Terbit *online* pada laman web jurnal : http://wartaandalas.lppm.unand.ac.id/

Warta Pengabdian Andalas

Jurnal Ilmiah Pengembangan dan Penerapan Ipteks

ISSN (Print) 0854-655X | ISSN (Online) 2797-1600

Pendampingan Pemanfaatan *Digital Branding* dan *Digital Marketing* pada We Farm Hidroponik untuk Menuju Kawasan Agroeduwisata

Fitri Mailani[1]*, Eli Ratni[2], Danny Hidayat[3], Mulyani Roberto Muliantino[1], Risti Kurnia Dewi[4], dan Virtous Setyaka[5]

[1]Fakultas Keperawatan, Universitas Andalas, Kampus Limau Manis, Padang, 25163. Indonesia
[2]Fakultas Peternakan, Universitas Andalas, Kampus Limau Manis, Padang, 25163. Indonesia
[3]Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Andalas, Kampus Limau Manis, Padang, 25163. Indonesia
[4]Fakultas Kesehatan Masyarakat, Universitas Andalas, Kampus Limau Manis, Padang, 25163. Indonesia
[5]Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Andalas, Kampus Limau Manis, Padang, 25163. Indonesia
*Corresponding author. E-mail address: fitrimailani@nrs.unand.ac.id

Keywords:
accompaniment, agroedutourism, branding, digital, hydroponics, marketing

ABSTRACT

"We Farm Hydroponics" is an agricultural business implementing a hydroponic system with the motto healthy vegetables and free of pesticides. The need for good business branding and proper digital marketing in advancing the "We Farm Hydroponic" business, especially in the field of marketing, so that it can be a solution to meet market needs and is well known by the public. The purpose of this activity is to provide assistance to partners in building business profiles/branding and digital marketing and to make "We Farm Hydroponics" a hydroponic agro-education area in West Sumatra; assistance to partners is carried out for three months starting from October to December 2022 with the method of mentoring, coaching, and development. The activities carried out were FGDs for the development of a hydroponic We Farm business into an agrotourism area, assistance in managing the legality of the "We Farm Hydroponics" business, namely the business registration number (NIB), fostering the development of the "We Farm Hydroponics" business to become an agrotourism area through strengthening branding/business profile. Assistance in optimizing promotions through digital marketing, training in maintaining the greenhouse area "We Farm Hydroponics," and training in hydroponic vegetable nutrition to improve the quality and quantity of hydroponic vegetable crops as well as training in making healthy food products made from hydroponic vegetables (vegetable juice and smoothies). This activity impacts increasing agrotourism visits to We Farm Hydroponics and increasing insight into We Farm Hydroponics' social media.

Kata Kunci:
agroeduwisata, branding, digital, hidroponik, marketing, pendampingan

ABSTRAK

"We Farm Hidroponik" adalah usaha pertanian dengan menerapkan sistem hidroponik dengan moto sayur sehat, bebas pestisida. Perlunya *branding* usaha yang baik dan *digital marketing* yang tepat dalam memajukan usaha "We Farm Hidroponik" terutama pada bidang pemasaran sehingga bisa menjadi solusi dalam memenuhi kebutuhan pasar dan dikenal baik oleh masyarakat. Tujuan kegiatan ini adalah memberikan pendampingan pada mitra dalam membangun profil usaha dan *digital marketing* serta menjadikan "We Farm Hidroponik" menjadi kawasan agroeduwisata hidroponik di Sumatera Barat, pendampingan pada mitra dilakukan selama 6 bulan dimulai pada Juli hingga Desember 2022 dengan metode pendampingan, pembinaan dan pengembangan. Kegiatan yang dilakukan ialah FGD pengembangan usaha we farm hidroponik menjadi kawasan agroeduwisata, pendampingan pengurusan legalitas usaha "We Farm Hidroponik", pembinaan pengembangan usaha "We Farm Hidroponik" untuk

menjadi kawasan agroeduwisata melalui penguatan *branding* usaha. Pendampingan pengoptimalan promosi melalui *digital marketing*, pelatihan pemeliharaan kawasan *green house* "We Farm Hidroponik" dan pelatihan nutrisi sayuran hidroponik untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas hasil panen sayuran hidroponik serta pelatihan pembuatan produk pangan sehat berbahan dasar sayuran hidroponik (jus sayur dan *smothie*). Kegiatan ini berdampak kepada peningkatan kujungan agroeduwisata ke We Farm Hidroponik dan meningkatnya *insight* di media sosial We farm Hidroponik.

