

## **Pemanfaatan Sosial Media dalam Meningkatkan *Exposure Brand* dan Manajemen Usaha Hidroponik *Hara House***

**Almer Rasyid<sup>1</sup>, Muhammad Rizki Firdaus<sup>2\*</sup>**

[almer.rasyid@unmer.ac.id](mailto:almer.rasyid@unmer.ac.id)<sup>1</sup>, [rizki.firdaus@unmer.ac.id](mailto:rizki.firdaus@unmer.ac.id)<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Program Studi Administrasi Bisnis

<sup>1,2</sup>Universitas Merdeka Malang

Received: 23 10 2022. Revised: 24 01 2023. Accepted: 02 04 2023.

**Abstract :** Making hydroponic plants is an easy and fun activity. This activity can also be done outdoors or indoors. Hara House has been a hydroponics business since 2020 in Malang City which has tremendous potential in supporting government programs related to food security. However, the limitations of the distribution network due to decreased demand due to the Covid-19 pandemic and the lack of optimal promotion through social media. The purpose of this community service is to assist our partner in market expansion by optimizing sosial media as a means of promotion. The proposed results indicate that partners able to optimize social media such as Instagram and Facebook as promotional media for market expansion to gain more profits.

**Keywords :** Hydroponic, Hara House, Marketing. Management

**Abstrak :** Membuat tanaman hidroponik merupakan kegiatan yang mudah dan menyenangkan. Kegiatan ini juga bisa dilakukan di luar ruangan atau di dalam ruangan. Hara House telah menjadi usaha hidroponik sejak tahun 2020 di Kota Malang yang memiliki potensi luar biasa dalam mendukung program pemerintah terkait ketahanan pangan. Namun, keterbatasan jaringan distribusi akibat penurunan permintaan akibat pandemi Covid-19 dan kurang optimalnya promosi melalui media sosial. Tujuan dari pengabdian masyarakat ini adalah untuk membantu mitra kami dalam perluasan pasar dengan mengoptimalkan media sosial sebagai sarana promosi. Hasil yang diusulkan menunjukkan bahwa mitra mampu mengoptimalkan media sosial seperti Instagram dan Facebook sebagai media promosi untuk perluasan pasar untuk mendapatkan keuntungan lebih.

**Kata kunci :** Hidroponik, *Hara House*, Pemasaran. Manajemen.

### **ANALISIS SITUASI**

Pengabdian Kepada Masyarakat dengan mengusung konsep hidroponik merupakan upaya mendukung dan tindak lanjut dari program pemerintah untuk menunjang ketahanan pangan. Hidroponik menjadi solusi strategis untuk memenuhi kebutuhan pangan saat kondisi pandemi Covid-19. Selain itu juga tanaman hidroponik diklaim lebih sehat dibandingkan dengan sayuran yang diproses secara konvensional. Hal ini dikarenakan sayuran hasil hidroponik bebas dari pestisida serta untuk proses tanamannya tidak membutuhkan lahan luas.

Kita ketahui sistem hidroponik yang dipelopori oleh William Frederick Gerick adalah budidaya tanaman menggunakan air yang juga diberi kandungan nutrisi serta mineral tanpa penggunaan tanah (Swastika; 2017). Keunggulan dari tanaman hidroponik dapat mengurangi permasalahan budidaya yang berkaitan dengan tanah seperti serangga, jamur serta bakteri lainnya yang hidup di tanah, sehingga tidak perlu penggunaan pestisida. Hidroponik saat ini menjadi tren di kalangan masyarakat, hal ini dikarenakan perawatan cukup mudah (Satya, 2017).

