

## PENGEMBANGAN AGROWISATA DALAM MENDUKUNG PERTUMBUHAN USAHA DESA BANGUN SARI MELALUI PROJECT BRANDING E-BUSINESS

Adi Suarman Situmorang<sup>1</sup>, Mei Raniwa Nainggolan<sup>2</sup>, Mita Simamora<sup>3</sup>,  
Adiman Juahta Purba<sup>4</sup>, Fanandrosa Telaumbanua<sup>5</sup>

<sup>1,2</sup> Universitas HKBP Nommensen

email corresponding author: [adisuarmansitumorang@uhn.ac.id](mailto:adisuarmansitumorang@uhn.ac.id)

### ABSTRAK

Kegiatan PkM adalah sebuah program rutin yang diselenggarakan oleh Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan setiap tahunnya. Program ini merupakan perwujudan dari Tri Dharma Perguruan Tinggi. Kegiatan ini dilaksanakan padalibur semester ganjil T.A 2023/2024. Kegiatan PkM ini dilaksanakan di Desa Bangun Sari, kecamatan Tanjung Morawa, kabupaten Deli Serdang dengan tujuan untuk: 1) Membantu mitra meningkatkan pemasaran melalui pengembangan desain merek produk. 2) Membantu mitra memperluas jaringan pemasaran dengan memperkuat interaksi dengan pelanggan. 3) Ikut serta membantu mitra dalam proses produksi serta untuk memperluas wawasan. Berdasarkan hasil observasi selama kegiatan pengabdian yang dilakukan dalam kurang lebih 15 hari bahwa kegiatan promosi yang dilakukan masih kurang maksimal hal ini disebabkan oleh keterbatasan waktu pengabdian sehingga tim pengabdian belum bisa memastikan progres promosi dalam jangka waktu dekat. Setelah dilakukan tindakan dengan 1) Membantu mitra untuk menganalisis SWOT pada usaha yang sedang dikelola. 2) Merancang project- Branding. 3) melakukan promosi melalui kegiatan sosialisasi website usaha mitra kepada beberapa sekolah di daerah usaha mitra. 4) Evaluasi kegiatan, diperoleh hasil bahwa jumlah pengunjung dan pembeli bibit tanaman semakin banyak.

**Keywords:** Agrowisata, Project Branding, E-bisnis

### PENDAHULUAN

Teknologi adalah penerapan pengetahuan ilmiah untuk tujuan praktis, termasuk dalam pengembangan alat, mesin, sistem, dan proses yang dapat meningkatkan kehidupan manusia (Primawanti, 2022). Seiring dengan perkembangan zaman, teknologi telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari, memengaruhi cara kita berkomunikasi, bekerja, bermain, dan belajar. Inovasi teknologi terus berkembang dengan cepat, menciptakan peluang baru dan menantang kita untuk mengikuti perkembangannya (Husna, 2023). Dalam era digital seperti sekarang, teknologi informasi dan komunikasi (TIK) memainkan peran kunci dalam mengubah cara kita berinteraksi dan mengakses informasi.

Perkembangan teknologi merupakan hasil dari upaya manusia untuk terus meningkatkan dan memperbaiki alat, proses, dan sistem yang digunakan untuk

memenuhi berbagai kebutuhan. Sejak awal peradaban manusia, manusia telah mengembangkan berbagai teknologi untuk bertahan hidup, meningkatkan produktivitas, dan meningkatkan kualitas hidup mereka (Kurniawan, 2023). Dengan demikian, perkembangan teknologi adalah cerminan dari kemampuan manusia untuk berinovasi, beradaptasi, dan memanfaatkan pengetahuan untuk menciptakan perubahan positif dalam masyarakat dan dunia secara keseluruhan. Sehubungan dengan itu perkembangan yang sudah diwacanakan sebelumnya menuntut kesiapan masyarakat untuk dapat menghadapi perubahan yang lebih besar lagi seperti yang diharapkan pada era megatrend 2045 mendatang.

