



PROGRAM PEMBINAAN MAHASISWA WIRAUSAHA (P2MW) PENGEMBANGAN TERRARIUM UNTUK MENINGKATKAN KREATIVITAS SEBAGAI INOVASI DESAIN INTERIOR RUANGAN

Debora Hutabarat¹, Mirza Andrian Syah^{2*}, Putri Wahyu Pebrianti³, Nuriah Yuliaty⁴

^{1,2,3,4} Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

E-mail: deborahutabarat2018@gmail.com; mirza.a.agribis@upnjatim.ac.id; putriwahyu142@gmail.com; nuriah_y@upnjatim.ac.id

ABSTRAK

Pangsa pasar terrarium ini sangat kecil letak geografis yang terdapat pangsa pasar ada di Kota Bandung karena terdapat cuaca ekstrim yang sesuai dengan tanaman tropis atau jenis pakis dan suplir, memiliki banyak persaingan dengan menawarkan potensi dan harga yang lebih mahal sehingga banyak masyarakat yang memilih untuk membuat sendiri. Sehingga setelah mendapat pendanaan dari Program Pembinaan Mahasiswa Wirausaha (P2MW) ini kami mencoba pangsa pasar baru di Kota Surabaya yang dimana dengan harapan semakin meningkat karena banyak masyarakat yang sudah mengenal terrarium melalui media sosial kami sehingga minat konsumen terhadap terrarium juga meningkat. Kegiatan ini dimulai dari pembelajaran pengetahuan dan keterampilan dasar kewirausahaan, pendalaman pengetahuan dan implementasi bisnis dan mentoring, dan *coaching* pengembangan produk/bisnis *Market*. Setelah itu peserta memiliki kemampuan dan pengetahuan dalam bisnis, mahasiswa dapat mengimplementasikan ide bisnis dan membuat *prototyping* produk. Selama program berlangsung, peserta P2MW akan melakukan branding yaitu 'Jordliv' dengan menjalin kemitraan dengan beberapa bisnis tanaman lainnya untuk mendukung suplay bahan baku dan peningkatan bisnis dan kompetensi sumber daya manusia di dalam bisnis kami, beberapa mitra tersebut ialah Duta Landscape dan Kampoeng Sanse Soerabaja. Instrumen pemasaran terrarium ditingkatkan dengan pendekatan yang lebih kuat. Meningkatkan periklanan *online*, mengembangkan situs web memperluas *platform e-commerce*. Selain itu produksi konten berkualitas seperti membuat video tutorial dan panduan perawatan untuk memperkuat otoritas merek dagang. Terus meningkatkan layanan pelanggan dan pantau kinerja untuk memastikan keberhasilan. Brand Jordliv sendiri berada di bawah CV. JAGA TERA INDONESIA, yang dimana bisnis utamanya berfokus kepada pembuatan dan penjualan Dekorasi Interior.

Kata Kunci : Tanaman tropis; Budidaya lumut; Prototipe.

PROGRAM PEMBINAAN MAHASISWA WIRAUSAHA (P2MW) TERRARIUM DEVELOPMENT TO INCREASE CREATIVITY AS AN INTERIOR DESIGN INNOVATION

ABSTRACT

The market share of this terrarium is very small, the geographical location where there is a market share in the city of Bandung because there is extreme weather that suits tropical plants or types of ferns and suppliers, has a lot of competition by offering potential and more expensive prices so that many people choose to make their own. So after receiving funding from the Program Pembinaan Mahasiswa Wirausaha (P2MW), we tried a new market share in the city of Surabaya which with the hope of increasing because many people already know the terrarium through our social media so that consumer interest in the terrarium also increases. This activity starts from learning basic entrepreneurial knowledge and skills, deepening business knowledge and implementation and mentoring, and coaching product development / market business. After that participants have the ability and knowledge in business, students can implement business ideas and make product prototyping. During the program, P2MW participants will brand 'Jordliv' by establishing cooperation with several other plant businesses to support the supply of raw materials and improve business and human resource competencies in our business, some of these partners are Duta Landscape and Kampoeng Sanse Soerabaja. Terrarium marketing instruments are improved with a more robust approach. Improve online advertising, develop websites, expand e-commerce platforms. In addition, the production of quality content such as creating videos, tutorials, and care guides to strengthen trademark authority. Continuously improve customer service and monitor performance to ensure success. The Jordliv brand itself is under CV. JAGA TERA INDONESIA, whose main business focuses on the manufacture and sale of Interior Decoration.