PENDAHULUAN

We Farm Hidroponik berdiri sejak 1 Mei 2020 di Nagari Paninjauan. Lokasi ini berdekatan dengan Kelurahan Bukit Surungan, Kecamatan Padang Panjang Barat, Kota Padang Panjang, yang berbatasan dengan Nagari Paninjauan Kabupaten Tanah Datar dengan dipisahkan oleh sebuah sungai kecil. Usaha hidroponik ini berawal ketika pandemi COVID-19, yang mengharuskan semua orang untuk tidak berpergian dan memfokuskan kegiatan dari rumah. Berawal dari hobi dan membagikan foto serta video melalui beberapa sosial media, *owner* mencoba untuk menambah lubang tanam.

Pada tanggal 1 Desember 2020, We Farm Hidroponik mencoba memberanikan diri untuk menanam sayur dengan skala yang lebih besar dengan membangun sebuah *green house*. Untuk mengefektifkan pemanfaatan lahan *green house*, penanaman sayur hidroponik pada modul hidroponik dengan sistem NFT (*Nutrient Transparant Film*) dibagi menjadi penanaman sayur remaja sebanyak 1.800 lubang tanam dan setelah berusia 10 hari setelah tanam (HST) dilakukan pemindahan pada modul sayur dewasa sebanyak 2.600 lubang tanam. We Farm HIdroponik berkomitmen untuk memproduksi sayur sehat bebas pestisida kimia, diantaranya pakcoy, bayam, kangkung, kale, dan beberapa jenis selada.

Dalam menjalankan We Farm Hidroponik memiliki kendala dalam pemasaran sayur hidroponik apabila produksi akan ditingkatkan dengan menambah lubang tanam. Oleh karena itu dilakukan pendampingan oleh tim dosen dari Universitas Andalas untuk melakukan inovasi dan mengembangkan usaha We Farm Hidroponik sehingga meningkatkan keuntungan dan pemasaran yang luas. We Farm Hidroponik bekerjasama dengan minimarket Budiman Bukittinggi, Paris Mart Padang Panjang dan Djaros Mart Padang Panhang. We Farm Hidroponik tidak hanya memproduksi sayuran sehat, tetapi juga memproduksi berbagai produk jus sayur, serta menyediakan jasa pelatihan bagi masyarakat yang tertarik dengan budidaya Hidroponik. Penyediaan jasa pelatihan ini akan menjadikan kawasan pertanian Hidroponik bukan hanya sebagai penjualan sayuran, tetapi juga menjadi tujuan Agroeduwisata.

Kegiatan pengabdian ini merupakan kegiatan tahun pertama, yang secara keseluruhan akan berlangsung selama 3 tahun (2022-2025). berdasarkan hasil FGD yang dilakukan dengan mitra pada bulan Juli 2022, didapatkan beberapa permasalahan yaitu Branding We Fam Hidroponik masih lemah terbukti dengan tidak memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB) dan sedikit masyarakat yang mengetahuinya, sehingga pemasaran hasil produksi We Farm Hdroponik mengalami kesulitan apalagi ketidakpastian pasar dalam menampung hasil produksi, pemberantasan hama belum optimal, terutama sayur yang gagal semai, nutrisi ab *mix* yang digunakan saat ini masih nutrisi pabrikan, sehingga biaya produksi meningkat, mengingat pelatihan peracikan nutrisi sangat jarang diadakan dan atap *green house* saat ini berlumut dan belum menemukan metoda yang tepat untuk pemeliharaan atap.

Berkaitan dengan permasalahan tersebut, maka pihak Universitas Andalas sebagai mitra berupaya memberikan solusi dengan beberapa kegiatan berupa pendampingan pengurusan legalitas usaha We Farm Hidroponik yaitu Nomor Induk Berusaha (NIB), pembinaan pengembangan Usaha "We Farm Hidroponik" untuk menjadi kawasan Agroeduwisata melalui penguatan branding usaha, pendampingan pengoptimalan promosi melalui digital marketing, pelatihan pemeliharaan kawasan *green house* 'We Farm Hidroponik", pelatihan nutrisi sayuran hidroponik untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas hasil panen sayuran hidroponik dan pelatihan pembuatan produk pangan sehat berbahan dasar sayuran hidroponik (Nugget dan jus sayur) dari *green house* "We Farm Hidroponik".

