



MODUL BRANDING & PACKAGING HIDROPONIK

PROGRAM KERJA KELOMPOK

DOSEN PEMBIMBING LAPANGAN

Daryono, Ph.D

OLEH UMKM 91 KKN 47
UNIVERSITAS MULAWARMAN

KELOMPOK UMKM 91

- **EKA RUSPITA SARI**
- **FARRAS PUTRI NABILA**
- **MAYANG NURUL H A**
- **MUHAMMAD DALLE F**



MODUL BRANDING & PACKAGING HIDROPONIK

PROGRAM KERJA KELOMPOK

DOSEN PEMBIMBING LAPANGAN

Daryono, Ph.D

OLEH UMKM 91 KKN 47
UNIVERSITAS MULAWARMAN

KELOMPOK UMKM 91

- EKA RUSPITA SARI**
- FARRAS PUTRI NABILA**
- MAYANG NURUL H A**
- MUHAMMAD DALLE F**

KATA PENGANTAR

Pada tahun 2020 hingga tahun ini, pandemik virus COVID-19 masih ada di sekitar kita dengan tingkat penyebaran yang setiap harinya semakin meningkat. Pandemi ini telah mengubah keadaan kita dalam berkegiatan sehari-hari. Pada tahun ini program KKN diadaptasi dengan keadaan sekarang, KKN yang berfokuskan untuk membantu para pelaku UMKM dalam mengembangkan usahanya agar bisa ikut bertahan dan berkembang pada masa pandemik.

Kelompok UMKM 91 merupakan salah satu kelompok mahasiswa yang sedang menjalankan KKN 47 Universitas Mulawarman. Kami mendapatkan tugas di UMKM Idham Hidroponik yang bidang usahanya adalah hidroponik. Oleh karena itu, dibuatlah modul “Branding dan Packaging Hidroponik” sebagai salah satu program kerja kami untuk berkontribusi dalam mengembangkan UMKM. Modul ini berisikan tentang apa itu branding dan packaging, dan tips-tips dalam membuat sebuah brand usaha dan packaging produk.

Diharapkan dengan adanya modul ini dapat menjadi ilmu pengetahuan kepada para UMKM khususnya dibidang hidroponik untuk memandu, memberikan inovasi, dan membuka wawasan dalam meningkatkan usahanya. Modul ini dibuat oleh kelompok UMKM 91 KKN 47 Universitas Mulawarman.

Akhir kata, kami ucapkan terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa, seluruh pihak yang terlibat, dan partisipasi UMKM Idham Hidroponik untuk jalannya program kerja kami.

Samarinda, 11 Agustus 2021

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
KELEMAHAN DAN KEUNTUNGAN.....	2
PERBEDAAN BUDIDAYA HIDROPONIK DAN KONVENSIONAL.....	3
BAB 2 BRANDING.....	5
PENGERTIAN BRANDING.....	6
UNSUR-UNSUR BRANDING.....	6
LANGKAH MEMBUAT BRAND USAHA.....	7
TIPS BRANDING.....	8
BAB 3 PACKAGING.....	10
PENGERTIAN PACKAGING.....	11
TUJUAN PACKAGING.....	11
LANGKAH MEMBUAT BRANDING.....	12
BAHAN PACKAGING USAHA HIDROPONIK.....	12
BAB 4 PENUTUP.....	15
KESIMPULAN.....	16
DAFTAR PUSTAKA.....	17

PENDAHULUAN

BAB 1

Berkembangnya tren urban farming di perkotaan sejalan dengan meningkatnya animo masyarakat terhadap hidroponik. Kehadiran hidroponik menambah ragam pertanian modern dalam menjawab berbagai permasalahan dalam sistem pertanian konvensional. Sistem hidroponik memungkinkan bercocok tanam tanpa tanah dan lahan, sangat mungkin diterapkan di dalam ruangan. Sistem hidroponik bisa diusahakan dengan peralatan sederhana. Misalnya penggunaan PVC atau talang air sebagai tempat budidaya hidroponik dengan penggunaan bekas botol air mineral sebagai wadah media tanam.

