

## **Pengembangan Usaha Hidroponik di Syifa Hidroponik Kecamatan Medan Denai**

**Octasella Ainani As'ad <sup>\*1</sup>, Nurhadida Nasution <sup>2</sup>, Mariana Eva Yanti <sup>3</sup>, Supriadi  
Surbakti <sup>4</sup>, Sukri Mulia <sup>5</sup>, Yusra Yurizki <sup>6</sup>**

<sup>1,2,3,4,5,6</sup>Agribisnis, Universitas Deli Sumatera, Medan, Indonesia

e-mail: <sup>\*1</sup>[octasella14@gmail.com](mailto:octasella14@gmail.com), <sup>2</sup>[nurhadidasution96@gmail.com](mailto:nurhadidasution96@gmail.com),  
<sup>3</sup>[Marianaevayanti2612@gmail.com](mailto:Marianaevayanti2612@gmail.com), <sup>4</sup>[surbakti.supriadi@gmail.com](mailto:surbakti.supriadi@gmail.com),  
<sup>5</sup>[sukrimulia@gmail.com](mailto:sukrimulia@gmail.com), <sup>6</sup>[yusrayurizky1989@gmail.com](mailto:yusrayurizky1989@gmail.com)

### **Abstrak**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk: (1) Memberikan pemahaman dan pengetahuan tentang teknologi tanam secara hidroponik secara luas; (2) Memberikan pengembangan akan peluang inovasi terhadap produk turunan pada hidroponik tanaman kangkung dan tanaman lainnya; (3) Memberikan wawasan dan memotivasi para pelaku UMKM dan calon pelaku UMKM dalam meningkatkan produksi dan pendapatannya; (4) Menciptakan pelaku UMKM yang sejahtera sebagai sektor utama untuk mempengaruhi nilai pendapatan di Kota Medan; (5) Menciptakan UMKM yang sangat berpengaruh untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat di Kota Medan. Metode kegiatan dilakukan melalui diskusi dan pendampingan. Objek pengabdian masyarakat ini adalah pelaku UMKM Hidroponik sebanyak 10 orang. Berdasarkan hasil kegiatan pengabdian masyarakat dapat disimpulkan bahwa terdapat 4 strategi dalam pengembangan usaha hidroponik yaitu: Strategi Produk (*product*) meningkatkan kualitas produk. Strategi harga (*price*) yang dilakukan pengusaha hidroponik yaitu menyesuaikan harga dengan para pesaing dan menyesuaikan sesuai dengan kualitas produknya. Strategi tempat (*place*) yaitu pengusaha hidroponik menggunakan lahan pribadi masing-masing hal ini bertujuan untuk agar pengusaha lebih mudah mengawasi proses pengolahan dan proses pertumbuhan tanaman sayuran serta memudahkan konsumen untuk melakukan transaksi. Strategi promosi (*promotion*) yaitu berhubungan baik kepada pelanggan, melakukan Kerjasama dengan salah satu toko-toko dan melakukan promosi melalui media sosial.

**Kata kunci:** Hidroponik, UMKM, Inovasi Produk Sayuran

### **Abstract**

This community service activity aims to: (1) Provide broad understanding and knowledge about hydroponic planting technology; (2) Providing development of innovation opportunities for derivative products in hydroponic water spinach plants and other plants; (3) Providing insight and motivating MSME players and prospective MSME players to increase their production and income; (4) Creating prosperous MSMEs as the main sector to influence income values in Medan City; (5) Creating MSMEs that are very influential in improving the welfare of the people in Medan City. The activity method is carried out through discussion and mentoring. The objects of this community service are 10 Hydroponic MSMEs. Based on the results of community service activities, it can be concluded that there are 4 strategies in developing hydroponic businesses, namely: Product Strategy (*product*) to improve product quality. The pricing strategy used by hydroponic entrepreneurs is to adjust prices to competitors and adjust according to the quality of their products. The place strategy is that hydroponic entrepreneurs use their own private land. This aims to make it easier for entrepreneurs to monitor the processing and growth process of vegetable plants and make it easier for consumers to carry out transactions. The promotion strategy is to have good relations with customers, collaborate with one of the shops and carry out promotions via social media.