METODE

Kegiatan ini merupakan tahun pertama pendampingan usaha 'We Farm Hidroponik" yang berlangsung sejak September hingga Desember 2022. Rangkaian kegiatan yang dilaksanakan yaitu dimulai dari membantu Pendampingan pengurusan legalitas usaha We Farm Hidroponik yaitu Nomor Induk Berusaha (NIB). Selanjutnya pembinaan pengembangan Usaha "We Farm Hidroponik" untuk menjadi kawasan agroeduwisata melalui penguatan *branding* usaha, dengan membuat video profil yang dibagikan di media sosial seperti *instagram, facebook* dan *youtube* dan membuat modul promosi, edukasi dan informasi yang di bagikan ke berbagai instansi di kota Padang panjang.

Melakukan pendampingan pengoptimalan promosi melalui digital marketing, yaitu dengan memberi pelatihan pengoptimalan promosi dengan media sosial seperti penggunaan *instagram, facebook,* dan *whatsappp*. Selanjutnya memberikan pelatihan pemeliharaan kawasan *green house* 'We Farm Hidroponik", dengan mengundang pembicara ke We Farm Hidroponik, agar kuantitas dan kualitas sayuran meningkat. Kegiatan dilanjutkan dengan memberi pelatihan nutrisi sayuran hidroponik untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas hasil panen sayuran hidroponik. Pedampingan juga dilakukan untuk mengembangkan produk dari hasil panen We Farm Hidroponik seperti Nugget dan jus sayur.

Rangkaian kegiatan dilakukan di dua tempat yaitu di kota Padang, dan di lokasi We Farm Hidroponik yaitu di Kota Padang Panjang. Metode pelaksanaan kegiatan mencakup *Focus Group Discussion* (FGD), pendampingan, demonstrasi, serta eksekusi langsung untuk pembuatan branding, video profil dan makanan/ produk olahan sayur hidroponik. Media yang digunakan berupa modul, booklet, video serta alat demontrasi langsung. Output dari kegiatan diukur dengan adanya peningkatan pengetahuan mitra, penerbitan NIB, adanya video profil usaha mitra, brosur profil mitra, peningkatan angka kunjungan wisatawan ke We Farm Hidroponik serta terciptanya produk olahan dari sayuran hidroponik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan ini merupakan kegiatan multi tahun, yang dilaksanakan pada tahun pertama pendampingan mitra. Kegiatan dilakukan selama empat bulan yaitu dimulai pada bulan September-Desember 2022. Tim pendampingan terdiri dari ketua tim yaitu Fitri Mailani, dan anggota Eli Ratni, Danny Hidayat, Mulyanti Roberto Muliantino, Risti Kurnia Dewi, dan Virtous Setyaka yang berasal dari berbagai Fakultas di Universitas Andalas.

Kegiatan pertama yaitu pendampingan dalam pengurusan ijin usaha mitra. Setelah dilakukan pendampingan maka usaha mitra We Farm Hidroponik sudah mendapat ijin

usaha secara nasional yaitu nomor induk berusaha nasional We Farm Hidroponik: perizinan berusaha berbasis risiko (Nomor induk berusaha: 3110220090735).