KELEMAHAN DAN KEUNTUNGAN

Keuntungan Bisnis Hidroponik Penanaman dengan model hidroponik memang memiliki banyak keuntungan ketimbang secara konvensional.

1. Keuntungan pertama adalah risiko yang rendah. Dosen Departemen Teknik Mesin dan Biosistem IPB, Herry Suhardiyanto, menyebut hidroponik berisiko lebih rendah dalam kegagalan. Sebab tidak ada pengerjaan perataan tanah dan gulma. Juga mudah dalam pengaturan keasaman dan dosis unsur hara.
2. Kedua, kualitas bersih. Konsumen di Indonesia kini sudah banyak yang mengetahui betapa bahayanya penggunaan pestisida ke tanaman. Oleh sebab itu, mereka memilih membeli produk buah dan sayuran yang berasal dari budidaya hidroponik.
3. Ketiga, tidak mudah diserang hama. Tanaman yang lokasinya terlindung dan nutrisi yang cukup membuat tanaman tidak terserang penyakit. Kesegaran juga akan lebih tahan lama
4. Keempat, adalah soal profit yang besar. Berbisnis hidroponik bila dilakukan secara serius dan telaten, maka dapat dipastikan akan memberikan keuntungan yang besar. Sebab sudah banyak orang yang mengetahui manfaat kesehatan dari mengkonsumsi produk hidroponik. Jika sayuran konvensional biasa dihargai Rp 5 – 10 ribu per kilogram, maka hidroponik bisa dijual Rp 50 ribu per kilogramnya. Perbedaannya sangat mencolok, di rentang Rp 30 – 70 ribu.
5. Kelima, tidak butuh tanah dan pertumbuhan cepat. Hidroponik tidak membutuhkan tanah sebagai media tanamnya, hal ini membuat lingkungan tanaman menjadi lebih bersih. Selain itu, pertumbuhan tanaman juga

menjadi cepat, karena penyerapan nutrisi lebih mudah ketika media tanamnya cair.

6. Keenam, tidak perlu banyak pegawai. Karena lahannya minim dan perawatannya sangat mudah. Teknik hidroponik tidak memerlukan banyak pegawai, sehingga lebih efisien.

Kelemahan Hidroponik

1. Pertama, persaingan tinggi. Tingkat persaingan bisnis tanaman hidroponik sangat tinggi. Maka harus jeli dalam menyajikan tanaman hidroponik yang berbeda dari kompetitor, dari segi tanaman maupun kesegaran sayuran dan buah-buahan yang diberikan.
2. Kedua, modal konstruksi yang mahal. Jika serius menggarap bisnis ini, biasanya akan membangun green house untuk menunjang pertumbuhan tanaman. Investasi konstruksi bangunan dan instalasi di awal terbilang cukup tinggi jika membangun green house dengan penyanggah besi.
3. Ketiga, penggunaan listrik berlebih karena perlu listrik untuk memompa air dari tempat penampungan yang didistribusikan ke tempat sayuran. Bahkan banyak pelaku usaha yang menyalakan pompa air 24 jam, yang tentunya akan membuat biaya operasional khususnya listrik menjadi besar.
4. Keempat, peralatan yang langka. Alat-alat untuk menunjang teknik hidroponik cenderung sulit untuk dicari. Ahli hidroponik juga jumlahnya masih sedikit sehingga akan sedikit sulit untuk melakukan perawatan alat.
5. Kelima, ketelitian ekstra. Teknik ini bermain dengan tingkat keasaman pH untuk memberikan nutrisi. Jika tidak teliti tanaman akan kekurangan nutrisi.
6. Keenam, perlu keterampilan khusus. Karena alat hidroponik masih sedikit, harganya cenderung menjadi mahal. Seorang yang akan memulai bisnis ini dituntut untuk memiliki kreativitas tinggi dalam membuat aneka peralatan hidroponik sendiri agar tidak perlu membeli yang harganya mahal.