Keywords: Tropical plants; Moss cultivation; Prototype.



PENDAHULUAN

Indonesia sering disebut dengan hutan tropis yang memiliki potensi sangat tinggi dalam hal keanekaragaman floranya. Tentunya keanekaragaman tersebut dapat kami manfaatkan salah satunya dengan melakukan kegiatan budidaya. Kegiatan Budidaya merupakan kegiatan terencana pemeliharaan sumber daya hayati yang dilakukan pada suatu area lahan untuk mengambil manfaat. Manfaat budidaya cukup banyak yaitu meningkatkan perlindungan terhadap tanaman secara konsisten dan konsekuen dengan memperhatikan aspek pelestarian sumber daya alam. Tidak hanya itu banyak manfaat dari kegiatan budidaya yang juga dapat memberikan inovasi bisnis yaitu menambah beberapa varian baru dan dapat kami kembangkan menjadi bisnis kerajinan budidaya yaitu Terarium.

P2MW merupakan program pengembangan usaha mahasiswa yang telah memiliki prototipe produk atau sudah menjalankan usaha. Direktorat Belmawa, Ditjen Diktiristek memberikan kesempatan kepada mahasiswa aktif tingkat sarjana yang memenuhi syarat untuk mengikuti program P2MW. Program P2MW juga memfasilitasi bagi mahasiswa yang telah mengikuti Program Wirausaha Merdeka (WMK) dan Program Kreativitas Mahasiswa Kewirausahaan (PKM-K) sebagai pembinaan lanjutan Direktorat Belmawa, Ditjen Diktiristek. Dalam pelaksanaannya peserta mendapat pendanaan untuk keberlangsungan kegiatan wirausaha dan dapat mengajukan antara 2 jenis tahapan usaha yaitu tahapan awal dan tahapan bertumbuh. Demikian pada tim yang sudah menjalankan usaha selama 6 bulan dapat mengikuti tahapan bertumbuh sementara yang belum memenuhi jangka usaha tersebut dapat mengikuti tahapan awal seperti tim kami. Kategori yang dijalankan oleh tim kami yaitu di bidang budidaya. Dalam hal ini dengan melihat masalah yang terdapat di masyarakat tentang polutan udara yang semakin menebal bahkan di dalam ruangan disebabkan kemarau yang berkepanjangan kami menemukan solusi untuk menjadikan ruangan tetap segar alami dengan terrarium.

Terarium adalah sebuah replikasi mini tanaman, mikroorganisme, dan mineral di dalam sebuah kaca. Teknik tanaman ini sangat populer di luar negeri yang memberikan nuansa taman tropis, mediterania atau padang pasir sesuai dengan bahan karena tidak semua jenis tanaman dapat menggunakan metode ini. Teknik terarium ini terbagi menjadi 2 yaitu terarium udara terbuka dan terarium udara tertutup. Keuntungan terarium sendiri tidak terpengaruh oleh iklim. Tanaman yang ditanam menggunakan terarium tidak terlalu menuntut banyak perhatian, dalam hal ini terarium dapat menyiraminya sendiri. Tidak terlalu banyak memerlukan sinar matahari.

Proses pembuatan terarium tentunya faktor lingkungan di Indonesia sendiri sangat mendukung budidaya terrarium. Hal ini dikarenakan keanekaragaman flora yang ada dapat membuat kami lebih memiliki banyak konsep atau desain terrarium yang memiliki keindahan dan keunikan tersendiri. Terrarium dapat menjadi sebuah dekorasi untuk memperindah ruangan yakni dengan cara membuat terarium. Tidak hanya itu Terrarium juga dapat dijadikan sarana edukasi bagi anak-anak tentang ekosistem lingkungan, bagaimana cara merawat tumbuhan dan lain-lain. Dengan demikian bisnis terrarium sangat menjanjikan ke depannya yang di mana tidak hanya dijadikan sebagai hiasan didalam ruangan, akan tetapi juga dapat dijadikan sarana edukasi. Tidak hanya itu karena bentuknya yang cenderung minimalis dan fleksibel hal ini menjadi solusi bagi mereka yang ingin memiliki hiasan tanaman hidup yang memiliki keunikan dan nilai estetika yang berbeda.