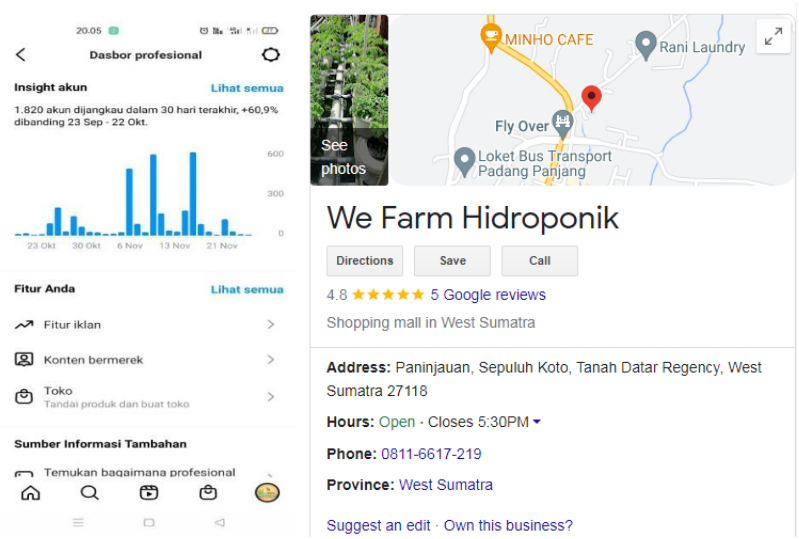
Setiap usaha yang didirikan membutuhkan beberapa perizinan berusaha. Perizinan berusaha ini sangat penting sebagai pengakuan dan legalitas dari suatu usaha yang sedang dijalankan. Legalitas izin usaha adalah salah satu hal yang paling mendasar bagi pelaku usaha. Adanya izin usaha berarti pengakuan dari pemerintah sehingga usaha tersebut secara resmi berhak mendapatkan pembinaan dan arahan serta pengawasan dari pemerintah (Yeni et al, 2021). Legalitas usaha yang diperoleh juga memungkinkan sebuah usaha bisa mencapai pasar yang lebih besar dan luas. Menurut KEMENKOPUKM (2022) Nomor Induk Berusaha (NIB) wajib dimiliki oleh para pelaku usaha agar bisa mengurus perizinan berusaha melalui OSS (*Online Single Submission)* atau Perizinan Berusaha Terintegrasi secara Elektronik.

Selanjutnya Pembinaan pengembangan Usaha "We Farm Hidroponik" untuk menjadi kawasan Agroeduwisata melalui penguatan *branding*/ profil usaha. Menurut Sukmasetya, dkk (2021) menjelaskan pengertian bahwa *Brand* dapat diartikan sebagai petunjuk identik berupa tanda, simbol, rancangan atau bahkan merupakan kombinasi dari tiga hal itu yang dimanfaatkan untuk menunjukkan identitas dari beberapa produk penjual yang digunakan sebagai pembeda bila dibandingkan dengan pesaing. Penguatan *branding* "We Farm Hidroponik" dengan identitasnya sebagai Kawasan Agroeduwisata di Sumatera Barat diharapkan masyarakat ingat akan produk yang dikeluarkan oleh "We Farm Hidroponik" dan menjadi satu-satunya produk yang dituju bila dibanding dengan produk lain yang ada di pasaran. *Digital branding* sendiri merupakan proses membangun dan membingkai *brand* secara *online.*

Untuk membangun sebuah *brand,* maka diperlukan sebuah metode untuk pemasaran secara online dan metode itu di kenal dengan nama *digital marketing*. "We Farm Hidroponik" telah dilakukan digital branding dengan *platform* Website, *Intagram, Facebook dan Youtube* yang berisikan portofolio usaha dan perkembangan "We Farm Hidroponik" sebagai upaya dalam menjangkau dan lebih dekat dengan konsumen sehingga dikenal dan diingat konsumen." We Farm Hidroponik" dibina dalam memanfaat media sosial karena media sosial dapat dipahami sebagai salah satu media daring atau online yang didalamnya para pengguna atau user dapat dengan mudah berpartisipasi, seperti diantaranya membagikan konten-konten yang sudah dibuat, berbagi dan menciptakan narasi, memperluas jejaring, saluran wiki, forum dan dunia virtual. Dengan demikian media metode *digital marketing* untuk mempromosikan suatu brand atau produk lebih efektif dan cepat menyebar. Namun demikian, taktik dan komunikasi dalam sebuah pemasaran juga sangat diperlukan. Pengembangan agrowisata selain berfungsi sebagai peningkatan konservasi lingkungan, juga berfungsi sebagai pengembangan ekonomi masyarakat (Pratikto, H., Ichsani, S. A., & Prabawati, K, 2019). "We Farm Hidroponik" telah memiliki pemasaran di Kota Bukittinggi dan Padang Panjang dengan menjalin hubungan mitra dengan outlet Budiman Bukittinggi, Paris Padang Panjang dan Djaros Padang Panjang sebagai distributor pemasaran produk sayur hidroponik dari "We Farm Hidroponik".



