JURPIKAT (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)
Vol. 7 No. 1 (2026) pp.101-114
https://jurnal.politeknik-kebumen.ac.id/index.php/jurpikat
p-ISSN : 2746-0398 e-ISSN : 2746-038X

Pelatihan Diversifikasi dan Digitalisasi Usaha Tanaman Hias Berbasis Ekonomi Kreatif Untuk Mewujudkan Kemandirian Ekonomi Perempuan Kampung Bunga Madirsan Desa Bangun Sari, Kec. Tanjung Morawa, Kab. Deli Serdang, Sumatera Utara

Novi Handayani Simbolon[1*], Fatma Dwi Jati[2], Sondang Beatrix Siahaan[3], Muhammad Asrin Jazuli[4], Khanti Listya[5]
[1,2,4,5] Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Medan, Indonesia, 20155
[3] Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Medan, Indonesia, 20155

E-mail :* novihandayani@polmed.ac.id
Doi : https://doi.org/10.37339/jurpikat.v7i1.2779

Info Artikel:
Diterima :
2025-10-06

Diperbaiki :
2025-10-24

Disetujui :
2025-10-24

Kata Kunci: digitalisasi, diversifikasi, ekonomi kreatif, kemandirian ekonomi

Abstrak: Kampung Bunga Madirsan dikenal sebagai sentra penjualan tanaman hias yang menjadi sumber pendapatan utama perempuan di daerah tersebut. Namun, beberapa waktu terakhir ini, terjadi penurunan penjualan tanaman hias yang signifikan. Hal ini disebabkan oleh kurangnya variasi produk tanaman hias, belum adanya inovasi dalam bentuk dan kemasan, serta terbatasnya kemampuan dalam memanfaatkan media digital sebagai sarana pemasaran. Mitra juga belum memiliki strategi *branding* dan strategi penjualan melalui *marketplace*, sehingga penjualan hanya mengandalkan cara konvensional. Mitra juga bergantung pada penggunaan pupuk kimia, sehingga memperbesar biaya yang dikeluarkan mitra. Situasi ini berdampak pada terbatasnya jangkauan pasar dan rendahnya pertumbuhan usaha tanaman hias. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk mengatasi permasalahan mitra tersebut melalui pelatihan diversifikasi dan digitalisasi usaha tanaman hias berbasis ekonomi kreatif. Metode pelaksanaan mencakup survei awal, pelatihan partisipatif, pemberian alat teknologi untuk mempermudah perawatan tanaman, praktik langsung, pendampingan, serta pembuatan profil usaha digital mitra di Kampung Bunga Madirsan.

Abstract: *Kampung Bunga Madirsan is known as a center for ornamental plant sales, serving as a primary source of income for women in the area. However, in recent times, ornamental plant sales have seen a significant decline. This is due to a lack of variety in ornamental plant products, a lack of innovation in packaging, and limited ability to utilize digital media as a marketing tool. Partners also lack branding strategies and marketplace sales strategies, relying solely on conventional methods. Partners also rely on the use of chemical fertilizers, increasing their costs. This situation has resulted in limited market reach and low growth in ornamental plant businesses. This community service activity aims to address these partner challenges through training on diversification and digitalization of ornamental plant businesses based on the creative economy. The implementation method includes an initial survey, participatory training, provision of technological tools to facilitate plant care, hands-on practice, mentoring, and the creation of digital business profiles for partners in Kampung Bunga Madirsan*

Keywords: ***digitalization, diversification, creative economy, economic independence***

Pendahuluan

Usaha Kecil Mikro dan Menegah, atau yang sering disebut dengan istilah UMKM adalah salah satu sektor usaha produktif yang memiliki peran krusial dalam pertumbuhan perekonomian Indonesia, khususnya dalam meningkatkan pendapatan dan meciptakan lapangan pekerjaan (Yulya Ammi Hapsari et al., 2024). Untuk menjaga keberlangsungan UMKM, maka diperlukan proses pengambilan keputusan yang akurat dan akuntabel, salah satunya adalah dalam melakukan pencatatan keuangan. Sementara itu, menurut Kementerian Koperasi dan UKM (2022), lebih dari 70% UMKM di Indonesia belum menerapkan pencatatan keuangan yang memadai, sehingga tidak mampu menghitung HPP dan menetapkan strategi penjualan yang berbasis data. Hal ini berdampak pada lemahnya ketahanan usaha, karena pelaku tidak dapat menyesuaikan harga jual dengan fluktuasi biaya produksi atau permintaan pasar (Natasya Fitriyani & Roy, 2024). Ketika pencatatan keuangan tidak dilakukan, pengambilan keputusan menjadi bersifat spekulatif, dan pertumbuhan usaha sulit dicapai secara berkelanjutan (Martini et al., 2022).

