bayam dan cara berwirausaha dari hasil tanaman hidroponik.

Referensi

Roidah, I.S. 2014. *Pemanfaatna Lahan Dengan Menggunakan Sitem Hidroponik*. Jurnal Universitas Tulungung Bonorowo. Vol. 1, Np. 2, Tahun 2014 (online), diakses 25 Agustus 2022.

Ruswaji, R., & Chodariyanti, L., (2020). Pemerdayaan Masyarakat Desa Kepada Kelompok Ibu-Ibu PKK dan Karang Taruna melalui Program Pelatihan "Hidroponik." *Jurnal Abdimas Beraya : Jurnal Pembelajaran, Pemerdayaan Dan Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 1. <https://doi.org/10-30736/jab.v2i01.32>

<https://blog.mokapos.com/cara-branding-produk-sehingga-dikenal-konsumen>

<https://projasaweb.com/brand-image/>