Selama program berlangsung, peserta P2MW akan melakukan branding yaitu 'Jordliv', riset pasar, riset wadah, riset tumbuhan dan ekosistem, juga sudah menjalin kemitraan dengan beberapa bisnis tanaman lainnya untuk mendukung suplay bahan baku dan peningkatan bisnis dan kompetensi sumber daya manusia di dalam bisnis kami, beberapa mitra tersebut ialah Duta Landscape dan Kampong Sanse Soerabaja.

Jordliv adalah bisnis yang berfokus pada dekorasi indoor dengan produk utamanya, yaitu Terrarium. permasalahan utama yang dihadapi adalah kurangnya variasi dalam dekorasi indoor yang estetis dan mudah dirawat. Solusi yang ditawarkan oleh Jordliv adalah menyajikan Terrarium inovatif dan artistik yang memberikan sentuhan segar dan modern pada ruang dalam. Kekuatan tim Jordliv terletak pada gabungan kreativitas dan keahlian dalam merancang Terrarium yang unik. Tim ini memiliki pengalaman dalam merespons tren desain interior terkini, memastikan produk-produk mereka selalu relevan. Segmentasi pasar utama adalah konsumen yang menghargai keindahan estetika tanaman dalam ruangan namun menginginkan solusi yang praktis dan mudah dirawat.

Pesaing utama melibatkan perusahaan-perusahaan dekorasi indoor tradisional yang belum sepenuhnya mengeksplorasi potensi Terrarium. Jordliv berusaha membedakan diri dengan



menyediakan variasi desain yang lebih inovatif dan memperkuat citra mereknya sebagai penyedia dekorasi indoor yang modern. Secara keuangan, Jordliv mencatat pertumbuhan yang stabil dengan laba bersih yang meningkat seiring dengan peningkatan permintaan. Pencapaian bisnis ini beberapa kali mengikuti pameran kewirausahaan dan produk inovatif tentunya hal ini menjadi peluang bagi kami dalam melakukan pemasaran produk secara langsung kepada calon konsumen.

Dengan kombinasi solusi kreatif, tim berbakat, segmen pasar yang tepat, dan pencapaian positif dalam keuangan, Jordliv menjelma menjadi pemimpin dalam industri dekorasi *indoor* dengan fokus pada Terrarium, memenuhi kebutuhan konsumen yang menginginkan keindahan tanaman dalam ruangan dengan sentuhan modern dan praktis.

METODE

a) Survey

Sebelum menjalankan Program Pembinaan Mahasiswa Wirausaha (P2MW) Pengembangan Produksi Terrarium untuk bahan dan konsep Terrarium sebagai dekorasi inovatif. Dalam meningkatkan Pendapatan Dekorasi Interior Kota Surabaya, kami melakukan survey terlebih dahulu ke Kota Bandung untuk mengumpulkan data mengenai tanaman tropis, pakis dan suplir yang sebagai ekosistem di dalam terrarium.

b) Desain Program

Dari hasil pengumpulan data tersebut kemudian kami melakukan diskusi untuk membuat desain program yang akan dijalankan. Hasil diskusi pokok program yang akan dijalankan diantaranya yaitu, mengenai :

1. Pengembangan Produk

Melakukan observasi penambahan variann dan inovasi baru dengan memanfaatkan potensi desa dan mengetahui kebutuhan konsumen.

2. Pengembangan Pasar dan Saluran Distribusi

Mengenalkan produk menggunakan sosial media, website dan kegiatan pameran produk inovasi dan produk wirausaha.

3. Produksi

Menyediakan bahan baku produk, menyediakan alat produksi

4. Pengembangan Sumber Daya

Memberikan pelatihan kewirausahaan produksi dan budidaya dalam kegiatan pameran produk, seminar strategi budidaya terrarium, seminar strategi bisnis dan pengembangan produk.