Hasil identifikasi awal tim pelaksana berhasil menemukan usaha hidroponik yang dikelola oleh anak muda bernama Emir. Emir melakukan budidaya sayur menggunakan sistem hidroponik sejak tahun 2020 tepatnya saat awal pandemi covid-19. Emir memberi nama "Hara House untuk usaha hidroponiknya. *Hara House* saat ini beralamatkan di Jl. Karangampel Timur, Desa Karangwidoro, Kecamatan Dau, Kabupaten Malang. Saat ini Hara House memiliki 5 karyawan dengan dibagi dalam 3 bidang yaitu 2 orang pada bagian marketing sekaligus keuangan dan 3 orang pada bagian perawatan tanaman. Luas lahan Hara House ± 348M<sup>2</sup> dengan memiliki enam rangkaian tanam dan berkapasitas 7200 lubang tanam untuk budidaya tanaman hidroponik. Budidaya tanaman hidroponik Emir ini menggunakan pompa sentral untuk enam rangkaian tanam serta memiliki satu tandon khusus untuk nutrisi.

Pada produksi tanaman hidroponik Hara House memiliki beberapa jenis, seperti selada keriting, selada merah, selada endive, *rosemary*, basil dan oliender. Jenis-jenis tanaman hidroponik tersebut disediakan untuk rumah makan yang sudah bekerja sama dengan Hara House seperti Latar Ijen dan Solaria di Malang Raya. Sedangkan untuk pengemasan produk Hara House cukup simpel dengan menggunakan kantong kresek tanpa label. Pengemasan yang sederhana ini karena pihak rumah makan akan lebih mudah untuk membuka dan melakukan sortir sayur sebelum dimasak.

Harga jual tanaman hidroponik Hara House berbeda-beda tergantung dengan jenis tanaman seperti harga jual selada keriting 1 kg Rp 18.000, selada merah 1 kg Rp 25.000, selada endive 1 Kg Rp 30.000, dan *rosmary* 1 ons Rp 15.000. Untuk masa panen sayur dengan sistem hidroponik sekitar 35 hari karena dapat mengatur kandungan nutrisi. Masa panen sistem hidroponik lebih cepat dari pada masa panen sayur menggunakan media tanah atau konvensional yang dapat mencapai 45 - 50 hari masa panen. Keberhasilan panen sayur hidroponik harus ditunjang dengan alat-alat yang dapat mengaliri air serta nutrisi dengan optimal seperti pompa air, tandon nutrisi, media tanam, rangkaian, HPDE serta manifold. Pompa sentral dan 1 tandon nutrisi Hara House yang dialirkan ke 6 rangkaian yang seharusnya dapat dioptimalkan dengan dipasang 6 pompa dan 6 tandon nutrisi. Fungsi dari pompa air untuk

mengaliri nutrisi AB Mix yang mengandung besi (Fe) dan unsur hara lainnya secara kontiniu selama 24 jam pada rangkaian aliran tertutup.

Banyaknya kelebihan dalam sistem tanam hidroponik dapat menjadi peluang dan potensi usaha. Peluang usaha hidroponik dapat dilihat dari proses pengerjaan dari sistem hidroponik seperti (Susilawati. 2019) : 1) Pengerjaan lebih mudah : Pengerjaan lebih mudah dikarenakan bahan-bahan dan alat untuk memulai hidroponik dapat memanfaatkan barang-barang bekas seperti botol air mineral bekas, ember bekas, potongan wadah Styrofoam bekas dan lain sebagainya. 2) Efisiensi tenaga kerja : Untuk memulai kegiatan bertanam hidroponik tidak memerlukan pengelolaan tanah, seperti tanaman konvensional. Sehingga tenaga yang diperlukan juga cukup sedikit serta biaya yang dikeluarkan akan lebih hemat dari pada konvensional. 3) Tidak memerlukan lahan yang luas : Tanaman dengan cara hidroponik dapat dilakukan dimanapun, baik lahan sempit, lahan kering, bahkan didalam rumah. Bagi masyarakat yang tinggal dipertanian, hidroponik dapat menjadi solusi sebagai penghijauan lingkungan. 4) Hasil Panen Lebih Baik : tanaman hidroponik tidak menggunakan pestisida untuk tumbuh. Melainkan menggunakan nutrisi yang berasal dari larutan nutrisi yang dialirkan langsung ke akar. Adanya sistem pengairan tersebut akan mempercepat penyerapan larutan nutrisi oleh tanaman. Tanaman akan lebih cepat besar karena unsur haranya terpenuhi. 5) Waktu Panen lebih cepat : Tanaman dengan sistem hidroponik membutuhkan waktu panen sekitar 35 hari sedangkan tanaman konvensional membutuhkan waktu 40-50 hari.