**Keywords:** Hydroponics, UMKM, Vegetable Product Innovation

## **PENDAHULUAN**

Sumatera Utara merupakan salah satu Provinsi di Indonesia yang memiliki tanaman hortikultura yang cukup banyak dan mengalami perkembangan di sektor pertanian yang cukup pesat. Salah satu perkembangannya adalah pola cocok tanam tanpa media tanah. Pada masa kini telah di kenal cara bercocok tanam tanpa menggunakan media tanah akan tetapi dapat menggunakan media lainnya seperti, air, krikil, sabut kelapa, serat kayu, pasir putih dan lain sebagainya.

Hidroponik merupakan salah satu sistem pertanian masa depan, karena dapat diusahakan di berbagai tempat, baik di desa, di kota, di lahan terbuka atau di atas apartemen sekalipun. Luas tanah yang sempit, kondisi tanah kritis, hama dan gangguan penyakit yang tak terkendali, keterbatasan jumlah air irigasi, musim yang tidak menentu, dan mutu yang tidak seragam bisa ditanggulangi dengan sistem hidroponik. Hidroponik dapat diusahakan sepanjang tahun tanpa mengenal musim. Oleh karena itu harga jual penennya tidak khawatir akan jatuh. Pemeliharaan tanaman hidroponik pun lebih mudah karena tempat budidayanya relatif bersih, media tanamnya steril, tanaman terlindungi dari terpaan hujan, serangan hama dan penyakit relatif kecil, serta tanaman lebih sehat dan produktifitas lebih tinggi (Hartus, 2008).

Peluang dan potensi dalam pengembangan pertanian hidroponik pada subsektor hortikultura, terutama pada tanaman sayuran hidroponik memiliki prospek yang baik dan telah berkembang pada beberapa tahun terakhir. Pendidikan serta kesadaran pada diri masyarakat untuk kesehatan tubuh dan lingkungan menyebabkan permintaan sayuran hidroponik semakin meningkat, sehingga peluang dan potensi pengembangan pada pertanian hidroponik dibidang hortikultura untuk sayuran cukup terbuka dimasa yang akan datang.

Budidaya tanaman secara hidroponik memiliki beberapa keuntungan yaitu pertumbuhan tanaman dapat di kontrol, tanaman dapat berproduksi dengan kualitas dan kuantitas yang tinggi, tanaman jarang terserang hama penyakit karena terlindungi, pemberian air irigasi dan larutan hara lebih efisien, dapat diusahakan terus menerus tanpa tergantung oleh musim dan dapat diterapkan pada lahan yang sempit. Alasan inilah mengapa hidroponik dapat menjadi salah satu teknik budidaya yang dapat dijadikan sebagai salah satu usaha.

Menurut Haryono (2010:2) tantangan secara umum bagi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) sebagaimana hasil riset terdahulu nampaknya masih bergelut pada masalah klasik seperti rendahnya produktivitas, kesulitan akses terhadap sumberdaya produktif, pengelolaan modal serta ketiadaan mentor/pembimbing. Hal ini kemudian menyebabkan kuantitas produksi dan kontinuitas produksi yang beredar di pasaran masih rendah sehingga keuntungan yang diperoleh belum optimal. Syifa hidroponik membuka usaha dari hasil hidroponik tersebut diantaranya menjadikan hidroponik menjadi usaha yang menjanjikan. Namun di syifa hidroponik pengelolaan hidroponik tersebut belum optimal serta sasaran pasar masih sempit. Berdasarkan hal tersebut, maka peneliti mengadakan penelitian yang terkait dengan strategi pengembangan usaha hidroponik di syifa hidroponik. Penelitian ini dilaksanakan pada syifa hidroponik, Jalan amal, bromo,

medan.

Solusi yang dilakukan setelah mengidentifikasi permasalahan dan potensi yang ada yaitu melakukan koordinasi dan diskusi dengan syifa hidroponik di Kecamatan Medan Denai, membahas mengenai upaya peningkatan produksi hidroponik dan peluang pasarnya di masyarakat. Secara khusus solusinya adalah: (1) Memberikan edukasi tentang teknologi tanam secara sistem hidroponik secara luas; (2) Membuat inovasi terhadap produk turunan pada hidroponik tanaman kangkung dan tanaman lainnya; (3) Menciptakan pelaku UMKM yang sejahtera sebagai sektor utama untuk mempengaruhi nilai pendapatan di Kota Medan.