Dengan kemajuan teknologi yang terjadi saat ini, transformasi digital memberikan potensi yang sangat besar bagi pelaku UMKM dalam hal keterbatasan akses modal dan pasar (Putri & Widadi, 2024). Pada faktanya, data dari Kominfo (2021) menunjukkan bahwa sekitar 60% pelaku UMKM di Indonesia belum terhubung ke ekosistem digital karena rendahnya kapasitas digital (Lady Noor, 2025). Padahal,

digitalisasi membuka peluang pasar yang jauh lebih luas, efisien, dan berbiaya rendah. Strategi pemasaran digital seperti penggunaan media sosial, katalog *online*, dan transaksi daring menjadi solusi efektif di tengah terbatasnya akses pasar konvensional (Nabila et al., 2024).

Salah satu UMKM yang memiliki potensi besar untuk berkembang adalah UMKM yang berada di Kampung Bunga Madirsan di Dusun III, Desa Bangun Sari, Kecamatan Tanjung Morawa, Kabupaten Deli Serdang yang dikenal sebagai sentra tanaman hias lokal. Wilayah ini memiliki potensi besar dalam pengembangan ekonomi kreatif berbasis hortikultura. Salah satu pelaku tanaman hias di daerah tersebut adalah ibu Helena Tampubolon yang mengelola usaha dari rumah secara mandiri. Beliau membudidayakan berbagai jenis tanaman seperti aglaonema, caladium, kumis kucing, dan jenis tanaman hias lainnya sebagai sumber pendapatan utama.

Gambar 1. Survey ke Lokasi Mitra

Berdasarkan hasil wawancara dengan mitra yang merupakan penyandang disabilitas, diperoleh informasi bahwa saat ini mitra mengalami beberapa permasalahan, antara lain mitra mengalami penurunan penjualan tanaman hias. Hal ini disebabkan oleh mitra yang hanya menjual tanaman hias dalam wadah pot dan polybag saja, sementara itu permintaan pasar yang ada saat ini lebih cenderung menyukai tanaman hias dalam bentuk *bouquet*, dekorasi, atau tanaman mini dalam wadah estetik. Kegiatan perawatan tanaman hias seperti menyiram, membersihkan daun, dan merapikan pot-pot tanaman dilakukan secara manual. Dengan keterbatasan fisik yang dimiliki oleh mitra, kegiatan ini cukup melelahkan yang menyebabkan produktivitas mitra tidak optimal. Kemudian mitra tidak memiliki keterampilan untuk mengemas produk secara menarik, tidak mengenal media sosial sebagai sarana promosi, belum memiliki nama usaha atau logo yang melekat pada

produk tanaman hiasnya, serta memiliki keterbatasan dalam membuat pupuk alami, sehingga bergantung pada penggunaan pupuk kimia. Dalam menentukan harga jual tanaman hiasnya, mitra melakukannya hanya berdasarkan insting tanpa memperhitungkan segala biaya yang dikeluarkannya mencakup biaya bahan tanam, media tanam, pot, dan biaya pembelian pupuk, serta biaya tenaga kerja. Akibatnya, harga jual sering kali ditentukan secara acak, tanpa mempertimbangkan margin keuntungan yang wajar. Ketidaktahuan ini berpotensi menyebabkan kerugian atau ketergantungan pada harga pasar yang tidak stabil. Ketiadaan pencatatan keuangan dan analisis biaya juga menyulitkan mitra dalam mengukur pertumbuhan usaha atau mengambil keputusan strategis untuk pengembangan produk. Hal ini menjadi tantangan tersendiri dalam membangun kredibilitas usaha, meningkatkan efisiensi produksi, serta memperkuat posisi produk tanaman hias sebagai bagian dari ekonomi kreatif yang berdaya saing.