5. Legalitas, Perizinan, Sertifikasi, Standarisasi

Pengurusan NIB Usaha, Legalitas Perizinan Berusaha Berbasis Resiko, Sertifikasi Standar, Legalitas Usaha CV. Jaga Tera Indonesia, Pendaftaran hak paten merk produk berupa HKI merek.

c) Pemasaran Produk

1. Personal Selling

Memperkenalkan produk kami ke teman, saudara, dan mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur, ini merupakan strategi pertama karena dari *face to face* dapat memahami konsumen dengan dilanjutkan menjadi *word of mouth* untuk memenuhi target mitra.

2. Media Massa/Media Sosial

Memperkenalkan produk kami ini lewat media sosial seperti Instagram dan Whatsapp juga dibantu banner juga id card yang berisikan informasi tentang bisnis kami sehingga dapat diketahui dan dikenal khalayak umum.

d) Diferensiasi Produk

Tanaman tropis, pakis, suplir, lumut darat yang digunakan menjadi ekosistem dalam terrarium untuk menarik peminat pelanggan dikarenakan pada umumnya tanaman masih dirawat dalam pot menyakan dengan tanaman lainnya. Kami menciptakan konsep inovatif dari desain interior pada terrarium. Dengan demikian tanaman tropis yang dibudidayakan menjadi terrarium melalui program ini akan sesuai dengan desain interior yang lebih inovatif, hidup dan dapat memfilter polutan dan mikroba kotor dalam ruangan sehingga menjadi segar secara alami.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Masyarakat masih belum banyak mengenal mengenai produk terrarium dikarenakan tidak banyak orang yang menjual terrarium sehingga belum memiliki pengalaman sebelumnya dengan jenis produk ini dan belum menyadari kebutuhan mereka terhadap terrarium, beberapa asumsi Masyarakat juga bahwa perawatan terrarium yang rumit dan banyak yang tidak mengetahui kegunaannya dan manfaatnya, kurangnya memperkenalkan budidaya ini di media sosial hal tersebut menjadi salah satu yang menghambat Masyarakat untuk memanfaatkan dan mengembangkan budidaya padahal dapat menjadi dekorasi di dalam ruangan dengan keestetikaannya yang menjadi ciri khas. Dengan mengembangkan strategi untuk bisa memperkenalkan budidaya pada Masyarakat sehingga terciptanya produk terrarium yang dapat kami tempatkan dalam ruangan sebagai dekorasi dengan media kaca. Hal tersebut merupakan keunikan dalam terrarium, kami menggunakan strategi pemasaran secara *online* dan memanfaatkan media sosial seperti pembuatan konten dengan mengedukasi masyarakat tentunya juga terhadap orang yang menyukai tanaman, mengikuti pameran dengan bertemunya banyak orang asing sehingga mereka tertarik dalam produk kami dan menambah minat konsumen terhadap produk terrarium.

Pangsa pasar terrarium ini sangat kecil letak geografis yang terdapat pangsa pasar ada di Kota Bandung karena terdapat cuaca ekstrim yang sesuai dengan tanaman tropis atau jenis pakis dan suplir, memiliki banyak persaingan dengan menawarkan potensi dan harga yang lebih mahal sehingga banyak masyarakat yang memilih untuk membuat sendiri. Sehingga setelah mendapat pendanaan dari P2MW ini kami mencoba pangsa pasar baru di Kota Surabaya yang dimana dengan harapan semakin meningkat karena banyak masyarakat yang sudah mengenal terrarium melalui media sosial kami sehingga minat konsumen terhadap terrarium juga meningkat. Tetapi kami dapat meningkatkan pangsa pasar dengan mengembangkan produk kami seperti mengikuti *trend* yang ada sehingga minat konsumen pada produk terrarium ini tidak hanya orang dewasa dengan presentase sekamir 70% tetapi juga anak muda akan mendapatkan presentase 30% karena adanya daya tarik estetika yang membuat mereka membelinya.