Kesejahteraan masyarakat ialah titik ukur bagi suatu masyarakat yang telah berada pada keadaan lebih sejahtera daripada sebelumnya Kadeni & Srijani (2020). Kesejahteraan berarti dapat memenuhi kebutuhan pokok atau sandang, pangan, dan papan tanpa adanya kesusahan. Kesejahteraan masyarakat dapat diukur menggunakan IPM (Indeks Pembangunan Manusia) yang meliputi indikator kesehatan, ekonomi, dan pendidikan (Kadeni & Srijani, 2020). Untuk mewujudkan kesejahteraan tersebut, Badan Pusat Statistika (BPS) memiliki beberapa indikator yang digunakan untuk mengukur tingkat kesejahteraan masyarakat, yaitu indikator pemasukan, perumahan seta pemukiman, pendidikan, dan kesehatan.

### **METODE**

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan pada hari Selasa, 11 Juli 2023 di Syifa Hidroponik Medan yang bertepatan di Jl. Bromo Lorong Amal No. 11, Tegal Sari III, Kecamatan Medan Area, Kota Medan, Sumatera Utara 20216. Penerapan inovasi hidroponik melalui menciptakan produk turunan tersebut telah disosialisasikan oleh Dosen dan mahasiswa Program Studi Agribisnis Universitas Deli Sumatera, serta owner Syifa Hidroponik Medan kepada masyarakat sekitar.

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat tersebut dilakukan dengan beberapatahapan diantaranya, yaitu :

1. Sosialisasi dilakukan dengan metode tatap muka dan materi disampaikan secara langsung tentang teknologi hidroponik dan proses pembuatan produk turunannya.
2. Diskusi dilakukan melalui keaktifan partisipasi dan tanya jawab antara tim pelaksana dengan masyarakat sekitar, dimana untuk mengetahui sejauh mana masyarakat memahami tentang teknologi hidroponik serta inovasi akan produk turunannya.
3. Pelatihan dan praktek dilapangan mengenai teknologi dan inovasi hidroponik.
4. Melakukan pendampingan agar teknologi dan inovasi yang disampaikan benar diaplikasikan oleh masyarakat. Indikator keberhasilan, yaitu masyarakat berhasil dalam melakukan usaha teknologi tanam secara hidroponik serta menciptakan inovasi produk turunannya demi menciptakan pelaku UMKM yang dapat menunjang produksi, pendapatan, serta menciptakan kesejahteraan masyarakat di kota Medan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Syifa Hidroponik adalah salah satu industri pengolahan sayuran di Kota Medan yang terletak di Jalan Bromo Lorong Amal No. 11 Medan. Usaha ini dimulai dari hobi pasangan suami istri menanam tanaman seadanya di samping rumah dengan barang – barang bekas yang masih layak digunakan yang awalnya hanya untuk memenuhi sayuran rumah tangga.

Seiring berjalannya waktu, pada tahun 2015 Syifa Hidroponik mendapat kesempatan untuk mengikuti suatu pameran. Dari situ pasangan suami istri ini memulai karir mereka di bidang usahatani hidroponik.

Pada awal awal merintis karir, Syifa hidroponik hanya menjual sayuran segar. Dengan menanam 2.000 titik tanam diatas gedung (*rooftop*) berukuran 64 meter persegi dengan bermacam sayuran seperti sawi, kangkung, dan bayam. Sayuran hidroponik ini mencapai bobot 85 gram sampai dengan 100 gram/pot dalam waktu lebih kurang empat minggu, kemudian dijual dengan harga Rp. 20.000 hingga Rp. 25.000 per kilogram.

Di masa sekarang, Syifa hidroponik menyediakan perlengkapan dan segala macam hal berkaitan dengan bertanam dengan sistem hidroponik. Tidak hanya itu, Syifa hidroponik juga berinovasi dengan menjual beberapa produk hasil tanam mereka. Hal ini dikarenakan tidak setiap panen sayuran Syifa terjual habis. Pertama kali produk turunan yang Syifa hidroponik jual ialah nugget sayuran.