PERBEDAAN BUDIDAYA HIDROPONIK DAN KONVENSIONAL

Perbedaan budidaya hidroponik dan konvensional ini bisa dilihat dari harga jual dan hasil panennya yang jauh lebih baik dibandingkan dengan cara bertani konvensional bercocok tanam konvensional cara bercocok tanam konvensional merupakan cara bertani biasa saja media yang digunakan adalah

media tanah yang sudah diolah sedemikian rupa agar subur. Perbandingan antara bertanam dengan cara hidroponik dengan bertanam konvensional dengan tanah.

Pada prinsipnya tanaman dapat hidup di tanah karena tersedianya nutrisi dan jika nutrisi tersebut dapat disediakan dalam air dengan perlakuan maka tanaman juga dapat hidup dan memberikan hasil yang sama (Pascual et al, 2018). Faktor nutrisi menjadi salah satu faktor penentu yang paling penting dari hasil dan kualitas tanaman. Larutan nutrisi yang paling mendasar adalah Nitrogen (N), Fosfor (P), Kalium (K), Kalsium (Ca), Magnesium (Mg) dan Sulfur (S) yang juga dilengkapi dengan mikronutrien. Tanaman menyerap ion dari larutan nutrisi yang diberikan secara terus menerus dalam tingkatan konsentrasi yang rendah. Dari beberapa hasil penelitian sebelumnya bahwa nutrisi dalam proporsi yang tinggi tidak dimanfaatkan oleh tanaman dan juga tidak mempengaruhi produksi tanaman. Larutan nutrisi dengan konsentrasi tinggi menyebabkan penyerapan nutrisi yang berlebihan dan dapat menyebabkan kecacunan pada tanaman, walaupun beberapa penelitian menyebutkan ada juga pengaruh positif seperti pembungaan yang lebih cepat pada *Salvia* sp. Atau meningkatnya berat kering buah, berat total buah dan jumlah lycopene pada tomat (Libia et al, 2012).

BRANDING

**BAB
2**

PENGERTIAN BRANDING

Brand sendiri saat ini diartikan sebagai identitas diri yang membedakan antar sesama baik manusia, produk, maupun tempat. Branding adalah usaha pemasaran yang menciptakan sebuah brand, seperti proses menentukan misi, visi, serta logo.

Menurut Kotler (2009), branding merupakan nama, istilah, tanda, simbol, rancangan atau kombinasi dari semuanya yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa atau kelompok penjual dengan untuk membedakannya dari barang atau jasa pesaing.

UNSUR – UNSUR BRANDING

1. Nama merek. Jika ingin membuat identitas produk hal pertama yang harus dilakukan adalah membuat nama merek.
2. Logo (logo type, monogram, bendera). Dalam pembuatan logo, baiknya disesuaikan dengan produk yang di pasarkan.
3. Tampilan visual. Tampilan visual ini bisa diaplikasikan pada desain produk, desain kemasan, desain seraga, dan lain sebagainya.
4. Penggunaan juru bicara. Juru bicara dalam hal ini bisa jadi seorang co-founder dari perusahaan, maskot, tokoh perusahaan, atau orang terkenal yang telah diajak bekerja sama untuk meningkatkan pemasaran produk.
5. Suara (lagu tematik). Kehadiran sebuah lagu akan melengkapi unsur visualisasi dan membuatnya lebih indah dan lebih diingat.
6. Kata-kata (slogan, tagline, jingle, akronim). Slogan yang baik akan meninggalkan kesan serta pesan yang baik . Dalam proses pembuatan brand, gunakan kata- kata yang memiliki unsur ceria dan positif, mudah diingat, dan beda dari brand lain.

Menurut Anholt kegiatan rebranding adalah proses merancang, merencanakan dan mengkomunikasikan ulang nama atau identitas produk atau jasa yang bertujuan untuk mengelola reputasi di masyarakat Kegiatan rebranding bagi perusahaan adalah sebuah keniscayaan yang harus dilakukan. Sekuat apapun posisi perusahaan tetaplah suatu saat harus melakukan

rebranding baik karena faktor internal ataupun karena tekanan eksternal atau competitor.