Saat ini kami membuat 30 produk untuk kami pasarkan secara online dan offline melalui store. Dengan banyaknya jumlah prototipe yang akan kami buat maka semakin banyak gambaran dari minat konsumen terhadap terrarium sehingga memiliki daya Tarik dengan ke estetikan dan nuansa hijau yang ada, pengembangan pada produk juga semakin sempurna karena dapat mengevaluasi produk yang dibuat sebelumnya. Gambaran produk dibuat dengan sangat detail agar investor bisa melihat visi produk secara transparan.

Hal yang terbaru untuk produk terrarium ini kami akan dapat menyesuaikan keinginan konsumen atau menunggangkan ide dan konsep mereka sehingga bisa terwujud dalam bentuk produk. Keterbaruan produk terrarium ini tidak menuangagkan konsep dari yang memproduksi saja karena kami tahu keinginan setiap orang berbeda. Kami mengharapkan dengan mengkolaborasi konsep konsumen dengan konsep kami akan menjadikan hasil yang memuaskan dan nyaman untuk dilihat. Contohnya keterbaruan produk ini seperti bentuk kaca yang minimalis. Pemilihan tumbuhan - tumbuhan kecil yang lebih variasi, konsep penataan yang modern serta pemilihan dalam memakai batu-batuan.



Gambar 1. Budidaya Lumut Darat



Kami membuat produk ini dengan mempertimbangkan tumbuhan - tumbuhan yang dapat hidup di dalam kaca karena tidak semua tumbuhan dapat hidup di dalam kaca seperti lumut darat yang sudah kami budidayakan, tanaman tropis, pakis, suplir dan masih banyak jenisnya lagi. dan bagaimana cara kami membuat tata letak sehingga memiliki nilai estetika pada terarium yang akan membuat masyarakat tertarik dan dijadikan sebagai dekoratif didalam rumah. Terrarium dapat menjadi pilihan yang baik untuk mempercantik ruangan sekaligus memperbaiki udara yang ada di ruangan tersebut. Mengacu pada tujuan atau sasaran secara moral yang memiliki dampak positif terhadap masyarakat atau lingkungan, terarium adalah wadah atau selungkup yang dirancang untuk mendukung dan menampilkan kehidupan organisme. Terarium yang dibuat dan dipelihara dengan tujuan seperti menyediakan habitat yang aman dan sehat, atau sebuah terarium yang dirancang untuk membantu mengajarkan anak-anak tentang pentingnya pelestarian lingkungan sejak usia dini. Brand Jordliv sendiri berada di bawah CV. Jaga Tera Indonesia, yang dimana bisnis utamanya berfokus kepada pembuatan dan penjualan Dekorasi Interior.



Gambar 2. Mengikuti Kegiatan Pameran

Pengembangan produk terrarium sekarang sudah mengikuti *trend* dan kebutuhan pasar yang meningkat terhadap tanaman *indoor* dan dekorasi rumah yang alami. Semakin banyak orang yang sadar akan pentingnya menjaga lingkungan dan mengintegrasikan unsur-unsur alami ke dalam rumah mereka. Terrarium menyediakan cara yang mudah dan estetis untuk menambahkan elemen hijau ke dalam ruangan, bahkan di tempat-tempat dengan akses cahaya terbatas. Penyusutan ruang: Dalam perkotaan, ruang terbatas seringkali menjadi kendala bagi mereka yang ingin menanam tanaman di dalam rumah. Terrarium adalah solusi yang ideal karena dapat diletakkan di meja, rak, atau dinding, mengoptimalkan ruang yang terbatas. Pengembangan kedua *Aesthetic appeal*, Terrarium memiliki daya tarik estetika yang kuat. Desainnya yang unik dan kreatif, dengan komposisi tanaman yang indah, membuatnya menjadi pusat perhatian dalam dekorasi rumah. Konsumen tertarik pada terrarium karena dapat memberikan sentuhan alami yang segar dan menambah keindahan dalam ruangan. Pengembangan ketiga Ketersediaan tanaman, semakin banyak jenis tanaman yang tersedia di pasar, termasuk tanaman yang cocok untuk tumbuh di dalam terrarium dengan kebutuhan perawatan yang rendah. Untuk menjangkau *customer* sesuai dengan target yang diinginkan kami menggunakan pendekatan pemasaran multi-saluran selain *Whatsapp* dan *Instagram* disini kami memperkenalkan produk kami dengan mengikuti pameran sehingga menemukan orang-orang yang memiliki hobi berkebun, pencinta tanaman inovatif dan membuat konten *Youtube* dengan memberikan edukasi kepada semua orang dan memberikan pengetahuan mengenai perawatan terrarium. Upaya pemasaran yang telah dilakukan yaitu memfokuskan pada kegunaan dan manfaat terrarium seperti kemudahan perawatan, pemurnian udara dan sebagai daya tarik estetika.