Salah satu aspek yang dipengaruhi oleh perkembangan teknologi ini yakni perekonomian. Kegiatan ekonomi yang dimaksud dalam kegiatan pengabdian saat ini adalah membahas mengenai produksi dan fokus terhadap pengembangan E-platform dalam memperluas pemasaran melalui promosi. Penggunaan e-platform, atau platform elektronik, telah menjadi strategi yang sangat efektif dalam perluasan pemasaran bagi banyak perusahaan. Dengan memanfaatkan e-platform dengan baik, perusahaan dapat memperluas jangkauan pemasaran mereka, meningkatkan efisiensi operasional, dan memberikan pengalaman pelanggan yang lebih baik, yang semuanya berkontribusi pada pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan.

Berdasarkan hasil observasi awal yang dilakukan dan melalui informasi dari pihak terkait mengatakan bahwa desa Bangun Sari merupakan desa dengan rata-rata penduduk menjalankan usaha bunga sendiri. Besarnya produksi bunga pada desa ini menarik perhatian pemerintah setempat sehingga desa ini dinobatkan sebagai taman bunga, seiring dengan perkembangan usaha di desa ini muncullah inovasi baru sehingga tidak hanya memproduksi bunga tapi sudah mencakup buah-buahan, sehingga saat ini desa bangun sari sedang menjalankan program sebagai desa agrowisata. Pentingnya pengabdian ini dilakukan adalah untuk membantu mitra meningkatkan pemasaran global melalui penggunaan teknologi melalui E-Platform sehingga usaha ini akan terus berkembang secara berkelanjutan.

E-business atau elektronik bisnis mengacu pada pemanfaatan teknologi informasi, khususnya internet dalam mendukung kegiatan bisnis dalam suatu usaha (Anwar, 2023). Efisiensi dari sebuah e-business dapat meningkatkan aksesibilitas bagi para stakeholder. Kegiatan e-bisnis ini dapat mencakup segala kegiatan mengenai produksi, pemasaran, transaksi dan pengembangan jangkauan terhadap para pelanggan.

Untuk mengembangkan sebuah e-bisnis bukan berarti hanya sekedar mengkomputerisasi kegiatan bisnis. Namun, tentunya harus dipersiapkan secara matang termasuk di dalamnya sebuah perencanaan. Dalam mengembangkan sebuah e-bisnis harus didukung dengan adanya infrastruktur yang memadai sebagai berikut: 1) Website atau platform E-commerce, pelaku usaha harus memiliki website e-commerce yang dapat digunakan sebagai media transaksi dalam usaha. 2) Keamanan Data, data pelaku usaha baik pelanggan dan transaksi bisnis sangatlah penting, pelaku usaha harus mengamankan data dengan baik. Ini dapat mencakup penggunaan sertifikat SSL, enkripsi data, dan perlindungan terhadap serangan siber. 3) Hosting atau Server, pelaku usaha dapat berlangganan pada satu hosting yang dapat diandalkan sebagai lalu lintas transaksi secara elektronik sehingga transaksi dapat berjalan lebih baik. Perangkat Lunak atau

Sistem POS, pilih sistem Point-of-sale (POS) yang terintegrasi dengan platform e-commerce serta perangkat akuntansi yang sesuai (Tamimy, 2017).