Dengan mempertimbangkan keseluruhan kondisi tersebut, maka fokus kegiatan ini adalah pelatihan diversifikasi produk dan digitalisasi pemasaran usaha tanaman hias berbasis ekonomi kreatif. Pelatihan akan mencakup aspek inovasi produk, seperti souvenir tanaman, paket dekorasi, dan desain kemasan, serta strategi pemasaran digital menggunakan media sosial dan *marketplace*. Kegiatan ini juga akan dilengkapi dengan pengenalan dasar manajemen usaha sederhana, termasuk pencatatan transaksi dan perhitungan harga pokok penjualan, agar mitra dapat menentukan harga jual yang menguntungkan secara berkelanjutan. Selain itu, pelatihan akan mendorong peserta untuk membangun identitas usaha melalui branding visual seperti logo, label, dan nama usaha. Pendampingan dilakukan secara partisipatif mitra yang berkebutuhan khusus, dapat mengikuti proses dengan optimal.

Selain itu, juga akan diberikan alat teknologi yang bisa mempermudah mitra dalam melakukan perawatan tanaman seperti komposter dan mesin penyiram tanaman, sehingga produktivitas mitra akan meningkat. Jenis kegiatan pengabdian yang serupa pernah dilakukan oleh (Dewi et al., 2025), (Nekky & Sri, 2021), (Amal et al., 2022). Dari hasil kegiatan tersebut diketahui bahwa diversifikasi produk dan pengimplementasian digitalisasi keuangan dapat meningkatkan jumlah penjualan tanaman hias sektor UMKM. Melalui kegiatan ini, mitra di Kampung Bunga Madirsan dapat memperkuat posisi sebagai agen ekonomi lokal yang mandiri, kreatif, dan berdaya saing, serta dapat membantu perekonomian keluarga. Pelaksanaan kegiatan ini bertujuan untuk memberikan kontribusi dalam pencapaian Indikator Kinerja

Utama (IKU) Perguruan Tinggi yang merupakan salah satu dari tugas Tridharma PT Dosen, khususnya pencapaian IKU kedua dan kelima.

Tabel 1. Permasalahan Mitra

No	Aspek	Permasalahan Utama
1	Produksi	a. Tidak adanya diversifikasi produk, seperti tanaman untuk souvenir, buket, atau paket dekorasi, atau tanaman hias dalam kemasan yang lebih menarik b. Dengan kondisi fisik mitra, proses perawatan tanaman tidak optimal
2	Manajerial	a. Tidak dilakukan perhitungan harga pokok penjualan (HPP), sehingga harga jual tidak berdasarkan biaya yang sebenarnya. b. Tidak adanya nama usaha, logo, atau identitas *branding* untuk membangun kredibilitas produk.
3	Pemasaran	a. Tidak ada pemanfaatan media sosial dan platform digital untuk promosi dan penjualan. b. Penjualan hanya mengandalkan pembeli yang datang langsung *on site*

Sumber: Data Diolah (2025)

Berdasarkan permasalahan mitra kondisi tersebut, kegiatan pengabdian ini akan difokuskan pada :

a. Pelatihan diversifikasi produk, yaitu pengembangan bentuk dan jenis produk tanaman hias yang lebih menarik, seperti paket dekorasi, souvenir tanaman, dan *bouquet*.
b. Pemberian komposter untuk membuat pupuk alami dan mesin penyiram tanaman untuk mempermudah pekerjaan fisik mitra sehingga produktivitas lebih optimal.
c. Pelatihan digital marketing, agar mitra mampu memanfaatkan media sosial, WhatsApp Business, dan platform marketplace sederhana untuk promosi dan penjualan.
d. Pendampingan branding usaha, mencakup pembuatan nama usaha, desain logo, label produk, dan kemasan kreatif yang memperkuat identitas usaha mitra.
e. Pengenalan pencatatan keuangan manual dan perhitungan harga pokok penjualan (HPP) secara sederhana, agar mitra dapat mengelola keuangan dengan lebih tertib dan menetapkan harga jual berbasis perhitungan biaya nyata (Ermawati et al., 2024). Walaupun mitra memiliki keterbatasan secara fsik, tetapi mitra mampu membaca, menulis, dan berhitung. Dengan kemampuan ini