Dengan itu Syifa hidroponik menfokuskan diri untuk penjualan sayuran segar dengan system hidroponik, alat dan perlengkapan hidroponik dan produk hilir dari sayuran hidroponik. Adapun visi dan misi dari syifa hidroponik medan adalah sebagai berikut. Dimana, visi adalah semakin banyak orang yang bisa menghasilkan sayuran segar dan sehat khususnya di daerah perkotaan yang lahan yang kecil dengan system hidroponik. Dan misi adalah mengajak masyarakat untuk ikut dalam pertanian yang lebih sehat dan memikirkan dampak lingkungan yang tidak menggunakan pestisida dengan sistem hidroponik.

Syifa Hidroponik merupakan salah satu usaha yang terdapat pada Kecamatan medan denai. Syifa Hidroponik merupakan daerah penghasil sayuran hidroponik yang masih beroperasi dalam usaha industri sayuran segar. Hal ini dibuktikan oleh tetap bertahannya usaha hidroponik dan menghasilkan hasil panen yang melimpah serta adanya peran dan dukungan dari pemerintah dalam mengembangkan usaha hidroponik yang ada di Syifa Hidroponik. Pengembangan pertanian secara modern dengan sistem hidroponik dinilai mampu menjadi salahsatu alternatif karena tidak membutuhkan lahan yang luas.



Gambar 1. Greenhouse di Syifa hidroponik

Adapun strategi pengembangan usaha tanaman hidroponik di syifa hidroponik Kecamatan medan denai adalah sebagai berikut:

a. Strategi Produk

Strategi produk adalah menetapkan cara dan penyediaan produk yang tepat bagi pasar yang dituju, sehingga dapat memuaskan para konsumennya dan sekaligus dapat meningkatkan keuntungan dalam jangka panjang. Strategi ini dilakukan oleh pengusaha hidroponik yang ada di syifa hidroponik yaitu untuk mempertahankan kualitas sayuran yang akan dijual. Adapun cara yang dilakukan petani hidroponik untuk mempertahankan kualitas sayuran adalah dengan memilih jenis tanaman atau sayuran yang memiliki umur yang pendek, mampu menyerap dan menyimpan banyak air dan sayuran yang sekali panen, seperti selada, pakcoy, dan kangkung.

b. Strategi Harga

Strategi Harga merupakan salah satu rangsangan pemasaran yang perlu diperhatikan oleh perusahaan karena harga yang bisa dijangkau konsumen akan menghasilkan pendapatan dari hasil penjualan yang dilakukan. Harga juga menjadi pertimbangan konsumen untuk membeli, sehingga perlu pertimbangan khusus untuk menentukan harga tersebut. Dalam pemasaran harus bisa menentukan harga yang tepat untuk konsumennya. Penentuan harga yang dipengaruhi oleh kualitas produk, sehingga dalam menentukan harga harus menyeimbangkan antara kualitas produk dan harga agar tidak terjadi penipuan terhadap harga.

Adapun strategi harga yang dilakukan pelaku usaha hidroponik di syifa hidroponik yaitu dengan menyesuaikan kualitas dengan harga sehingga para konsumen yang ingin membeli sayuran hidroponik tidak kecewa dengan kualitas yang diberikan pelaku usaha hidroponik yang ada di syifa hidroponik tersebut.

c. Strategi Tempat

Strategi tempat merupakan saluran distribusi yaitu serangkaian organisasi yang saling tergantung dan saling terlihat dalam proses untuk menjadikan produk atau jasa dan siap untuk digunakan atau dikonsumsi. Strategi tempat yang dilakukan oleh pengusaha hidroponik di syifa hidroponik dalam mengembangkan usaha sayuran hidroponiknya yaitu menggunakan lahan pribadi yang berdekatan dengan rumah mereka. Hal ini bertujuan agar konsumen tidak kesulitan dalam melakukan transaksi dengan petani hidroponik. Selain itu petani hidroponik juga lebih mudah mengontrol proses perkembangan tanaman.

d. Strategi Promosi

Strategi promosi adalah suatu komunikasi dari penjual dan pembeli yang tepat dan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli, yang tadinya tidak mengenal menjadi mengenal sehingga menjadi pembeli dan tetap mengingat produk itu. Strategi promosi yang dilakukan oleh pelaku usaha tanaman hidroponik dalam mengembangkan usaha yaitu dengan cara word of mouth atau mempromosikan dari mulut ke mulut. Maksudnya adalah konsumen yang sering membeli produk hidroponik menceritakan kepada orang lain tentang produk hidroponik. Petani hidroponik juga berhubungan baik kepada konsumennya, melakukan promosi melalui media online dan menjalin kerja sama dengan pemilik toko frozen, warung makan, restaurant, kafe dan kedai-kedai. Cara ini memang masih sederhana tetapi dapat meningkatkan permintaan dan hasil penjualan.