LANGKAH MEMBUAT BRAND USAHA

- Membuat logo

Pada kegiatan tahapan pertama, yaitu salah satunya adalah riset produk. Dari observasi dan riset yang telah dilakukan, maka tahapan ini mendapatkan data produsen dan produk unggulan yang dimiliki oleh pemilik usaha Hidroponik.

Beberapa hal yang harus ditingkatkan dan dikembangkan agar produk lebih dikenal yaitu Logo Brand. Logo merupakan salah satu elemen branding dari suatu produk. Logo menjadi fungsi identitas sebuah korporat atau produk yang ingin dikenal dan menjadi pembeda dari produk lainnya (Jokhanan, 2020).

Pada kegiatan tahapan kedua ini merupakan implementasi hasil riset yang sudah dilakukan pada tahap pertama yaitu riset. Desain logo baru yang dibuat merupakan hasil penggambaran tanaman hidroponik sebagai usaha. Konsep dasar logo melalui penggambaran tangan (sketching) lalu diperbaiki melalui aplikasi grafis Corel Draw.

- Desain kemasan ramah lingkungan

Masih dalam pengembangan identitas brand dari produk hidroponik membuat desain kemasan (packaging). Kemasan untuk produk olahan sayuran hidroponik yang digunakan sebelumnya yaitu dengan plastik. Kemudian dirubah kemasan menjadi lebih ramah lingkungan seperti kertas yang food grade atau aman sebagai tempat kemasan makanan.

Kemasan produk pangan merupakan paket kemasan yang memiliki bahan kemasan khusus untuk makanan. Sebuah kemasan yang dapat memberikan perlindungan pada makanan, yang dapat memberikan ketahanan makanan terhadap gangguan, secara fisik, kimia, atau biologis khusus. Kemasan produk pangan ini memuat label fakta nutrisi dan informasi lain tentang makanan yang ditawarkan untuk dijual.

- Video profil UMKM

Menjadi salah satu media yang dapat digunakan produsen untuk menarik perhatian konsumen dimana dalam video tersebut bisa ditampilkan bagaimana proses produksi tanaman hidroponik itu sendiri bagaimana hasil produksi kemudian diolah kembali menjadi makanan yang siap saji, kegiatan kegiatan yang positif dapat di masukan yang kemudian dapat disebar luaskan di sosial media.

- Membuat Photo Produk

Kegiatan berikutnya adalah peningkatan penjualan melalui market place e-Commerce. Kegiatan ini harus didukung dengan foto produk yang bagus dan menggambarkan produk unggulan dari Hidroponik ini secara mendetil sehingga dapat meningkatkan penjualan nantinya. Melalui foto produk yang dihasilkan ini akan dimasukan ke E-Commerce seperti Tokopedia, Bukalapak, dan Shopee.

- Membuat akun sosial media dan pendaftaran di E-Commerce

Pengembangan digital branding yang dilakukan adalah memperbaiki postingan dengan desain-desain yang eye-catchy agar impresi pengguna Instagram tertarik untuk menekan tombol mengikuti

TIPS BRANDING

Tips membangun brand bisnis dengan gratis melalui media online :

1. Cari Tahu Siapa Target Audiens
Contohnya: jika Anda memiliki bisnis yang bergerak di bidang penjualan produk kecantikan, maka kemungkinan target audiens Anda adalah para wanita yang berusia 13-40 tahun.
2. Buatlah Konten yang Menarik, Bukan Hanya Sekedar Promosi
Konten yang menarik biasanya berupa sesuatu yang dapat memberikan informasi maupun memberikan hiburan.
3. Temukan Keunikan dari Bisnis
Keunikan yang Anda tawarkan melalui sosial media akan meninggalkan kesan tersendiri tentang brand bisnis Anda di mata audiens.