pelatihan perhitungan harga pokok penjualan penting untuk dilaksanakan, karena tanpa mengetahui HPP, mitra bisa saja menjual produknya terlalu murah yang menyebabkan kerugian, atau menjualnya dengan harga yang terlalu mahal yang menyebabkan produk tidak laku (Natasya Fitriyani & Roy, 2024). Penentuan HPP menjadi dasar bagi mitra dalam menentukan margin harga (Lestari et al., 2024). Kemudian, dengan melakukan perhitungan HPP mitra mampu mendapatkan angka laba/rugi secara akurat, dan mitra juga mampu mengontrol biaya produksi dan operasional (Khuluqi et al., 2024), seperti biaya bibit, media tanam, pupuk, pot, kemasan, ongkos kirim, serta biaya listrik yang digunakan dalam perawatan tanaman, misalnya listrik yang digunakan untuk mesin penyiram tanaman (Hidayat, 2024). Yang tak kalah penting adalah, perhitungan HPP yang dilakukan mitra mendukung mitra dalam pengambilan keputusan bisnis untuk memastikan keberlangsungan usaha mitra ke depannya (Yulya Ammi Hapsari et al., 2024)·

Metode

Metode pelaksanaan kegiatan ini dilaksanakan dengan menggunakan pendekatan *Participatory Action Research* (PAR). PAR adalah sebuah pendekatan pembelajaran yang dapat digunakan untuk memberikan solusi atas permasalahan dan pemenuhan kebutuhan masyarakat yang bersifat praktis, serta menghasilkan produksi ilmu pengetahuan dan sosial keagamaan (Agus Afandi et al., 2022) dengan siklus langkah kerja *To Know* (Mengetahui), *To Understand* (Memahami), *To Plan* (Merencanakan), *To Act* (Bertindak), *dan To Change* (Merubah).

Tahap mengetahui dan memahami telah dilaksanakan oleh tim pelaksana dengan melakukan survey awal ke lokasi mitra dan melakukan wawancara kepada mitra untuk mengetahui kondisi awal mitra dan permasalahan yang dihadapinya. Daftar kebutuhan tersebut disusun oleh tim pelaksana untuk membuat rencana pelaksanaan pengabdian yang akan dilaksanakan dengan tujuan memberikan solusi atas setiap permasalahan mitra yang telah disampaikan sebelumnya. Kemudian, di tahap bertindak, yang dilakukan oleh tim pelaksana adalah memberikan pelatihan dalam bentuk ceramah dan praktik langsung oleh mitra dengan dua pokok utama kegiatan, yakni pelatihan dan pendampingan, serta evaluasi hasil kegiatan dengan rincian sebagai berikut :

1. Pelatihan

   Kegiatan ini dilakukan dalam 1 (satu) hari dengan tahapan :

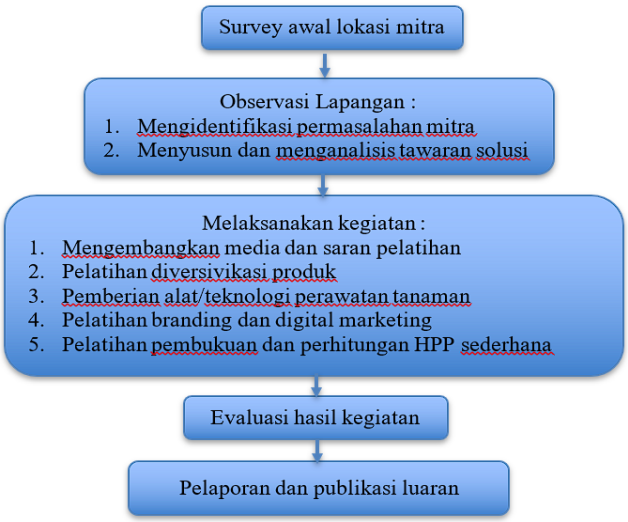
a. Mengembangkan media dan sarana pelatihan (masa persiapan)
b. Melatih mitra melakukan diversifikasi produk. Pelatihan ini bertujuan memberikan nilai tambah pada produk mitra agar memiliki daya saing lebih tinggi dan menjangkau segmen pasar yang lebih luas (Aini Habibah et al., 2023)
c. Melatih mitra menggunakan alat teknologi perawatan tanaman
d. Melatih mitra untuk melakukan branding dan digital marketing.
e. Membuat modul menghitung harga pokok penjualan sederhana. Kegiatan ini bertujuan untuk mendorong kesadaran finansial dan pengambilan keputusan berbasis data dalam pengelolaan usaha (Suprijono et al., 2022).