Alasan dilakukannya kegiatan pengabdian ini adalah mitra merasakan keterbatasan jaringan distribusi yang diakibatkan permintaan menurun akibat pandemic Covid-19 serta kurang optimalnya promosi melalui sosial media sebagai sarana promosi dalam perluasan pasar. Harapannya Mitra mampu mengoptimalkan sosial media seperti Instagram dan *facebook* sebagai media promosi untuk perluasan pasar.

## **SOLUSI DAN TARGET**

Tujuan dari pengabdian pada masyarakat ini adalah membantu Hara House Malang dalam permasalahan pemasaran yang dialami. Dengan memanfaatkan alat yaitu smartphone untuk memasarkan produknya secara online. Dalam kegiatan ini diharapkan karyawan Hara House sebagai peserta pelatihan memiliki pengetahuan dan keterampilan bagaimana memasarkan produknya secara online (Abadi, 2015) Selanjutnya diharapkan peserta pelatihan yang berlokasi di Desa Karangwidoro Kabupaten Malang dapat memperoleh manfaat setelah mengikuti pelatihan, sehingga produk yang biasanya dijual secara offline atau dari mulut ke

mulut dapat ditingkatkan menjadi penjualan online sehingga diharapkan kemandirian dalam memperkuat ekonomi keluarga (Shin, 2018).

## **METODE PELAKSANAAN**

Metode dalam pengabdian pada masyarakat ini menggunakan 3 metode yaitu: 1). Metode Diskusi merupakan bentuk identifikasi awal permasalahan mitra terkait proses produksi, manajemen usaha dan pemasaran. Berikutnya 2). Pelatihan dan Pendampingan Mitra terlibat dalam pelatihan Promosi di Media Sosial. 3). Praktek Mitra menerapkan hasil dari pelatihan yang diberikan oleh tim pelaksana terkait Promosi di Media Sosial. Mitra juga terlibat dalam monitoring dan evaluasi sebelum dan sesudah pelaksanaan Pengabdian. Selain itu, untuk keberhasilan pelaksanaan Pengabdian ini membutuhkan partisipasi mitra dalam kegiatan ini sehingga permasalahan prioritas mitra dapat diselesaikan dengan baik. Dengan adanya keterbukaan mitra dalam memberikan informasi yang dibutuhkan terkait penyelesaian permasalahan prioritas mitra. Kesiediaan mitra untuk menyediakan tempat pada saat kegiatan dilaksanakan sesuai dengan program yang dibuat tim pengusul dan disetujui mitra. Berperan aktif dalam setiap kegiatan yang dilaksanakan. Bersedia melakukan perawatan terhadap alat yang diberikan tim pengusul. Dan ikut berperan dalam pelaksanaan kegiatan evaluasi dan monitoring.