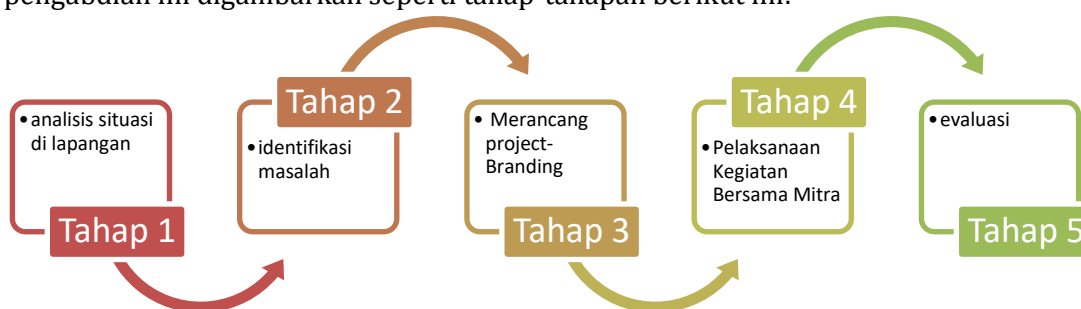
E-Business merupakan penggunaan teknologi informasi untuk mempermudah proses bisnis, melakukan E-Commerce atau elektronik business didefinisikan sebagai aktivitas yang berkaitan secara langsung maupun tidak langsung dalam proses pertukaran barang dan jasa dengan memanfaatkan internet sebagai medium teknologi dan transaksi dan salah satu aplikasi teknologi internet yang merambah dunia bisnis internal, melingkup sistem, pendidikan pelanggan, pengembangan produk dan pengembangan usaha (Fauzi, 2022). Dari pengertian e-bisnis diatas dapat disimpulkan bahwa e-bisnis atau elektronik bisnis adalah sebuah strategi bisnis yang memberi kemudahan bagi para pelaku bisnis dengan memanfaatkan penggunaan teknologi khususnya internet (Ainurrofiqin M., 2021). E-bisnis memungkinkan kegiatan bisnis dapat dijalankan lebih mudah dan praktis, serta lebih efektif dan efisien.

Langkah-langkah dalam memilih sebuah *brand* untuk usaha adalah: 1) Memilih Nama yang Tidak Pernah Digunakan, dapat dilakukan dengan menggunakan nama yang belum pernah digunakan oleh brand lain sebelumnya. 2) Merancang Nama yang Unik dan Singkat, untuk memberikan kesan yang menarik sehingga para pelanggan lebih mudah mengingat nama brand tersebut. 3) Sangat Mudah Didengar dan Diucapkan, agar para pelanggan mudah mengingatnya. 4) Nama Brand Harus Memiliki Makna Yang Positif, sebelum memutuskan nama sebuah brand terlebih dahulu pebisnis harus mengetahui makna dari nama tersebut sehingga citra bisnis dapat menjadi baik. 5) Nama yang Bisa Menjadi Cerminan Produk, supaya target pasar juga akan lebih mudah ditetapkan dan masyarakat mengetahui dengan jelas mengenai brand yang dibuat. 6) Usahakan Menghindari Singkatan, supaya masyarakat tidak kebingungan mengartikannya. 7) Menggunakan Angka Untuk Nama Brand. 8) Pilih Desain Logo yang Memiliki Karakter. 9) Tidak Menggunakan Nama Brand yang Sama dengan Brand Lain. 10) Jangan Terlalu Panjang, usahakan nama brand yang digunakan singkat dan tidak bertele-tele sehingga para pelanggan nantinya dapat mengingat nama brand dengan mudah (Anita, 2023).

Sejauh ini penggunaan E-Business telah banyak memberikan pengaruh terhadap para pelaku usaha. beberapa manfaat penggunaan E-bisnis sebagai berikut: 1. Memperluas pasar, penggunaan e-bisnis memungkinkan para pelaku usaha mampu menjangkau pasar lebih luas dan pelanggan lebih banyak dari berbagai daerah. 2. Menghemat Biaya, keuntungan dari e-bisnis adalah menghemat biaya baik dari segi promosi, pemasaran, biaya komunikasi dan operasional. 3. Praktis, penggunaan e-bisnis dapat mempermudah calon pembeli untuk melihat catalog mengenai informasi barang yang hendak di pilih sehingga konsumen tidak perlu datang ketempat hanya untuk melihat wujud produk yang ingin dibeli, hal ini juga tentunya memberi kemudahan bagi para pelaku usaha tanpa harus repot-repot menjelaskan berulang kali. 4. Meningkatkan Citra, dengan adanya e-bisnis akan memberikan kenyamanan dan kemudahan bagi pihak pembeli dan pelaku usaha, sehingga akan timbul rasa percaya dari pelanggan yang tentunya hal ini akan meningkatkan citra usaha secara berkelanjutan (Yoraeni, 2023).