2. Pendampingan

Kegiatan pendampingan ini dilakukan sebanyak minimal 1 (satu) kali dengan tahapan :

a. Membuat sarana komunikasi pasca pelatihan seperti group whatsapp
b. Melaksanakan pendampingan mitra pasca pelatihan

Dengan dilaksanakannya pelatihan dan pendampingan tersebut, maka mitra akan mampu menciptakakan produk yang bervariasi, mampu menciptakan merek usahanya, melakukan pemasaran produk dengan memanfaatkan kemajuan teknologi, dan mampu menetapkan harga jual yang sesuai untuk mendapatkan keuntungan, serta mampu membuat pupuk organik, sehingga tahap *To Change* atau merubah telah terlaksana.



Gambar 2. Metode Pelaksanaan

Partisipasi mitra dalam kegiatan pengabdian ini adalah menyediakan data maupun informasi yang digunakan sebagai bahan praktik pelatihan diversifikasi produk, pemanfaatan media sosial dan digital marketing, serta penyusunan HPP sederhana. Mitra juga akan mempelajari cari kerja teknologi yang diberikan yaitu

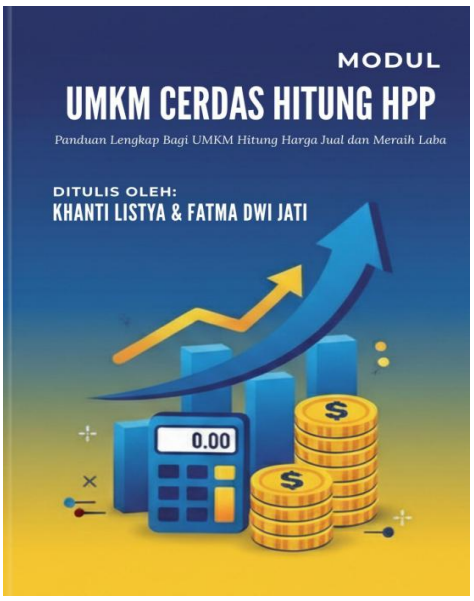
komposter dan mesin penyiram tanaman untuk mempermudah melakukan perawatan tanaman. Selanjutnya mitra juga akan menyediakan lokasi pelaksanaan kegiatan. Evaluasi yang dilakukan di akhir program untuk menilai dampak kegiatan terhadap peningkatan kapasitas usaha mitra. Indikator evaluasi meliputi kemampuan menghasilkan produk inovatif, kemampuan menggunakan alat teknologi dalam perawatan tanaman, peningkatan pemahaman tentang *branding* dan pemasaran digital, ketersediaan catatan keuangan dan pengetahuan tentang HPP. Untuk menjaga keberlanjutan program, tim akan membentuk grup komunikasi digital untuk berbagi praktik baik dan informasi pemasaran. Selain itu, mitra akan didorong membentuk kelompok usaha bersama untuk meningkatkan efisiensi produksi, kolaborasi promosi, dan daya saing kolektif. Berikut ini penyajian metode pengabdian dalam bentuk diagram.

Hasil dan Pembahasan

Tim PKM melaksanakan kegiatan pengabdian "Pelatihan Diversifikasi dan Digitalisasi Usaha Tanaman Hias Berbasis Ekonomi Kreatif Untuk Mewujudkan Kemandirian Ekonomi Perempuan Kampung Bunga Madirsan" pada 13 September 2025 Pukul 09.00 WIB sampai dengan selesai di Desa Bangun Sari Kec. Tanjung Morawa, Kab. Deli Serdang, Sumatera Utara. Kegiatan ini diawali dengan penyampaian tujuan dari kegiatan oleh seluruh Tim Pelaksana kepada mitra yang hadir. Selanjutnya, mitra dibekali pengetahuan dengan diberikan beberapa pelatihan. Pertama, pelatihan diversifikasi produk tanaman hias dengan metode ceramah. Pada pelatihan ini mitra diberikan pengetahuan untuk meningkatkan keterampilan dalam membuat diversifikasi dan inovasi produk tanaman hias berupa paket dekorasi dan souvenir tanaman hias. Kedua, pelatihan branding usaha dengan metode ceramah dan praktik menggunakan canva. Pada pelatihan ini, mitra berhasil membuat merek dan logo usaha, yaitu "Madirsan Gardenia".