Gambar 1. Digital branding usaha We Farm Hidroponik sebagai kawasan agroeduwisata (Sumber: modul promosi We Farm Hidroponik)



Gambar 2. Grafik promosi usaha We Farm Hidroponik sebagai kawasan agroeduwisata pada Instagram dan Google Maps (Sumber: Instagram We Farm Hidroponik)

Diketahui Grafik promosi pada Instagram. Dari grafik di atas dijelaskan bahwa jumlah akun instagram yang telah melihat atau menjangkau We Farm Hidroponik ada 1.820 akun yang menjangkau dala 30 hari terakhir, peningkatan yang pesat (60,9%) bila dibandingkan

pada awal pembangunan branding We Farm Hidroponik. Hasil lain bisa dilihat dari rating yang berada di Google Maps dengan nilai 4,8 dari 5 bintang.

Dalam pembangunan branding juga di ikuti dengan pelatihan pemeliharaan kawasan *green house* "We Farm Hidroponik" dan pelatihan nutrisi sayuran hidroponik untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas hasil panen sayuran hidroponik yaitu dengan mengundang Arif Abdul Putra, yang merupakan penggiat hidroponik dan telah berhasil membuat *green house* sendiri di kawasan pertanian miliknya, untuk membantu mitra dalam persiapan peningkatan pemelihaaran *green house.*



Gambar 3. Green House "We Farm Hidroponik"
(Sumber: Dokumentasi We Farm Hidroponik)

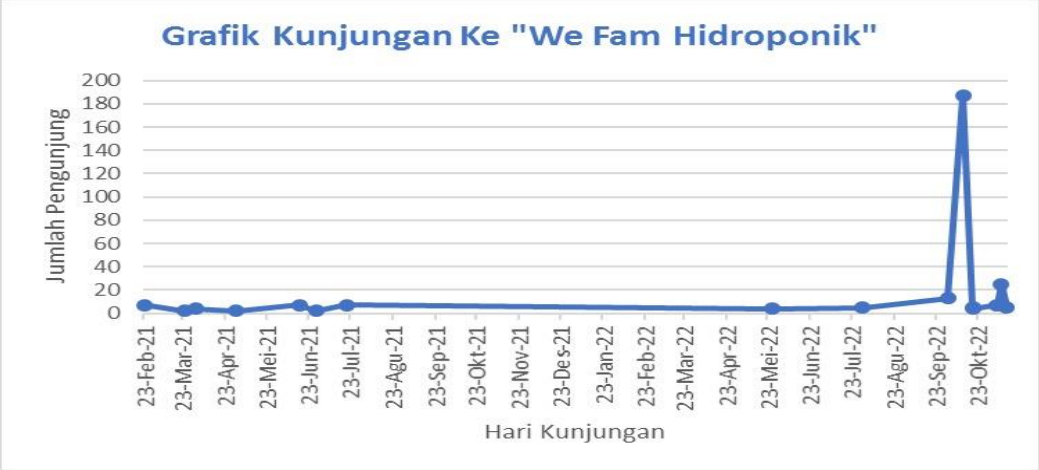
Dalam peningkatan "We Farm Hidroponik" sebagai Agroeduwisata maka diberikan Pelatihan pembuatan produk pangan sehat berbahan dasar sayuran hidroponik (jus sayur dan *smothie*) yang menjadi hidangan selama menikmati wisata dan edukasi hidroponik. Produk makanan yang bergizi dan minuman yang sehat dan segar merupakan hal yang utama dan meningkatkan nilai "We Farm Hidroponik" sebagai kawasan agroeduwisata di Sumatera Barat.



Gambar 4. Jus sayur Kale dan lalapan "We Farm Hidroponik"
(Sumber: Dokumentasi We Farm Hidroponik)

Produk olahan lain dari sayur hidroponik yaitu nugget sayur. Produk-produk olahan dari sayur ini memiliki potensi untuk dipasarkan lebih luas ke masyarakat, selain disajikan pada wisatawan yang datang berkunjung ke We Farm Hidroponik. Produk olahan ini diperiksa nilai kandungan gizi di laboratorium sebelum diproduksi secara banyak. Dengan adanya pencantumkan nilai gizi per sajian akan menambah tingkat kepercayaan masyarakat dalam mengkonsumsi produk pangan olahan.