Instrumen pemasaran terrarium ditingkatkan dengan pendekatan yang lebih kuat. Meningkatkan periklanan *online*, mengembangkan situs web memperluas *platform e-commerce*. Selain itu produksi

konten berkualitas seperti membuat video tutorial dan panduan perawatan untuk memperkuat otoritas merek dagang. Terus meningkatkan layanan pelanggan dan pantau kinerja untuk memastikan keberhasilan.

Sebelum mendapatkan pendanaan masing masing dari anggota tidak hanya memiliki kompetensi dalam hal berbisnis secara praktik, sehingga ketika sudah mendapatkan pendanaan melalui P2MW, setiap anggota dapat meningkatkan kompetensi mereka melalui program dan bisnis ini, Adapun CEO dapat mempraktikkan latar belakang studi di administrasi bisnis kedalam bisnis ini, hal yang sama juga terjadi kepada CMO dan CFO yang keduanya memiliki latar belakang studi management sehingga posisi tersebut sangat cocok sebagai tempat mereka untuk berkembang didalamnya, lalu terakhir yakni CTO dan CPO yang dimana keduanya memiliki latar belakang studi agribisnis, karena bisnis ini berfokus kepada tanaman dan budidaya maka penempatan mereka di struktur CTO dan CPO sebagai tim produksi dan pengembangan produk dapat mendukung mereka menerapkan teori yang mereka dapat kedalam bisnis ini secara lebih tepat dan terstruktur. Adapun secara umum dengan adanya peningkatan yang signifikan dari para anggota membuat kami yakin bahwa kedepannya setelah lepas dari P2MW kami tidak berhenti disini saja tapi akan terus mengejar berbagai program pendanaan ataupun turun langsung dalam menjalankan bisnis, demi mendukung perkembangan anggota bisnis ini satu sama lain.



Gambar 3 Mitra Sumber Bahan Baku



Gambar 4 Produk Final Terrarium

Selama pelaksanaan program ini, kami terus berupaya dalam pengembangan jejaring dan mitra kami yang dimana semuanya bertujuan untuk mempercepat proses bisnis kami kedepannya, dalam hal ini kami telah memiliki 2 mitra yang sama sama berfokus kepada bisnis tanaman akan tetapi berbeda produk yakni ada Duta Landscape dan Kampoeng Sanse Soerabaja yang dimana keduanya mendukung bisnis kami melalui beberapa sharing pengetahuan, riset, teknologi dan supliyer yang mereka pakai untuk bisnis mereka. Adapun pengembangan dengan para supliyer dan vendor kami tetap berusaha untuk berhubungan baik sehingga hal ini dapat mempertahankan kan kualitas produk yang kami beli dari mereka kedepannya. Lalu untuk strategi tenaga kerja Kami menekan system yang berfokus pada peran atau jobdesk masing masing anggota sesuai dengan latar belakang study masing-masing. Sehingga hal ini menjadi salah satu keunggulan dalam tim kami, dengan menerapkan strategi ini juga membuat kami tidak perlu mempelajari ulang jobdesk yang akan kami kerjakan dan hal ini menjadi salah satu penyaluran potensi mereka didalam bisnis.

Kami menerapkan pembagian jobdesk yang jelas sehingga semua memiliki hak dan kewajiban yang jelas didalam bisnis ini, dalam hal ini kami juga menerapkan system kolaborasi dan sharing session yang dimana hal ini membuat kami saling memahami job dari setiap bagian sehingga mendukung peningkatan ide-ide yang mungkin dimiliki oleh anggota lain terhadap anggota satunya.