4. Selalu Membuat Konten yang Relevan dengan Cara Melakukan Penelitian Terhadap Trend yang Ada Jangan hanya sekedar menciptakan sesuatu yang unik namun tidak relevan dengan trend yang ada di masyarakat.
5. Tentukan visi dan target pasar
Sebuah perusahaan yang belum mengetahui dengan jelas apa visi yang akan mereka wujudkan pastinya akan kebingungan di tengah jalan.
6. Tentukan Karakter
Adanya citra bisnis yang berbeda akan membuat perusahaan akan lebih menonjol, terlebih lagi jika brand yang dibuat memiliki karakter yang unik.
7. Brand Message Delivery
Setelah menentukan karakter yang diinginkan dari brand, penting bagi perusahaan untuk menyampaikan karakter yang telah mereka persiapkan kepada pembeli.
8. Melakukan Promosi
Promosi bertujuan untuk menyebarluaskan hasil kerja perusahaan dalam merancang sebuah brand di hadapan khalayak ramai melalui content marketing.
9. Meneruskan konsistensi
Konsistensi yang dilakukan oleh perusahaan bisa dilakukan dengan cara mempertahankan kualitas produk, mempertahankan karakter brand, mempertahankan loyalitas dan hubungan baik dengan konsumen, dan berbagai aspek lainnya.

PACKAGING

**BAB
3**

PENGERTIAN PACKAGING

Packaging atau kemasan merupakan suatu wadah untuk produk agar produk tetap aman serta memberikan daya tarik bagi konsumen serta memberikan informasi-informasi mengenai produk tersebut. Di era sekarang, kemasan produk merupakan aspek yang penting dalam kegiatan pemasaran karena hal pertama yang dilihat para konsumen sebelum membeli sebuah produk ialah kemasan yang bersifat menarik atau disebut dengan *eye-catching*.

TUJUAN PACKAGING

1. Melindungi Produk dan Keamanan Produk.

Tujuan utama kemasan ialah melindungi produk dari segala kerusakan yang dapat terjadi selama pemindahan atau pengantaran produk, di ruang penyimpanan serta melindungi dari sinar ultraviolet, panas, kelembaban udara, benturan serta kontaminasi kotoran dan mikroba yang dapat merusak dan menurunkan mutu produk. Terutama dalam melakukan transaksi jual beli secara online yang mana perlindungan sangat dibutuhkan untuk menjaga barang agar sampai dalam kondisi yang baik di tempat tujuan.

2. Daya Tarik

Kemasan merupakan salah satu yang dilihat seseorang sebelum membeli sebuah produk sehingga dibutuhkannya kemasan yang dapat menarik perhatian konsumen. Kemasan sebaiknya dibuat unik agar dapat meningkatkan daya tarik sehingga mempengaruhi keinginan konsumen untuk membeli produk tersebut.

3. Informasi

Selain menarik perhatian, kemasan juga perlu mencantumkan informasi seperti tentang produk, bagaimana cara penggunaannya, bahan yang dikandung serta tanggal kadaluwarsa produk tersebut. Mencantumkan informasi di dalam kemasan, dapat mempermudah pelanggan untuk membeli produk tanpa harus bertanya atau mencari terlebih dahulu.

4. Memiliki Kegunaan dan Bersifat Keberlanjutan

Kemasan sebaiknya memiliki fungsi yang mempermudah konsumen seperti kemasan dapat dengan mudah ditutup ataupun dibuka, mudah dilipat dan disortir setelah digunakan, dan dapat digunakan kembali atau di daur ulang. Pada era sekarang, kemasan yang bisa di gunakan kembali atau di daur ulang lebih menarik perhatian konsumen sehingga dapat meningkatkan angka penjualan dan memberikan dampak yang positif.

LANGKAH MEMBUAT PACKAGING

1. Untuk membuat kemasan yang menarik, hal pertama yang harus dilakukan ialah mengetahui produk apa yang dijual sehingga dapat menentukan bagaimana ukuran kemasan akan dibuat.
2. Setelah itu, kita harus mengetahui siapa target pasar dalam penjualan produk ini agar mempermudah proses pengemasan.
3. Dan yang terakhir adalah menentukan desain kemasan seperti warna, logo dan font yang digunakan untuk memberikan daya tarik pada kemasan.