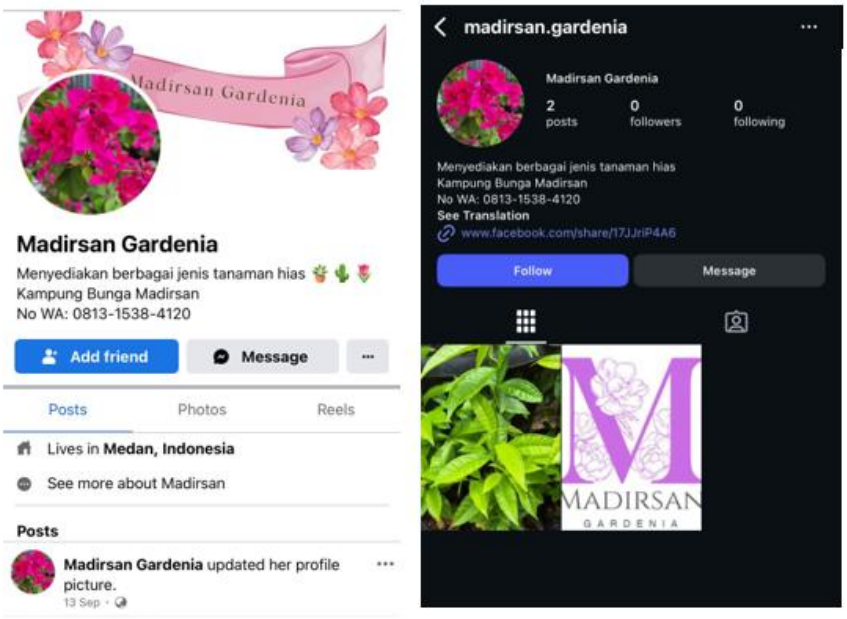
Gambar 3. Merek dan Logo Hasil Pelatihan Branding

Selanjutnya, yang ketiga yaitu pelatihan pembukuan dan perhitungan harga pokok penjualan (HPP). Mitra diberikan pengetahuan untuk menghitung HPP agar mampu menetapkan harga jual tanaman hias dengan benar setelah memperhitungkan seluruh biaya yang dikeluarkan mitra. Berikut ini modul perhitungan HPP yang diberikan kepada mitra yang bisa dijadikan panduan oleh mitra.



Gambar 4. Modul Perhitungan HPP

Yang keempat adalah pelatihan melalui metode ceramah terkait digital marketing. Mitra diajarkan langsung untuk membuat media sosial berupa instagram dan facebook dan melakukan unggah konten. Mitra juga diajarkan cara menggunakan fitur live dalam memasarkan produk tanaman hiasnya, sehingga ketergantungan mitra yang selama ini hanya mengharapkan walk in customer bisa teratasi dengan jangkauan pasar yang lebih luas melalui pemanfaatan teknologi informasi.



Gambar 5. Media sosial instagram dan facebook mitra hasil pelatihan

Dan yang kelima, yaitu mitra diberikan alat berupa komposter dan mesin penyiram tanaman otomatis. Pemberian alat komposter sebagai solusi atas permasalahan mitra yang bergantung pada pemakaian pupuk kimia yang memperbesar biaya yang dikeluarkan oleh mitra, sedangkan mesin penyiram tanaman otomatis diberikan untuk meningkatkan produktivitas mitra dalam merawat tanaman hias agar selalu terjaga kelembapannya sesuai dengan kebutuhan tanaman. Oleh karena itu, tim pelaksana juga melakukan praktik pembuatan kompos menggunakan komposter dan mesin penyiram tanaman otomatis.

Gambar 6. Mitra menggunakan alat Komposter dan Mesin Penyiram Tanaman Otomatis yang diberikan dalam pelatihan

Secara garis besar, dari hasil pelatihan yang dilakukan tim pelaksana kepada mitra melalui metode ceramah dan demonstrasi, diperoleh hasil pelatihan sebagai berikut :

1. Mitra memiliki pengetahuan tentang cara melakukan diversifikasi dan inovasi tanaman hias
2. Mitra mampu menggunakan canva dalam membuat merek dan logo usaha, serta mengetahui cara dalam melakukan branding tanaman hiasnya.
3. Mitra memiliki kemampuan dalam menetapkan harga jual tanaman hias yang mendatangkan keuntungan dengan melakukan perhitungan harga pokok penjualan (HPP)
4. Mitra memiliki kemampuan dalam membuat media sosial instagram dan facebook sebagai sarana pemasaran produk secara online.
5. Mitra memiliki alat pembuat pupuk organik Komposter dan mesin penyiram tanaman otomatis. Perbandingan pengetahuan mitra sebelum dan sesudah dilaksanakannya kegiatan pengabdian ini disajikan pada tabel di bawah ini :