Yang terakhir adalah tahap evaluasi. Dalam tahapan ini mengetahui berhasil atau tidaknya suatu program, perlu dilakukannya evaluasi terhadap pelaksanaan program. Evaluasi terhadap pelaksanaan kegiatan dan keberlanjutan PKM dilakukan oleh tim pengusul dan Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Merdeka Malang. Bentuk evaluasi tersebut antara lain memberikan kuesioner sebelum dan sesudah pelaksanaan kegiatan PKM serta testimoni dari Emir selaku pemilik usaha menjadi acuan dalam mengevaluasi pelaksanaan kegiatan. Adapun tujuan dilakukan evaluasi adalah untuk mengetahui tingkat keberhasilan pelaksanaan program dan dapat mengatasi hambatan yang mungkin terjadi selama pelaksanaan kegiatan. Berikutnya terkait pengawasan terhadap pelaksanaan program kemitraan masyarakat dilakukan oleh LPPM Universitas Merdeka Malang. Tujuan dilakukannya pengawasan oleh LPPM Universitas Merdeka Malang adalah untuk memantau kegiatan yang dilaksanakan tim pengusul agar pelaksanaan program kemitraan masyarakat sesuai dengan jadwal yang sudah ditentukan diawal dan target serta luaran program yang sudah direncanakan dapat tercapai. Dengan demikian kemungkinan terjadi hambatan dalam pelaksanaan program ini dapat diantisipasi atau diatasi dengan baik.

Keberlanjutan program kemitraan masyarakat dilakukan dengan kerjasama tim pengusul dengan LPPM Universitas Merdeka Malang untuk mengupayakan agar produk mitra dapat dipasarkan secara luas guna meningkatkan perekonomian masyarakat.

## **HASIL DAN LUARAN**

Peserta Pelatihan adalah Karyawan Hara House sejumlah 3 orang yang terdiri dari 2 orang yang mengurus marketing dan keuangan sedangkan 1 dari perawatan tanaman atas permintaan owner yang akan di beri pelatihan Sosial Media marketing. Pada pelaksanaan pemberdayaan Sosial Media marketing karyawan Hara House melalui forum grup discussion untuk mengetahui pengetahuan tentang Sosial Media marketing serta menyusun perencanaan untuk menentukan penyelesaian terhadap masalah yang menjadi prioritas utama mitra. Didapatkan bahwa dari ketiga karyawan sangat umum terkait sosial media marketing walaupun penjualan yang sudah berbasis online melalui Instagram dan menggunakan sosial media untuk memasarkan produknya. Peserta Pelatihan yang dalam kesehariannya menggunakan pemasaran konvensional dan whatsapp status untuk membantu penjualan produk Hara House. Peran aktif dari karyawan untuk membantu exposure produk Hara House merupakan hal yang penting karena mereka secara aktif mencari peluang usaha dan juga aktif untuk memasarkan produk yang dihasilkannya, salah satunya dengan menggunakan pemasaran online yaitu digital marketing melalui smartphone yang dimilikinya (Santoso et al., 2020).



Gambar 1: Rangkaian Tanam Hidroponik Hara House

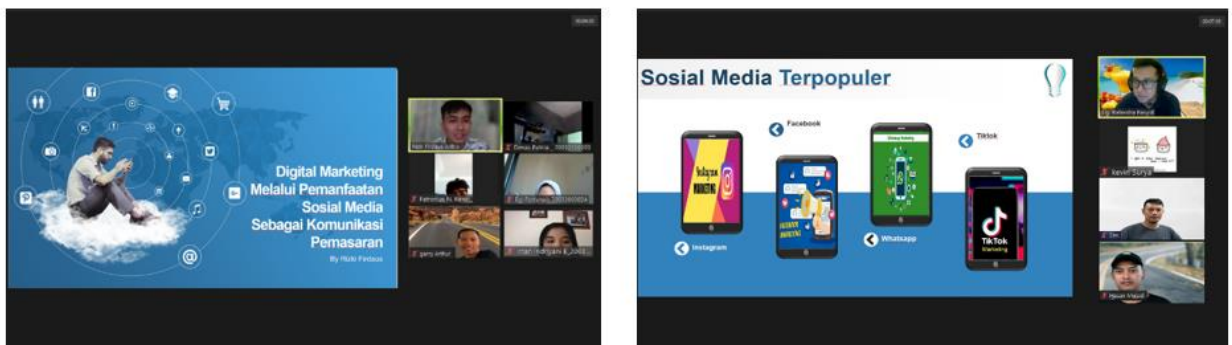
Pada sesi selanjutnya adalah pemaparan materi tentang sosial media marketing dan praktek dengan memasukan foto produk hasil dari pelatihan ke dalam Instagram dan membuat facebook fanpage. Di sela-sela praktek bagaimana membuat *facebook marketplace* juga dijelaskan manfaat dari digital marketing antara lain : Digital marketing mempunyai kelebihan sehingga siapapun bisa menggunakannya dengan smartphone yang selama ini sering di pakai.