Tapi perlu diperhatikan juga kemasan harus dapat mudah untuk dimengerti, jujur, dan fleksibel. Maksudnya mudah dimengerti ialah memberikan penjelasan singkat tentang produk di kemasan, lalu memberikan penjelasan tentang komposisi, kandungan, gambar, serta informasi lainnya yang sesuai dengan isi produk. Sedangkan fleksibel yang dimaksud ialah kemasan yang dibuat harus mudah untuk dibuka dan kemasan dapat digunakan kembali atau di daur ulang sehingga bisa mengurangi produksi sampah.

BAHAN PACKAGING USAHA HIDROPONIK

Bahan-bahan yang digunakan untuk mengemas produk memiliki berbagai macam:

1. Plastik.

Plastik merupakan salah satu bahan baku utama yang digunakan untuk mengemas berbagai barang. Di Indonesia sendiri, sebanyak lebih dari 60%

masih menggunakan plastik sebagai konsumsi publik. Banyaknya yang memilih penggunaan plastik sebagai alat untuk mengemas karena harga plastik bisa didapatkan dengan mudah, harga yang murah, dan memiliki keunggulan serta ketahanan yang cukup dibandingkan dengan bahan-bahan yang lainnya. Kebanyakan produk makanan dan minuman menggunakan plastik dengan jenis:

- Polyethylene terephthalate (PET) yang hanya bisa digunakan hanya sekali.
- High Density Polyethylene (HDPE), jenis plastik ini aman untuk dikenakan berulang karena paling sering di daur ulang dan biasanya terdapat pada galon, botol deterjen, dan sebagainya.
- Polyvinyl Chloride (PVC), jenis plastik ini tidak dapat digunakan pada makanan atau minuman karena mengandung berbagai macam bahan kimia beracun yang dapat larut dan berbahaya bagi kesehatan serta jenis plastik ini sulit untuk di daur ulang.
- Low Density Polyethylene (LDPE), plastik ini bersifat elastis, memiliki daya tahan yang lama dan dapat digunakan untuk berulang kali.
- Polypropylene (PP), plastik ini terbuat dari polypropylene yang sangat kuat dan cukup aman digunakan meski pada suhu yang panas sehingga dapat digunakan di tempat makanan maupun minuman.
- Polystyrene (PS), biasanya digunakan pada tempat makanan seperti Styrofoam.
- Other atau O, jenis plastik ini sangat berbahaya dan tidak dapat digunakan untuk makanan dan minuman karena mengandung racun yang dapat merusak beberapa organ tubuh.

2. Kertas.

Selain plastik, kertas merupakan bahan yang sering dipakai dalam proses pengemasan. Bedanya ialah, mengemas sebuah produk dengan kertas disarankan hanya untuk benda padat yang tidak memiliki banyak kadar air.

3. Aluminium.

Kemasan dengan aluminium sangat cocok untuk digunakan jika produk harus tahan dengan sinar matahari. Biasanya, penggunaan aluminium ditambah dengan plastik sebagai pelindung sehingga akan menjadi kemasan seperti berbentuk sachet yang dapat digunakan untuk kopi, makanan ringan, dan sebagainya.

4. Karton.

Kemasan berbetuk karton lebih kuat daripada kemasan yang menggunakan kertas. Walaupun bisa digunakan untuk makanan, namun kebanyakan menggunakan kemasan ini untuk produk non makanan.

5. Kayu.

Kemasan yang menggunakan kayu biasanya digunakan hanya untuk mengirimkan produk dalam skala yang besar seperti sayur-sayuran atau buah-buahan yang dikirimkan ke tempat lain.

6. Logam.

Logam juga merupakan salah satu bahan untuk mengemas yang sering digunakan dan biasanya dibentuk sebagai kaleng.

Sedangkan untuk produk dari hidroponik, biasanya dikemas menggunakan bahan plastik. Pengemasan untuk produk ini bisa dibilang cukup mudah. Contoh saja seperti selada yang sebelum dikemas harus dilepaskan dulu dari net pot. Setelah itu, bagian akar dibasahi agar sayuran terlihat segar. Langkah terakhir ialah menaruh selada tersebut ke dalam plastik dan bebas kita bentuk seperti apa kemasannya.