Data kunjungan ke "We Farm Hidroponik" priode 2021-2022 ditampilkan pada Gambar 5. Berdasarkan grafik di bawah dapat terlihat bahwa pengunjung yang datang ke We Farm Hidroponik masih belum stabil, dan perlu ditingkatkan kembali dengan promosi berbasis edukasi kepada masyarakat. Kendala yang masih dialami oleh We Farm Hidroponik adalah bersaing dengan petani sayuran konvensional yang harganya jauh lebih murah. Rencana kegiatan selanjutnya adalah dengan mengoptimalkan lahan pertanian We Farm Hidroponik menjadi tempat edukasi bagi masyarakat dan siswa yang ingin belajar pertanian Hidroponik, sehingga We Farm Hidroponik tidak hanya menjadi tempat pemasaran sayuran tetapi juga menjadi tempat edukasi dan pembelajaran.



Gambar 5. Jumlah kunjungan wisatawan ke We Farm Hidroponik dari tahun 2021-2022

KESIMPULAN

Pendampingan mitra usaha berkembang "We Farm Hidroponik" pada tahun ini menghasilkan beberapa produk dan luaran yaitu terbitnya Nomor Induk Berusaha (NIB) dan sertifikat P-IRT. We Farm Hidroponik menjadi Kawasan Agroeduwisata di Sumatera Barat dengan branding yang kuat melalui *plateform website, Instagram, Facebook dan Youtube.* Selain itu, We Farm Hidroponik juga memiliki daerah pemasaran yang lebih luas yaitu dengan Budiman di Bukittiggi, Djaros Padang Panjang dan Paris Padang Panjang. Kegiatan selanjutnya diarahkan untuk meningkatkan kemampuan mitra dalam hal manajerial dan pembuatan laporan keuangan usaha. Selanjutnya juga diperlukan konsistensi dalam menjaga kualitas produk agar mampu bersaing dengan produk lainnya di pasaran. Untuk program agroeduwisata diperlukan kerjasama dengan pemerintah daerah, dinas pariwisata dan dinas pendidikan kota Padang dimana "We Farm Hidroponik" bisa juga dijadikan sebagai sarana pelatihan dan belajar baik tentang budidaya tanaman hidroponik atau hal yang terkait makanan olahan. Masih diperlukannya promosi dan edukasi berkelanjutan terkait dengan program hidroponik. Peningkatan kemampuan mitra terkait dengan pencatatan administrasi penjualan dan pembukuan bisnis juga perlu ditingkatkan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada LPPM Universitas Andalas sebagai penyandang dana program pengabdian kepada masyarakat berkelanjutan dengan skim program kemitraan masyarakat membantu usaha berkembang.

DAFTAR PUSTAKA

Sukmasetya, P., Rochiyanto, A., Hidayat, C. N., Nafiah, A., & Sari, N. I. (2021). Implementasi Digital Branding sebagai Upaya Peningkatan Mutu Produksi Industri Kreatif Rumah Tangga. Community Empowerment, 6(3), 336-342.

Sukmasetya, P., Haryanto, T., Sadewi, F. A., Maulida, R. B. G., Aliudin, H. S., & Sugiarto, B. (2020). Pemanfaatan Digital Marketing sebagai Media Pemasaran Global untuk Meningkatkan Penjualan Produksi pada Home Industry. Community Empowerment, 5(2), 28-35

Pratikto, H., Ichsani, S. A., & Prabawati, K. (2019). Edukasi Membuat Kerajinan Tangan Tempat Alat Tulis Dari Botol Bekas. Jurnal Abdikarya: Jurnal Karya Pengabdian Dosen dan Mahasiswa, 3(1).

Mailani, F., Eros, D., Jauharry, J., & Muliantino, M. R. (2021). Pendampingan Hidroponik 55 untuk Tumbuh Kembang dengan Usaha Produksi Sayur Sehat dan Menjadi Tujuan Eco-Eduwisata di Cupak Tangah, Padang. *Jurnal Warta Pengabdian Andalas*, *28*(1), 1-8.

Yeni, M., Yanti, I.D., Susanti. (2021). Kegiatan pendampingan, pembuatan nomor induk berusaha (nib) melalui online single submission (oss) bagi anggota koperasi permaisuri mandiri di kota banda aceh. *J-Abdi Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 1*(3). https://bajangjournal.com/index.php/J-ABDI