Penggunaan digital marketing mempunyai beberapa kelebihan antara lain 1) murah efektif, 2) kecepatan dalam menyebarkan informasi, 3) memudahkan untuk evaluasi pemasaran atau produk yang terjual.



Gambar 2: FGD antara pemilik Hara House dan Tim Pengabdian

Di akhir sesi pelatihan, materi yang disajikan juga materi tentang bagaimana menjadi seorang pengusaha atau wirausaha yang sukses juga bertanggungjawab pada perekonomian keluarga terutama dimasa pandemi covid 19 yang tidak tau kapan akan berakhir yang terjadi diseluruh dunia juga di Indonesia.



Gambar 3: Pelatihan Sosial Media Marketing Menggunakan Zoom

## **SIMPULAN**

Pelatihan sosial media marketing untuk karyawan Hara House yang berlokasi di Jl. Karangampel Timur, Desa Karangwidoro, Kecamatan Dau, Kabupaten Malang dimulai dari Tim Pelaksana pengabdian masyarakat dan Mitra mengadakan Focus Group Discussion (FGD) dalam rangka menyusun perencanaan untuk menentukan penyelesaian terhadap masalah yang menjadi prioritas utama mitra. Setelah dirumuskan permasalahan prioritas mitra yakni Keterbatasan jaringan distribusi, disebabkan turunnya permintaan akibat pandemic Covid-19 serta kurang optimalnya media promosi melalui sosial media maka tim memutuskan untuk

memberikan pelatihan sosial media marketing secara online (sesuai kesepakatan dengan mitra). Tujuan pelatihan menggunakan platform zoom adalah sebagai berikut: 1). Karyawan mampu mengoptimalkan sosial media seperti Instagram dan facebook sebagai media promosi untuk perluasan pasar setelah pelaksanaan pengabdian pada masyarakat. 2). Karyawan mampu membantu Hara House dalam manajemen sosial media yang terintegrasi sehingga dapat membuat perencanaan usaha dengan baik dan terencana sehingga memperoleh keuntungan yang baik, mereka sangat antusias dalam mengikuti segala pelatihan dan memberikan kontribusi berupa ide-ide dan sharing pengetahuan dan keterampilan yang dimilikinya.

#### **DAFTAR RUJUKAN**

- Abadi. (2015). *Sell Like a Wolf: Million Dollar Sales Techniques*. Elex Media Komputindo.
- Muharahmsyah, Emir. (2022). *Pemilik Usaha Hidroponik "Hara House"*.
- Santoso, B. I., Agustini, P. M., & Kurnia, A. (2020). Pelatihan Digital Marketing untuk Ibu-Ibu Rumah Tangga di Kecamatan Gempol, Kabupaten Pasuruan, Provinsi Jawa Timur. *Indonesian Journal for Social Responsibility*, 2(2), 35–42.  
<https://doi.org/10.36782/ijsr.v2i2.24>
- Satya, Tri M, Ayi T & Hanifah. (2017). *Manajemen Usaha Budidaya Hidroponik*. *Jurnal Dharma Bhakti Ekuitas*: Vol.1, No.02, Maret, ISSB : 2528-2190, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Ekuitas. Palembang: Unsri Press.
- Shin. (2018). *The Sales Codes: Kitab untuk Para Sales*. Alfa Cemerlang Edindo.
- Swastika, Sri, Ade Y. & Yogo S. (2017). *Petunjuk Teknis Budidaya Sayuran Hidroponik*. Balai Pengkajian Teknologi Pertanian (BPTP) Balitbang Riau, Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian, Kementerian Pertanian.