Tabel. 1 Perbandingan Pengetahuan Mitra Sebelum dan Sesudah Kegiatan PKM

No	Keterangan	Pengetahuan Mitra	
		Sebelum PKM	**Sesudah PKM**
1	Diversifikasi Produk	Mitra memiliki keterbatasan pengetahuan terkait variasi produk dan belum melakukan inovasi produk	Mitra memiliki kemampuan membuat diversifikasi produk tanaman hias dan melakukan inovasi produk
2	Branding Usaha	Mitra belum memiliki pengetahuan dalam branding usaha	Mitra memiliki kemampuan dalam melakukan branding usaha dengan menciptakan merek dan logo usahanya
3	Pencatatan Keuangan dan Perhitungan HPP	Mitra belum memiliki pengetahuan dalam menghitung HPP	Mitra memiliki kemampuan dalam menghitung HPP untuk menentukan harga jual produk dengan tepat
4	Digital Marketing	Mitra belum memiliki pengetahuan dalam melakukan digital marketing	Mitra memiliki kemampuan dalam memasarkan produknya secara digital melalui pemanfaatan media sosial instagram dan facebook

Sumber: Data Diolah (2025)

Kesimpulan

Kegiatan Program Pengabdian kepada Masyarakat dengan "Pelatihan Diversifikasi dan Digitalisasi Usaha Tanaman Hias Berbasis Ekonomi Kreatif untuk Mewujudkan Kemandirian Ekonomi Perempuan Kampung Bunga Madirsan" telah terlaksana sesuai dengan tujuan yang ditetapkan dan berdampak positif bagi mitra di Desa Bangun Sari, Kecamatan Tanjung Morawa, Kabupaten Deli Serdang. Seluruh tahapan kegiatan mulai dari survei awal, pelatihan teori dan praktik, pendampingan, hingga penyerahan alat penunjang usaha, berjalan sesuai dengan rencana dan mendapat antusiasme tinggi dari para peserta. Melalui pelatihan diversifikasi produk, mitra berhasil mengembangkan variasi tanaman hias dengan kemasan yang lebih menarik dan bernilai jual tinggi. Sementara itu, pelatihan branding produk membantu mitra memahami pentingnya *branding* dan menciptakan merek dan logo usaha sendiri, yaitu "Madirsan Gardenia". Kemudian, mitra dilatih menggunakan modul perhitungan HPP (Harga Pokok Penjualan) yang disusun secara sederhana agar mitra dapat mengetahui biaya total yang dikeluarkan dan menentukan harga jual yang sesuai dengan kondisi pasar. Mitra juga memiliki peningkatan kemampuan dalam penggunaan media sosial, yakni instagram dan facebook, serta peningkatan pengetahuan mitra dalam menyusun strategi pemasaran digital untuk memperluas jangkauan pasar serta meningkatkan daya saing usaha melalui pelatihan digital marketing. Sebagai bentuk dukungan terhadap efisiensi dan keberlanjutan usaha, tim PKM juga memberikan alat komposter organik dan mesin siram tanaman otomatis kepada kelompok mitra dan melatih mitra menggunakannya. Komposter digunakan untuk mengolah limbah organik menjadi pupuk alami, sehingga mengurangi ketergantungan terhadap pupuk kimia dan menekan biaya perawatan tanaman, sedangkan mesin siram otomatis membantu mempercepat proses penyiraman dan menjaga kelembaban tanaman secara konsisten, sehingga akan meningkatkan produktivitas mitra.

Ucapan Terima Kasih

Tim PKM mengucapkan terima kasih kepada Direktorat Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat, Direktorat Jenderal Riset dan Pengembangan, Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains, dan Teknologi, serta Politeknik Negeri Medan yang telah menyetujui proposal PKM melalui pemberian dana pengabdian melalui Program Pengabdian Kemitraan Masyarakat pada tahun 2025. Tim PKM juga mengucapkan terima kasih kepada mitra, yaitu ibu Helena Tampubolon selaku ketua pelaku usaha tanaman hias "Madirsan Gardenia" di Kampung Madirsan Desan Bangun Sari Tanjung Morawa yang sudah terlibat dari awal hingga akhir kegiatan pengabdian ini.