Gambar 2. Kegiatan pelaksanaan pengabdian di syifa hidroponik

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan ini, maka kesimpulan yang dapat diambil sesuai dengan tujuan penelitian adalah: Strategi yang digunakan untuk mengembangkan usaha hidroponik di syifa hidroponik kecamatan medan denai yaitu ada 4 strategi meliputi: Strategi Produk (*product*) meningkatkan kualitas produk. Strategi harga (*price*) yang dilakukan pengusaha hidroponik yaitu menyesuaikan harga dengan para pesaing dan menyesuaikan sesuai dengan kualitas produknya. Strategi tempat (*place*) yaitu pengusaha hidroponik menggunakan lahan pribadi masing-masing hal ini bertujuan untuk agar pengusaha lebih mudah mengawasi proses pengolahan dan proses pertumbuhan tanaman sayuran serta memudahkan konsumen untuk melakukan transaksi. Strategi promosi (*promotion*) yaitu berhubungan baik kepada pelanggan, melakukan Kerjasama dengan salah satu toko-toko dan melakukan promosi melalui media sosial.

## SARAN

Setelah melakukan observasi, penulis menemukan beberapa masalah terkait pengelolaan pengembangan dari kegiatan usaha hidroponik yang ada di Syifa Hidroponik Kecamatan Medan Denai: masih kurang menjejaki sasaran pasar yang ada, sehingga pemasaran komoditinya terbatas pada masyarakat setempat saja. Mungkin ada baiknya lebih memperluas lagi tempat penanamannya agar bisa menambah produk sayur yang lain juga.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Akiang, Minju, Rissa Ayustia dan Aloysius Hari Kritianto, “Studi Kelayakan Bisnis Hidroponik Tinjauan Aspek Finansial (Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Shanti Bhuana, Bengkayang, Kalimantan Barat)”, *Management Sustainable Development Journal (MSDJ)* vol. 2, no. 2 (2020): 1. <https://doi.org/10.46229/msdj.v2i2.186>.
- Fauziah, Riani, *Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Hasil Produksi pada PT. Putri Doro Thea*, (Cirebon: IAIN Syekh Nurjati, 2015), Skripsi
- Hermawan, Agus, *Komunikasi Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2019)
- Irianto, Heru, “Analisis Tekno-Ekonomi Sayuran Hidroponik Skala Rumah Tangga”, (Institut Teknologi Indonesia, 2021): 31. <http://repository.iti.ac.id/jspui/handle/123456789>
- Jabani Muzayyanah, Siti Chodijah, *Strategi Pemasaran Produk Gadai Syariah (Rahn) dalam Upaya Menarik Minat Nasabah pada Bank Syariah Mandiri Kota Palopo*, *DINAMIS- Journal of Islamic Management And Bussines* Vol. 1, No. 1 April 2018, h. 28-29
- Kaller, Philip Kolter Kelvin Lane, *Manajemen Pemasaran*, (Solo: Macanan JayaCemerlang, 2007)
- Nurhayati, Immas dan Rachmatullaily Tina Kartika Rinda, “Prospek Usaha Sayuran Hidroponik di Tengah Pandemi Covid-19: Studi Kasus pada Yayasan Indah Berbagi”, *Jurnal Manajemen (Edisi Elektronik)* vol. 12, no. 1 (Februari 2021). <http://dx.doi.org/10.32832/jm-uika.v12i1.4043>.
- Rachmat. *Manajemen Strategi*. (Bandung: CV. Pustaka Setia)
- Rangkuti, F. *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama)
- Rukin, *Metode Penelitian Kualitatif*, Cetakan 1, (Sulawesi Selatan: Yayasan AhmarCendikia Indonesia, 2019)
- Roslani, *Budidaya Tanaman Hidroponik*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2015)