## METODE

Kegiatan PkM adalah sebuah program rutin yang diselenggarakan oleh Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan setiap tahunnya. Program ini merupakan perwujudan dari Tri Dharma Perguruan Tinggi. Kegiatan ini dilaksanakan pada libur semester ganjil T.A 2023/2024. Kegiatan ini dilaksanakan melalui tahapan-tahapan sebagai berikut: 1) Melakukan survei ke lapangan. 2) Mengantar surat permohonan ijin pelaksanaan pengabdian kepada mitra sekaligus menerima surat balasan dari mitra. 3) Pengantaran mahasiswa oleh Dosen Pembimbing Lapangan yang disertai dengan pengantaran surat tugas oleh Fakultas. 4) Mahasiswa melaksanakan pengabdian serta menyelesaikan laporan akhir dari kegiatan. Mempublikasi laporan pengabdian dalam bentuk jurnal. Kegiatan ini dilakukan dengan observasi langsung ke lapangan selama kegiatan pengabdian berlangsung di Desa Bangun Sari. Tim akan turun bersama-sama dengan mitra dan menyaksikan secara langsung kegiatan yang berlangsung di lapangan. Kemudian data diolah dengan menceritakan pengalaman yang ditemui pada saat kegiatan berlangsung. Secara rinci pelaksanaan kegiatan pengabdian ini digambarkan seperti tahap-tahapan berikut ini:



Gambar 1 Tahapan Pelaksanaan Kegiatan

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) merupakan program rutin yang dilakukan oleh Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan setiap tahunnya dalam mewujudkan Tri Dharma perguruan tinggi. Kegiatan ini dilaksanakan di desa Bangun Sari selama kurang lebih 15 hari, kegiatan ini dilakukan pada libur akhir semester tahun ajaran 2022/2023. Desa Bangun Sari juga dikenal sebagai Desa Wisata Bunga Bangun Sari. Berdasarkan informasi dari sekretaris desa dan mitra pengabdian mengatakan bahwa mata pencaharian penduduk desa didominasi dengan usaha bunga. Seiring dengan munculnya inovasi dan ide baru, masyarakat mulai mengembangkan usaha dengan membuka usaha agrowisata yang mana berdasarkan informasi yang diperoleh bahwa agrowisata ini tidak lagi hanya berfokus terhadap produksi bunga melainkan juga produksi buah yakni anggur.

Mitra kerjasama tim PkM saat ini adalah pengusaha kebun anggur pertama di Desa Bangun Sari. Melihat profil dan beberapa informasi yang diperoleh bahwasanya kebun anggur ini pernah didatangi oleh Bupati Deli Serdang. Hal inilah yang kemudian menjadi dasar tim untuk melakukan pengabdian di Desa Bangun Sari dengan tujuan untuk membantu mitra dalam mempromosikan kebun

tersebut kepada publik sehingga keberadaannya dapat diketahui secara luas oleh masyarakat. Hal ini juga tentunya dapat membantu mitra dan pengusaha lain di daerah Desa Bangun Sari dapat mengembangkan usaha agar menjadi lebih baik. Selama pengabdian berlangsung tim melaksanakan program sebagai berikut: 1) Membantu mitra untuk menganalisis SWOT pada usaha yang sedang dikelola. 2) Merancang project- Branding. 3) melakukan promosi melalui kegiatan sosialisasi website usaha mitra kepada beberapa sekolah di daerah usaha mitra. 4) Evaluasi kegiatan. Berikut ini beberapa dokumentasi kegiatan di lapangan.



Gambar 2.a. Pelaporan ke pihak Desa

Gambar 2.b. Bertemu dengan mitra

Gambar 3. Pengaturan posisi tanaman untuk pengambilan foto promosi

Gambar 2. Foto kegiatan DPL, Mahasiswa, Pihak Desa, dan Mitra



Gambar 3. Promosi usaha mitra melalui sosialisasi website usaha mitra

#### 1. Hasil analisis SWOT pada usaha kebun anggur.

Secara umum SWOT dikenal sebagai manajemen strategis yang digunakan untuk menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman sebuah usaha atau bisnis yang sedang dikelola. Berdasarkan hasil observasi yang ditemui selama kegiatan berlangsung maka ditemui hal-hal sebagai berikut.