Referensi

Agus Afandi, Nabiela Laily, Noor Wahyudi, Muchammad Helmi Umam, Ridwan, & Siti. (2022). Metodologi Pengabdian Masyarakat. Direktorat Pendidikan Tinggi Keagamaan Islam. Http://Diktis.Kemenag.Go.Id

Aini Habibah, N., Suwarsi Rahayu, E., Ulung Anggraito, Y., Arum Sasi, F., Negeri Semarang, U., & Mekar Sari, G. (2023). Diversifikasi Produk Griya Anggrek Mekar Sari Kalisegoro Gunungpati Semarang. In Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat (Vol. 5, Issue 1).

Amal, Nur Anny, & Irma. (2022). PKM Diversifikasi Olahan Tanaman Hortikultura Di Kabupaten Enrekang. INOVASI : Jurnal Hasil Pengabdian Masyarakat, 2.

Dewi, Fatimah, & Febriani. (2025). Peningkatan Produksi Dan Pengetahuan Diversifikasi Produk Olahan Pala: Pemanfaatan Teknologi, Strategi Pemasaran, Serta Pelaporan Keuangan Usaha Mikro.

Ermawati, E., Ferdinal, A., Asmara, D. N., Febriana, D., & Randa, N. (2024). PKM Pendampingan Perhitungan HPP Untuk Penetapan Harga Jual Produk Dalam Upaya Meningkatkan Kesejahteraan Anggota Dasa Wisma Raflesia Kampung Giri Mulya. Nelvy Randa Journal Of Human And Education, 4(5), 1033.

Hidayat, A. (2024). Perhitungan Harga Pokok Penjualan Untuk Perusahaan Manufaktur. Jurnal Serina Abdimas, 2(4), 1613–1616. Https://Doi.Org/10.24912/Jsa.V2i4.33333

Khuluqi, K., Sugeng, A., & Soeparyono, R. D. (2024). Edukasi Perhitungan Harga Pokok Penjualan Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Kube Wanita UMKM Pamulang Estate. 4(2). Https://Doi.Org/10.37481

Lady Noor. (2025). Pengaruh Digitalisasi, Literasi Keuangan, Dan Dukungan Teknologi Terhadap Kinerja Keuangan UMKM. Pusat Publikasi Ilmu Manajemen, 3.

Lestari, Dewi, R. R., & Ariani, M. (2024). Pelatihan Perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP) Dan. Https://Www.Kemenkopukm.

Martini, R., Chaerunisa, M. S., Sarikadarwati, S., Arifin, K. Z., & Sulaiman, S. (2022). Rekomendasi Penentuan Harga Pokok Produksi Berbasis Activity Based Costing. Journal Of Economic, Management, Accounting And Technology, 5(2), 160–166. Https://Doi.Org/10.32500/Jematech.V5i2.2068

Nabila, Deri Darmawan, & Rudi. (2024). Digitalisasi Laporan Keuangan Bagi UMKM. Jurnal Manajemen Kreatif Dan Inovasi, 2.

Natasya Fitriyani, B., & Roy, A. P. (2024). Analisis Perhitungan Harga Pokok Penjualan Dan Harga Pokok Produksi Dalam Meningkatkan Laba Pada Regina Florist Medan. Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (Jebma), 3.

Nekky, & Sri. (2021). Pkm Pengembangan Usaha "Tanaman Hias Pak Huda" Di Desa Banyuurip, Kec. Kedamean, Kabupaten Gresik. Abdi Massa : Jurnal Pengabdian Nasional, 1.

Putri, P. L., & Widadi, B. (2024). Peran Inovasi Dalam Pengembangan Model Bisnis UMKM Di Era Digital. Maeswara : Jurnal Riset Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan, 2(4), 180–189. Https://Doi.Org/10.61132/Maeswara.V2i4.1113

Suprijono, A., Eka Susanti, & Yani. (2022). Diversifikasi Bunga Telang Dan Kombinasinya Dengan Berbagai Buah. Sekolah Tinggi Ilmu Farmasi Yayasan Pharmasi Semarang.

Yulya Ammi Hapsari, Putri Apriyanti, Aldi Hermiyanto, & Fahrur Rozi. (2024). Analisa Peran UMKM Terhadap Perkembangan Ekonomi Di Indonesia. Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Kreatif, 2(4), 53–62. Https://Doi.Org/10.59024/Jumek.V2i4.464