PENUTUP

**BAB
4**

KESIMPULAN

Berkembangnya tren urban farming di perkotaan sejalan dengan meningkatnya animo masyarakat terhadap hidroponik. Kehadiran hidroponik menambah ragam pertanian modern dalam menjawab berbagai permasalahan dalam sistem pertanian konvensional. Sistem hidroponik memungkinkan bercocok tanam tanpa tanah dan lahan, sangat mungkin diterapkan di dalam ruangan.

Keuntungan dalam melaksana usaha hidroponik seperti risiko yang rendah, kualitas lebih bersih, tidak mudah diserang hama, profit yang besar, tidak perlu memakai lahan serta pertumbuhan yang cepat. Keuntungan seperti itu lah yang meningkatkan tren dalam memulai usaha hidroponik.

Dalam meningkatkan usaha hidroponik, para pelaku usaha juga harus sadar bahwa brand dan packaging usaha sangatlah penting. Branding merupakan nama, istilah, tanda, simbol, rancangan atau kombinasi dari semuanya yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa atau kelompok penjual dengan untuk membedakannya dari barang atau jasa pesaing.

Sementara packaging atau kemasan merupakan suatu wadah untuk produk agar produk tetap aman serta memberikan daya tarik bagi konsumen serta memberikan informasi-informasi mengenai produk tersebut.

Dengan adanya brand usaha dan kemasan produk dapat dipastikan bisa meningkatkan kualitas usaha dan daya saing antar produk hidroponik.

DAFTAR PUSTAKA

Pascual M.P, Gina A. Lorenzo, Arneil G. Gabriel, 2018, Vertical Farming Using Hydroponic System: Towrd a Sustainable Onion Production in Nueva Ecija, Philippines

Libia I. Trejo-Téllez and Fernando C. Gómez-Merino (2012). Nutrient Solutions for Hydroponic Systems, Hydroponics – A Standard Methodology for Plant Biological Researches, Dr. Toshiki Asao (Ed.), ISBN: 978- 953-51-0386-8 Sumber Artikel Mediaini.com :

<https://mediaini.com/bisnis/2020/08/08/35507/tertarik-dengan-bisnis-hidroponik-cermati-dulu-plus-minusnya/>

Nastain, Muhammad (2017), "Kajian Teoritik Konsep Branding Dan Tantangan Eksistensi Produk", Vol.5:01 hal. 14-26

<https://www.jurnal.id/id/blog/unsur-jenis-tujuan-dan-manfaat-branding/>

Mukhtar, Syukrianti dan Muchammad Nurif. “Peranan Packaging dalam Meningkatkan Hasil Produksi terhadap Konsumen. Jurnal Sosial Humaniora 8(2):181 (2015): 181-184

Tiuttu, Tulli-Anna. “5 reasons why packaging is important.” 4Circularity, 27 Januari 2020,

Industry Today, “The Importance of Product Packaging Design,” 24 Agustus 2020,

FlexyPack, “6 Macam Bahan Kemasan Untuk Setiap Kemasan,” 12 Februari 2020,

Utami, Sri Fadhillah. “7 Simbol dan Jenis Plastik yang Perlu Kamu Ketahui,” Zero Waste Indonesia, 2019,

Berkembangnya tren urban farming di perkotaan sejalan dengan meningkatnya animo masyarakat terhadap hidroponik. Kehadiran hidroponik menambah ragam pertanian modern dalam menjawab berbagai permasalahan dalam sistem pertanian konvensional. Sistem hidroponik memungkinkan bercocok tanam tanpa tanah dan lahan, sangat mungkin diterapkan di dalam ruangan.

Dalam meningkatkan usaha hidroponik, para pelaku usaha juga harus sadar bahwa brand dan packaging usaha sangatlah penting. Dengan adanya brand usaha dan kemasan produk dapat dipastikan bisa meningkatkan kualitas usaha dan daya saing antar produk hidroponik.