##### a. Strengths (Kekuatan)

- 1) Lokasi yang strategis merupakan salah satu kekuatan dari bisnis atau usaha yang dikelola oleh mitra karena lokasi usaha berada dekat kota dan pendudukan yang ramai serta mudah dijangkau oleh pelanggan, dapat meningkatkan visibilitas dan aksesibilitas bagi pelanggan.
- 2) Reputasi. Berdasarkan informasi yang diperoleh bahwa kebun mitra pernah didatangi oleh Bupati Deli Serdang hal ini tentu saja mampu mempengaruhi pandangan dan persepsi pelanggan tentang bagaimana usaha yang dikelola mitra diperlakukan dengan baik oleh pihak lain sehingga hal ini juga dapat meningkatkan rasa penasaran masyarakat umum tentang bisnis ini.

- b. Weaknesses (Kelemahan)
  - 1) Kesempatan dalam pemasaran. Sesuai dengan hasil observasi dan informasi mitra bahwasanya masa-masa panen hanya berlangsung selama sekali dalam 4 bulan hal ini tentu saja akan menyebabkan kekosongan pemasaran apabila tidak adanya panen, namun, demikian orang-orang dapat tetap datang ke kebun anggur untuk tujuan wisata.
  - 2) Selain itu, mitra juga menjual bibit anggur namun hal ini justru menjadi sebuah kelemahan karena tidak banyak yang mengetahui perawatan anggur atau cara bertani anggur serta modal yang digunakan juga tentunya sangat besar.
- c. Opportunities (Peluang)
  - 1) Aliansi Strategis. Melihat besarnya dukungan pihak desa terhadap usaha ini dapat menumbuhkan kolaborasi dan kerja sama dengan mitra sehingga kesempatan ini dapat digunakan untuk mendorong percepatan peningkatan usaha yang lebih baik.
- d. Threats (Ancaman)
  - 1) Resiko Ekonomi. Terjadinya penurunan aktivitas dipasar yang disebabkan oleh masa panen Anggur yang terjadi secara bermusim dapat menurunkan permintaan konsumen terhadap layanan bisnis.
  - 2) Perubahan Lingkungan. Seperti yang dilihat dan diamati oleh tim pengabdian bahwa area kebun anggur berada pada kondisi yang sangat rentan terhadap perubahan lingkungan seperti terjadinya banjir saat musim penghujan sehingga hal ini dapat menyebabkan terjadinya kerugian pada aset fisik bisnis.

## 2. Pengembangan Project-Branding.

Project branding merupakan salah satu program yang dijalankan oleh tim pengabdian untuk membantu mitra mengembangkan kegiatan promosi kepada masyarakat luas. Kegiatan ini kami lakukan dengan memanfaatkan penggunaan E-Business. E- business sendiri dilakukan dengan memanfaatkan berbagai platform yang berpotensi untuk membantu mitra mengenalkan usaha ini. Ada beberapa hal yang sudah dilakukan untuk project ini yakni: 1) membuat situs web; 2) promosi melalui spanduk . Website yang telah dirancang berisi beberapa kegiatan yang dilakukan dikebun tersebut. Berdasarkan pengamatan yang dilakukan oleh tim bahwasanya postingan yang ada pada website ini sangat minim viewer, hal ini terjadi akibat optimisasi SEO yang kurang memadai sehingga sulit dijangkau oleh audiens jika dicari melalui mesin pencari seperti google.

Melihat kondisi tersebut tim pengabdian bersama-sama dengan mitra melakukan diskusi dengan mengambil sebuah keputusan untuk melakukan re-post terhadap postingan-postingan sebelumnya. Hasil atau progres/kemajuan ini belum dapat dipastikan dengan jelas hingga saat ini dikarena keterbatasan waktu pengabdian. Penggunaan spanduk juga dioptimalkan sebagai salah satu strategi promosi agar masyarakat dapat mengetahui usaha tersebut.



Gambar 4.1 Spanduk Promosi

Spanduk biasanya memiliki pesan yang sederhana dan langsung, membuatnya mudah dipahami oleh audiens. Mereka dapat menyampaikan informasi penting seperti penawaran khusus, acara mendatang, atau kontak bisnis dengan jelas dan efektif.