SIMPULAN

Berdasarkan kegiatan kewirausahaan yang diadakan karena adanya P2MW yang mendanai usaha atau bisnis mahasiswa dan pembahasan di atas, maka dapat diperoleh kesimpulan bahwa salah satu masalah yang dihadapi adalah pangsa pasar terrarium ini sangat kecil letak geografis yang terdapat pangsa pasar ada di Kota Bandung karena terdapat cuaca ekstrim yang sesuai dengan tanaman tropis atau jenis pakis dan suplir, memiliki banyak persaingan dengan menawarkan potensi dan harga yang lebih mahal sehingga banyak masyarakat yang memilih untuk membuat sendiri. Sehingga



setelah mendapat pendanaan dari P2MW ini kami mencoba pangsa pasar baru di Kota Surabaya yang dimana dengan harapan semakin meningkat karena banyak masyarakat yang sudah mengenal terrarium melalui media sosial kami sehingga minat konsumen terhadap terrarium juga meningkat.

Melalui Program Pembinaan Mahasiswa Wirausaha (P2MW), mahasiswa Perguruan Tinggi mendapat pengalaman yang luar biasa dari kesempatan mengembangkan kewirausahaan melalui bisnis yang di danai oleh P2MW, maeningkatkan jumlah minat mahasiswa perguruan tinggi menjalankan wirausaha, mengembangkan inovasi dan kreativitas dalam hal ini bisnis budidaya terrarium yang dijalankan oleh tim kami, mempelajari prosedur dan mendapat legalitas bisnis yang mumpuni terhadap keberlanjutan bisnis setelah pendanaan P2MW, memberikan pelayanan pelanggan terbaik, memperkenalkan dan memberikan edukasi tentang terrarium melalui kegiatan pameran dan sosial media, pencatatan keuangan yang terekam jelas, laba rugi diketahui dengan pasti, dan sebagai pertimangan budidaya selanjutnya.

Hasil yang diperoleh selama kegiatan P2MW adalah menambah relasi yang terjalin dengan baik kepada mahasiswa dengan bisnis yang berbeda, pelanggan serta mitra. Merancang konsep prototipe dengan inovatif dan kreatif untuk dipamerkan kepada pelanggan. Masyarakat sudah mulai banyak mengetahui terrarium, fungsi dan manfaat terrarium dan banyak yang tertarik pada terrarium bahkan memesan dengan menerima sesuai custom pelanggan itu sendiri. Adapun kegiatan selama berbisnis, peserta tim sangat antusias, aktif, dan inovatif terhadap bisnis Jordliv yang dijalankan. Pelanggan sangat tertarik dengan konsep dekorasi prototipe terrarium dan aktif menerima edukasi tentang terrarium juga sejenisnya.

UCAPAN TERIMAKASIH

Terima kasih kepada Ibu Zumrotul Fitriyah selaku Dosen pembimbing P2MW, Pak Alfiandi Imam selaku mentor perguruan tinggi P2MW, tim JORDLIV dan seluruh pihak yang ikut serta dalam P2MW yang telah menerima dengan baik dan memberikan kesempatan kami untuk berkembang dan berdampak bagi sekitar.

DAFTAR PUSTAKA

- (1) Panunggul, V. B., Yusra, S., Khaerana, K., Tuhuteru, S., Fahmi, D. A., Laeshita, P., ... & Firmansyah, F. (2023). *Pengantar Ilmu Pertanian*. Penerbit Widina.
- (2) Setyaningrum, K. *Hias pada PT. Manda Flora, Buaran Serpong, Kota Tangerang Selatan* (Bachelor's thesis, Fakultas Sains Teknologi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta).
- (3) Sholihah, F. N., Wulandari, A., & Qomariyah, U. K. N. (2019). Kreativitas guru TKIT Al Mishbah dalam pengembangan model pembelajaran lab mini melalui terrarium ekosistem. *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 366-373.
- (4) Amal, C. A., Amalia, A. A., & Andayaningsih, S. (2020). Potometrium (Pot Tanaman Geometris Dan Terarium) Serta Pemasaran Digital Bagi Kelompok Penjual Tanaman Hias Di Kelurahan Maccini Sombala Kota Makassar. *Panrita Abdi-Jurnal Pengabdian pada Masyarakat*, 4(1), 110-118.