Spanduk sangat berguna untuk mempromosikan acara tertentu atau penawaran sementara, karena dapat dipasang dan dilepas dengan mudah sesuai kebutuhan atau menginformasikan kondisi bisnis saat ini. Penggunaan spanduk dapat menjadi bagian yang efektif dari strategi promosi untuk meningkatkan kesadaran merek dan menarik lebih banyak pelanggan potensial.

## KESIMPULAN

### A. Kesimpulan

Setelah dilakukan tindakan dengan 1) Membantu mitra untuk menganalisis SWOT pada usaha yang sedang dikelola. 2) Merancang project- Branding. 3) melakukan promosi melalui kegiatan sosialisasi website usaha mitra kepada beberapa sekolah di daerah usaha mitra. 4) Evaluasi kegiatan, diperoleh hasil bahwa jumlah pengunjung dan pembeli bibit tanaman semakin banyak.

## REFERENSI

- Ainurrofiqin, M. 2021. *99 Strategi Branding di Era 4.0: Kupas Tuntas Metode Jitu Membangun Citra Baik, Meyakinkan Pelanggan, dan Membangun Kesadaran Merek*. Anak Hebat Indonesia. <https://books.google.co.id/books?id=ik5LEAAAQBAJ>
- Anita, S.B. 2023. *Entrepreneurship Communication*. Rawamangun. Jakarta: Prenada Media. [https://books.google.co.id/books?id=h\\_rYEAAAQBAJ](https://books.google.co.id/books?id=h_rYEAAAQBAJ)
- Anwar H. M., Alimuddin A., Sudarwadi H., Nurchayati, Sariyani N.L.P., Yuningsih N., Ahmad I., Ma'sum A., Cindiyasari S.A.S., Munadiyan A. 2023. *Teknik Pengembangan UMKM Berbasis Teknologi*. Cendikia Mulia Mandiri. <https://books.google.co.id/books?id=t6fiEAAAQBAJ>
- Fauzi, Nungsiyati, Renaldo R., Muslihudin M., Setiawan P., Orlando D., Wulandari P., Hardiyumna A.C., Kurnia. 2022. *Konsep Dasar Memahami*



- Elektronik Business*. Jawa Barat (Indramayu): ADAB. <https://books.google.co.id/books?id=-06pEAAAQBAJ>
- Husna, K., Fadhilah, F., Harahap, U. H. S., Fahrezi, M. A., Manik, K. S., Ardiansyah, M. Y., & Nasution, I. (2023). Transformasi Peran Guru Di Era Digital: Tantangan Dan Peluang. *Perspektif: Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Bahasa*, 1(4), 154-167. <https://doi.org/10.59059/perspektif.v1i4.694>
- Kurniawan, M. F., & Wanto, D. (2023). Teknologi Pendidikan Pasca Covid-19. *Jurnal Tunas Pendidikan*, 5(2), 439-459. <https://doi.org/10.52060/pgsd.v5i2.1007>
- Nasution A.A., Safri H., Bariah C., Ritonga Z.2023. Manajemen Pemasaran Syariah dan Konvensional. Padang Sidempuan. Sumatera Utara: PT Inovasi Pratama Internasional. <https://books.google.co.id/books?id=PuumEAAAQBAJ>
- Primawanti, E. P., & Ali, H. (2022). Pengaruh Teknologi Informasi, Sistem Informasi Berbasis Web Dan Knowledge Management Terhadap Kinerja Karyawan (Literature Review Executive Support System (Ess) for Business). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 3(3), 267-285. <https://jonedu.org/index.php/joe/article/view/2135>
- Tamimy, M. F. 2017. Sharing-mu, Personal Branding-mu: Menampilkan Image Diri dan Karakter di Media Sosial. Tangerang Banten. DKI Jakarta: Visimedia. <https://books.google.co.id/books?id=6Z0sDwAAQBAJ>
- Yoraeni, A., et al. (2023). *Sistem Informasi Manajemen*. PT.Scifintech Andrew Wijaya. <https://books.google.co.id/books?id=Cv EEAAAQBAJ>

#### Copyright and License



This is an open access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution 4.0 International License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.  
© 2020 Author1, Author2

Published by Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas HKBP Nommensen